

О. В. Тимошенко,
депутат Луганської обласної ради

РОЛЬ СУЧАСНОЇ ДЕРЖАВИ У ВІДТВОРЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ СУСПІЛЬСТВА

О. Tymoshenko,
deputy of the Luhansk Regional Council

THE ROLE OF THE MODERN STATE IN THE REPRODUCTION OF THE BUSINESS POTENTIAL
OF THE SOCIETY

У статті розглянуто роль сучасної держави як мотиватора у відтворенні підприємницького потенціалу суспільства визначено напрями удосконалення даного процесу.

In the article the role of the modern state as motivators in the reproduction of the business potential of the society determined the ways for improvement of this process.

Ключові слова: підприємництво, підприємницька діяльність, державне регулювання, державне регулювання підприємницькою діяльністю.

Key words: entrepreneurship, government regulation, government regulation of business.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

У сучасних умовах, що створилися у суспільстві внаслідок трансформаційних перетворень, суттєво змінюється роль держави як суб'єкта господарських відносин. Ще знедавна саме вона була монополічним власником засобів виробництва і уособлювала в собі "глобального" підприємця, в розпорядженні якого знаходилися майже необмежені ресурси: природні, фінансові, трудові тощо.

На сьогодні на місці "глобального" підприємця з'явилися сотні й тисячі охочих до роботи господарів, частина з яких (за законодавчою нормою) складають сферу малого підприємництва. Таким чином, актуальним є питання про роль держави у відтворенні підприємницького потенціалу суспільства.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Ряд проблем впливу держави на підприємництво досліджено в працях, як вітчизняних, так і зарубіжних науковців А.О. Дегтяр, Й. Б. Жилієва, К.Р. Макконел, С.Л. Брю, М.Й. Малік, Н.О. Подлужна, Л.В. Романова, В.І. Сорокіна, Г.В. Уманців та інших вчених. Віддаючи належне їх науковим напрацюванням з цієї проблематики, слід зауважити, що єдиної точки зору щодо визначення ролі держави у відтворенні підприємницького потенціалу суспільства так і не досягнуто.

МЕТА СТАТТІ

Метою статті є дослідження ролі сучасної держави у відтворенні підприємницького потенціалу суспільства та визначення напрямів удосконалення даного процесу.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Пошуком відповіді на запитання про нове позиціонування держави щодо економіки переймалася велика кількість дослідників. Частина з них поставила собі за мету визначити макроекономічні перешкоди, які стримують розвиток підприємництва, в тому числі тих, що мають безпосереднє відношення до роботи державних установ [7]. Інші сконцентрувалися на ідентифікації заходів регулювання бізнесу, включаючи й малий [3, с. 94; 2, с. 174]. Декого цікавлять ті чи інші засоби впливу органів місцевого самоврядування на сферу, що розглядається [4, с. 134] або накопичений закордонний досвід [10; 11]. Цей перелік не складно було б продовжити. Між тим, один з найважливіших аспектів проблеми залишився поза увагою попередників.

Перше, що привертає увагу — відокремлення держави від засобів виробництва та інших ресурсів, які залучаються підприємцями у процес створення товарів. Друге — держава є виразником суспільної ідеї, одна зі страт змісту якої полягає в нарощуванні стандартів життя, що матеріалізуються у підвищенні якості товарної маси, спроможної задовольнити потреби споживачів — громадян країни та підприємств-товаровиробників. У цьому контексті під товаром слід розуміти будь-який продукт праці, що призначений для продажу (від виробів споживачього попиту та побутових послуг до технологічного обладнання з вирощування сільськогосподарської продукції та технічного сервісу). Третє — оскільки підприємці є складовою частиною суспільства, якій водночас притаманні риси споживачів та товаровиробників,

держава має піклуватися про перманентне відтворення саме цього прошарку населення.

За такої діяльності держави: хворих (завдяки покращенню засобів профілактики захворювань), людей похилого віку (з урахуванням заохочування народжуваності), безробітних (шляхом створення робочих місць), злочинців (впровадження заходів з викорінення передумов, що спонукають індивіда до протиправних дій) має ставати все менше, а підприємців усе більше і більше. На підтвердження зробленого висновку звернемося до результатів статистичних досліджень. Навіть у країнах єталономним (порівняно з нашим) рівнем ринкових відносин і дбайливим ставленням до малого підприємництва, зі 100 фірм, що починають свою діяльність одночасно, 20 банкрутують упродовж першого року, 17 терплять невдачу протягом другого, наприкінці третього продовжують функціонувати біля 50, п'ятиріччя святкують лише 33 [7, с. 21].

На сьогодні існують певні зрушення в напрямку до розуміння ролі малого бізнесу в українському суспільстві: створено законодавче підґрунтя його подальшого розвитку, інфраструктуру підтримки починаючих бізнесменів у регіонах. В той же час відносини між підприємцями та владою все ще залишаються далекими від ідеальних. Причин, що пояснюють це становище доволі багато. Але головна з них, полягає в тому, що історично виникла суперечність між кількістю людей, які здатні реалізувати притаманний їм підприємницький потенціал і, виходячи з цього, прагнуть всебічної демократизації господарських стосунків в економіці, з одного боку, та якістю державного управління, яке здійснюють на практиці чиновники, більшість з яких знайома лише з відпрацьованими роками методами адміністративно-командного управління, що живить своє коріння у тоталітаризмі.

Стосовно ролі державної влади у піднесенні підприємництва, то пропозиції з цього приводу пов'язані перш за все із зміною культури державного управління економікою. Особливо, з оглядом на пріоритети, породжені реальними можливостями суспільства. Дрібні фірми виникають навіть у несприятливому зовнішньому середовищі. Це феноменально: майже 200 тис. малих підприємств та кооперативів, що діють в Україні, вже не потребують дрібної опіки, самостійно (хто з більшим, а хто з меншим успіхом) планують, організують свою діяльність та координують зусилля співробітників з зовнішніми помічниками по виробництву та маркетингу продукції. З оглядом на одержані результати та зроблені узагальнення, немає сумніву в тому, що усі тільки виграють, коли їх буде 3920 тис. (як в Італії), або 6450 тис. (як у Японії) чи 19300 тис. (як у США). В той же час для створення нових великих виробництв або докорінної модернізації діючих, треба попередньо розв'язати певну кількість доволі складних інвестиційних проблем [7, с. 110].

Таким чином, можливо стверджувати, що з усіх відомих функцій (планування, організація, координація, контроль), які притаманні державному управлінню, все більшої значимості набуває мотивація. Саме вона — рушійна сила зростання суспільної системи, є вирішальним чинником, який визначає місце останньої в ринковому оточенні та динаміку прогресу у формуванні відносин власності. Додамо до цього, що учасники ринкового процесу, особливо в тій його частині, яка відноситься до малого бізнесу, обмежені в спеціальних знаннях та достовірній інформації, необхідних для оптимізації своєї економічної поведінки. За цих обставин підвищується роль

суб'єктивного впливу на визначення напрямів та засобів забезпечення зростання та розвитку, а, від так, і вимоги до структури та змісту мотиваційного механізму, що має бути зрозумілим для всіх, кого він стосується.

Очевидно, що глобальні цілі держави та підприємництва збігаються майже абсолютно. Так одним з джерел поповнення бюджету країни є податок на прибуток. Скажімо, у 2012 р. податкові надходження доходної частини бюджету склали 63,8 %, а податок на прибуток — 15,7 % [8, с. 52]. З іншого боку, саме отримання та збільшення прибутку складає найголовніший сенс підприємницької діяльності. Підвищення добробуту людей, як найменш в теорії, є головним завданням парламенту, уряду, органів місцевого самоврядування. Невиконання ними конституційних обов'язків має наслідком відповідну ротацию (відставку діючого та призначення нового кабінету міністрів, розпуск й вибори нового складу Верховної Ради, імпічмент президента тощо). Доля ж підприємця, який нездатний запропонувати споживачеві гідного товару передбачувана зі стовідсотковою імовірністю.

Таким чином, маємо ефект замкнутого спонукального кола: сучасне суспільство не в змозі задовольняти свої вкрай різноманітні потреби без великої кількості малих та середніх фірм й самостійно діючих представників вільних професій — держава має обов'язки перед громадянами в частині створення умов, за яких їх потреби задовольняються на рівні, що визнається прийнятним — виконати ці зобов'язання вона може лише завдяки всебічному сприянню розвитку підприємництва, включаючи мале та середнє — фірми, що представлені на ринку, можуть розраховувати на місце в лавах товаровиробників лише тоді, коли споживачі своїми грошима висловлюють їм "вотум довіри".

Реальним об'єктом державного впливу мають бути не окремі організації або господарські сфери, а мотиваційний механізм як система. До її найважливіших складових слід віднести: безперервний моніторинг потреб підприємств у реальному масштабі часу; ідентифікацію поточних мотивів, що є суттєвими для бізнесменів; вибір або створення моделі мотивації та відпрацювання механізмів заохочувального впливу на підприємницьке середовище. З урахуванням, безперечно, дійсних можливостей, які держава має у своєму розпорядженні; впровадження мотиваційних алгоритмів, що замикає цикл, розпочинаючи, його водночас, з вихідного пункту.

Ми погоджуємося з думкою про те, що раціоналізація державної політики, яка створює сприятливе зовнішнє середовище для розвитку малих підприємств, має підґрунтям правову, фінансову та інституціональну системи, а ефективне функціонування передбачає постійну взаємодію та координацію діяльності всіх її елементів при мінімальному дублюванні функцій, орієнтацію як на загальні цілі соціально-економічної політики держави, так і на інтереси суб'єктів малого підприємництва [5, с. 47].

Результативність впливу на підприємницький процес значною мірою залежить від здатності оптимізувати поєднання як адміністративно-регуляторних, так і економічних методів прийняття політичних й господарських рішень. Щодо ефективності інституціонального середовища, то воно, за нашими спостереженнями, визначається трьома факторами: характером заходів, до яких вдається держава для спонукання ділової активності населення країни; поточною особливістю середовища, в якому вимушені працювати іноватори підприємницьких проектів та особи, що залучені до їх здійснення; здатні-

стю малого підприємництва сприймати, адекватно розшифровувати і використовувати імпульси, які генерує це середовище, при визначенні вигляду власної функції корисності.

Ось чому, при встановленні змісту та відзначенні форми державного впливу на сферу підприємництва, слід брати до уваги й соціально-психологічні способи сприйняття та суб'єктивної інтерпретації підприємцями дій держави, оскільки вони безпосередньо впливають на поведінку господарюючих суб'єктів. Майже ідеальною ілюстрацією цього є реакція останніх на нововведення в податковій сфері. Кожного разу, коли чиновники намагаються "закручувати гайки", турбуючись нібито про збільшення надходжень у державний бюджет, спостерігається негайна "ініціація" економіки, а скарбниця, навпаки, пустішає. Наведений приклад пояснює закономірності дій механізму мотиваційного управління підприємницькою діяльністю на інституціональному рівні. Вона полягає в посиленні її природного стимулювання завдяки об'єднанню на принципах спільних інтересів кількох функціональних ролей кожного з суб'єктів, залучених до замкнутого спонукального кола. Це робить шлях від докладених зусиль до одержаного результату, а від нього до очікуємої компенсації (матеріальної, моральної або комбінованої) найкоротшим.

Розповсюджуючи цю концепцію на поєднання мотиваційної бази в триаді "власник — виробник — держава", отримуємо максимально можливий і ефективний ступінь інтеграції їх інтересів. Більш того, в цьому випадку мотивацію господарської діяльності можна назвати суспільно-підприємницькою, оскільки вона передбачає підключення "енергетики" малого бізнесу до єдиної системи досягнення національно-значимих цілей, якими є стабілізація (зокрема, аграрного виробництва), збільшення багатства країни та підвищення добробуту людей, які в ній мешкають. Це є ще одним аргументом на користь висновку про ефективність поєднання у конкретному ринковому середовищі адміністративних механізмів мотивації з підприємницькими. Соціально-економічний ефект цього поєднання полягає в активізації і посиленні впливу конструктивних характеристик кожного з них на організаційно-економічний розвиток.

Підприємство стає засобом досягнення суспільних цілей, лише у випадку, коли його економічні інтереси гармоніюють з інтересами держави. Досягнення цієї мети — складна і суперечлива задача, пов'язана з формуванням явища, відомого як конструктивне підприємство. Тобто такого, яке спрямоване на розвиток продуктивних сил суспільства, створення економічних та правових механізмів, що забезпечують накопичення національного багатства, сприяють підвищенню загального рівня економічного розвитку держави [6, с. 15].

Вона тим більш актуальна, що, по-перше, підприємство має, як це не прикро, і негативні форми прояву, які суперечать інтересам суспільства. По-друге, прагнення гармонізувати економічні інтереси держави і підприємців має враховувати умови, в яких здійснюються трансформаційні процеси, що збіглися в Україні з перерозподілом власності та первинним нагромадженням капіталу. Огляд минулої історії людства свідчить: цей період традиційно супроводжується перебудовою системи цінностей та морально-етичних норм поведінки, в тому числі підприємницької, що неминує відбивається на економіці. Нарешті, сумною реалією сьогодення є недосконалість законодавства, яке не завжди дозволяє реалізувати наявні підприємницькі задуми найкращим чином,

тобто водночас і легально, і економічно ефективно. Це, до речі, означає, що збіг інтересів держави і підприємців вимагає і вимагатиме в оглянутому майбутньому свідомих зусиль зацікавлених суспільних сил.

З урахуванням наведених міркувань, раціонально виділити особливості конструктивного підприємництва, які складають основу державного мотиваційного впливу на нього: чіткі змістовні та цільові обмеження; забезпечення задоволення інтересів трудового колективу та суспільства; внутрішнє самообмеження у формі раціонального самоконструювання; відсутність позазаконних обмежень [9, с. 16—18]. Завданням, яке відповідає першій з наведених особливостей, є диференціація мотивації конструктивного і неконструктивного підприємництва: одні і ті ж самі мотиви не повинні та й не можуть спонукати до дій, скажімо, законослухняних бізнесменів та таких, що схильні до правопорушень. Другій особливості конструктивного підприємництва відповідає створення загального мотиваційного простору економічного розвитку.

Умовами сталості та прогресу будь-якої системи є її цілісність, ідентичність сприйняття зовнішніх впливів усією структурою та кожним з окремих компонентів, а підприємство є складовою частиною держави, то натуральним виглядає висновок: прагнення бізнесмена забезпечити успіх власній справі призведе послідовно до створення нових робочих місць, виготовлення та надання необхідних споживачам продукції та послуг і, нарешті, досягнення економічної стабілізації самої держави.

Третя особливість конструктивного підприємства обумовлює першочергове заохочування державою тих проектів та ініціатив, які супроводжуються виникненням соціального ефекту. Мова про розробку відповідних інституцій виробництва, в тому числі аграрного (наприклад, особливий порядок підписання державних контрактів, пільгові преференціональні режими, закупівельні квоти тощо), яка виключає участь у процесі прийняття рішень щодо доцільності або допустимості підприємницьких проектів державних чиновників. Останнє слово з цього приводу має належати самим бізнес-інноваторам, але за умови відповідності їх діяльності нормам соціально-етичного маркетингу. Оскільки безпосереднє втручання держави в мікроекономічні процеси здатне спричинити їх розбалансування або навіть завдати деструктивної шкоди, умовою здійснення конструктивного підприємства є забезпечення йому достатнього рівня свободи та самостійності. Вони, в свою чергу, полегшують досягнення цілей, що ставить суспільство перед державою.

Отже, особи, які знаходяться при владі, мають вибирати між прямими і опосередкованими типами державного впливу на підприємство.

Найбільш ефективним і демократичним виглядає другий з них, бо він вбачає роль держави у оптимізації відносин власності, забезпеченні безпеки бізнесу, створенні ринкової соціально-виробничої інфраструктур, окресленні нових перспектив економічного розвитку та зростання.

Для втілення запропонованої ідеї у життя знадобиться, однак, змінити образ мислення та спосіб діяльності державних установ, що зайняті розробкою проектів та здійсненням господарських реформ, а також їх службовців. Актуальним гаслом для них має стати: "Малий та середній бізнес — рушійна сила економічного зростання". Будь-які рішення влади: виконавчої, законодавчої, судової мають відповідати загально визначеним критеріям задовільного підприємницького клімату таким, як:

1. Незворотній характер державної політики щодо підприємництва, який знаходить продовження у стабільному законодавстві — гарантії впевненості інвесторів у майбутньому їх капіталовкладень.

2. Податковий режим, який заохочує до використання одержаних підприємцями прибутків на подальший розвиток перспективної справи, а також діяльність з підтримки соціальної інфраструктури суспільства.

3. Безумовний захист права власності, в тому числі на персональне майно, засоби виробництва та інтелектуальні цінності: винаходи, товарні марки, ідеї, концепції, ноу-хау.

4. Дебюрократизація відносин між підприємцями та державними органами, створення умов для прозорого вирішення суперечливих питань.

5. Позитивне ставлення до підприємництва як до суспільно корисної справи, а до підприємців, як до важливого соціального прошарку нації [1, с. 16—18].

Рішення (незалежно від того, хто є його ініціатором, оформлювачем або затверджувачем), що приймається в супереч названим критеріям, повинно визнаватися шкідливим (за рішення суду, наприклад), а впровадження його життя зупиняться на будь-якій стадії проходження.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК

Розвиток ринкових відносин не відокремлює державу від економіки, а навпаки підвищує її роль, але у змінений порівняно з минулим якості. Найважливішим призначенням органів державної влади по відношенню до малих підприємств стає розробка та запровадження заходів з мотивації ділової активності найбільш ініціативних верст населення країни. На ці цілі використовується частина загального грошового потоку, який обслуговує процес купівлі-продажу товарної маси, що створює мале підприємство для задоволення споживачьких потреб.

Мотивація підприємництва здійснюється за рахунок методів матеріального і нематеріального впливу, кожний з яких має особливу сферу застосування та, відповідно, специфічні наслідки впровадження. Виявляється, що позитивний результат можливо досягти не мобілізуючи скільки-небудь великі фінансові кошти. Потенціал життєздатності у малих підприємств настільки великий, що для розвитку їм досить лише не заважати. Держава та підприємство не протистоять одна одному, між ними відсутні антагоністичні суперечності. Більш того, у головному їх цілі збігаються. Особливо, коли йдеться про конструктивне підприємство, яке поважає власні інтереси і не нехтує загальноприйнятими морально-етичними нормами ведення справ. Саме конструктивні підприємці мають стати об'єктом першочергового заохочування та підтримки.

Слід зазначити, що мотивація підприємницької активності не означає створення "парникових" умов для малих бізнесменів. Досягнення ними успіхів у започаткованій справі має залежати від потенціалу підприємницької ідеї та інтенсивності зусиль її ініціатора. Але формування єдиного мотиваційного простору економічного розвитку, спонукання громадян до проявів соціально-орієнтованого підприємництва — обов'язок сучасної держави, бо є запорукою сталого руху до процвітання та благополуччя.

Література:

1. Дегтяр А.О. Публічні фінанси: навч. посіб. / А.О. Дегтяр, М.В. Гончаренко, О.С. Лесная. — Х.: С.А.М., 2011. — 512 с.

2. Жилияева Й.Б. Малое предприятие. Основы успешного предпринимательства / Й.Б. Жилияева. — К.: Венчур, 2005. — 136 с.

3. Макконел К. Р. Экономика. В 2-х т. Т. 1. / К.Р. Макконел, С.Л. Брю. — М.: Республика, 2002. — 399 с.

4. Малий бізнес України. Підприємці здатні відродити Україну // Асоціація сприяння розвитку приватного підприємства в Україні "Єднання". — К.: 2007. — С. 134—141.

5. Мальных В.И. Малый бизнес в России: оценка ситуации / В.И. Мальных // Общество и экономика. — 2012. — № 11, 12. — С. 36—67.

6. Малік М.Й. Мотивація виробничої діяльності в аграрній економіці / М.Й. Малік. — К.: ІАЕ, 2009. — 177 с.

7. Перспективи розвитку малого та середнього бізнесу в Україні. — К.: Н'юбізнес, 2008. — 68 с.

8. Подлужна Н.О. Мотиваційні аспекти підвищення прибутку підприємств / Н.О. Подлужна // Вісник технологічного університету Поділля. — 2012. — № 5. — С. 24—27.

9. Романова Л.В. Становлення підприємництва в сільському господарстві / Л.В. Романова. — К.: ІЕА, 2007. — 272 с.

10. Сорокіна В. Государственное регулирование малого бизнеса: опыт Великобритании / В. Сорокіна // Проблемы теории и практики управления. — 2011. — № 2. — С. 100—103.

11. Уманців Г.В. Холдингові компанії та промислово-фінансові групи у сучасній економіці / Г.В. Уманців. — К.: ВІРА-Р, 2002. — 429 с.

References:

1. Diehtiar, A.O. Honcharenko, M.V. and Liesnaia, O.S. (2011), *Publichni finansy*, [Public Finance], S.A.M., Kharkiv, Ukraine.

2. Zhylyiaeva, J.B. (2005), *Maloe predpriyatiye. Osnovy uspešnoho predprynimatel'stva* [Small enterprise. Foundations of successful entrepreneurship], Venchur, Kyiv, Ukraine.

3. Makkonel, K.R. and Briu, S.L. (2005), *Ekonomyka* [The Economy], Respublyka, Moscow, Russia.

4. *Asotsiatsiia spriyannia rozvytku pryvatnoho pidpriyemstva v Ukraini "Yednannia"* (2007), *Malyj biznes Ukrainy. Pidpriyemtsi zdatni vidrodyty Ukrainu* [Small business of Ukraine. Entrepreneurs are able to revive Ukraine], Kyiv, Ukraine.

5. Malykhyn, V.Y. (2012) "Small business in Russia: evaluation of the situation", *Obschestvo y ekonomyka*, vol. 11, 12, pp. 36—67.

6. Malik, M.J. (2009), *Motyvatsiia vyrobnychoi diial'nosti v aharnij ekonomitsi* [Motivation of the production activity of the agricultural economy], IAE, Kyiv, Ukraine.

7. *Perspektyvy rozvytku maloho ta sered'oho biznesu v Ukraini* (2008), [Prospects of development of small and medium business in Ukraine], N'iubyznes, Kyiv, Ukraine.

8. Podluzhna, N.O. (2012), "Motivational aspects increase in profits of enterprises", *Visnyk tekhnolohichnoho univertsytetu Podillia*, vol № 5, pp. 24—27.

9. Romanova, L.V. (2007) *Stanovlennia pidpriyemnytstva v sil's'komu hospodarstvi* [Formation of entrepreneurship in agriculture], IEA, Kyiv, Ukraine.

10. Sorokyna, V. (2011), "State regulation of small business: experience of the United Kingdom", *Problemy teoryy y praktyky upravleniya*, vol. 2, pp. 100—103.

11. Umantsiv, H.V. (2002), *Kholdinhovi kompanii ta promyslovo-finansovi hrupy u suchasnij ekonomitsi*, [Holding companies and financial and industrial groups in the modern economy], VIRA-R, Kyiv, Ukraine.

Стаття надійшла до редакції 22.09.2013 р.