

**Дегтяр Андрій Олегович**

*доктор наук з державного управління, професор,  
Заслужений діяч науки і техніки України,  
завідувач кафедри менеджменту і адміністрування  
Харківська державна академія культури Міністерства культури України*

**Дегтярь Андрей Олегович**

*доктор наук государственного управления, профессор,  
Заслуженный деятель науки и техники Украины,  
заведующий кафедрой менеджмента и администрирования  
Харьковская государственная академия культуры  
Министерства культуры Украины*

**Diehtiar Andriy**

*Doctor of Public Administration, Full Professor,  
Head of Department of Management and Administration  
Kharkiv State Academy of Culture of the Ministry of Culture of Ukraine*

## ІНСТИТУЦІЙНИЙ ПІДХІД У ДОСЛІДЖЕННІ ВЗАЄМОДІЇ ДЕРЖАВИ ТА БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

## ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ ПОДХОД В ИССЛЕДОВАНИИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ГОСУДАРСТВА И БИЗНЕСА В УКРАИНЕ

## INSTITUTIONAL APPROACH IN THE STUDY OF THE INTERACTION BETWEEN GOVERNMENT AND BUSINESS IN UKRAINE

**Анотація.** У статті було проаналізовано основні інститути взаємодії влади і бізнесу. Проведено теоретичний аналіз взаємодії інститутів влади і бізнесу, таких як державно-приватне партнерство, лобіювання та соціальна відповідальність бізнесу. Була запропонована власна класифікація зазначених інститутів на основі характеру їх впливу на бізнес. Були виділені контролюючі, стимулюють і забезпечують інститути взаємодії бізнесу і влади. Надано пропозиції стосовно удосконалення взаємодії влади і бізнесу.

**Ключові слова:** держава, бізнес, державно-приватне партнерство, лобіювання, соціальна відповідальність бізнесу, інституційний підхід.

**Аннотация.** В статье были проанализированы основные институты взаимодействия власти и бизнеса. Проведен теоретический анализ взаимодействия институтов власти и бизнеса, таких как государственно-частное партнерство, лоббирование и социальная ответственность бизнеса. Была предложена собственная классификация указанных институтов на основе характера их влияния на бизнес. Были выделены контролирующие, стимулирующие и обеспечивающие институты взаимодействия бизнеса и власти. Даны предложения по совершенствованию взаимодействия власти и бизнеса.

**Ключевые слова:** государство, бизнес, государственно-частное партнерство, лоббирование, социальная ответственность бизнеса, институциональный подход.

**Summary.** The article analyzes the main institutions of interaction between authorities and business. Theoretical analysis of the interaction of government institutions and business such as public-private partnerships, lobbying and social responsibility of business. Has offered his own classification of these institutions are based on the nature of their impact on the business. Were allocated to the controlling, stimulating and ensuring the institutions of interaction between business and authorities. The proposal for improving the interaction of government and business.

**Key words:** government, business, public-private partnerships, lobbying, social responsibility, institutional approach.

**Постановка проблеми.** З набуттям незалежності Україна обрала для себе нову економічну модель, засновану на ринкових засадах, свободі конкуренції і приватному підприємстві. У той період в Україні активно зароджувалося підприємство, повсюдно ринок освоював малий і середній бізнес, з'явився великий бізнес, заснований на уламках радянських підприємств і трудових колективів. З розвитком у нашій країні приватного бізнесу, назріло питання організації ефективної взаємодії державних структур з представниками бізнесу, з одного боку, була необхідна регламентація комерції державою, яка охороняла б інтереси суспільства, громадян, а з іншого боку бізнесу, де найчастіше існували власні інтереси, пов'язані зі збільшенням фінансового прибутку. Перетин інтересів держави і комерційних структур призводило до конфлікту інтересів, які не йшли на користь, як самій державі, так і бізнесу, тому пошук оптимальної моделі взаємодії влади і бізнесу, яка враховувала б інтереси суспільства, залишається актуальним завданням у сучасній Україні.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Науковим підходам у дослідженні взаємодії держави та бізнесу присвячено чимало робіт як вітчизняних, так і зарубіжних дослідників. Розробкою теоретичних засад взаємодії держави та бізнесу займалися такі дослідники, як О. Азарян [14], Д. Виговський [2], Б. Винницький [6], В. Геєць [3], О. Гоголя [4], Л. Гриценко [5], І. Іншин [1], А. Колот [9], І. Кудінова [4], М. Лендъел [6], В. Нестерович [8], Б. Онищук [6], П. Сегварі [6], В. Шаповал [10] та ін. Віддаючи належне їх науковим напрацюванням з цієї проблематики, слід зауважити, що дослідження в напрямку взаємодії держави та бізнесу мають загальнонауковий сенс і носять більш описовий характер. Однією з причин такої спрямованості досліджень є відсутність дієвого, науково обґрунтованого підходу і методу, який би враховував комплексну природу взаємодії держави та бізнесу.

**Формулювання цілей статті.** Ціллю даної статті є з'ясування сутності, основних параметрів та інституційних форми взаємодії держави і бізнесу в сучасному суспільстві, а також надання пропозицій з удосконалення даного процесу.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** За твердженням багатьох вчених, існуючий в сучасній Україні механізм взаємодії влади і підприємства все більше тяжіє до неокорпоративістської моделі. В ній держава виступає домінуючим суб'єктом політичних взаємодій основних груп інтересів. В цілому модель взаємодії, що склалася адекватним чином вписується в існуючу управлінську структуру суспільства, сприяючи протіканню конфліктів інтересів влади і бізнесу в інституційних рамках. Однак зворотним боком корпоративізму можуть стати концентрація власності і посилення неформальних практик при узгодженні інтересів. Результатом цьо-

го стає зміна соціального контракту влади і бізнесу, включення останнього в систему бюрократичних інститутів.

В результаті між владою і бізнесом в сучасній Україні сформувався яскраво виражений вертикальний тип контракту, що володіє наступними характерними особливостями:

- взаємодія має асиметричний вид, де спочатку закладено нерівноправність права та обов'язки обох сторін (права мають, головним чином, представники держави, а обов'язки прив'язані до представників бізнесу);
- періодичне розмивання правил гри і нечітке закріплення прав власності, викликаючи простір для маніпуляцій в залежності від поточної ситуації;
- непрозорість і незахищеність прав власності створюють умови для маніпулювання державного рівня контролю, а також підтримки того чи іншого бізнесу із застосуванням виборчих стимулів і виборчого притягнення до відповідальності. Все це посилюється асиметрією інформації, якою володіють взаємодіючі сторони, відсутністю надійних механізмів контролю діяльності держави і труднощами консолідації суспільства, що в більшості своїй дорожить знайденою стабільністю [1, с. 25].

Депресивний стан світової економіки в цілому та економіки України зокрема змушує шукати механізми активізації економічного розвитку. В Україні останні роки намітилася тенденція зміщення центру управління розвитком з державного рівня на місцевий.

Теоретичне дослідження існуючих методологічних підходів до управління регіональним розвитком дозволило виявити серед них найбільш значущі. Такими підходами є: системний, інституціональний і маркетинговий.

Системний підхід передбачає вивчення об'єкта на двох рівнях:

- об'єкт управління розглядається як елемент більш широкої системи;
- об'єкт управління — як система, що складається зі сукупності елементів.

Застосування системного підходу дозволяє проаналізувати об'єкт управління не тільки як сукупність елементів, а також їх властивості та зв'язки, що дозволяє визначити найбільш «проблемні» елементи регіону з метою їх вдосконалення.

Маркетинговий підхід дозволяє досліджувати об'єкт управління з позиції адаптації об'єкта управління до споживчого попиту. В рамках маркетингового підходу можна виявити споживчі переваги, що пред'являються до об'єкта управління і визначити необхідні інструменти щодо його вдосконалення.

Інституціональний підхід характеризується дослідженням місця об'єкта управління в системі регіональних інститутів. Він дозволяє розкрити

характер взаємодії об'єкта управління з інститутами та виявити напрями їх вдосконалення.

На інституціональному підході зупинимося більш докладно. В останнє десятиліття зазначений підхід почав займати домінуюче положення в сучасних економічних дослідженнях [3, с. 36].

В сучасній Україні недостатньо розвинені інституційні структури. Це перешкоджає і влади, і бізнесу чітко визначати порядок взаємодії, приймати необхідні заходи для вирішення конфліктних ситуацій, розуміти взаємні інтереси і спільно працювати в режимі консультацій. При цьому стає очевидним, що необхідна інша, більш гнучка модель взаємодії влади і ділового співтовариства, що активно відстоює свої організовані інтереси.

Кроки держави щодо створення сприятливого підприємницького клімату та залученню інвесторів в економіку України розглядаються як фактори, що обмежують етатичні тенденції, і надають бізнес-структурам можливість реалізовувати свої проекти. З іншого боку, без «делікатного» стримування з боку держави групи інтересів будуть заважати досягненню загального блага. Конфлікти між цими групами можуть розростатися і приймати деструктивні форми. Для того, щоб цього уникнути, бізнес і влада повинні вибудовувати взаємини через визнану один одним систему інститутів.

Інституціоналізація взаємодії влади, бізнесу та суспільства може бути успішною при використанні технологій, спрямованих на відкрите обговорення проблем сторонами.

Приклади конструктивної взаємодії влади та бізнесу в Україні вказують на необхідність впровадження діалогових механізмів у процес політичної комунікації. З допомогою конвенціональних моделей взаємодії можливе досягнення істотного зниження конфліктності та рівня соціально-політичної напруженості. Дані моделі дозволяють грамотно управляти конфліктом, включають у роботу з його дозволу інститути громадянського суспільства, надають можливість знайти деструктивні явища. Але, на жаль, використання конвенціональних практик поки що має місце лише в рамках конкретних одиничних ситуацій, діалогові механізми в якості основних моделей вирішення конфлікту поки що не знайшли широкого застосування.

Аналізу особливостей взаємодії влади і бізнесу дає можливість виділити такі інститути та їх взаємодії: державно-приватне партнерство, корпоративна соціальна відповідальність і лобіювання

Державно-приватне партнерство регіональної влади та бізнесу являє собою інституціональний і організаційний альянс між владою і бізнесом в цілях вирішення проблем і реалізації локальних або національних проектів. Цей інститут взаємодії є широко дослідженими як у вітчизняній, так і в зарубіжній науковій літературі. Державно-приватне партнерство у світовій практиці розуміється, з од-

ного боку, як система відносин держави і бізнесу, побудована у контрактній формі, з іншого боку це проекти на об'єктах державної власності.

Ряд вчених звертають увагу на такі характеристики притаманні інституту державно-приватного партнерства: по-перше, держава однозначно має переваги в прийнятті рішень щодо партнерських відносин з бізнесом; по-друге, держава є ініціатором більшості угод у рамках зазначеного інституту [7, с. 36].

Реалізація державно-приватного партнерства передбачає участь бізнесу в проектах, пов'язаних з удосконаленням інфраструктури, насамперед соціальної і транспортної. Сферами взаємодії держави та бізнесу в рамках партнерства в розвинених країнах переважає соціальна інфраструктура (охорона здоров'я, освіта, культура та ін.), а в країнах — транспортна (автостради, порти, аеропорти, трубопровідний транспорт та ін.) [6, с. 64].

Соціальна відповідальність бізнесу (корпоративна соціальна відповідальність) у контексті інституційного підходу відображає готовність підприємців брати участь у рішенні соціальних проблем суспільства на добровільній основі. У вітчизняному науковому середовищі можна виділити два підходи до дослідження зазначеного явища. Основна маса робіт, присвячених дослідженню соціальної відповідальності бізнесу носить описовий характер і включає приклади практичної реалізації. У той же час ряд робіт містять рекомендації про формалізацію принципів соціальної відповідальності і розширення державної участі в даному процесі.

Соціальна відповідальність бізнесу розглядається як економічна, соціальна, правова і політична категорія. Що дозволяє розглядати її як можливість збільшити вигоду для бізнесу, як інструмент вирішення соціальних проблем, як законність здійснення діяльності та показник ефективності державного управління. Ряд дослідників розширює даний список і поповнює його такими видами соціальної відповідальності як екологічна, громадянська, соціально-культурна і соціально-трудова [4, с. 64].

Соціальна відповідальність класифікується за різними критеріями — суб'єктам ініціювання, спрямованістю її заходів і т. д. Відповідно виділяють: добровільну і примусову соціальну відповідальність, внутрішню і зовнішню соціальну відповідальність.

Вищезазначені інститути взаємодії розкривають сутність формальних та неформальних взаємовідносин, що виникають між владою і бізнесом. Аналізуючи зазначені інститути, вітчизняні дослідники, як правило, акцентують свою увагу на одному з них. У той же час зустрічається інша точка зору. Так, В. Шаповал досліджуючи економічні основи соціальної відповідальності бізнесу, вказує на близькість проаналізованих інститутів та їх зрощування в процесі практичної взаємодії влади і бізнесу [10, с. 25].

Ряд дослідників інакше оцінюють характер їх взаємовідносин. В роботі А. Колота соціальна



відповідальність бізнесу розглядається як інститут державно-приватного партнерства [9, с. 85]. Вважаємо, що дана точка зору не правомірна, так як кожне з представлених явищ може бути розглянуто як сукупність формальних і неформальних відносин, що складаються в процесі реалізації, тобто є інститутами.

Лобіювання як інститут взаємодії влади і бізнесу поки не отримав такого широкого розповсюдження в українській дійсності як державно-приватне партнерство, ні в теорії, ні в практиці діяльності підприємств. Практика лобізму виникла в розвинених країнах, де дослідженню даної проблеми приділялася належна увага. Тому всі вітчизняні дослідження та підходи до даного явища спираються на досвід, накопичений зарубіжними дослідниками.

Проаналізувавши широке коло юридичних та наукових джерел, присвячених вивченню лобізму, потрібно відзначити, що найбільш повно і закінчено трактування «лобізму» представлено у «Британській енциклопедії», де лобізм розглядається, як будь-яка спроба індивіда чи груп приватних інтересів впливати на рішення представників політичного істеблішменту, у первісному значенні — це зусилля по впливу на голосування законодавців з того чи іншого питання, як правило, поза межами законодавчих органів. Лобіювання в різних формах існує у будь-якій політичній системі [11]. В енциклопедичній статті вказуються форми лобіювання, характерні для США, як класичний взірець легалізованого лобізму: 1) представники виборців, які чинять тиск на депутатів у законодавчих зборах; 2) державні службовці, з якими в приватному порядку можна обговорити хвилюючі питання; 3) винагорода кандидатів від організацій і груп, їх висунення на важливі посади; 4) участь у роботі комісій, дорадчих органів при законодавчих зборах і відомствах; 5) організація розсилки листів та/або телефонних дзвінків за встановленим планом; 6) кампанії з інформування громадськості.

Зазначимо, що в контексті дослідження лобістської діяльності зустрічаються два терміни: «лобізм» і «лобіювання». В. Нестерович вказує на те, що поняття «лобізм» використовується в широкому та вузькому розумінні [8, с. 61]. У широкому розумінні воно означає реалізацію права кожного громадянина звертатися з клопотанням до свого уряду, а також вираз і просування інтересів груп населення у всіх гілках влади, що формують та реалізують державну політику. У більш вузькому сенсі під лобізмом розуміється сукупність методів і технологій впливу різних груп інтересів на органи влади.

У різних своїх національних зразках, лобізм поширений і в країнах, таких як Великобританія, Канада, Франція, Японія, широко поставлена діяльність лобістів у неофіційній столиці Європейського союзу — Брюсселі. У всіх перерахованих країнах існують законодавчі рамки, які регламентують лобістську діяльність, і в кожній країні є своя власна

історія з формування державної та громадської позицій по відношенню до лобізму, від повної заборони та осуду даної діяльності, до абсолютної легалізації.

Вітчизняні вчені досліджують лобізм в контексті політичного аспекту, забуваючи при цьому про найважливішу економічну і управлінську складову даного явища, що лобіювання як раз і є однією з сучасних функцій цілеспрямованого впливу на об'єкти управління (ресурси, включаючи інноваційні), що дозволяє цивілізованим шляхом погоджувати інтереси між бізнесом, суспільством і державою [2, с. 43].

Зазначимо, що в українській практиці лобіювання дуже часто пов'язане з таким явищем, як корупція. Вважаємо, що лобіювання як інститут взаємодії влади і бізнесу може будуватися як на формальних, так і неформальних відносинах, до числа яких і може бути віднесена корупція.

Активне застосування державою регулятивних заходів по відношенню до різних видів економічної діяльності, змушує великий бізнес в штаті своїх компаній організувати структури по роботі з органами державної влади, найчастіше цей вид діяльності носить назву «GR» від англійського аналога «Government Relation».

На сучасному етапі взаємодії влади і бізнесу виявилася закономірна особливість, щоденна постійна робота щодо взаємодії співробітників комерційних структур з представниками державних органів влади, GR діяльність. Ця форма діяльності співробітників компанії забезпечує управління регулятивними ризиками в цілях скорочення їх наслідків для самої компанії і для підтримки комфортних відносин між комерційною структурою і представниками державних відомств.

Л. Гриценко відзначає наступні завдання, які вирішує в компанії структура по взаємодії з органами державної влади, що займається регулятивними ризиками: виявлення ризиків; оцінка суттєвості і потенційних загроз, що формуються ризиками; визначення джерел ризиків і сфер діяльності, які вони зачіпають; надання рекомендацій щодо вибору стратегії зменшення ймовірності настання події ризику для прийняття управлінського рішення; розвиток діяльності з управління ризиками з метою мінімізації їх наслідків у разі їх настання [5, с. 73].

Бізнес зацікавлений у легальних механізмах лобіювання своїх інтересів перед владою, в організації відкритих майданчиків для ведення конструктивного діалогу на експертному рівні. Напівлегальні методи просування бізнес-інтересів, властиві першим етапам взаємодії бізнесу і влади в сучасній Україні. Державою останнім часом взято активний курс на боротьбу з корупцією в середовищі чиновників, і незаконні методи лобіювання бізнесу обіцяють значні репутаційні та штрафні витрати, ніж вигода від неконвенціонально вирішеного питання.

На новому етапі становлення економіки України інноваційним шляхом розвитку, в умовах завдань

формування соціальної правової держави назріла необхідність створення в сучасній Україні повноцінного інституту лобізму, що відповідає ментальності і соціокультурним особливостям українців. Українська модель лобізму має увібрати в себе найкращі світові практики організації даної діяльності, але при цьому вона повинна відповідати актуальним завданням розвитку вітчизняної економіки, ефективно представляти інтереси бізнесу з першочерговим урахуванням вигоди для громадян країни.

Для організації інституту лобізму в сучасній Україні необхідно створення таких важливих елементів:

- 1) законодавча база (передусім — Закон України «Про діяльність лобістів»), що регулює діяльність лобістів, встановлює законодавчі рамки для лобістської діяльності, прописує природу лобізму;
- 2) постійно діючі відкриті експертні дорадчі майданчики у державних і місцевих органах влади, де формуються законопроекти і затверджуються закони, для комунікації представників влади та лобістів;
- 3) спеціальний інформаційний ресурс, який би інформував лобістів про нормотворчі плани влади, де розміщувався б реєстр лобістських фірм і лобістів, надавав би повну інформацію громадськості ким лобіювався той чи інший закон і який результат на виході був отриманий;
- 4) реєстр містить дані про лобістські організації і лобістів, які повинні бути зареєстровані в Міністерстві юстиції України. Після реєстрації лобісти наділяються статусом і повноваженнями на представництво інтересів конкретних комерційних структур, інформацію про фірми роботодавців лобісти в обов'язковому порядку вказують у вищезгаданому реєстрі.
- 5) професійні освітні установи, навчальні програми, які здійснювали б ексклюзивну підготовку фахівців з ведення лобістської діяльності, як для вітчизняного ринку праці, так і для зовнішнього. Вкрай важливим фактором для розвитку повноцінного інституту лобізму в сучасній Україні є зміцнення ролі та збільшення самостійності законодавчої гілки влади, як на державному рівні, так

і в регіонах. Основне місце роботи лобістів у всьому світі знаходиться в законодавчих зборах, члени та співробітники цих органів влади є основними контрагентами лобістських організацій. Лобістам в Україні в даний час найчастіше доводиться взаємодіяти з питань нормотворчості з чиновниками з галузевих відомств, з співробітниками виконавчої гілки влади, ніж із законодавчою.

**Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок.** Інституціональний підхід дозволяє розглядати взаємодію влади і бізнесу в дещо іншому ключі порівняно з неокласичною економікою. Дослідження взаємодії інститутів влади і бізнесу дозволило виділити ряд особливостей.

В результаті аналізу особливостей взаємодії влади і бізнесу можливо виділити такі інститути та їх взаємодії: державно-приватне партнерство, корпоративна соціальна відповідальність і лобіювання.

Державно-приватне партнерство є вигідним для всіх сторін: держава має можливість вирішення актуальних проблем в умовах обмеженого бюджету, бізнес — зниження ризиків при реалізації інвестиційних програм.

Соціальна відповідальність бізнесу розглядається як економічна, соціальна, правова і політична категорія. Що дозволяє розглядати її як можливість збільшити вигоду для бізнесу, як інструмент вирішення соціальних проблем, як законність здійснення діяльності та показник ефективності державного управління.

Створення в сучасній Україні інституту лобізму сприятиме виведенню лобістської діяльності з маргінального стану, зможе підвищити якість законів, прийнятих Верховною радою України, оскільки деякі з них будуть проходити через фільтр критики та пропозицій експертів та професійних лобістів. Також повноцінно працюючий інститут лобізму буде приховано протидіяти корупції у сфері прийняття державних рішень і в цілому зможе стати ефективним інструментом в справі допомоги владі розвитку економіки України. Ефективність інституту лобізму полягає в пошуку балансу державних та бізнесових інтересів, де пріоритет, безумовно відданий на користь обліку інтересу громадян нашої країни.

#### Література

1. Азарян О. М. Управління взаємодією держави та бізнесу в системі економічної безпеки: монограф. / О. М. Азарян, І. Л. Іншин. — Донецьк: ТОВ «Цифрова типографія», 2012. — 244 с.
2. Виговський Д. Суть лобізму як категорії політичної науки / Д. Виговський // Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку. — № 20. — 2016. — С. 42–48.
3. Геєць В. М. Суспільство, держава, економіка: феноменологія взаємодії та розвитку / В. М. Геєць; НАН України; Ін-т еко-ню та прогнозув. НАН України. — К., 2009. — 864 с.
4. Гоголя О. П. Соціальна відповідальність бізнесу: монограф. / О. П. Гоголя, І. П. Кудінова; Каб. Міністрів України, Нац. ун-т біоресурсів і природокористування України. — Ніжин: Лисенко М. М., 2011. — 175 с.
5. Гриценко Л. Л. Взаємодія держави і бізнесу в контексті реалізації державної інвестиційної політики: монограф. / Л. Л. Гриценко. — Суми: Університетська книга, 2015. — 327 с.

6. Досвід та перспективи впровадження державно-приватних партнерств в Україні та за кордоном / Б. Винницький, М. Лендъел, Б. Онищук, П. Сегварі. — К.: «К.І.С.», 2008. — 146 с.
7. Заскалкін А. С. Теоретико-методологічні основи взаємодії держави і приватного сектора у вирішенні суспільно значущих завдань / А. С. Заскалкін // Теорія та практика державного управління. — 2015. — Вип. 3. — С. 70–76.
8. Нестерович В. Ф. Конституційно-правові засади інституту лобювання: зарубіжний досвід та перспективи для України: монограф. / В. Ф. Нестерович; МВС України, Луган. держ. ун-т внутр. справ ім. Е. О. Дідоренка. — Луганськ: РВВ ЛДУВС ім. Е. О. Дідоренка, 2010. — 752 с.
9. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку: монограф. / [А. М. Колот та ін.]; [за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А. М. Колота]; Держ. вищ. навч. закл. «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана», Наук. парк, Ін-т соц.-труд. відносин. — К.: КНЕУ, 2012. — 501 с.
10. Шаповал В. М. Соціальна відповідальність бізнесу в структурі управління економікою: монограф. / В. М. Шаповал; ДВНЗ «Нац. гірн. ун-т». — Д.: Держ. ВНЗ «НГУ», 2011. — 356 с.
11. Lobbying [Electronic resource] / Encyclopedia Britannica — Mode of access: <https://www.britannica.com/topic/lobbying>.