

УДК: 100+101+354.2

DOI: 10.15587/2313-8416.2015.51188

ФОРМУВАННЯ ПАРТНЕРСЬКОЇ ВЗАЄМОДІЇ БІЗНЕСУ ТА ВЛАДИ У КОНТЕКСТІ ФОРМУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

© С. А. Єфіменко

У статті здійснюється висвітлення філософських аспектів взаємовпливу бізнесу і державної влади у контексті української дійсності. Основними моделями взаємодії бізнесу і держави є плюралістична і неокорпоративістська моделі. Для плюралістичної моделі характерна діяльність держави в інтересах всього підприємницького класу, а неокорпоративізм припускає для органів влади можливість посилювати і підтримувати окремі бізнес-структури, роблячи їх уповноваженими представниками своїх інтересів

Ключові слова: влада, бізнес, партнерська взаємодія, економічна культура, соціальне управління, український соціум

The philosophical aspects of mutual coverage of business and government in the context of Ukrainian reality are revealed in the article. The basic models of interaction between business and the state are pluralistic and neo-corporative models. The pluralist model is characterized for activities of the state in the interests of the business class and neo-corporative model implies for the authorities an opportunity to support and strengthen individual businesses, making them authorized representatives of their interests

Keywords: government, business, partner interaction, economic culture, social management, Ukrainian society

1. Вступ

Бізнес як складова частина суспільства нерозривно з ним пов'язаний. Його характер і моделі органічно впливають із характеру суспільного ладу. У класово-антагоністичному суспільстві бізнес у більшості випадків є приватнокапіталістичним, налаштованим на експлуатацію найманої праці і придушення опозиційного руху. Сказане, на жаль, безпосередньо відноситься до сучасного українського суспільства та моделі бізнесу, яка формується у ньому протягом останніх десятиліть. Ця модель за багатьма ознаками і показниками відрізняється від моделей, що складаються в більшості провідних держав світу. Серед таких показників спеціальної уваги заслуговує значне соціально-економічне розшарування за рівнем життя і доходів населення, яке особливу рельєфність набуває в регіонально-економічному відношенні.

2. Постановка проблеми

Актуальність філософського аналізу бізнесу обумовлена ціннісно-світоглядними можливостями філософії в подоланні підприємцем квазіціннісних сурогатів буття; що підвищить планку соціальної відповідальності підприємців перед суспільством, репрезентативністю прикладного використання філософського інструментарію, за допомогою якого можна оптимізувати ефективність управління бізнес-структурами. У цьому ракурсі підприємницька діяльність являє собою не тільки вид економічної діяль-

ності, але і спосіб буття людини, її ставлення до світу, висловлене через систему цілеспрямованих способів адаптації до буттєвих ситуацій. Цим пояснюється поява в аналізі підприємницької діяльності яскраво вираженої етико-філософської складової.

Етико-філософський аспект підприємницької діяльності на соціально-онтологічному рівні розуміється нами як співвідношення належного і суцього; на інституціональному рівні – як співвідношення влади, панування і справедливості; на антропологічному рівні – як сенс життя (багатство, успіх або презирство утилітаризму і прагматизму). Осмислення економічного буття з позиції соціальної філософії призводить до необхідності виділення проблеми цілепокладання (що є метою і результатом бізнесу, які фактори визначають його мету, яким способом досягається результат) і проблеми вигляду підприємця в суспільстві, що призвело до чіткого розподілу раціональності за метою діяльності функціонера-управлінця, власника і інноваційної раціональності підприємця як позитивного інноватора, «авантюрного архітектора» екзистенціальних проривів.

3. Аналіз літературних джерел

Значний інтерес становлять міркування Й. Шумпетера що: «Мотиви підприємницької діяльності чужі економічному ratio і його законам, пов'язані з волею до перемоги, бажанням боротьби і прагненням до успіху, моментами радості творчості, коли

мова йде не стільки про власність, скільки про ті своєрідні, витончені і незалежні від думки інших людей способи, за допомогою яких в капіталістичному суспільстві вимірюється успіх або здобувається перемога, реалізується і виправдовує себе в житті справа, що доставляє її творцеві радість. Ці способи виключно важко замінити яким-небудь іншим соціальним інструментом» [1].

М. Вебер і В. Зомбарт розкривали генезу підприємницького духу як складової духу капіталістичного. При цьому «дух» розглядається не як суто філософське поняття або суто психологічна риса, але як соціально-економічне явище. Підприємець, за В. Зомбартом, повинен бути триєдиним соціальним суб'єктом, володіючи якостями завойовника, організатора і торговця які розкриваються: в ідейному багатстві і духовній свободі, у здатності запропонувати нову ідею; в духовній енергії і волі до дії, до обов'язкового втілення ідеї в життя; в здатності до втілення ідеї в конкретний реально здійснений план; в духовній силі, завзятості, здатності ризикувати і жертвувати всім заради досягнення поставленої мети [2].

Аналіз наведених вище методологічних конструктів М. Вебера і В. Зомбарта дозволяє зробити висновок про те, що, вступаючи в економічні відносини, люди орієнтуються на дії інших людей. Вони плекають надії, сформовані їх культурою, їх історією, їх політичним та соціальним інституціональним середовищем, історичним часом, в якому вони живуть. Звичай і конвенції, що структурують підприємницьку діяльність в рамках даної політико-економічної системи, не є чимось усталеним. Вони шукають і знаходять ідеологічні та політичні пояснення і виправдання свого існування, хоча б у вигляді простих посилань на те, що «така наша культура» або «за традицією це робиться так». Подібні обґрунтування можуть навіть культивуватися і отримувати владну підтримку, формальними або неформальними процедурами регулюватися державною владою.

4. Взаємодія бізнесу та влади

Дискусія про перспективи формування в Україні оптимальної моделі бізнесу поки ще не завершена. Ще зберігаються різні думки про змістовне наповнення таких складових економічної діяльності, як продуктивна праця і фінансові операції, про основні моральні принципи господарювання – «етику достатності» або «етику прибутковості», про моральні спонукальні основи мотивації в бізнесі, кордони взаємодії ринку та економічних монополій у сучасній Україні тощо. Тези французьких економістів – фізіократів «laissez faire, laissez passer – пропустіть вперед, не заважайте діяти» і «laissez – nous – faire – дайте нам зробити самим», покладені в основу сучасної соціології підприємництва, розглядаються деякими авторами як основний принцип диференціації у векторах духовного і політичного розвитку України і Європи.

Більше того, незважаючи на початкову ідеологічну і політичну нейтральність самих слів «бізнес» і «бізнесмен», нажал, в українській соціально-політичній культурі їм достатньо часто надається завідомо

негативний зміст, що асоціюється або з «нечесністю» і «обманом», або з яскраво вираженою індивідуалізованою орієнтацією на діловий успіх як основний, іманентний критерій сенсу життя. «Наші господарюючі суб'єкти, нажал, відірвалися від народної маси і опинилися в етично чистому просторі, поза загальних соціокультурних цілей і смислів. Суспільство стосовно них розколоте на прокурорів і жебраків, влада ділиться на вовків і гієн» [3].

У зв'язку з тим, що в українському суспільстві не сприйняті багато принципів Римського приватного права, в тому числі принцип безумовного захисту приватної власності, має місце дистанціювання приватного інтересу від суспільного. І це відповідає не тільки українській традиції, а й підкріплюється деякими соціально-правовими законами. Більше того. За справедливим зауваженням А. І. Стребкова, в сучасній Україні поки ще не сформований повною мірою сам інститут приватної власності. Тому існуюча практика розпорядження засобами виробництва і ресурсами країни є не більш ніж механізмом «маніпулювання власністю в приватних інтересах, причому безвідносно до кінцевих результатів функціонування самої власності» [4].

В українській правовій практиці не укорінився в повній мірі принцип пріоритетного економічного і соціального розвитку людини і суспільства над приватним інтересом максимізації отримання прибутку. Звідси – взаємне наростаюче відсторонення громадянського суспільства, влади та бізнесу, відсутність консолідованості та нечітка структурованість, яка пояснюється не тільки слабкою артикуляцією інтересів суспільства, але і нерозвиненістю відповідних інститутів, у тому числі бізнесу. З іншого боку, саме суспільство досі не змогло встановити відповідні норми і правила для бізнесу, адекватні новим умовам економічного, політичного і соціального прогресу.

Як наслідок – модель українського бізнесу до цих пір в повній мірі не оформилася. Нинішня Україна не вписується ні в плюралістичну модель, в якій багатоманітні виразники організованих приватних інтересів прагнуть перевершити один одного у впливі на державу, ні в корпоративістську модель, де приватні інтереси залучені у відносно усталені інституційні відносини з державою.

Не ставлячи під сумнів право на існування наведеної точки зору, можна припустити, що українська модель бізнесу все ж таки більше тяжіє до корпоративістської (некорпоративістської) моделі. На користь цього говорить той факт, що держава в даний час виступає в Україні в якості найважливішого конституюючого елемента відносин між групами економічних інтересів і політикою. Саме держава, а не тільки уряд, відіграє активну роль, що виражається не стільки в «арбітражі», скільки в цілком конкретному «дирижизмі», реальному управлінні корпораціями (особливо – державними), які підпорядковані їй і залежать від неї.

Якщо, наприклад, при соцієнтальному корпоративістстві вони добровільно співпрацюють з державою і між собою в силу усвідомлення взаємної залежності, то в умовах реального «дирижизму» такі воль-

ності не допускаються. Тому не можна не визнати правоту точки зору, згідно з якою відмінною рисою української моделі є тісне сплетіння державних і економічних інтересів, де принципи приватної власності та верховенства закону не мають під собою глибоких традиційних підстав, проте активно формуються, а між політичною владою і великими грошима, державою і бізнесом складаються відносини, відмічені високим ступенем взаємозалежності.

Корпоратизм в його авторитарному обличчі в сучасній Україні представлений в певній сукупності санкціонованих владою офіційних інститутів представництва інтересів бізнесу, які організовані в особливий, ієрархічно впорядкований і функціонально структурований організації. Однак, більш виразно про специфіку української моделі бізнесу можна буде сказати нижче, після висвітлення основних принципів і форм взаємодії державної влади та бізнесу, як інституту громадянського суспільства в сучасному українському соціумі, на висвітленні яких доречно тепер зупинитися.

Взаємини бізнесу і держави в розвинених демократичних країнах здійснюється в різних практичних формах. До основоположних практик такого роду можна віднести наступні:

1. Держава як законодавець визначає нормативно-правові рамки, в яких здійснюється ділова бізнес-активність. Незважаючи на те, що багато говориться про «вільний ринок», насправді держава накладає обмеження на ринкові відносини. Жодне суспільство не залишає на відкуп ринку всю економіку, хоча кількість і масштаб обмежень суттєво відрізняються залежно від країни і сформованої національної моделі бізнесу.

2. Держава як замовник виступає в ролі найбільш великого споживача вироблених товарів і послуг, про що свідчить контрольований нею відсоток ВВП. Вона захищає інтереси своїх компаній за кордоном, щоб їх власність не була експропрійована без компенсації, їх бізнес не був націоналізований, а банківські кредити поверталися. У сприятливих умовах компанії покладаються на захист їхніх інтересів урядом під час торгових переговорів.

3. Держава як ключовий ринковий гравець забезпечує розумні економічні умови господарської діяльності бізнесу, не допускаючи підвищення рівня інфляції, дефолтів, фінансових криз і безробіття. А бізнес в даному випадку виступає в якості важливого постачальника матеріально-фінансових ресурсів державі, серед яких основними є податкові надходження. Разом з тим бізнес у відповідь на таку турботу з боку держави несе корпоративну соціальну відповідальність перед суспільством і владою. Остання, за твердженням М. Фрідмена, в самому загальному вигляді являє собою «використання своїх ресурсів для здійснення діяльності, спрямованої на збільшення своїх прибутків до тих пір, поки вона (корпорація) залишається в рамках правил гри, тобто бере участь у відкритій вільній конкуренції без обману і шахрайства в інтересах загального блага» [5].

Перераховані практики поступово вкорінюються (особливо після подій 2013–2014 рр.) і вста-

новлюють основоположні правила взаємин державної влади і бізнесу як інституту громадянського суспільства в сучасній Україні. Хоча, як це було показано раніше, не все і не завжди в цьому відношенні поки що складається гладко. Що стосується специфічної ролі політичної влади у становленні української моделі бізнесу, то вона головним чином виражається в наступному.

Державна влада на сучасному етапі політичного розвитку України, особливо після серії соціальних перетворень 2013–2014 рр., пов'язаних з формуванням ідеологічно-оновленої владної вертикалі, виступає фактором стійкості фінансово-кредитної та економічної систем, але поки ще не повною мірою є гарантом ефективності розвитку бізнесу.

Політичні рішення влади в даний час дозволяють за рахунок бюджетних можливостей долати різні «провали, кризові явища і вади ринку», наприклад, в умовах фінансово-економічної кризи восени 2008 р., а також у сфері оборонної промисловості, машинобудування, авіабудування тощо. Але ефективне використання владного потенціалу, спрямоване на підвищення рівня та якості управління власністю, бізнесом і економікою в цілому, можливо за умови досягнення відповідної світовим демократичним стандартам якості державного устрою й функціонування політичних інститутів державної і регіональної влади та громадянського суспільства.

Політична влада в сучасній Україні є ключовим фактором підвищення ринкової вартості бізнесу. Однак, заміщаючи ринковий механізм конкуренції політичним впливом на виробничу ефективність, влада поки що не завжди забезпечує розумний баланс у відносинах між усіма суб'єктами ринку.

Надмірне захоплення егоїстичним використанням владного та адміністративного ресурсу окремими бізнес-структурами під час веде до зменшення ефективності виробництва і відхилення ключових економічних показників від ринково-оптимальних, а також зумовлює зростання транзакційних витрат на оплату «політичних послуг». А створення привілейованих бізнес-структур викликає певні деформації в економіці, спотворює інформацію про події у її реальних процесах. Адже, очевидно, що чим більше розширюється політичний простір в бізнесі і вище стає рівень прийняття політичних рішень про варіанти і напрями інвестицій капіталу, тим соліднішою виявляється ціна політико-управлінських помилок і пов'язаних з ними наслідків. Справа в тому, що влада, протегуючи політично близький собі бізнес, який покращує своє становище за рахунок бізнесу «рівновіддаленого», викликає в підприємницькому співтоваристві невдоволення і нарікання щодо справедливого розподілу.

Сучасна ситуація характеризується відсутністю однакових для держави та бізнесу правил гри, зафіксованих у нормативно-правовій формі, що обумовлює конвертацію бізнесом політичного впливу в солідні матеріальні активи та подальше розшарування суспільства [6]. В результаті вертикальні відносини держави з бізнесом, за яких вона відповідає за правила гри і контролює їх дотримання, на законних

підставах забезпечуючи бізнес нормативно-правовою базою, доповнюються численними горизонтальними контактами, що характеризуються наявністю різноманітних неформальних зв'язків у формі приватних консультацій та мережею персональних відносин. У ході таких контактів великі підприємці регулярно спілкуються з вищими державними службовцями не тільки в офіційній, але і в неофіційній обстановці, приватно вирішуючи питання по великих проектах і угодах.

5. Результати дослідження

Специфіка української моделі бізнесу, що проводиться в умовах не сформованості офіційних політико-правових інституцій, характеризується підвищеною роллю впливу особистостей політиків і підприємців на розвиток ринкових структур, сприяє зростанню в громадській думці настроїв на користь невизнання легітимності знаходження власності у нинішніх її володарів. Разом з тим все це підігріває суспільні настрої на користь націоналізації і нерідко стимулює дії в цьому напрямку, особливо – щодо бізнесу, не опікуваного владними структурами. Причому, із закликами забрати у власність держави власність найбагатших олігархів, пов'язаних з сировинними, металургійними та іншими галузями, виступають не лише пересічні громадяни, а й популярні політики.

Для забезпечення цивілізованих взаємовідносин підприємців і влади, які базуються на праві, в Україні непорушною умовою повинно бути як подальше вдосконалення національної моделі бізнесу в якості інституту громадянського суспільства, так і створення та ефективна діяльність суспільно-політичних інститутів представництва його інтересів у взаємодії з владою. З нагоди слід згадати, що і нинішній президент України – Петро Порошенко – ввійшов в політичний простір від початку саме як успішний бізнесмен, що спромігся налагодити ефективну систему управління значною сукупністю власних підприємств. Українці довірили управління державою саме тій людині, яка від початку вдало вирішувала питання управління власним бізнесом.

6. Висновки

Слід зазначити, що в сучасній Україні стрімко розвивається і система легітимного представництва інтересів великого бізнесу. При цьому основним каналом взаємодії бізнесу і державної влади стало представництво його інтересів у формі лобізму у всіх

його видах і проявах, а також функціонування системи консультацій, механізмів соціального партнерства та зв'язків з громадськістю. Стали складатися асоційовані групи інтересів, які виступали такими добровільними асоціаціями індивідів, які відрізняються від політичних партій. В якості членів громадянського суспільства, вони офіційно не брали участь у політичному житті країни, а лише впливали на уряд та інші політичні інститути, формально залишаючись за рамками політичної влади. Як основний метод своєї діяльності вони використовують консалтинг та формування бізнес-рекомендацій владі всіх рівнів, а також регулярне інформування громадськості та політичних лідерів про свої погляди та інтереси.

Література

1. Зомбарт, В. Буржуа: к истории духовного развития современного экономического человека. Т. 1 [Текст] / В. Зомбарт. – СПб.: Владимир Даль, 2005. – 480 с.
2. Стребков, А. Формирование гражданского общества и механизм разрешения социальных и этнических конфликтов [Текст] / А. Стребков, А. Даудов, М. Алдаганов. – СПб.: СПбГУ, 2003. – 195 с.
3. Чернышев, С. Суверенная держава: как заработать вместе со страной [Текст] / С. Чернышев. – М.: Европа, 2007. – 304 с.
4. Шумпетер, Й. А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия [Текст] / Й. А. Шумпетер. – М.: Эксмо, 2007. – 864 с.
5. Friedman, M. Capitalism and freedom [Text] / M. Friedman. – Chicago: University of Chicago Press, 1962. – 202 p.
6. Yefimenko, S. Socio-philosophical analysis of the causes of inactivity in the context of Ukrainian economic ethics [Text] / S. Yefimenko // Idei. – 5 (15), V. – P. 42–49.

References

1. Zombart, V. (2005). Burzhua: k istorii duhovnogo razvitija sovremennogo jekonomicheskogo cheloveka. Vol. 1. Sankt-Peterburg: Vladimir Dal', 480.
2. Strebkov, A., Daudov, A., Aldaganov, M. (2003). Formirovanie grazhdanskogo obshhestva i mehanizm razreshenija social'nyh i jetnicheskikh konfliktov. Sankt-Peterburg: SPbGU, 195.
3. Chernyshev, S. (2007). Suverennaja derzhava: kak zarabotat' vmeste so stranoj. Moscow: Evropa, 304.
4. Shumpeter, J. A. (2007). Teorija jekonomicheskogo razvitija. Kapitalizm, socializm i demokratija. Moscow: Jeksmo, 864.
5. Friedman, M. (1962). Capitalism and freedom. Chicago: University of Chicago Press, 202.
6. Yefimenko, S. Socio-philosophical analysis of the causes of inactivity in the context of Ukrainian economic ethics. Idei, 5 (15), V, 42–49.

*Рекомендовано до публікації д-р філос. наук, професор Боринштейн Р. Є.
Дата надходження рукопису 18.09.2015*

Єфіменко Сергій Анатолійович, здобувач, кафедра філософії та соціології, Південноукраїнський національний педагогічний університет ім. К. Д. Ушинського, вул. Старопортофранківська, 26, м. Одеса, Україна, 65000
E-mail: karnall@mail.ru