

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-326-48>

УДК 332:334

ТЕРЕНЯК Лілія

Державний біотехнологічний університет

<https://orcid.org/0000-0002-2210-0702>

e-mail: terenyak_liliya@ukr.net

ХАРЧЕНКО Павло

Українська інженерно-педагогічна академія

<https://orcid.org/0009-0006-6427-0570>

e-mail: paulkharchenko@gmail.com

КЛЮЧОВІ ФАКТОРИ СПРИЯННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА НА МІСЦЕВОМУ РІВНІ

У статті розглянуто роль органів місцевого самоврядування у сприянні розвитку підприємництва на місцевому рівні. Серед проблем, що виникають під час взаємодії структурних підрозділів адміністрацій із господарюючими суб'єктами, можна насамперед, це відсутність добре налагодженого діалогу, взаєморозуміння, причиною якого є нестача інформації, почасти через швидко мінливе законодавство, і відсутність інституційно закріплених принципів цього діалогу. Ще одна проблема пов'язана з тим, що у підприємців немає постійних партнерів в адміністраціях, осіб або підрозділів, до яких можна було б звернутися з будь-якого питання в будь-який час. А без цього не може йти й мови про формування довіри до адміністрації з боку підприємців, створення атмосфери відкритості та ясності.

Найважливішими перешкодами на шляху до широкого впровадження механізму конкурсного розміщення публічних закупівель є і несвоєчасне ухвалення місцевих бюджетів, і відсутність цивілізованих, прозорих методів та правил щодо розміщення закупівель.

Ключові слова: підприємництво, місцеве самоврядування, економічний розвиток територій, адміністративно-територіальна одиниця; публічні закупівлі, партнерство.

TERENIAK Liliya

State Biotechnological University

KHARCHENKO Pavlo

Ukrainian Engineering and Pedagogical Academy

KEY FACTORS FOR PROMOTING ENTREPRENEURSHIP AT THE LOCAL LEVEL

The article examines the role of local governments in promoting entrepreneurship at the local level. An analysis of the situation in most local governments revealed that it is small private enterprises that provide them with significant revenues to the local budget, the share of which often exceeds revenues from state-owned enterprises and formerly privatized complexes.

Among the problems that arise in the interaction of structural units of administrations with business entities are, first of all, the lack of a well-established dialogue, mutual understanding, which is caused by a lack of information, partly due to rapidly changing legislation, and the lack of institutionalized principles of this dialogue. Another problem is that entrepreneurs do not have permanent partners in administrations, people or departments to whom they can turn to on any issue at any time. Without this, it is out of the question to build trust in the administration on the part of entrepreneurs, to create an atmosphere of openness and clarity.

The most important obstacles to the widespread introduction of the competitive public procurement mechanism are the untimely adoption of local budgets and the lack of civilized, transparent methods and rules for placing procurement. In addition, the development of competition through these procedures is significantly hampered by the strong and actively lobbied interests of not only certain agencies, but also individual officials, and sometimes by the merger of business entities with these agencies. This requires the creation of a system of control over the correctness of public procurement placement, as well as sanctions for violation of the principles and procedure of placement.

In preparing for the future, it is necessary to respond to both traditional and new challenges associated with the war: destruction of infrastructure, reduced demand for goods and services, human resources problems, lack of working capital financing, and logistical problems.

Keywords: entrepreneurship, local self-government, economic development of territories, administrative-territorial unit; public procurement, partnership.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Як суспільне явище підприємництво вирізняється багатовіковою історією. Уже з XVII століття вчені різних країн займалися розробленням теорії підприємництва. Між тим, основні положення цих теорій за кілька століть кардинально не змінилися з огляду на те, що підприємництво, незважаючи на перетворення своїх форм із плином часу, зберігало свою сутність. Тому загалом основні положення цих теорій зводяться до трьох ключових моментів. По-перше, як основну мету підприємництва виокремлюють перетворення виробництва, засноване на використанні нових технологій і техніки. По-друге, підприємництво притаманне всім суспільно-економічним формаціям. По-третє, вирішальну роль у генезисі та еволюції підприємництва відіграє господарсько-політичне середовище.

До початку повномасштабного вторгнення РФ на територію України вітчизняна бізнес-спільнота в цілому була визначена двома яскравими сегментами. З одного боку, це близько 500 великих підприємств з оборотом понад \$100 млн. (переважно державні підприємства або компанії які зосередилися в руках олігархів) і це приблизно 30% загального обороту корпоративного сектору.

З іншого боку, існувало близько 400 000 малих і середніх підприємств (МСП) та близько 1,6 млн приватних підприємств. Разом вони становлять решту – близько 70% загального обороту. Проте, згідно з аналізом лише близько 60% зареєстрованих МСП насправді є діючими, тоді як інші 40% не ведуть регулярної комерційної діяльності. Останні можуть бути підприємствами-сателітами великого бізнесу, створеними з метою оптимізації оподаткування, «сплячими» компаніями тощо [1].

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Найглибшого аналізу проблеми підприємництва набули в працях зарубіжних дослідників, таких як А. Сміт, І. Шумпетер, Ж. Сей, Д. Кларк, М. Вебер, Р. Кантільон [2]. Останнім і було введено в науковий обіг сам термін "підприємництво". У вітчизняній же економічній літературі тривалий час розглядалися лише деякі аспекти цієї проблеми. Однак досвід країн, що пережили економічну кризу, довів необхідність проведення політики, орієнтованої на надання допомоги та сприяння розвитку малого і середнього підприємництва, без якої неможливо досягти відчутних результатів з досягнення збалансованого економічного зростання. Такі необхідні для розвитку сучасної економіки умови, як нейтралізація монополізму, формування дедалі більшої кількості робочих місць, оздоровлення природного середовища, неможливі без функціонування середніх та особливо малих підприємств, які відіграють важливу роль у розвитку економіки, а саме: підприємництва. Із цього випливає, що підприємництво потребує державної, але ще більшою мірою місцевої підтримки (Ács, Autio, Szerb, 2014; Åslund, 2012; Decarolis, Giorgiantonio, 2014; Goretsky, 1986; Lyne, 1996; Millán, Congregado, Román, 2014; Sarafopoulos, Ioannidis, 2014; Simcoe, Toffel, 2014) [3-11]. І це питання має надзвичайно актуальний характер, оскільки зачіпає економіку, політику, екологію, тобто, по суті, всі життєво важливі сфери суспільства.

Нині в багатьох населених пунктах країни вже створено й активно функціонують органи зі сприяння розвитку підприємництва, якими в більшості випадків виступають утворені на базі місцевих адміністрацій спеціальні підрозділи, що координують взаємодію районних і міських адміністрацій із підприємцями. Ці відділи основним своїм завданням мають забезпечення постійного діалогу та двостороннього обміну інформацією, а також консультування підприємців із правових аспектів питань оподаткування та інших виробничих проблем, що постійно виникають.

Під час аналізу ситуації, що склалася в більшості органів місцевого самоврядування, виявилось, що саме малі приватні підприємства забезпечують їм значні надходження до місцевого бюджету, частка яких часто перевищує надходження від державних підприємств і колись приватизованих комплексів. Тим часом мале і середнє підприємництво вирізняється недостатньо швидкими темпами розвитку, в якому до того ж присутні й відчутні диспропорції. У цьому разі йдеться про недостатній розвиток підприємництва у виробничій сфері. Як відомо, найбільша частка малих і середніх підприємств припадає на сферу торгівлі, а не на створення і випуск нової продукції. У цих умовах першочерговим важливим завданням для місцевих адміністрацій стає розробка концепцій з економічного розвитку територій, що сприяють ініціації створення не просто приватного бізнесу, а бізнесу, орієнтованого на виробничу сферу.

ВИДІЛЕННЯ НЕВИРШЕНИХ РАНІШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ, КОТРИМ ПРИСВЯЧУЄТЬСЯ СТАТТЯ

Незважаючи на значну кількість досліджень у сфері розвитку підприємництва на місцевому рівні лишається недостатньо дослідженим питання ролі і значення органів місцевого самоврядування при створенні сприятливого правового та адміністративного середовища для місцевого бізнесу. А саме аспекти партнерства між владою та бізнесу, взаємодовіри, взаємодопомоги та ефективної взаємодії для забезпечення економічного розвитку територій, в тому числі через систему організації публічних закупівель на конкурсній основі.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою статті є вивчення організаційно-правових форм реалізації підприємницької діяльності, механізмів впливу на господарюючі суб'єкти з боку органів місцевого самоврядування.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Серед проблем, що виникають під час взаємодії структурних підрозділів адміністрацій із господарюючими суб'єктами, можна назвати кілька найсуттєвіших. Насамперед, це відсутність добре налагодженого діалогу, взаєморозуміння, причиною якого є нестача інформації, почасти через швидко мінливе законодавство, і відсутність інституційно закріплених принципів цього діалогу. У багатьох випадках бюрократичний апарат сприймається підприємцями як такий, що діє повільно і багато в чому заважає.

Інша проблема пов'язана з тим, що у підприємців немає постійних партнерів в адміністраціях, осіб або підрозділів, до яких можна було б звернутися з будь-якого питання в будь-який час. А без цього не може йти й мови про формування довіри до адміністрації з боку підприємців, створення атмосфери відкритості та ясності. Будь-який підприємець, будучи недосвідченим в адміністративних питаннях, прагне знайти в особі адміністрації не тільки союзника, а й свого роду захисника власних інтересів.

Оскільки органи місцевого самоврядування мають свої відмінні риси і фінансові можливості, до формування в структурі місцевих адміністрацій підрозділів зі сприяння розвитку підприємництва не можна використовувати стандартний підхід, важливо в кожному окремо взятому випадку підходити до цього питання індивідуально. Однак яку б організаційну форму не мав відділ, що займається питаннями підприємницької діяльності, його має очолювати компетентна особа, яка має довіру як у самої адміністрації, так і у підприємців. Крім того, він повинен мати достатню компетенцію, що дає змогу без труднощів одержувати довідкові та інформаційні матеріали й ухвалювати відповідні рішення.

Загалом же відділи при міських або районних адміністраціях – це органи, покликані надавати всебічну підтримку підприємцям і сприяють налагодженню взаємодії не тільки між органами місцевого самоврядування та господарюючими суб'єктами, а й між підприємцями та сторонніми організаціями з підтримки розвитку підприємництва. Тобто йдеться про підтримку розвитку інфраструктури підприємницької діяльності, яку формують три категорії органів та організацій – це структури підприємців, що самоорганізуються; органи, що сприяють взаємодії підприємців і місцевої адміністрації; сторонні організації, що надають підтримку в розвитку підприємництва.

Специфіка кожної окремої структури визначає конкретні завдання, що стоять перед тими чи іншими органами. Але загальною метою для всіх них буде виступати всебічне сприяння розвитку підприємництва, а, в кінцевому рахунку, сприяння сприятливому економічному розвитку адміністративно-територіальної освіти, яка багато в чому зумовлена участю місцевих підприємців і досить налагодженим діалогом із ними. Такий діалог зовсім не вказує на необхідність окремих структур або чиновників адміністрацій щоразу безпосередньо вдаватися до думки підприємців у розв'язанні проблем, що виникли. Для зручності та ефективності в налагодженні систематичного контакту з підприємцями слід звертатися до тих, що представляють інтереси, як усіх підприємців, так і їхніх певних груп, відповідним органам або організаціям, розташованим на території адміністративно-територіальної одиниці. Такими структурами можуть виступати ради, спілки або асоціації підприємців, які є, відповідно до Цивільного кодексу, некомерційними організаціями, що об'єднують юридичних і (або) фізичних осіб, які виступають у ролі господарюючих суб'єктів.

Природно, що недостатньо створити подібні організації, важливим є ще й забезпечення їхньої активної участі у найбільш важливих для місцевих органів влади питаннях, що стосуються його економічного та стратегічного розвитку, а також створення механізму, що дає змогу підтримувати таку участь на постійній основі. І тут важлива не стільки матеріальна, скільки забезпечена з боку місцевої адміністрації організаційна та інституціональна основа цієї участі, яка дає змогу регулярно, а не час від часу обмінюватися інформацією, спільно готувати та приймати рішення, що стосуються підприємців. Крім того, організації підприємців, тобто будь-які форми їхніх об'єднань, повинні мати можливість вирішувати першочергово важливі для себе завдання, а саме:

- представляти свої інтереси в переговорах з будь-якими структурами, особами та органами, включно з органами місцевого самоврядування;
- організувати і проводити різні семінари, заходи, з'їзди, конференції, круглі столи присвячені найактуальнішим питанням підприємництва;
- поширювати інформацію, що цікавить підприємців;
- організувати спільну участь у виставках і ярмарках, здійснювати інші заходи рекламного характеру, а також проводити спільний маркетинг;
- вносити свою частку в розробку програм соціально-економічного розвитку території;
- брати участь в обговоренні питань щодо створення та забезпечення доброзичливого інвестиційного клімату на відповідній території;
- підтримувати підприємців у різних інстанціях, аж до судових, у разі виникнення різних незаконних бар'єрів, що перешкоджають підприємницькій діяльності, а також у разі виникнення суперечок, як між самими підприємцями, так і у випадках, коли хоча б однією стороною виступає підприємець або підприємство [12].

Усі питання щодо діяльності організацій з підтримки підприємців, включно з її фінансовою стороною, мають відображатися в їхніх установчих документах. Наприклад, для асоціацій або спілок підприємців Цивільний кодекс встановлює в якості таких документів підписаний усіма членами цих організацій установчий договір і затверджений ними Статут [13].

Таким чином, створення організацій, що забезпечують підтримку і розвиток підприємництва, може відбуватися в різних формах. Важливо, щоб вони не замикалися в рамках однієї адміністративно-територіальної одиниці, а прагнули набути статусу організацій регіонального та міжрегіонального рівня.

Найважливішим інструментом розвитку підприємництва на місцевому рівні є конкурсне розміщення публічних закупівель. Якщо брати до уваги обставини як політичного, так і суто економічного характеру, то питання про врегулювання відносин у сфері розміщення публічних закупівель набуває великої актуальності характеру. До головних причин, що зумовлюють значущість цих відносин, можна віднести такі:

- присутність у цих відносинах безпосередньо органів публічної влади, що діють від імені та в інтересах усього населення;
- використання для оплати, розміщених закупівель, коштів платників податків;
- розв'язання такої проблеми, що постійно постає перед органами державної влади та влади адміністративно-територіальних утворень, як економне витрачання коштів бюджетів;
- необхідність у створенні умов, спрямованих на підтримання і розвиток вільної конкуренції між підприємцями.

Усі зазначені обставини зумовлюють необхідність у ретельному, коректному і контрольованому підході до питання про розміщення публічних закупівель.

Оскільки більшість адміністративно-територіальних одиниць перебуває сьогодні в досить обмежених фінансових умовах, конкурсне розміщення публічних закупівель викликає з боку місцевої влади підвищену увагу. По-перше, цей механізм сприяє економії бюджетних грошей, а іноді в значних розмірах, по-друге, завдяки йому у підприємців-початківців з'являється реальна можливість брати участь в відкритій конкурентній боротьбі. Для дієвості останнього чинника важливо, щоб на території адміністративно-територіальної одиниці діяли чітко регламентовані правові норми щодо регулювання різних аспектів конкурсного розміщення закупівель, ретельно прописувалися правила участі в конкурсах і допускалися всі претенденти без будь-якої дискримінації.

Слід сказати, що у конкурсному розміщенні публічних закупівель є і свої супротивники, які вважають неможливим широке запровадження цього інституту, оскільки в адміністративно-територіальній одиниці значна частина розрахунків відбувається шляхом взаємозаліків, а не за готівкові кошти. Це, на думку прихильників цієї позиції, звужує можливості місцевої адміністрації, яка прагне розмістити публічні закупівлі лише серед тих підприємств, які є боржниками перед бюджетом. Адміністрація не здійснює реальну оплату таким підприємствам за виконання закупівель, а списує з нього його заборгованість. На практиці ж це веде до негативних наслідків, таких як:

- необгрунтоване і часто вельми істотне завищення ціни за надану в рамках замовлення послугу;
- відсторонення від конкурсної боротьби більшої частини підприємств;
- підтримка з боку адміністрації тих підприємств, які часто виявляються нежиттєздатними, і позбавлення реального шансу більш перспективних підприємств.

Найважливішими перешкодами на шляху до широкого впровадження механізму конкурсного розміщення публічних закупівель є і несвоєчасне ухвалення місцевих бюджетів, і відсутність цивілізованих, прозорих методів та правил щодо розміщення закупівель. Остання обставина спричинена низкою причин, і, насамперед, слабким розвитком законодавства, що регулює різні процедури розміщення публічних закупівель. Крім того, розвитку конкурентної боротьби шляхом здійснення цих процедур істотно заважають сильні й активно лобійовані інтереси не тільки певних відомств, а й окремих чиновників, а часом і зрощення господарюючих суб'єктів із цими відомствами. Це вимагає створення системи контролю за правильністю розміщення публічних закупівель, санкцій за порушення принципів і порядку розміщення.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Підбиваючи підсумок вищесказаного, важливо ще раз підкреслити, що конкурсне розміщення публічних закупівель – це не тільки принцип розпорядження бюджетними коштами, що забезпечують прозорість та економність їхнього витрачання, а й дієвий інструмент розвитку підприємництва, оскільки адміністративно-територіальна одиниця, будучи щорічним замовником великих обсягів товарів, послуг та робіт, виступає для підприємців у ролі доволі привабливого ділового партнера. Важливе для підприємців і суспільне визнання їхньої праці, отримане під час перемоги на конкурсі та укладення спільного контракту з органами публічної влади. І нарешті, для підприємця виявляється вигідним укладати контракт із адміністративно-територіальними одиницями з огляду на те, що жодна адміністративно-територіальна одиниця не можна визнати банкрутом, а отже, завжди є можливість стягнення боргу із замовника, який прострочив оплату за поставлені товари, надані послуги та виконані роботи.

Готуючись до майбутнього, слід відповідати як на традиційні, так і на нові виклики, пов'язані з війною: руйнування інфраструктури, зниження попиту на товари та послуги, проблеми з кадрами, брак фінансування оборотного капіталу та логістичні проблеми.

Література

1. Як після війни Україна має відновлювати економіку та бізнес. Велике дослідження <https://www2.deloitte.com/ua/uk/pages/press-room/deloitte-press/2022/how-should-ukraine-rebuild-its-economy-and-business-after-the-war.html>

2. Донець Л.І., Романенко Н.Г. Основи підприємництва. Навчальний посібник / Л.І. Донець – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 320 с
3. Ács, Z.J., Autio, E., Szerb, L. (2014). National Systems of Entrepreneurship: Measurement issues and policy implications. *Research Policy*, 43(3), 476-494. doi: 10.1016/j.respol.2013.08.016
4. Åslund, A. (2012). How entrepreneurship could be promoted after the collapse of a socialist economic system. *Journal of Asian Economics*, 23(2), 157-167. doi: 10.1016/j.asieco.2011.09.003
5. Decarolis, F., Giorgiantonio, C. (2014). Local public procurement regulations: The case of Italy. *International Review of Law and Economics*, doi: 10.1016/j.irle.2014.08.004
6. Goretzky, M. (1986). Market planning for government procurement. *Industrial Marketing Management*, 15(4), 287-291. doi: 10.1016/0019-8501(86)90020-9
7. Lyne, C. (1996). Strategic procurement in the new local government. *European Journal of Purchasing & Supply Management*, 2(1), 1-6. doi: 10.1016/0969-7012(95)00022-4
8. Millán, J.M., Congregado, E., Román, C. (2014). Persistence in entrepreneurship and its implications for the European entrepreneurial promotion policy. *Journal of Policy Modeling*, 36(1), 83-106. doi: 10.1016/j.jpolmod.2013.10.001
9. Sarafopoulos, G., Ioannidis, P.G. (2014). Local Agents' Cooperation as a Signal Game: Firms, Local Governments and Investment Strategies. *Procedia Economics and Finance*, 9, 133- 141. doi: 10.1016/S2212-5671(14)00014-8
10. Simcoe, T., Toffel, M.W. (2014). Government green procurement spillovers: Evidence from municipal building policies in California. *Journal of Environmental Economics and Management*, 68(3), 411-434. doi: 10.1016/j.jeem.2014.09.001
11. Планування розвитку територіальних громад. Навчальний посібник для посадових осіб місцевого самоврядування / Г. Васильченко, І. Парасюк, Н. Єременко / Асоціація міст України – К., ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ»», 2015. – 256 с
12. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. № 435-IV// Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 40-44 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15>

References

1. Yak pislya viyny Ukraina maє vidnovluyaty ekonomiku ta biznes. Velyke doslidzhenya. - Rezhim dostupa: <https://www2.deloitte.com/ua/uk/pages/press-room/deloitte-press/2022/how-should-ukraine-rebuild-its-economy-and-business-after-the-war.html>
2. Donec L.I., Romanenko N.G. Osnovy pidpruemnyctva. Navchalnyi posibnyk – K.: Centr navchalnoi literatury, 2006. – 320 s
3. Ács, Z.J., Autio, E., Szerb, L. (2014). National Systems of Entrepreneurship: Measurement issues and policy implications. *Research Policy*, 43(3), 476-494. doi: 10.1016/j.respol.2013.08.016
4. Åslund, A. (2012). How entrepreneurship could be promoted after the collapse of a socialist economic system. *Journal of Asian Economics*, 23(2), 157-167. doi: 10.1016/j.asieco.2011.09.003
5. Decarolis, F., Giorgiantonio, C. (2014). Local public procurement regulations: The case of Italy. *International Review of Law and Economics*, doi: 10.1016/j.irle.2014.08.004
6. Goretzky, M. (1986). Market planning for government procurement. *Industrial Marketing Management*, 15(4), 287-291. doi: 10.1016/0019-8501(86)90020-9
7. Lyne, C. (1996). Strategic procurement in the new local government. *European Journal of Purchasing & Supply Management*, 2(1), 1-6. doi: 10.1016/0969-7012(95)00022-4
8. Millán, J.M., Congregado, E., Román, C. (2014). Persistence in entrepreneurship and its implications for the European entrepreneurial promotion policy. *Journal of Policy Modeling*, 36(1), 83-106. doi: 10.1016/j.jpolmod.2013.10.001
9. Sarafopoulos, G., Ioannidis, P.G. (2014). Local Agents' Cooperation as a Signal Game: Firms, Local Governments and Investment Strategies. *Procedia Economics and Finance*, 9, 133- 141. doi: 10.1016/S2212-5671(14)00014-8
10. Simcoe, T., Toffel, M.W. (2014). Government green procurement spillovers: Evidence from municipal building policies in California. *Journal of Environmental Economics and Management*, 68(3), 411-434. doi: 10.1016/j.jeem.2014.09.001
11. Vasylychenko G., Parasuk I., Eremenko N. Planuvannya rozvytku terytorialnykh громад. Navchalnyi posibnyk dlya posadovykh osob misceвого samovryaduvannya. Asociaciya mist Ukrainy – K., TOV «PIDPRYEMSTVO «VI EN EY»», 2015. – 256 s.
12. Cывильный кодекс Украины від 16.01.2003 р. № 435-IV// Vidomosti Verhovnoi Rady Ukrainy. – 2003. – № 40-44 [Elektronnyi resurs] – Rezhim dostupa: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15>