

Ростислав Балабан

КОНФІГУРАЦІЯ ВЛАДИ ТА БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Стаття присвячена аналізу співвідношення бізнесу та влади в Україні.

Ключові слова: Україна, влада, бізнес, політика.

Rostyslav Balaban. The correlation of business and power in Ukraine.

The present article addresses the correlation of power and business in Ukraine.

Keywords: Ukraine, power, business, politics.

Великий бізнес в Україні має державне походження і є «злитим» з державою (владою). Влада та великий бізнес не залежні й не зацікавлені в суспільстві, й споживчому ринку. Велика частка населення зайнята в архаїчному господарстві. Малий і середній бізнес слабкий і не є впливовою електоральною групою. Суспільство патерналістське. Ці умови формують стільникове суспільство.

Аналізуючи сучасну економіку України, модель відносин бізнесу та влади потрібно зазначити про базис, від якого вона стала похідною, а саме радянську модель економіки.

Не можна не згадати, що радянські системи влади й державності, які існували до 1991 р., формували специфічні умови для існування бізнесу. Сам термін був неприйнятним, оскільки майже все було державним з державним управлінням. Хоча і визначалось, як народна власність, народне господарство. Розуміючи під цим, що весь народ володів всією власністю. Існували і колективні форми власності, як то колгосп, що підпадали під те ж державне (або одержавлене) управління, мало чим відрізнялися, по суті, від державної власності, оскільки колектив не був розпорядником майна і управління.

Максимум, що допускалось у СРСР із приватного, це індивідуальне підсобне господарство. До речі, його статус визначали, як індивідуальне користування, не застосовувався термін, а ні «бізнес», а ні «приватна власність», настільки ці інститути були антиподами системи. Індивідуальне

господарство було, як правило, натуральним, не механізованим, хоча і спромагалось надлишки давати на базар. Це був чи не єдиний дозволений сегмент приватної справи. Хоча знову ж працювати на базарі можна було у вільний від іншої роботи час. Громадянин не міг бути не задіяний у народному господарстві. Інші види трудової ініціативи були напівлегальні, як то пошиття вдома і т. д.

Органами, що здійснювали управління, були виконкоми (адміністрації) та парткоми (партійні комітети, як райком, обком і ЦК). Вони стояли вище над дирекцією підприємства, а останні були підзвітні їм. Причому партійна ланка часто була домінуюча та визначальна в управлінні й контролі. Плани та програми приймалися на партійних з'їздах, відповідно партійні осередки уповноважувались здійснювати контроль. Відтак був сформований директорський корпус різних державних підприємств, які, як правило, працювали тривалий час і були орієнтовані на підзвітність у стабільній директивній економіці, без практики і знання, як просувати товар, як рекламувати, скільки виробляти тощо. Сучасною мовою: в країні формувався брак топ-менеджерів, відсутність підприємницького духу й ініціативи.

Також специфічне те, що арбітром між виробництвом і споживанням був не ринок, а чиновник. Останній здійснював планування, контроль і інспектування. Проте радянський чиновник хоча і був «всесильним», але він не проявлявся як домінуючий над виробником. Він сам по собі мав ряд обмежень. Нашому часові впадалась тільки ознака «всесильності» чиновника в прийнятті рішення.

Замість окремих державних об'єктів з'явилися приватні ініціативи, які не мають ні державного захисту, ні правового. Тому сучасні приватні бізнеси ставали під патронат не системи, а окремого чиновника. Зрештою «чиновник» став продукувати бізнеси. І як демонструє життя, вільний бізнес не конкурентоздатний із бізнесом від влади, не за якістю, а саме за захищеністю, замовленнями і т. д.

Радянська економіка з єдиним державним центром управління в особі тогочасних менеджерів (хоча сам термін був відсутній і неможливий у застосуванні), ми маємо на

увазі секретарів партійних організацій різних рівнів, прагнула до централізації та гігантоманії.

Існували великі державні підприємства з державним управлінням. Для ілюстрації їх розміру наведемо таке, що на території функціонували автобусні маршрути, будинки культури і т. д. Таке підприємство було не просто окремою виробничою установою, а специфічним соціально-економічним організмом, який включав і «соціалку» (соціальну сферу). Радянське підприємство будувало лікарні, табори відпочинку, житло й інше, що належало підприємству. Чисельність працівників таких підприємств могла скласти 6–7 тис. працівників, як наприклад, «Авдієвський коксохімічний завод», заснований 1963 р. У СРСР великі підприємства (більше 1000 працівників) складали 10,9 % від загального числа підприємств і концентрували 61,5 % робочої сили [1]. Офіційна політика була спрямована на «концентрацію соціалістичного виробництва». Характеризуючи принципи такого управління цей феномен називався гігантоманія. (Відзначимо, що сучасні капіталістичні концерни мають аналогічні ознаки.)

Підсвідомо «влада», як організатор і керівник економіки, прагнула створити щось визначне, щоб демонстративно домінувати із «Заходом» (капіталістичним світом), як елемент пропаганди, також те, що «влада» концентрувала та централізувала не просто великий ресурс, а весь ресурс і тому їй було «легше» в одному місці будувати, щось велике, що легше контролювати і що дасть великі обсяги продукції для насичення дефіцитного попиту чи оборонки.

Навіть побутове обслуговування було монополізоване та централізоване, що підпадало під керівництво спеціального міністерства побутового обслуговування, створеного в 1965 р. Тобто держава керувала і перукарнями, що априорі не могли бути гігантськими, вона їх об'єднувала в управління й таке інше. В побутовому обслуговуванні було задіяно (1968 р.) 1,65 млн. людей. Під них створена мережа навчальних закладів, дослідних інститутів тощо.

Ключова характеристика вищенаведеного – це відсутність приватної ініціативи, ризиків, приватної власності з державним управлінням і державним забезпеченням.

Конкуренція була виключена, оскільки представлялась одна торгова марка, а саме «державна». Була навіть реклама, як то «Летайте самолётами аерофлота», але інших літаків і авіакомпаній у СРСР не було. Система змагань вводилась через «соціалістичне змагання», яке оцінювало кількісні показники самими ж учасниками виробництва, а не ринком попиту та пропозиції.

Люди прагнули придбати імпортне, але це не впливало на асортимент чи технології вітчизняних підприємств. Єдиним імпортером була теж держава. До речі, у 1980–90-ті рр. існував термін «дістати», що пояснює деяку специфіку економіки. Ключовим було не купити, а дістати. Оскільки устрій був таким, що грошима володіли всі. Навіть маргінальні категорії контролювались державою так, що вони не могли спуститись нижче якоїсь межі. Держава займалась працевлаштуванням, а безробіття навіть переслідувалось. Тому потрібні були не тільки гроші, але й зв'язки, або, як називали, «блат».

Також обмежувались державою можливості щодо розкоші громадян, обмежувались можливості придбання індивідуального житла, автомобілів та інше. Можливі наявні ознаки розкоші правлячої еліти не популяризувались, а інформація не була доступна загалом, що вигідно відрізняє радянську систему від сучасної. Причому, як стало відомо в наш час, «перші особи» часто були аскетами. З одного боку, вони були на державному забезпеченні і це було нормою, з іншого – вони управляли всім гігантським ресурсом і будь-яке їх бажання могло бути виконане. Не було потреби і культури демонстрації розкоші чи матеріальної зверхності, хоча їх діти або рідні могли зловживати таким, але знову ж пропаганда тотально обмежувала можливість поширення такої інформації.

Для радянської людини, яку виховали до 80–90-х рр. базовим було житло, яке надавала держава, і його потрібно чекати, автомобіль, який можна купити з розподілом на підприємстві, далі в побуті – кришталь, книжки, килим.

Причому цікаво, що в більшості людей не виникало питання перепродати та збагатитись, оскільки метою було хоча б самозабезпечення товаром. Умовне збагачення в

грошовому еквіваленті нічого не означало, оскільки для придбання товару потрібні були знову ж зв'язки.

У свою чергу, навіть переслідувались по закону ті, хто намагались перепродати. Останніх називали спекулянтами, або фарцовщиками. Переслідування законом означало, що ініціативний громадянин, який перепродавав або підпільно виробляв і продавав, міг отримати термін ув'язнення до початку перебудови 1985 р. Сказати тільки, що в 1961 р. був підписаний указ про посилення відповідальності за порушення правил валютних операцій, що передбачав смертну кару.

До початку дев'яностих, окремі групи товару навіть не розглядались як такі, що можна придбати. Це питання житла. Комерційна нерухомість навіть в уявленні не існувала. Земля не мала вартості й не продавалась, а в користування надавалась реально безкоштовно.

Багато принципів, що формували радянську економіку та були її непохитним фундаментом, стали вибухово-руйнівними вже за кілька років.

Що було отримано в 90-ті:

1. Значення партійних осередків демонтовано. Підприємства перестали бути підзвітними і так само відомими. Але керівництво цих підприємств, яке виховувалось на чіткому підпорядкуванні, не було обізнано, навчено, що робити з наявним ресурсом. Держзамовлення як регулятор зникло.

2. Відбулося збагачення тих, хто міг «взяти» товар і сировину в підприємства та реалізувати їх в іншому місці. Таку просту дію не могли реалізувати колишні радянські директори. Підприємства бідніли, а їх «друзі» збагачувались.

3. Початки кооперативного руху – це оренда або цех із дрібним виробництвом, переважно товарів легкої промисловості.

4. Ринок, але не в розумінні вільного ринку, а в розумінні базарів, де можна було щось продавати, те, що завозили «човникарі»; про поставки мова не йшла.

5. Рекет і бригади, які підмінили державні функції, але були зламані за часів міністра МВД Кравченка. Пізніше контролюючі органи увібрали ознаки рекету.

6. Диспропорція цін. Для прикладу на дрібному рівні приведемо таке: популярними були «відіки», коли ставився відеомагнітофон (а в більшості їх не було) на перегляд фільму, як правило, на піратській копії, збирались глядачі; вартість перегляду – 1 руб. При кількості 20–30 глядачів за 7–6 сеансів заробіток складав місячну платню пересічних громадян. Причому, придбати «відік» було не просто з-за відсутності у вільному продажі та ціни, яка могла складати річну, а то і більше, суму заробітних плат. Таж диспропорція була і на інших рівнях, коли, за словами одного інтерв'юера, вартість телефону-факсу рівнялась кільком тоннам алюмінію. А за такий тоннаж сировини на «Заході» можна придбати сотні цих же телефонів. Зрозуміло, що таке могли реалізувати одиниці, хто мав доступ до «народної» сировини, міжнародних контрактів і виїзду за кордон.

7. Вимивання заощаджень і збідніння населення.

8. Низька ініціативність.

9. Депресивність державного виробництва.

Збідніння населення не виправлялось державою шляхом економічних реформ. Колись соціалістична, а тепер соціальна держава намагалась розрахуватись пільгами. Умовно за низькі пенсії держава давала безкоштовний проїзд. Але тепер транспорт ставав не тільки державним, викликаючи інші конфлікти. Проте система пільг розрослась, причому дивним чином. Пільги переважно не спускались до низових прошарків, а все частіше збирались біля владних мужів. За словами віце-прем'єр-міністра – міністра соціальної політики С. Тігіпка, тільки 23 % усіх соціальних пільг отримують малозабезпечені громадяни.

Держава (влада) не спромоглась навіть до ленінських закликів часів НЕПу, як то вчітсья торгувати, вчітсья продавати і так далі. Перші особи держави були над цими процесами. Рупором влади ставали виборчі кампанії. Перше десятиріччя лейтмотивом багатьох виступів було таке: «ми такі ж бідні, як і ви», «ми дамо», «зробимо, щоб було краще». Тобто жодного пробудження ініціативи, захоплення патерналістських настроїв і жодних системних реформ.

Позитивні реформи відбувались, як обмеження кількості податкових рейдів і перевірок підприємства. Але система залишилася такою, що будь-який бізнес залежний від державних органів, а значить, від чиновника. Причому не в розрізі якості та надання послуг, а в розрізі залежності від чиновника. Парадоксально, але саме за словами чиновників-інтерв'юєрів ми чуємо, що «я можу закрити будь-який бізнес». Це здійснюється такими службами, як санепідемстанція, пожежна інспекція і, при потребі, податковими службами. Окрім цього наявні всілякі дозвільні документи тощо. Це є державні органи, які знаходяться на державному фінансуванні та підсвідомо мають за мету не дозволяти. Чим вищий ступінь заборон і «тертя» в просуванні дозволу, тим більше з'являються неофіційні заохочення чиновників. У результаті машина дозволів перетворюється на самозаохочення до появи нових перепон. В результаті працює така система, що бізнес, який потребує фінансових, людських ресурсів, з рештою роботи отримує чиновницьку протидію. Отриманий прибуток іде на оплату праці, оренду, рекламу, дозволи та інше. Натомість чиновник на дозвільному рішенні, не орендуючи, не оплачуючи працю, зрештою не сплачуючи податки, отримує зиск. Ці два суб'єкти стають не конкурентними між собою. Саме тому ми маємо чиновників на низьких заробітних платах, які ні в якому разі не готові покинути своє місце при цьому зовні не виглядають бідними. Узагальнюючий показник – це рейтинг корумпованості. Так Україна на 152 місці за ступенем корумпованості [2]. Цікаво, що акції по боротьбі з корупцією мають наслідок її поширення та збільшення «тарифів».

Ініціатива Президента (2004–2009 рр.) В. Ющенка про спрощення дозвільних рішень і створення «єдиного вікна» з першого дня виявилась потворною. Дозвільні центри стали додатковою ланкою перепони в просуванні рішення. Тобто хибно влаштована система не може мати окрему «ідеальну» ланку.

Одним із деформаторів став принцип безкоштовного виділення землі. Це була основа радянської ідеології. Після розпаду СРСР і майже два десятиліття цей принцип зберігався, що земля виділялась безкоштовно. Але він

перетворився в таке, що фізичні та юридичні особи могли отримувати в користування землю. Ця земля могла використовуватись комерційно, цінність її зростала і вона могла бути продана за різними юридичними схемами продана. Відтак безкоштовно отримавши та продавши прямий зиск отримує вказаний суб'єкт. Такий обіг повторювався, а доступ до нього мали одиниці.

Відповідно дохідність залежала від наближення до владних органів. Як виявилось, безкоштовність землі залишилась, а ідейність рівності відійшла. Очевидно, що сьогодні наявні реальні оператори з величезними статками землі. Ця тема не популяризувалась і не вивчалась, її можна вчислити за опосередкованою інформацією. Негатив цього такий, що власник не зацікавлений у ефективному використанні й не встигає її освоїти. В період, коли ціни на землю постійно зростали, важливим було їх утримувати, як самодостатній ресурс. Натомість, в аграрному секторі, прошарок дрібних землевласників, які б користувались не лише натуральним господарством, а могли насичувати ринок, не виріс.

У політичній інтерпретації маємо таке, що так звані за назвою селянські (СелПУ) й аграрні (АПУ) партії зійшли з політичної арени. Одна з причин – це брак лідера і розробки доктрини, але не менш важлива девальвація селянства та брак класу фермерів.

Нові власники колись державних (або народних) підприємств або земель стали володарями гігантського ресурсу. Банальний перепродаж давав більше ніж 100 % прибуток, створюючи, таким чином, вільні, або дикі капітали. Частина цих капіталів була використана на здобуття влади, оскільки наближення до влади забезпечує наведений цикл. Цим самим створивши специфічну категорію бізнесу, яка паралельна всім рівням влади. Навіть місцева влада намагалась не допускати до місцевих ресурсів сторонніх. З банальної причини, що доступ до ресурсу та збагачення оцінювались як загроза владі, тому місцеві політичні сім'ї створювали місцеві бізнес-клани.

Взаємодія останніх із пірамідою влади (фактично до 2004 р.) була така, що центральна влада особливо не перей-

малася малими місцевими кланами, але останні не ставали конкурентами з вищими по владній ієрархії. Відзначимо, що після президентських виборів 2004 р. кон'юнктура в цій сфері змінилася. За перемогу помаранчевого президента розраховувались, у тому числі, посадами, намагаючись змінити кучмістів. Натомість отримали специфічний ефект. Нові «помаранчеві» чиновники, часто не впевнені, що протримаються на посаді півроку, прагнули за цей період сколотити ресурс, який їх попередники накопичували 10 і більше років. Помаранчева влада стимулювала маховик комерціалізації влади, в тому числі корупції.

Натомість школою підприємництва для пересічних громадян були базари. До тих, хто стояв на базарі, термін «бізнесмен» не прижився, оскільки першу хвилю на базар підштовхнула скрута. Вже пізніше ларьок, чи кіоск, чи точка на базарі називались «маю свій бізнес». Із маси базарників віділились різні спеціалізації. Велика маса людей стали дотичними до базарного процесу, але дух підприємництва не поселився в українському народі. За даними опитування «Amway», в Україні у 2011 р. готові до власного бізнесу 35 %, що є одним з найнижчих показників в Європі [3].

Сьогодні змінилась кон'юнктура. Не на всіх вулицях базари і тим більше не на місці Республіканського стадіону (тепер НСК «Олімпійський»), що було ще зовсім нещодавно. Проте (паралельно з появою «бутіків») залишилось таке, як необладнані торгові точки, без опалення та без туалетів, що свідчить лише про стагнацію економіки, відсутність її поступу та безправність працівників.

Базарна тема присутня і в політиці. Якщо взяти київський вимір, то в міській Раді наявні депутати від ринків. Тільки не від інтересів бізнесу, риночників, громади, а насправді від капіталу. Оскільки київські базари для власників це готівка, яка конче потрібна для виборчих кампаній. Для таких депутатів неофіційна мета – це зберегти за собою ринкові площі, а при нагоді ще відвести. Політичні структури, незалежно провладні чи опозиційні, зацікавлені в таких членах, які можуть дати фінансування на виборчу кампанію.

Повертаючись до 90-х, символ підприємництва цього періоду – легендарна сумка з колесами, яку в народі називали «кравчучка». Однойменно з прізвищем першого Президента Л. Кравчука. Перемога наступного Президента – Л. Кучми – відобразилась у фольклорі, з'явилося прислів'я: «Два колеса і ручка називається «кравчучка», а тепер та тачка називається «кучмачка». Суть у тому, що підмічена відсутність змін. Дрібний бізнес не пересів на автомобілі. В Україні замість радянської зрівнялівки продовжило формуватись надбагате суспільство та збідніле.

Термін «бізнесмен» на разі має подвійне тлумачення. Це той, хто займається приватною справою і багатий, інше прочитання – це той, хто багатий і в усьому винний, важливим недоліком є те, що бізнес переважно не оцінюється, як творчий. Часто можна чути від чиновників середньої ланки і всіляких дозвільних систем «...ви ж там гроші заробляєте...», оцінюючи це як негатив або зло. При цьому в приватній бесіді цей же чиновник прагне мати бізнес або є власником бізнесу. Подвійні стандарти теж стосуються пересічних громадян, які критикують уявних бізнесменів, але бажають, щоб їх діти були такими.

Це і є системний парадокс подвійної оцінки і відповідно подвійного стандарту. Тому влада не спирається на ідеї розвитку бізнесу, хоча розуміє що їх у реаліях стає все більше і вони – частина електорату, тому з'являються загравання (популізм) щодо малого та середнього бізнесу.

Відзначимо, що до 2005 р. у передвиборчих кампаніях навіть не згадувались або дуже обмежено питання підприємництва, як слабкої і залежної електоральної групи. Номінальна політична структура, яка за назвою, ніби відображає інтереси бізнесу, – це Партія промисловців і підприємців. Проте ні її рейтинг, ні відгуки підприємницьких кіл не можуть відзначити щось суттєве чи позитивне.

У результаті: зі слабким малим і середнім бізнесом, який не консолідований, наявні великі капітали, які теж не консолідовані, але окремий такий капітал здатний впливати на владні процеси, а тому і відображений у політиці.

Ми підішли до того моменту, що, вочевидь, окремішні речі, як влада, бізнес, громадянське суспільство є складо-

вими політичної системи. Переважно ці інститути розглядаються автономно. Натомість модель є такою, що влада не поєднана, а злита з великим бізнесом. Боротьба за утримання влади має відтінок боротьби проти інших великих бізнесів.

Великий бізнес не зацікавлений ні в споживацькому ринку, ні в громадянському суспільстві, його специфіка така, що він похідний від великих бюджетних ресурсів і великої державної власності. Зрештою, наприклад, вітчизняного оператора металопрокату не цікавить, чи купить український споживач гвіздок, чи ні. Названий оператор продає все або корпораціям, або державам. Українець купує гвіздок навіть не вітчизняного виробництва. Така схема демонструє, що великий бізнес не пересікається з суспільними інтересами. Натомість оператор здобув металургійну галузь не на конкурентних засадах, а на засадах доступу до влади. Умова збереження цього ресурсу, як не дивно, – не ринкові відносини, а патронат влади.

У свою чергу, ми переконані, що громадянське суспільство – це не окреме соціальне утворення рафінованої інтелігенції, яке є носієм певних цінностей. Громадянське суспільство накладається на середній клас і накладається на малий і середній бізнес. Ми можемо сприймати у вітчизняних умовах, що малий і середній бізнес – це автономне середовище. Середній клас це ніби теоретична оцінка за рівнем доходів і, оскільки категорія прийнята, намагаємось нарахувати якесь пристойне число. І на завершення, громадянське суспільство – це ще одне теоретичне утворення, яке неоднозначно окреслюється в українських реаліях. Причина в можливості таких оцінок – це слабкий сегмент малого та середнього бізнесу, аналогічно слабкий несталий середній клас і зрештою аморфне громадянське суспільство. Такі стандарти дають можливість розглядати названі інститути на різних площинах, ніби наявний державний організм, а в різних кутках жевріють названі інституції.

Ідеальна модель це широко поширений малий і середній бізнес. Його потужність не в розмірі окремих капіталів, а в розгалуженості й охопленості, взаємозв'язку різних сфер. Суспільна участь у малому та середньому бізнесі має

бути, щонайменше, більшою 50 % дорослого населення. Відповідно учасники цих приватних справ, які самі створюють робочі місця, задоволені державою, яка не чинить супротив, і складають середній клас. Громадянське суспільство – це цивілізовані відносини в даному середовищі, які вибудовують спільні правила гри, тощо.

1. Концентрация социалистического производства // Большая советская энциклопедия. – М.: Советская энциклопедия. 1969–1978.
2. Рейтинг коррумпированности стран мира 2011 // libymax.ru/?p=37026
3. www.gfk.ua/publik_relations/partners_news/materials/008987/indexs.ua.html