
DOI: <https://doi.org/10.15407/etet2019.02.044>

УДК: 330.101; 330.831.8

JEL: F 41; F 43; M 20; M 21

Василь Магас

ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА КОНКУРЕНЦІЯ – ОСНОВНІ ЧИННИКИ РОЗКРИТТЯ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СУСПІЛЬСТВА

Актуалізовано значення підприємницького знання та конкуренції для розкриття економічного потенціалу суспільства, а також розглянуто причини, що обмежують розвиток підприємництва та конкуренції в Україні. Через призму австрійської економічної школи висвітлено особливості підприємницького знання, природу підприємницької діяльності, координуючу роль підприємництва та конкуренції, роль конкуренції у відкритті неявного знання, нескінченний характер підприємницьких відкриттів, практичну неможливість навчання підприємству. Розкрито прогностичну функцію підприємництва. Підкреслено неможливість точних наукових передбачень, у тому числі на основі застосування математичних методів, що зумовлено постійною мінливістю ринкового середовища внаслідок невідповідності підприємницької діяльності. Зважаючи на те, що підприємство та конкуренція за своєю природою мають нескінченний потенціал розвитку, акцентується, що, якщо цього не спостерігається, причини потрібно вбачати не у відсутності внутрішніх та/чи зовнішніх позитивних стимулів, а в наявності зовнішніх негативних чинників, що їх обмежують та/чи пригнічують. Ці негативні чинники поділяються на умовно природні, або об'єктивно зумовлені, та умовно штучні, або сформовані. Враховуючи, що можливості щодо усунення чи пом'якшення об'єктивних чинників через заходи економічної політики є обмеженими або малоефективними, доводиться, що спеціальним завданням економічної політики може бути лише зменшення штучних обмежень. Адже вони прямо зумовлені діяльністю органів державної влади та/або є наслідком домінуючих у суспільстві ідей, цінностей та норм поведінки. Тому політиці стимулювання та/чи спрямування розвитку підприємництва протиставлено політику мінімізації впливу чинників, які зумовлені тими заходами державної політики, що зменшують чи спотворюють мотивацію до здійснення підприємницької діяльності.

К л ю ч о в і с л о в а : підприємництво, конкуренція, підприємницьке знання, економічна політика, австрійська економічна школа.

Методологічну основу ринкових перетворень та здійснюваної економічної політики в Україні становить телеологічне бачення природи

Василь Мар'янович Магас (e-mail: v_magas@ukr.net), канд. екон. наук, ORCID iD 0000-0002-3279-244X; доцент кафедри економіки підприємства Львівського національного університету імені Івана Франка.

Наукові інтереси: економічна політика, аграрна політика, австрійська економічна школа, ордолібералізм, мораль і економіка.

Стаття написана в рамках роботи над докторською дисертаційною роботою: "Формування та інституціоналізація конкурентного порядку в економіці України".

© B.Magas, 2019

суспільних порядків як результату свідомої, тобто цілеспрямованої, діяльності людини. Тому ринкова економіка в Україні й досі упевнено "будується", як до того "будувалася" командно-адміністративна система. Незважаючи на суспільну угоду формувати так звану соціально орієнтовану ринкову економіку, що знайшло своє закріплення у статті 13 Конституції України, якогось цілісного бачення проекту "українська економіка" не сформовано й до нині. Про це свідчить те, що дискусії щодо його конструктивних, функціональних та інших особливостей не припиняються. Так, наприклад, одні впевнені, що в Україні потрібно розвивати галузі із високою доданою вартістю, зокрема, звертати більшу увагу на розвиток високотехнологічних виробництв. Інші вважають, що Україна повинна відродити славу житниці Європи. У протигагу їм хтось бачить загрозу перетворення України на сировинний придаток розвинених країн. Усі не проти того, щоб платити вищі пенсії і заробітні плати. Такі та інші подібні сентенції у різних інтерпретаціях щоденно десятки разів лунають із уст політиків, чиновників, експертів та науковців.

Зрозуміло, що ні в кого не можна забрати право на свої соціальні фантазії. Проте проблема полягає в тому, що здебільше практична корисність їхніх бачень при вирішенні конкретних питань економічного розвитку невисока. Адже під свої ідеї на добровільних засадах залучити приватні ресурси вони не здатні, а своїх ресурсів та/або необхідних навичок і досвіду їм, як правило, бракує. У кращому випадку вони готові реалізовувати власні проекти коштом платників податків.

На відміну від тих, хто готовий розв'язувати актуальні проблеми економіки за чужий рахунок, існує інша група людей – їх прийнято називати підприємцями. Вони не тільки знають що робити, а й можуть це робити і безпосередньо роблять. Тобто їхні знання та навички мають практичну цінність. Вони самостійно діють, незважаючи ні на що: ні на недосконале законодавство, ні на корупцію, ні на свавілля контролюючих органів і т.п. Вони не просто діють, а й несуть майнову відповідальність за прийняті ними рішення. Вони виживають часто всупереч тому, до чого ведуть рішення представників першої групи. Завдяки їм живе також значна частина найманих працівників та членів їхніх сімей. Зрозуміло, що максимальне розкриття простору для ефективного прояву підприємницької ініціативи має важливе значення для вирішення проблем економічного розвитку.

Проблеми розвитку підприємництва вивчають такі українські вчені як О. Андреев, Ю. Бажал, О. Бутенко, З. Варналій, Л. Воротіна, В.Геєць, В. Дергачова, Я. Жаліло, Ю. Ольвінська та інші. Розвиток підприємництва розглядається як джерело наповнення бюджету, інструмент вирішення проблеми зайнятості, розвитку територій, ефективного використання ресурсів регіонального та локального масштабу тощо. Вирішення проблем розвитку підприємництва прийнято розглядати у площині вдосконалення нормативно-правової бази, активізації фінансово-кредитної підтримки, створення відповідної інфраструктури, впровадження регіональної політики тощо. На це ж спрямовані Закон України "Про розвиток та державну підтримку малого

і середнього підприємництва в Україні" та ціла низка відповідних державних, регіональних і місцевих програм. Однак проблема відсутності належних умов для ведення підприємницької діяльності в Україні не втрачає своєї актуальності.

У статті ставиться за мету на основі теоретичних напрацювань австрійської економічної школи актуалізувати значення підприємницького знання та конкуренції як ключових чинників розкриття економічного потенціалу суспільства, а також розглянути причини, що обмежують розвиток підприємництва та конкуренції в Україні.

Підприємництво у широкому значенні – це діяльність людини, спрямована на отримання прибутку шляхом трансформації та/чи переміщення економічних ресурсів. Враховуючи фактор невизначеності, який притаманний підприємницькій діяльності, нерідко підкреслюється саме ця її особливість. Тому підприємця часто трактують як особу, яка "йде на ризик при створенні нової організації чи впровадженні нової ідеї, продукту чи послуги" (Мескон и др. 1992. С. 691).

Френк Найт уточнює поняття "ризик". Він пов'язує його з "вимірюваною невизначеністю", коли ймовірність помилкового рішення можна визначити емпірично чи статистично. Оскільки такі рішення в принципі піддаються страхуванню, то підприємницьку діяльність він пов'язує не просто із ризиком, а із "вищою", "невимірюваною", так званою "істинною невизначеністю", коли доводиться ухвалювати рішення на основі оцінки очікуваних результатів від усіх можливих варіантів дій. Особливість таких рішень полягає в тому, що, враховуючи відмінність кожної ситуації, у яких їх доводиться ухвалювати, ймовірність помилки по кожному із них не піддається обґрунтованій апріорній чи статистичній оцінці. Як він зазначає, "сама ця істинна невизначеність надає економічній організації характерну форму "підприємства" і пояснює існування специфічного доходу підприємців" (Найт, 1994. С. 26).

Йозеф Шумпетер характеризує термін "виробляти", як "комбінувати наявні в нашій сфері речі і сили", а "виробляти щось нове чи по-іншому" – це "створювати інші комбінації із цих речей і сил". Тому підприємцями він називає "господарських суб'єктів, функцією яких якраз є здійснення нових комбінацій і які виступають як його активний елемент" (Шумпетер, 2008. С. 72, 158, 169–170). Тобто таким чином він закріплює за підприємництвом функцію впровадження новацій.

Лайонел Роббінс визначив економічну теорію як науку, яка "вивчає людську поведінку з точки зору співвідношення між цілями й обмеженими засобами, які можуть мати різне застосування" (Роббінс, 1993, с. 18). В основі такого розуміння лежить концепція раціональної людини (Homo Economicus), яка здійснює раціональний вибір відомих засобів задля досягнення визначених цілей. Тому неокласики, виділяючи зорієнтованість на отримання прибутку та вміння брати на себе ризики, за підприємництвом закріплюють функцію ухвалення рішень щодо оптимального розміщення та використання економічних ресурсів задля ефективного задоволення потреб.

У фундаментальній праці "Людська діяльність" лідер австрійської школи Людвіг фон Мізес неокласичній концепції раціональної людини, всезнаючій людині-калькулятору, яка вирішує все вчасно та все правильно, протиставляє реальнішу людину – людину дії (Homo agens). Якщо неокласики проголошують своїм завданням дати відповідь на питання що, як, для кого і коли має вироблятися, то австрійці наголошують на тому, що ніхто і ніякий орган не спроможний дати таку відповідь. Відкриття та створення такого роду інформації є предметом діяльності підприємців.

Підприємництво у розумінні австрійської школи є невід'ємною складовою людської діяльності загалом. У діях будь-якої людини, спрямованої на досягнення цілей, котрі вона ставить перед собою, простежується елемент підприємництва. Як зазначає Людвіг фон Мізес, "у реальній і живій економіці будь-яка особа, яка діє, завжди є підприємцем і спекулянтom". За умов ринку "саме підприємницька діяльність постійно перетасовує мінові відносини і розподіл факторів виробництва. Підприємлива людина виявляє розбіжності між цінами на комплементарні фактори виробництва й очікуваними нею майбутніми цінами на продукцію і старається скористатися цією різницею задля своєї вигоди" (Мизес, 2012. С. 239, 666). У цьому процесі для підприємця особливо важливо, щоб йому був притаманний "елемент пильності до нових, імовірно, вартих цілей та нових, імовірно, доступних ресурсів". Саме цю особливість Ізраель Кірцнер називає "підприємницьким елементом у людському механізмі ухвалення рішень" (Кірцнер, 2010. С. 36).

Успіх підприємця ґрунтується на його вмінні правильно прогнозувати можливості отримання підприємницького прибутку. Наявність універсальної формули, яка б давала змогу прогнозувати майбутнє, зробила б підприємницьку діяльність непотрібною. На передній план тоді б вийшла наука. Проте підприємницьке відкриття не здобувається завдяки якомусь чіткому, методологічно обґрунтованому алгоритму пошуку необхідних знань. Як пише І. Кірцнер, "відкриття (яке належить до раніше невідомих прибуткових можливостей) відрізняється від успішного пошуку (який належить до умисного й усвідомленого продукування інформації, про нестачу якої людині відомо) тим, що перше (на відміну від другого) передбачає наявність здивування, яке супроводжує усвідомлення того, що ти проґавив щось, що знаходиться на відстані витягнутої руки. ... Ця характерна особливість *відкриття* властива підприємницькому процесу, завдяки якому ринок рухається до рівноваги". Справді, людина нерідко несамохіть відкриває можливість отримання вигоди там, де її раніше вона просто не помічала. Це забезпечується завдяки властивій усім людям "природній пильності до ймовірних можливостей отримати прибуток". При цьому "підприємницька пильність означає сприйнятливність до доступних (які, проте, досі не помічалися) ділових можливостей" (Kirzner, 1997; Coto, 2009. С. 184).

Яскравою ілюстрацією цього може бути така підприємницька ідея як "Ресторан "Криївка". Її геніальність полягає в тому, що на пострадянському просторі назва ресторану пов'язана із певними стійкими асоціаціями. Тому такий ресторан викликає інтерес у значній частині потенційних відвідувачів та абсолютно не потребує реклами. Адже на це ефективно спрацювала колишня радянська, і активно працює нинішня російська пропаганда! Тому суть цієї ідеї саме у назві ресторану, а також у його розміщенні саме в центральній частині Львова. Усе інше: приміщення, інтер'єр, декорації, меню, обслуговування тощо – у цьому випадку мають вторинне значення. Їх завдання полягає в тому, щоб наповнити змістом саму ідею. Але це лише антураж, який створюється найманими працівниками із відповідною освітньою і фаховою підготовкою, які отримують за свою роботу відповідну платню. Його ж легко можна повторити у будь-якому куточку світу. Проте у всій повноті відтворити ідею такого ресторану, на відміну від багатьох інших, неможливо практично ніде! Навіть у тому ж Львові! При цьому лежала вона абсолютно на поверхні! Адже багато хто може займатися ресторанною справою та чув про визвольні змагання минулого. Однак лише хтось один зумів зробити це підприємницьке відкриття! Водночас, потрібно зауважити, що ця підприємницька ідея має свою цінність сьогодні, у нинішній історичний момент. Проте ніхто не може гарантувати, що вона матиме таку ж цінність у майбутньому.

Готовність і здібність першим побачити і скористатися можливістю отримання додаткової вигоди – це головне, що відрізняє успішного підприємця від інших учасників ринку, зокрема від власників ресурсів (факторів виробництва). Хоча кожен підприємець нерідко також є власником того чи іншого ресурсу, така його спроможність зумовлена, насамперед, його внутрішньою зорієнтованістю на оволодіння та практичне застосування специфічних підприємницьких знань, навичок та умінь. Останні здобуваються винятково завдяки підприємницькій практиці.

Зрозуміло, що на ринку може продаватися і продається найрізноманітніша комерційна, науково-технічна та інша інформація, а також послуги фахівців, які володіють тими чи іншими знаннями, навичками та вміннями. Однак це не замінює значення власне підприємницького знання. За словами І. Кірцнера, "підприємницьке знання можна описати як "знання вищого порядку", *первинне* знання, необхідне, щоб впрягти доступну інформацію, якою уже хтось володіє (чи яка піддається відкриттю)" (Кірцнер, 2010. С. 72–73).

Австрійська школа виділяє такі характеристики підприємницького знання:

- 1) це знання не є науковим, а суб'єктивним і практичним;
- 2) це знання є ексклюзивним;
- 3) воно розсіяне серед усіх людей;
- 4) це знання є переважно неявним, а тому не піддається артикуляції;
- 5) це знання створюється з нічого, саме завдяки прояву підприємництва;

б) це знання передається за допомогою надзвичайно складних соціальних процесів (Coto, 2009. С. 27–35).

Зазначені особливості підприємницького знання, зокрема його особистісний та неявний характер, а також постійна мінливість середовища, у якому доводиться діяти підприємцеві, роблять практично неможливим навчання підприємництву. Сучасні освітні заклади можуть давати глибокі знання щодо функціонування економіки, навчати управлінню, технологічним аспектам ведення бізнесу, подавати історії чужого успіху тощо. Ці знання, без сумніву, корисні для того, щоб бути висококваліфікованим менеджером, науковцем, державним чиновником чи політиком. Та їх недостатньо, щоб бути успішним підприємцем. Адже вони в принципі не можуть навчати надійним алгоритмам здійснення підприємницьких відкриттів. Як зазначає Л. Мізес, "щоб продемонструвати точні оцінки, передбачення та енергію, не вимагається освіти" (Мизес, 2012. С. 296).

Це пов'язано з тим, що навчання здебільше – це передавання уже відомих, артикульованих знань. Для цілей виявлення можливостей отримання підприємницького прибутку такі знання вже втратили свою актуальність. Тому жодні економічні факультети чи бізнес-школи не готують підприємців. Знамениті Білл Гейтс, Стів Джобс, Марк Цукерберг не здобували необхідні знання у не менш знаменитому Гарвардському університеті. Свої дипломи Гарварду вони отримали уже будучи успішними та відомими підприємцями.

В економічному світі обмежених ресурсів об'єктивно зумовленим явищем є конкуренція. Проте кожен підприємець змушений завжди бути налаштованим на конкуренцію з огляду на саму природу підприємницької діяльності. Адже коли він виявляє можливість отримання прибутку і використовує її, то ця можливість зникає і стає недоступною будь-кому іншому. Зрозуміло, якщо він робить "підприємницьку помилку", тобто коли не повністю розкриває цю можливість, чи не зуміє скористатися нею повною мірою, тоді залишається місце для пошукових дій інших учасників ринку. Тому ринковий процес має виражений конкурентний характер, де кожен із конкурентів прагне першим виявити і якомога повніше використати можливості отримання прибутку.

Підприємницька активність невпинно підштовхує ринки до рівноважного стану. Простір для прояву підприємництва існує завжди, доки зберігається неповне володіння інформацією серед учасників ринку. За умов так званої "досконалої конкуренції", коли кожен продавець чи покупець ресурсів уже не може розраховувати на ціну ліпшу, ніж та, яку вони вже досягли, можливості отримання підприємницького прибутку мали б зникнути, а підприємницький потенціал – вичерпатися.

Проте така ситуація є суто гіпотетичною і руйнується самою підприємницькою діяльністю. Адже вона супроводжується невпинним створенням і передачею нової інформації, що, відповідно, корегує розуміння можливих цілей та засобів кожним із учасників загального ри-

нкового процесу. Ця зміна спричиняє появу нових неузгодженостей і цим самим – нових можливостей для отримання підприємницької прибутку. Тому цей процес можна вважати нескінченним, доки зберігаються передумови для ринкового обміну.

Відсутність видимої конкуренції, або видимість надвисоких прибутків, дуже часто слугують відправною точкою для обґрунтування державного втручання у роботу ринків. Та це аж ніяк не означає, що в таких ситуаціях конкуренції немає, чи вона не діє. Як зазначає І. Кірцнер: "Конкуренція, яка розуміється як процес, принаймні потенційно, є, доки не існує довірливих *перешкод для виходу на ринок*. ... Будь-яка довірлива перешкода на шляху до ринку є обмеженням конкурентності ринкового процесу" (Кірцнер, 2010. С. 103). Тому, в його розумінні, "монополія означає становище виробника, який захищений від загрози, що інші підприємці робитимуть те, що робить він" (Кірцнер, 2010. С. 112). При цьому "... необхідною і достатньою умовою існування безперешкодної конкуренції є свобода доступу до будь-яких видів ринкової діяльності. ... За відсутності обмежень з боку держави, ... єдиним можливим джерелом блокування якого-небудь виду діяльності може бути обмеження доступу до ресурсів, необхідних для цієї діяльності" (Кірцнер, 2010. С. 105).

Завдяки невпинному прагненню людей побачити і реалізувати можливу вигоду економічна система перебуває в стані безперервних змін. Водночас відбувається процес безперервного самонавчання та пристосування. Адже кожне підприємницьке відкриття рано чи пізно стає відомим усім, кожна підприємницька помилка отримує найкраще вирішення. Водночас кожне підприємницьке відкриття руйнує стан рівноваги. Це ж практично унеможливує наукове прогнозування конкретних числових характеристик майбутнього стану економічної системи.

Представники австрійської школи теоретично заперечують саму можливість ефективного застосування наукового аналізу та математичних методів для цілей економічного прогнозування. Зокрема, Фрідріх фон Гаек у Нобелівській лекції, визнає значення математичних методів у тому, що вони дають змогу описати за допомогою алгебраїчних рівнянь "загальний характер якого-небудь взаємозв'язку навіть у тому випадку, коли нам невідомі конкретні числові значення, що характеризують його прояви". Без цього "нам навряд чи вдалося б відтворити складну систему *внутрішнього взаємозв'язку* різних явищ ринкової системи". Проте, за його словами, це ж "породило ілюзію, ніби ці методи придатні для визначення і передбачення *числових значень* цих величин, і це потягнуло за собою безплідний пошук кількісних чи числових сталих". Тому Ф.Гаек наголошує на принциповій різниці між економічною наукою і науками природничими: "В економічній науці (як і в інших, які вивчають явища, які я називаю "сутнісно-комплексними") ми можемо володіти кількісними даними, які відображають лише деякі аспекти досліджуваних явищ. У це неминуче обмежене число аспектів

можуть не увійти найважливіші з них. Якщо у природничих науках зазвичай вважають, можливо із повною на це підставою, що будь-який важливий аспект досліджуваного явища підлягає безпосередньому спостереженню і виміру, то при вивченні настільки "сутнісно комплексного" явища як ринок, який визначається діями багатьох людей, *на-вряд чи будуть повністю відомі* чи виміряні всі фактори, від яких залежить результат функціонування ринку" (Хайек, 1991. С. 43, 41).

Ключова роль у виявленні підприємницького знання належить конкуренції. Вона є тим зовнішнім чинником, який спонукає кожного індивідуума до максимального виявлення знань, навичок та вмінь щодо напрямів і способів застосування наявних у його розпорядженні факторів виробництва чи можливостей залучення їх зі сторони. Саме в цьому виявляється її особлива роль. Як зазначає Ф. Гаєк, "якби кому-небудь насправді було відомо все, що економічна теорія називає даними, то конкуренція й справді була б надто марнотратним методом пристосування до цих даних... кожного разу, коли звернення до конкуренції може бути раціонально виправданим, основою для цього виявляється те, що ми не знаємо заздалегідь фактів, які визначають дії конкурентів... я пропоную розглядати конкуренцію як процедуру для відкриття таких фактів, які без звернення до неї залишалися б нікому не відомими, або у крайньому разі не використовуваними" (Хайек, 1989. С. 6).

Потрібно зауважити, що значення конкуренції як "процедури відкриття" Ф. Гаєк особливо підкреслював для країн, де в минулому конкуренція не була особливо активною: "Вирити, що в країнах, які вже досягли високого рівня розвитку, ми можемо передбачити і контролювати зміни соціальної структури, які викликать подальший технічний прогрес, може й не зовсім абсурдно, хоча значною мірою помилково. Але думати, що ми можемо наперед визначити соціальну структуру в країні, де основною проблемою все ще є вияснення того, якими матеріальними і людськими ресурсами вона володіє, чи вважати, ніби для такої країни ми здатні передбачити наслідки будь-яких заходів, які могли б бути нами вжиті, – це вже чиста фантастика" (Хайек, 1989. С. 13). Це застереження Ф. Гаєка не меншою мірою стосується і нинішньої України, економічний потенціал якої явно не реалізований.

Здавалося, що у відсталій українській економіці проблем із розвитком підприємництва та конкуренції в принципі бути не повинно. Адже низький рівень задоволення потреб населення, нерідко порівняно вищі внутрішні ціни на споживчі товари та нижчі ціни на більшість ресурсів, безліч прикладів уже реалізованих підприємницьких ідей у розвинених країнах тощо, мали б створювати широкий простір для прояву підприємницької ініціативи. Проте цього не спостерігається. Навпаки, з України відбувається постійний відтік капіталу та її громадян. Зрозуміло, що серед них є немало підприємливих людей, які виїжджають у пошуках кращих можливостей для реалізації своїх талантів. У зв'язку із цим постає питання – які ж причини такої ситуації?

Як уже зазначено, підприємництво – невід’ємний елемент будь-якої діяльності людини. Людські потреби мають неухильну тенденцію до зростання та зміни форм їх задоволення. Теоретично можливості для підприємницької діяльності зникають лише за стану "досконалої конкуренції". Але цей стан є практично недосяжним, оскільки неминуче руйнується із появою нових підприємницьких рішень. Тобто можна стверджувати, що підприємництво та конкуренція за своєю природою повинні мати нескінченний внутрішній потенціал розвитку. Якщо ж цього не спостерігається, то причини, напевно, треба шукати не у відсутності якихось внутрішніх та/чи зовнішніх позитивних стимулів, без яких підприємницький елемент людини не виявляється, а скоріше в наявності якихось зовнішніх негативних чинників, що його обмежують та/чи пригнічують.

Задля цілей формування економічної політики ці чинники умовно можна розділити на дві групи. Перша – умовно природні, або об’єктивно зумовлені негативні чинники. Можливості щодо їх усунення чи пом’якшення через заходи економічної політики є обмеженими або малоефективними. Друга група – умовно штучні, або сформовані обмеження розвитку підприємництва. Для таких їхнє усунення може бути спеціальним завданням економічної політики.

Про наявність об’єктивних негативних чинників, що обмежують розвиток підприємництва, свідчить те, що, як і у природі, тут завжди можна спостерігати якісь відносно кращі чи гірші можливості або межі для прояву підприємницької активності. Вони залежать від природно-географічних, демографічних, соціально-політичних, економічних та інших умов. Наприклад, ці можливості можуть залежати від густоти населення, його купівельної спроможності, транспортного сполучення тощо. Очевидно ж, що є різниця у можливостях для здійснення підприємництва у густозаселених південних і малозаселених північних провінціях Канади, або ж таких само малозаселених, проте із різним рівнем розвитку транспортної інфраструктури, північних територіях Канади і Росії, чи у багатій Каліфорнії та такому ж густонаселеному, проте бідному Пакистані і т.п.

Ці чинники є об’єктивними, оскільки в короткотерміновому плані вони є практично незмінними. Водночас їх можна також називати умовно об’єктивними, адже з часом завдяки тим самим процесам підприємництва та конкуренції вплив деяких із них може послаблюватися чи повністю нівелюватися. Проте загалом, як свідчить практика, ці умовно об’єктивні чинники важко піддаються змінам, у тому числі через цілеспрямовану державну політику. Історія не дає нам багато успішних прикладів такої політики.

В Україні сьогодні практично немає об’єктивних чинників, які б обмежували розвиток підприємництва та конкуренції. З високою мірою умовності до них можна віднести хіба що низький рівень життя населення, що зумовлює обмежений потенціал внутрішнього ринку. Проте,

цей чинник усувається не інакше, як через розвиток підприємництва та конкуренції.

Умовно штучні, або сформовані, обмеження розвитку підприємництва прямо зумовлені діяльністю державних органів влади (далі – держави). Якщо враховувати те, що в основі підприємницької діяльності лежить прагнення отримати підприємницький прибуток, то, напевно, негативний вплив матимуть будь-які заходи державної політики, що ведуть до зменшення цього прагнення. Вони можуть мати прямий і непрямий демотивуючі впливи.

Прямий демотивуючий вплив мають заходи, що або зменшують потенційний дохід, або ведуть до зростання витрат підприємницької діяльності.

Сюди потрібно віднести 1) прямі і непрямі податки; 2) витрати, пов'язані з виконанням регуляторних вимог; 3) ризики, зумовлені непередбачуваністю економічної політики; 4) неофіційні (корупційні) платежі; 5) інші (державні регульовані ціни тощо).

Непрямий демотивуючий вплив мають усі прямі і непрямі механізми перерозподілу доходів, існування яких зумовлене діями держави. Вони призводять або до зниження, або до спотворення мотивації всіх без винятку учасників ринку. До прямих механізмів перерозподілу потрібно віднести прямі державні інвестиції, субсидії та інші державні видатки визначеним категоріям суб'єктам підприємницької діяльності та/чи громадянам. До непрямих механізмів перерозподілу можна віднести державні регульовані ціни, пільги, інфляцію тощо. Наприклад, відшкодування ПДВ експортерам не тільки зменшує рівень їхньої мотивації у плані максимізації ефективності їхньої діяльності, а й демотивує тих, хто працює на внутрішній ринок, а також спонукає останніх переорієнтовувати свою діяльність на експорт. Це також може впливати на зміну галузевої структури, наприклад, стимулювати нарощення виробництва зернових, більша частина яких іде на експорт, і негативно впливати на тваринницьку галузь, яка зазвичай працює на внутрішній ринок. Інфляція та девальвація гривні знищують заощадження, тим самим негативно впливаючи на інвестиційну діяльність, а також згубно впливають на товаровиробників, які працюють на внутрішній ринок, стимулюють переорієнтовувати їхню діяльність на ринки зі стабільною валютою та інше.

Умовно штучні, або сформовані, обмеження розвитку підприємництва не завжди є, і не обов'язково мають бути результатом цілеспрямованих дій. Зазвичай вони є непланованим наслідком домінування в суспільстві певних ідей, цінностей, традицій, норм поведінки і т.д. Насамперед тих, що формують поняття чесності, відповідальності, уявлення про суть і завдання держави, ставлення до самої підприємницької діяльності та конкуренції тощо. Вони можуть негативно впливати на мотивацію до ведення підприємницької діяльності, прямо засуджуючи будь-які прояви підприємницької ініціативи, чи призводячи до зростання трансакційних витрат підприємницької діяльності,

або ж – спрямовувати підприємницьку ініціативу на використання державних структур для усунення конкуренції, використання бюджетних коштів тощо.

Окремо потрібно виділити зовнішні та внутрішні обмеження виходу на ринок. Вони не тільки слугують прямим обмеженням конкуренції, а й виконують перерозподільну функцію. Незалежно від того, під якими гаслами ці обмеження вводяться – чи підтримки національного виробника, чи збалансування платіжного балансу, захисту інтересів споживача, безпеки навколишнього середовища, чи інших цілей державного регулювання. Як правило, вони є результатом лобізму організованих інтересів.

Проводячи оцінку впливу державного регулювання на розвиток підприємництва загалом, потрібно розмежовувати: а) регулювання як встановлення однакових для усіх обмежень чи додаткових вимог для виходу на ринок; б) регулювання, яке має на меті *спрямування* підприємницької діяльності, тобто визначення конкретних форм і напрямів економічного розвитку.

Перше призводить до зростання витрат підприємницької діяльності, проте, якщо воно стосується всіх без винятку суб'єктів ринку і відбувається не настільки, щоб створилися умови для отримання ефекту на масштабі, воно не впливає негативно на роботу ринку.

Друге ж передбачає, що регулятор уже володіє знаннями, які належить ще відкрити підприємцям. Це суперечить викладеним вище теоретичним постулатам. Враховуючи особливості та значення підприємницького знання, взаємопов'язаність підприємництва та конкуренції, виконання ними координуючої функції, гносеологічні можливості щодо ефективного державного втручання у функціонування ринку є об'єктивно обмеженими. Крім того, якщо доступ до ринку не обмежений державою і якщо така можливість бачиться насправді, що тоді може завадити будь-кому, хто ратує за таке регулювання, самому стати підприємцем і вийти на цей "недосконалий" ринок із своєю кращою пропозицією? Та якщо він сам не готовий це здійснювати на власний страх і ризик, то яка тоді може бути моральна підстава вимагати це від уже діючих учасників ринку?!

Таким чином розвиток підприємництва і конкуренції є необхідною умовою розкриття економічного потенціалу суспільства. За нинішніх умов різкої нестачі капіталу Україні важливо орієнтуватися не стільки на здійснення "проривів" в тих чи інших сферах, які б організовувалися державою за рахунок централізації обмежених ресурсів, як на основі розвитку підприємництва та конкуренції – на виявлення можливостей повнішого задоволення наявних потреб за рахунок використання існуючих, проте досі не задіяних ресурсів, а також застосування ефективніших способів їх використання.

Особливості підприємництва та конкуренції полягають у тому, що проблеми їх розвитку зазвичай вирішуються тільки еволюційним чином, тобто "знизу", за умови, якщо усунуто перепони, що стоять їм на

заваді. Домінуючі нині в Україні підходи, в основі яких лежать методи стимулювання, регулювання, програмування і т.п., застосування яких здійснюється "зверху" тими чи іншими владними органами, є несумісними із вирішенням проблем такого роду. Тому політиці стимулювання та/чи спрямування розвитку підприємництва потрібно протиставити політику мінімізації впливу чинників, які зумовлені тими інструментами державної політики, що зменшують чи спотворюють мотивацію до здійснення підприємницької діяльності.

Література

1. Кирцнер И. (2010). Конкуренция и предпринимательство. Челябинск: Социум. 272 с.
2. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. (1992). Основы менеджмента. Москва: Дело. 702 с.
3. Мизес Л. фон. (2012). Человеческая деятельность: трактат по экономической теории. Челябинск: Социум. 878 с.
4. Найт Ф. (1994). Понятия риска и неопределённости. *THESIS*. Вып. 5. С. 12–28.
5. Роббинс Л. (1993). Предмет экономической науки. *THESIS*. Вып. 1. С. 10–23. doi: https://doi.org/10.1007/978-1-349-17510-9_1
6. Уэрта де Сото Х. (2009). Австрийская экономическая школа: рынок и предпринимательское творчество. Челябинск: Социум. 202 с.
7. Хайек Ф. (1991). Безработица и денежная политика. Правительство как генератор "делового цикла". *Экономические науки*. № 12. С. 39–90.
8. Хайек Ф. (1989). Конкуренция как процедура открытия. *Мировая экономика и международные отношения*. № 12. С. 6–14.
9. Шумпетер Й. А. (2008). Теория экономического развития. Москва: Директмедиа Паблишинг. 356 с.
10. Kirzner Izrael M. (1997). Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process: An Austrian Approach. *Journal of Economic Literature*. Vol. XXXV (March). P. 60-85.

Надіслано до редакції 15.01.2019

ENTREPRENEURSHIP AND COMPETITION – MAIN FACTORS OF SOCIETY'S ECONOMIC POTENTIAL DISCLOSURE

Vasyl Mahas

Author affiliation: Vasyl Mahas, Ph.D. in Economics, associate professor at Ivan Franko National University of L'viv. ORCID iD [0000-0002-3279-244X](https://orcid.org/0000-0002-3279-244X); 18 Freedom Ave., Lviv, Ukraine. E-mail: v_magas@ukr.net

The article aims to actualize the importance of entrepreneurial knowledge and competition for the disclosure of society's economic potential, as well as to consider the reasons limiting the development of entrepreneurship and competition in Ukraine.

The prism of the Austrian Economic School highlights the peculiarities of entrepreneurial knowledge, the nature of entrepreneurial activity, the coordinating role of entrepreneurship and competition, the role of competition in the discovery of implicit knowledge, the infinite nature of entrepreneurial discoveries, and the practical inability to teach entrepreneurship. The prognostic function of entrepreneurship is revealed. The impossibility of accurate scientific predictions, including on the basis of the application of mathematical methods, which is conditioned by the constant changeability of the market environment as a result of unceasing entrepreneurial activity is emphasized.

Based on the fact that entrepreneurship and competition by their nature have endless development potential, the article emphasizes that if this is not observed, the reasons need to be seen not in the absence of internal and / or external positive incentives, but in the presence of external negative factors that restrict and / or suppress them. These negative factors are divided into conditionally natural, or objectively predetermined, and conditionally artificial, or formed. Taking into account that the possibilities of eliminating or mitigating objective factors through economic policy measures are limited or ineffective, it is argued that the special task of economic policy can only be to reduce artificial restrictions. After all, they are directly predetermined by the activities of public authorities and/or are the result of the dominant ideas, values and norms of behavior in society.

Therefore, the policy of stimulating and / or directing entrepreneurship development is opposed to the policy of minimizing the influence of factors that are caused by those measures of the state policy that reduce or distort the motivation to engage in entrepreneurial activity.

Key words: entrepreneurship, competition, entrepreneurial knowledge, economic policy, Austrian economic school.

JEL: F 41; F 43; M 20; M 21

References

1. Hayek, F. (1989). Competition as an opening procedure. *Mirovaya ekonomika i mezhdunarodnyye otnosheniya – World Economy and International Relations*, 12, 6-14 [in Russian].
2. Hayek, F. (1991). Unemployment and monetary policy. Government as a generator of the "business cycle". *Ekonomicheskiye nauki – Economic sciences*, 12, 39-90 [in Russian].
3. Kircner, I. (2010). Competition and Entrepreneurship. Chelyabinsk: Sotsium [in Russian].
4. Kircner, I.M. (1997) Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process: An Austrian Approach. *Journal of Economic Literature*, XXXV (March), 60-85.
5. Meskon M.H., Albert M., Hedouri F. (1992). Management. Moscow: Delo [in Russian].
6. Mises, L. fon (2012). Human action: a treatise on economics. Chelyabinsk: Sotsium [in Russian].
7. Knight, Phil (1994). The Meaning of Risk and Uncertainty. *THESIS*, 5, 12-28 [in Russian]
8. Robbins, L. (1993). The Subject-Matter of Economics. *THESIS*, 1, 10-23. doi: https://doi.org/10.1007/978-1-349-17510-9_1 [in Russian].
9. Schumpeter, J.A. (2008). The Theory of Economic Development. Moscow: Direktmedia Publishing [in Russian].
10. Huerta, Jesús de Soto (2009). Austrian Economic School: Market and Entrepreneurship. Chelyabinsk: Sotsium [in Russian].