

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Державний вищий навчальний заклад
«КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені ВАДИМА ГЕТЬМАНА»

Олександр РАХМАНОВ

**СОЦІОКУЛЬТУРНІ
ЧИННИКИ
ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІЇ
ПІДПРИЄМНИЦТВА
В УКРАЇНІ**

Монографія

УДК 316:334.72
ББК 65.291.218
Р 27

Рецензенти

В. І. Тарасенко, д-р соц. наук, проф.
(Київський національний університет імені Тараса Шевченка)

Г. І. Чепурко, д-р соц. наук, старш. наук. співроб.
(Інститут соціології НАН України)

О. О. Єранкін, д-р екон. наук, проф.
(Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана)

*Рекомендовано до друку Вченою радою КНЕУ
Протокол від 25.11.10 № 4*

Рахманов О.

Р 27 Соціокультурні чинники інституціоналізації підприємництва в Україні : монографія / О. Рахманов. — К. : КНЕУ, 2010. — 179, [5] с.
ISBN 978-966-483-398-8

У монографії досліджуються соціокультурні чинники інституціоналізації підприємництва в Україні. З'ясовано становлення українського підприємництва в рамках базових аспектів інституціоналізації. Досліджено соціокультурні чинники декларативних підприємницьких настанов сучасного українського суспільства. Визначено спорідненості та розбіжності моральних норм щодо економічної поведінки українців та європейських націй на підставі крос-культурного порівняння. Вивчено соціально-цивілізаційні перспективи розвитку підприємництва з погляду експертів. Сформульовано соціокультурні характеристики ставлення експертів до ділового ризику.

Для науковців, викладачів, студентів. Буде корисною також всім тим, хто прагне до глибокого розуміння проблеми розвитку підприємництва в Україні.

УДК 319:334.72
ББК 65.291.218

*Розповсюджувати та тиражувати
без офіційного дозволу КНЕУ забороняється*

ISBN 978-966-483-398-8

© О. Рахманов, 2010
© КНЕУ, 2010

3 міст

Вступ.....

Розділ 1. Інституціоналізація підприємництва в Україні: зародження та розвиток.....

- 1.1. Інститут підприємництва як об'єкт соціологічного дослідження.....
- 1.2. Первинне нагромадження капіталу в Україні: формування нової соціальної верстви.....
- 1.3. Легалізація та становлення підприємництва в Україні.....
- 1.4. Соціальне тло підприємницької діяльності в Україні.....
- 1.5. Стан та динаміка соціальної легітимації підприємництва в українському суспільстві.....
- Висновки до розділу 1.....

Розділ 2. Соціокультурні чинники розвитку підприємництва в Україні.....

- 2.1. Соціокультурні аспекти розвитку підприємництва.....
- 2.2. Історико-культурні передумови підприємництва на території України.....
- 2.3. Чинники декларативних підприємницьких настанов українського населення.....
- Висновки до розділу 2.....

Розділ 3. Перспективи розвитку підприємництва в Україні: нормативна саморегуляція та цивілізаційні параметри інституціоналізації.....

- 3.1. Нормативна саморегуляція та соціальна ефективність підприємництва крізь призму масової свідомості: крос-культурний аналіз.....

3.2. Соціально-цивілізаційні перспективи розвитку підприємництва: думка експертів.....	
3.3. Соціокультурні характеристики ставлення до ділового ризику.....	
Висновки до розділу 3.....	
Висновки.....	
Список використаних джерел.....	

Інтерес до вивчення соціокультурних чинників підприємництва в Україні, звернення до його соціологічного аналізу зумовлені важливістю й потребою усвідомлення ролі, яку підприємництво відіграє у становленні соціально орієнтованого ринкового господарства і загалом у трансформації і формуванні демократичного суспільства України.

Перспектива виходу з кризи, еволюційного переходу до ринкових відносин багато в чому залежить від активізації підприємницької діяльності. Але крім цієї важливої ролі, яку покликані відігравати підприємці в процесі трансформації українського суспільства, слід зазначити, що утвердження нової соціально-економічної структури та підтримання стану внутрішньосуспільної упорядкованості залежить від інституціоналізації підприємництва.

У контексті соціального розвитку важливе значення мають питання взаємодії суспільства, ринку і підприємництва, визначення мотивації підприємницької діяльності, мети та цінностей підприємництва, розуміння підприємця як суб'єкта політичного процесу, аналіз моделей декларативної підприємницької поведінки. Тому з огляду на результати цієї взаємодії та невизначеність суспільства щодо напрямку подальшої трансформації української економіки вивчення цих питань є нагальною *соціальною потребою*. Статистичні дані дають змогу простежити етапи становлення та розвитку інституту українського підприємництва. Водночас подальший його розвиток залежить від того, який образ підприємця склався у громадській думці.

Тому в науково-пізнавальному та прикладному сенсі винятковий інтерес становить ретроспективний аналіз соціального тла підприємницької діяльності в Україні на початкових етапах її розвитку та порівняння з її сучасним станом. Успішність будь-яких суспільних перетворень залежить від наявності відповідних особистісних якостей, незворотність соціально-інституціональ-

них змін забезпечується успішною легітимацією останніх на особистісному рівні, тобто тим, якою мірою індивіди можуть знайти себе в новій або оновленій соціально-просторовій композиції суспільства, а отже, прийняти її, визнати нормальною й бажаною для себе.

Невипадково дослідженню становлення інституту підприємництва в посткомуністичних суспільствах присвячено чимало праць вітчизняних і зарубіжних вчених, де накопичено значний теоретичний, методологічний і методичний досвід. Однак актуальність *наукової проблеми*, яку ми спробуємо розв'язати у цій монографії, полягає в тому, що, попри наявність такого досвіду, відсутній комплексний аналіз процесу інституціоналізації українського підприємництва, а саме — його соціокультурних чинників.

Проблема соціокультурних чинників інституціоналізації підприємництва у суспільстві, що трансформується, залишається недостатньо розробленою в українській соціології. Водночас є чимало досліджень зарубіжних та вітчизняних учених, в яких опрацьовано різні аспекти цієї наукової проблеми.

Зокрема, обґрунтування можливості розгляду феномену підприємництва з наукових позицій було здійснено такими вченими, як Р. Кантільйон, Ф. Кене, А. Тюрго, Ж. -Б. Сей, А. Сміт, Д. Рікардо, А. Маршалл, Й. Шумпетер, Ф. Найт, Р. Коуз, Ф. Хаєк та ін. Цю проблематику активно опрацьовують вітчизняні соціологи, зокрема, соціальний портрет українського підприємця, соціальне тло підприємницької діяльності вивчали А. Арсєнко, І. Буров, В. Ворона, М. Міщенко, Ю. Пахомов, В. Пилипенко, Є. Сірий, Є. Суїменко, С. Фареник та ін. Проблему легалізації та інфраструктуризації підприємництва в Україні розглядали у своїх працях З. Варналій, Д. Ляпін та ін.

Соціально-психологічне підґрунтя підприємницької діяльності досліджували такі західні учені, як А. Маслоу, К. Де В्राєс, Е. Хаген, Д. МакКлелланд та ін. В Україні цю проблематику розглядали такі соціологи, як О. Донченко, О. Злобіна, О. Левцун, Т. Нельга, Ю. Пачковський, В. Тихонович, Н. Комих та ін. Соціальне підґрунтя підприємницької діяльності аналізували у своїх дослідженнях і західні учені — Р. Вард, М. Вебер, Р. Волдінгера, В. Зомбарт, Г. Олдрич, і українські соціологи: А. Арсєнко, Н. Лавріненко, Ю. Пахомов, Ю. Пачковський, Є. Сірий, Є. Суїменко та ін.

Економічну культуру як чинник соціально-психологічного механізму економічної поведінки особистості вивчали російські дослідники Т. Заславська і Р. Ривкіна, а також вітчизняні — Є. Суїменко, Т. Єфременко, Є. Пилипенко та ін.

Віддаючи належне науковій і практичній значущості праць, в яких окремо розглядаються різні аспекти визначеної вище актуальної наукової проблеми, варто наголосити на очевидній відсутності у вітчизняній науці її цілеспрямованого комплексного аналізу, який поєднував би висвітлення її теоретичних, методологічних, методичних та емпіричних аспектів. Слід також зазначити недостатнє (передусім у соціологічному контексті) узагальнення теоретичного досвіду інституціоналізації українського підприємництва. З огляду на перманентні зміни в соціально-економічному житті інституціональні та особистісні виміри процесу становлення соціальної легітимації підприємництва в українському суспільстві вимагають кожного разу нового аналізу. Бракує комплексного, побудованого на узагальненні попередніх напрацювань соціологічних та соціально-психологічних теорій, аналізу соціокультурних чинників детермінації підприємницької діяльності, їхніх концептуальних можливостей та меж застосування щодо формування економічної культури. Є потреба розглянути історико-культурні передумови підприємництва на території України, виокремивши та переглянувши їх у площині нашої проблеми. Поряд із тим слід вивчити соціокультурні чинники декларативних підприємницьких настанов сучасного українського суспільства. Вкрай важливим є емпіричний аналіз моральних норм економічної поведінки за допомогою крос-культурного порівняння. Доцільним буде вивчення думки експертів стосовно соціально-цивілізаційних перспектив розвитку підприємництва та ставлення до ділового ризику.

Метою дослідження є виявлення специфіки соціокультурного підґрунтя інституціоналізації українського підприємництва. Реалізація цієї мети зумовила необхідність вирішення таких завдань:

- аналіз особливостей інституціоналізації підприємництва в Україні;
- виявлення тенденції спрямованості запитів населення у секторах зайнятості залежно від економічної ситуації;
- дослідження соціокультурних чинників декларативних підприємницьких настанов сучасного українського суспільства;
- визначення подібності та розбіжності у моральних нормах щодо економічної поведінки українців та європейських націй за допомогою крос-культурного порівняння;
- вивчення соціально-цивілізаційних перспектив розвитку підприємництва з погляду експертів;
- формулювання соціокультурних характеристик ставлення експертів до ділового ризику.

В рамках аналізу процесу інституціоналізації українського підприємництва використано метод системного аналізу, а під час соціологічного опису соціокультурних чинників інституціоналізації українського підприємництва — метод вторинного аналізу даних соціологічного дослідження. У дослідженні автор, стосовно формування нових соціальних інститутів керується по-перше, висновками і положеннями теорії подвійної інституціоналізації (Є. Головаха, Н. Паніна). По-друге, визначення сутності соціальної легітимації підприємництва здійснено з урахуванням розробленої українськими соціологами концепції соціального тла підприємницької діяльності (Є. Суїменко, М. Міщенко). По-третє, для комплексного вивчення феномена соціокультурних чинників інституціоналізації підприємництва залучено крос-культурне порівняння моральних норм регуляції економічної поведінки. По-четверте, аналізуючи позицію експертів як людей, які мають до підприємницької діяльності в одних випадках прямий стосунок, а в других — непрямий, але досить цілеспрямований, відповідно до характеру їхньої діяльності, був застосований аналітичний підхід, реалізований через спрямований добір основного та контрольних угруповань, що відрізняються за основною диференційною ознакою — за характером своєї діяльності.

Емпіричною базою роботи є вторинний аналіз даних загальнонаціонального щорічного моніторингового дослідження «Українське суспільство», яке проводить Інститут соціології НАН України за єдиною програмою та інструментарієм, розробленими Н. Паніною та Є. Головахою. Також були залучені дані соціологічного опитування експертів «Економічна культура населення України (думки й міркування експертів)», яке здійснив відділ економічної соціології Інституту соціології НАН України у травні—червні 2005 року в рамках планової теми «Дослідження економічної культури сучасного суспільства» ($N = 623$). Крос-культурний аналіз здійснено на підставі даних міжнародного соціологічного порівняльного дослідження «Європейське Соціальне Дослідження» (European Social Survey), в якому взяли участь 24 європейські країни, серед яких уперше 2005 року взяла участь Україна. Усього в Україні у лютому 2005 року було опитано 2031 респондентів за випадковою вибіркою, що репрезентує населення України старше 15 років. Похибка вибірки становить 2,5 % (з урахуванням дизайн-ефекту). В Україні керівником проекту та національним представником у виконавчому комітеті проекту ESS є Є. Головаха, національним координатором — А. Горбачик, національним експертом — Н. Паніна. До виконання проекту

були залучені фахівці з Інституту соціології НАН України, Київського національного університету імені Тараса Шевченка та благодійного Фонду «Інтелектуальна перспектива». Фінансування реалізації проекту в Україні забезпечили Президія НАН України та Фонд «Відродження».

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що вони можуть бути використані під час подальшого дослідження суті та трансформації підприємництва, формування та запровадження державної політики, розробки регіональних програм розвитку підприємництва. Висновки дослідження можуть бути інтерпретовані під час викладання теоретичного курсу економічної соціології, зокрема тем, пов'язаних із з'ясуванням природи підприємництва, взаємозв'язків культурних та економічних чинників у соціумі. Результати та висновки дослідження можуть бути також використані під час розробки та викладання навчальних курсів «Соціологія підприємництва», «Економічна соціологія» для студентів соціально-гуманітарних спеціальностей. Розроблені в дослідженні положення й методики можуть бути використані для подальшого вивчення проблем підприємництва. Робота має діагностичне спрямування, оскільки стосується оцінки сучасного стану вітчизняного підприємництва, його соціокультурної детермінації з огляду на результати дослідження в соціології, культурології та економіці.

РОЗДІЛ 1

ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ: ЗАРОДЖЕННЯ ТА РОЗВИТОК

Головне завдання розділу — розробка загального теоретичного підґрунтя для досягнення мети дослідження. Йдеться, насамперед, про концептуальний аналіз ключових аспектів інституціоналізації підприємництва. Вихідними серед них є ознаки інституту підприємництва, які розглядаються переважно в загальносоціологічному контексті крізь призму концепції соціального інституту, а саме як його легалізація, становлення інфраструктури та соціальна легітимація. З огляду на порушене питання, інституціоналізація аналізуватиметься в контексті етапів становлення інституту підприємництва у вітчизняних умовах. Становлення українського підприємництва багато в чому залежить від того, який образ підприємця склався у громадській думці. Тому неабияк важливим є ретроспективний аналіз соціокультурного тла підприємницької діяльності в Україні на початкових етапах її розвитку. Матеріалом для цього аналізу слугують результати досліджень українських соціологів з початку 1990-х років. Аби визначити, наскільки визнало та схвалило суспільство інститут підприємництва, буде проаналізовано сучасний стан та динаміка соціальної легітимації підприємництва в українському суспільстві.

1.1. Інститут підприємництва як об'єкт соціологічного дослідження

Загальновідомо, що соціальна інтеграція, соціальний порядок і саме існування соціуму є неможливими без наявності в ньому основоположних соціальних інститутів у політичній, економічній і соціально-культурній сферах. При цьому навіть якщо ці інститути формально конституювані (існують відповідні установи й закони), загальна незгода жити за цими законами і, як наслідок,

недовіра до інституціональних установ неминуче призводять до руйнування наявного соціального порядку, критичного рівня соціальної нестабільності, соціально-політичної конфронтації, до розпаду економіки, соціальних заворушень і в подальшому — до дезорганізації суспільного життя загалом. Після переходу української економіки на ринкові відносини з'явився дуже важливий соціо-економічний недержавний інститут — інститут підприємництва, який став у вітчизняних умовах новим інструментом участі мільйонів громадян і в економічному житті країни, і в системі національного розподілу праці, а для економічно свідомих громадян — своєрідним засобом існування і стимулом до самовдосконалення. Закон України «Про підприємництво» (від 7 лютого 1991 р., зі змінами внесеними до ст. 168 від 22 лютого 2000 р. № 1481-000) дає таке визначення цьому економічному феномену: «Підприємництво — це безпосередня самостійна, систематична, на власний ризик діяльність по виробництву продукції, виконанню робіт, наданню послуг з метою отримання прибутку, яка здійснюється фізичними та юридичними особами, зареєстрованими як суб'єкти підприємницької діяльності у порядку, встановленому законодавством».

У демократичних країнах світу підприємництво визнано одним із головних чинників політичної та соціальної стабільності суспільства. Зокрема, Європейська Хартія малого бізнесу визначає підприємництво як хребет економіки ЄС, ключовим джерелом робочих місць та інкубатором бізнес-ідей, а намагання ЄС побудувати нову економіку (за положеннями хартії) будуть успішними лише тоді, коли підприємництво перебуватиме у фокусі уваги і держави, і всього суспільства¹. В Акті малого бізнесу, затвердженому Конгресом США, визнано, що збереження та розширення малого підприємництва становить і основу економічного благополуччя громадян країни, і є основою національної безпеки США².

Таке важливе значення підприємництва для політичної та соціальної стабільності демократичних суспільств визначається тим, що підприємництво в першу чергу виконує соціальні функції, до яких належить:

- створення додаткових робочих місць, зменшення рівня безробіття, розв'язання проблем бідності — що є однією з найважливіших функцій держави;

¹ European Charter for small enterprises: <http://www.europa.eu.int/scadplus/leg/en/lvb/n26002.htm>

² USA Small Business Administration: <http://www.sba.gov/regulations/sbaact/sbaact.pdf>

- формування середнього класу, тобто такого прошарку населення, який реально готовий нести на своїх плечах відповідальність за сталий розвиток країни — одне з головних завдань соціально орієнтованого ринкового суспільства;

- підтримання конкурентного середовища й обмеження монополізму великих підприємств — одна з головних цінностей для людини, бо надає пересічним громадянам (споживачам) можливість вільного вибору³.

Під соціальним інститутом слід розуміти впорядковані й відносно стабільні соціальні утворення, до складу яких входять соціальні організації, що підтримують офіційно або конвенційно прийняті правила, які регулюють соціальну поведінку у певній сфері суспільного життя на основі вимушеної або добровільної згоди більшості членів суспільства з наявністю цих соціальних організацій та правил⁴.

В теорії інституціоналізму виокремлюється три гілки — «старий» інституціоналізм, інституціоналізм і неоінституціоналізм (дві останні гілки є подібними). Істотні розходження спостерігаються між «старим» інституціоналізмом та «новим» інституціоналізмом. «Старий» інституціоналізм (Т. Веблен, Дж. Гелбрейт, Дж. Ходжсон) апелює до соціального макрорівня, вважаючи, що економічна діяльність (поведінка) стосовно індивідів залежить від зовнішніх чинників (середовища, держави, традицій). Цьому разі під соціальним інститутом розуміють сукупність усталених культурних норм, традицій, звичок, які підпорядковують своєю економічною роллю економічну поведінку людей. «Новий» інституціоналізм (Д. Норт, М. Олсон, Р. Познер, О. Вільямсон) акцентує на індивідуальній активності, розглядаючи соціальний інститут як похідний від безпосередньої взаємодії людей, їхніх внутрішніх, суб'єктивних якостей. Таким чином, у першому разі інститут становить примат соціального над економічним, в другому — економіка зсередини самої себе породжує соціальне як її регулятивний механізм⁵.

³ Мале підприємництво України — процес розвитку. / Д. В. Ляпін, Ю. І. Єхануров, О. В. Кужель та ін. — К. : Інститут конкурентного суспільства, 2001. — 256 с.

⁴ Головаха Є., Паніна Н. Соціальні зміни в Україні: пострадянська деінституціоналізація і особливості становлення нових соціальних інститутів // Політична думка. — 2001. — №4. — С. 4.

⁵ Суименко Е. И. Процесс институционализации социально-экономических поведенческих формообразований // Проблемы развития социологической теории. Трансформация социальных институтов та інституціональної структури суспільства. Наукові доповіді і повідомлення III Всеукраїнської соціологічної конференції / САУ, ІС НАНУ. — К, 2003. — С. 307.

Водночас слід розуміти, що підприємництво є відносно новим економічним інститутом в Україні. Розгляд його лише крізь призму соціальних норм є проблематичним, оскільки ці норми лише формуються. Однак дослідження розвитку та динаміки громадської думки щодо нормативної регуляції економічної сфери є вкрай важливим. Так само важливо брати до уваги економічну поведінку як віддзеркалення адаптаційних механізмів населення у період перетворення.

У нашому випадку під інститутом підприємництва слід розуміти систему суб'єктів підприємницької діяльності, котрі діють у межах наявних нормативних актів чи законів, які регулюють економічну поведінку населення і визнаються більшістю суспільства. Зокрема, ознаки інституту підприємництва це:

1. Кодекс усний і письмовий: *норми*: закон про регуляцію підприємницької діяльності; *статуси*: підприємець, роботодавець, найманий працівник.

2. Соціальні настанови і зразки поведінки (ролі) — загальна орієнтація людини на будь-який соціальний об'єкт: наявність соціальної легітимації підприємницької діяльності, робота в приватному секторі, прагнення самим займатися підприємництвом.

3. Ідеологія — система ідей, які санкціонують норми: ідея існування ринкової економіки та приватної власності.

4. Символи — знаки, комплекси знаків, створення образу інституту: образ підприємця в масовій свідомості.

5. Організаційна інфраструктура: громадські організації, що є виразниками інтересів підприємців.

Перша ознака інституту підприємництва — соціальні норми, цінності, обов'язки, санкції, що регулюють економічні відносини та статусну діяльність у межах підприємництва. Друга ознака — наявність достатньої групи людей, і зайнятих у підприємстві через статусні місця, і тих, хто має бажання посісти ці місця. Третя ознака — схвалення чи позитивне ставлення до ідеї ринкової економіки та приватної власності як основних принципів існування підприємства. Четверта ознака — це образ підприємця в масовій свідомості (наявність відповідного соціального тла). І, нарешті, п'ята — наявність недержавних об'єднань підприємців, які репрезентують власні інтереси.

Виходячи з цього визначення, інституціоналізацію підприємництва слід визначати як процес становлення нових соціальних інститутів з урахуванням трьох вимірів: 1) прийняття суспільством нових соціальних правил економічного життя (законів та норм, що легалізують і регулюють можливість вільної підприєм-

ницької діяльності); 2) створення організаційних структур (інфраструктуризація), відповідальних за артикуляцію й порядок дотримання цих правил (державних структур, недержавних організацій); 3) формування такого ставлення масових суб'єктів до соціальних правил і організаційних структур, яке відбиває згоду людей з цим інституціональним порядком і знаходить свій вираз в економічних практиках. Відповідно деінституціоналізація є процес руйнації інституціональних утворень, зміною соціальних правил і вочевидь вираженням (або прихованим, латентним) неприйняттям інституціональних вимог до економічної поведінки.

Процес інституціоналізації підприємництва передбачає заміну спонтанної й експериментальної поведінки на поведінку регульовану, очікувану, передбачувану. Це процес, етапи якого: 1) виникнення потреб у підприємницьких послугах, задоволення яких вимагає спільних організованих дій; 2) поява під час стихійної економічної взаємодії соціальних норм і правил регулювання підприємницької поведінки; 3) прийняття, застосування цих норм і встановлених санкцій для їхньої підтримки (наприклад, поширення поганої репутації підприємця чи підприємницької структури); 4) створення системи статусів і ролей, що охоплюють усіх членів інституту (наявність профспілок, які регулюють відносини між роботодавцями та найманими працівниками).

З економічної точки зору для здійснення підприємницької діяльності потрібні такі умови. По-перше, вона вимагає у суб'єкта господарювання наявності певної сукупності прав і свобод для здійснення самостійної діяльності. По-друге, важливою умовою виступає узаконене право власника на засоби виробництва, продукт і дохід, що створюється в результаті підприємницької діяльності. І по-третє, підприємництво можливе лише за конкурентно-ринкового режиму господарювання.

З точки зору соціальних відносин нормальне функціонування підприємницького сектору потребує відповідної позитивної оцінки в суспільстві — громадської підтримки й довіри населення до суб'єктів ринкової економіки — підприємців і бізнесменів. Але через зазначені нижче причини громадяни України неадекватно сприймають такий вид діяльності. Більшість з них народилися і встигли прожити частину життя за соціалізму, і тому риси «радянської економічної культури як соціальної пам'яті суспільства» міцно закарбувалися в їх свідомості⁶.

⁶ Зрушення до ринкової економіки. Реформи в Україні: погляд з середини. За ред. Л. Гоффманна і А. Зденберга. — К.: Фенікс, 1997. — 168 с.

З позиції російського соціолога Р. Ривкіної «перехідний стан економічної свідомості» полягає в тому, що «в потребах і орієнтаціях людей, їхніх інтересах і мотивах поведінки присутні риси двох соціально-економічних систем: тієї, від якої почали йти (адміністративно-командної), і тієї, до якої почали рухатися (ринкової). Перехідність — це сполучення «духу соціалізму» і «духу капіталізму» в одній і тій самій реальності — в одному суспільстві, у тих самих людях, у тому самому інтервалі історичного часу. Риси перехідності сьогодні властиві і державі, і державній політиці, і соціальній стратифікації, і свідомості жителів країни»⁷. Є. Головаха характеризує феномен «посткомуністичного суспільства, що трансформується» в таких термінах: «воно живе почасти в минулому, почасти в майбутньому, але й досі не в сьогоденні». Громадян такого суспільства називає «заручниками передринкової економіки»⁸. Чимала частина населення (в тому числі економічно активна), на його думку, досі перебуває в полоні стереотипів, які перешкоджають вивільненню й розвитку потенціалу економічного суспільства.

Трактування феномена підприємництва базується залежно від підходу. Спочатку підприємництва політична економія визначала як проблему пояснення джерел економічного зростання і природи прибутку (сам термін запровадив Р. Кантильон у XVIII столітті). В. Радаєв виокремлює п'ять основних трактувань підприємницької функції⁹. *Перше трактування* превалює у працях класиків політичної економії Ф. Кене¹⁰ та А. Сміт¹¹ — вони бачать у підприємцеві власника капіталу. При цьому у працях Ж. Тюрго¹², а пізніше німецьких істориків (У. Рошера, Б. Гільдебранда) підприємець не тільки управляє своїм капіталом, а й сполучає функції власника з особистою продуктивною працею¹³.

Згодом підприємця дедалі менше ототожнюють з капіталістом. У *другому трактуванні* його розглядають як організатора

⁷ Рывкина Р. Переходное экономическое сознание в Российском обществе // Вопросы экономики. — М., 1997. — С. 71.

⁸ Головаха Є. І. Суспільство, що трансформується. Досвід соціологічного моніторингу в Україні. — К.: Ін-т соціології НАН України, 1997. — С. 7.

⁹ Радаев В. В. Экономическая социология. Курс лекций: Учеб. пособие. — М.: Аспект Пресс, 1997. — С. 96-100.

¹⁰ Кенэ Ф. Избранные экономические произведения. — М.: Соцэкгиз, 1960. — С. 23.

¹¹ Смит А. Исследование о природе и причине богатства народов. — М. Изд-во социально-полит. литературы, 1962. — С. 195.

¹² Тюрго А. Избранные экономические произведения. — М.: Соцэкгиз, 1961. — 198 с.

¹³ Радаев В. В. Экономическая социология. Курс лекций: Учеб. пособие. — М.: Аспект Пресс, 1997. — С. 96.

виробництва, не обов'язково обтяженого правами власності. Зокрема, К. Маркс функціонально розмежовував власника і підприємця. Ще у «Маніфесті комуністичної партії» К. Маркс і Ф. Енгельс зазначали творчий потенціал підприємницької діяльності: «Буржуазія менш ніж за сто років свого класового панування створила чисельніші і грандіозніші виробничі сили, ніж всі попередні покоління разом узяті»¹⁴. Визначення підприємця як менеджера закріплюється в роботах неокласика А. Маршалла¹⁵. Відтоді нейтральність стосовно володіння власністю стає звичайним елементом більшості теорій підприємництва — класичних (Й. Шумпетера)¹⁶ і сучасних (А. Коул, П. Дракера).

Що стосується змісту підприємницької функції, то за трактуванням неокласиків це пристосування виробництва до умов ринку, що змінюються, відновлення порушеної рівноваги, ефективніше використання наявних ресурсів і задоволення попиту, що виникає.

Третє трактування підприємницької функції пов'язано з тягарем ризику й невизначеності в процесі економічного розвитку (Р. Кантільон, Дж. Тюнен, Д. де Тресі, Г. Мангольт та ін.). Цей елемент стає центральним у концепції підприємництва Ф. Найта [45]. На його думку, люди, які беруть на себе тягар ризику, що прораховується, і невизначеності, що не прораховується, а також гарантують більшості їхню заробітну плату, одержують право керувати діяльністю цієї більшості і привласнювати відповідну частку доходу.

Четверте визначення підприємницька функція одержує в рамках інституціональної економічної теорії (Р. Коуз)¹⁷. Тут підприємець стає суб'єктом, що робить вибір між контрактними відносинами вільного ринку й організацією фірми з метою економії трансакційних витрат. Підприємництво виявляється особливим регулюючим механізмом, відмінним від цінового механізму і механізму державного регулювання, а в чомусь альтернативним їм обом.

Якщо підприємець-менеджер, у трактуванні А. Маршалла, має вичерпну інформацію, то в баченні представників нової австрій-

¹⁴ Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. Изд. 2-е. — М.: Госполитиздат, 1955. — Т. 4. — С. 429.

¹⁵ Маршалл А. Принципы экономической науки. — Том 1. — М.: Прогресс-Универс, 1993. — 416 с.

¹⁶ Шумпетер Й. Капіталізм, соціалізм і демократія / Пер. з англ. В. Ружицького та П. Тарашука. — К.: Основи, 1995. — 528 с.

¹⁷ Коуз Р. Фирма, рынок и право. — Нью Йорк: Телекс, 1991. — С. 36.

ської школи (Л. Мізес, Ф. Хайєк¹⁸) підприємець діє в умовах недостатності цієї інформації. Він, тим самим, виступає вже не просто як «збалансовувач» ринків, а як їхній активний перетворювач і творець. Таким чином, у *п'ятому трактуванні* (крім згаданих учених, її дотримуються Г. Шмоллер, Ф. Тоссиг, Й. Шумпетер, П. Дракер й ін.) наголошується на активному, інноваційному характері підприємництва не тільки у виборі з наявних альтернатив розподілу ресурсів, а у створенні нових ринкових можливостей.

Таким чином, підприємництво виступає комплексним всеохопним соціально-економічним феноменом, який містить у собі характеристики приватної власності, економічної активності, творчості, інновації та здатності ризикувати. Вище подані трактування підприємництва можуть слугувати ілюстрацією тих вимірів, в яких потрібно розглядати цей інститут.

У дослідженні українських соціологів «Підприємець України: ескізи до соціального портрету» нормативні моделі підприємця як такого, і цивілізованого підприємця зокрема, слугували тими еталонами, за допомогою яких вимірювалися й оцінювалися основні типи реального підприємця України¹⁹. Розробляючи програму досліджень, В. Ворона і Є. Суїменко вказують, що реальний тип (чи реальна модель) підприємця України являє собою емпіричний і теоретичний результат накладання всієї сукупності зафіксованих у дослідженні характеристик (ознак, властивостей, якостей)²⁰. Сукупність цих характеристик містила у собі фіксацію:

1) *статусних ознак*: форма власності, освіта, спеціалізація, динаміка прибутку підприємства, спрямованість протекціоністської діяльності держави, володіння різними видами особистої власності, перспективи розвитку підприємства і нагромадження капіталу, різні демографічні ознаки тощо;

2) *функціонально-рольових ознак*, що стосуються змісту й об'єктів інвестування, участі в приватизації, взаємин з конкурентами, ролі різних соціальних інститутів, негативних сторін підприємницької діяльності, чинників стимулювання і гальмування цієї діяльності, спеціалізації та функцій підприємництва;

3) *особистісних ознак*: питань, що стосуються мотивації вибору виду підприємницької діяльності, структури її мотивів, со-

¹⁸ Хайєк Ф. А. Пагубная самонадеянность. Ошибки социализма. — М.: Новости, 1992. — 304 с.

¹⁹ Предприниматель Украины: эскизы к социальному портрету / Отв. ред. В. М. Ворона, Е. И. Суименко. — К.: ИС НАНУ, 1995. — 185 с.

²⁰ Ворона В. М., Суименко Е. И. Программа исследования // Предприниматель Украины: эскизы к социальному портрету / Отв. ред. В. М. Ворона, Е. И. Суименко. — К.: ИС НАНУ, 1995. — С. 23—37.

ціального «самопочуття» підприємців, оцінки перспектив і побудови планів, оцінки особистісних якостей українських підприємців, оцінки ступеня задоволеності підприємницькою діяльністю (опитування підприємців та опитування населення).

Разом з тим розглядалися *умови підприємницької діяльності* — «сукупність виробничо-технічних, економічних, соціальних, політичних, правових, психологічних чинників, що сприяють підприємництву чи стримують його. Науковий аналіз та оцінка цих чинників припускають виокремлення двох рівнів: макро- і мікрорівень. На макрорівні поняття умов підприємницької діяльності характеризує загальну соціально-економічну, виробничо-економічну та фінансову ситуацію в країні, політичну стратегію держави стосовно підприємництва, наявність чи відсутність правової основи (законів, нормативних актів і документів) підприємницької діяльності. На мікрорівні це поняття фіксує сукупність тих основних чинників, що безпосередньо стосуються діяльності конкретного підприємця, включаючи його найближче оточення (побут, родина, будинок, знайомі)»²¹. Акцент у зазначеному дослідженні робився на макроумовах. Аналіз і оцінка мікроумов лише доповнювали загальну картину макроумов.

Було розглянуто також *соціальний портрет підприємця* — «послідовно здійснювана розгорнута характеристика підприємця як суб'єкта власності, виконавця визначених соціальних ролей і функцій та специфічного типу особистості в емпіричному їхньому вимірі»²².

Особливої уваги вимагає також *соціальне тло підприємницької діяльності* — «поняття, що характеризує сукупність основних станів і процесів, що домінують у цьому суспільстві, з якими пов'язана діяльність підприємців. На відміну від умов діяльності, поняття соціального тла підкреслює момент її певної автономії, незалежності від того навколишнього середовища, з яким вона пов'язана лише в кінцевому рахунку. Соціальне тло підприємницької діяльності поєднує в собі основні показники рівня і якості життя різних соціальних груп суспільства, народу загалом, життєвої орієнтації і політичних настанов людей, характеру і спрямування діяльності і, головне, ставлення до підприємництва та приватної власності. Характеристику соціального тла підприємницької діяльності емпірично можна подати статистичними да-

²¹ Ворона В. М., Суиценко Е. И. Программа исследования // Предприниматель Украины: эскизы к социальному портрету / Отв. ред. В. М. Ворона, Е. И. Суиценко. — К.: ИС НАНУ, 1995. — С. 33.

²² Там само. — С. 34.

ними про динаміку чисельності працівників, що входять до приватизованих та комерційних структур й ідуть з них, а також результатами вибіркового опитування різних категорій населення України»²³.

Треба зазначити, що більшість компаній сьогодні усвідомлюють важливість підтримки у суспільстві думки про правдивість, чіткість і моральні норми бізнесу. Такий підхід ґрунтується на моральних стандартах, практичній логіці. І це є найбільш ефективний шлях до успішного бізнесу. Адже якщо не зважати на моральні засади, ділового клімату, суспільство може заплатити високу ціну. Розвиток і ринку загалом, і підприємництва великою мірою залежить від державної політики. Держава, залежно від прийнятих рішень, може сприяти розвитку підприємництва, посідати нейтральну позицію або гальмувати цей процес. За адміністративно-командної системи, планової економіки держава, безумовно, гальмувала процес розвитку підприємництва. Завдяки переходу до ринкової економіки хоча й було усунуто багато перепон у розвитку підприємництва, але ще не створено комплексної системи заохочення, а також умов для становлення інфраструктури, яка стимулювала б швидкий розвиток приватних фірм. Фаза актуального стимулювання приватного підприємництва буде досить тривалою і вимагатиме нових підходів. Позитивні зміни, які з'являтимуться в плані розвитку підприємництва, мають спиратись на доказові приклади переваги останнього, що демонструють країни з розвиненою ринковою економікою.

Становлення підприємництва, на думку В. Пилипенка, пов'язане безпосередньо з соціокультурним оточенням²⁴. Якщо в культурному оточенні підприємливість є визнаною цінністю, то процес створення незалежної фірми спрощується. Є потреба необхідність створення нової системи цінностей, яка заохочувала б приватне підприємництво. Така система є актуальною і досить вагомою у світовій економіці. Джерелом етики підприємництва є школа, родина, засоби масової інформації. Заохочення підприємництва є, передусім, також пропагандою нового стилю життя і нових цінностей. Без такого культурного підґрунтя ринок може перетворитися не на джерело збагачення народу, а на ще одне джерело його злиднів. «Ефективним же він може стати тільки тоді, коли сформулюються адекватні мотивації ринкового підприємництва, коли взірцем для наслідування буде приватний підпри-

²³ Там само. — С. 34.

²⁴ Пилипенко В. Людина в ринковому суспільстві: орієнтації, поведінка, культура. — К.: ПЦ «Фоліант», 2005. — С. 105.

смієць, який працює з почуття обов'язку та потреби в праці; тоді, коли буде вироблено вітчизняні форми економічного, ринкового життя»²⁵.

Важливим також є питання взаємовідносин підприємців та осіб найманої праці. Сьогодні останні є найбільшими критиками економічних реформ і противниками їх соціальних наслідків. І хоча економічні відносини між ними ще фактично не встановлено (основним наймачем поки що виступає держава та її органи, великі підприємства), у майбутньому (з розширенням зайнятості у приватному секторі) можна очікувати збільшення трудових конфліктів між підприємцями і найманими працівниками. Це протиріччя між соціальною ситуацією і наперед заданою ідеологічною настановою можуть посилювати політичні організації ортодоксально-марксистського спрямування і традиційні профспілки²⁶.

Вельми актуальною на етапі переходу до ринкового соціального господарства бачиться проблема легітимації підприємництва в українському суспільстві. У першу чергу йдеться про соціокультурні перепони на шляху розвитку підприємництва і ринку. «Успішність подолання останніх залежить від стратегії розвитку ринкових реформ в українському суспільстві. «Проростання» підприємництва «знизу» у вигляді масової економічної самодіяльності (як процес повільний і поступовий) може призвести до органічного «розмивання» бар'єрів. «Впровадження» підприємництва «зверху», що передбачає певне психологічне насилля, загрожує стійким масовим неприйняттям останнього. У результаті зростає імовірність конфліктного сценарію взаємодії підприємництва і суспільства»²⁷.

На думку Є. Пилипенка, прогнозування ступеня суспільної толерантності до підприємництва передбачає прояснення позицій лідерів громадської думки. Він виділяє такі рівні суспільної легітимації підприємництва:

«1) моральний — прийняття підприємництва на основі критеріїв моралі і соціальної справедливості. Скоріше за все, в українському суспільстві присутня моральна легітимація підприємництва як паразитичної діяльності, яка ґрунтується на привласненні результатів чужої праці;

2) цивілізаційний — визнання історичних перспектив підприємництва як діяльності, що відповідає магістральним тенденціям суспільного прогресу і структурним зрушенням «постіндустріа-

²⁵ Там само. — С. 109.

²⁶ Там само. — С. 109-110.

²⁷ Там само. — С. 110.

льного суспільства». Цивілізаційна легітимація вимагає, відповідно, суспільного консенсусу стосовно стратегії модернізації України;

3) загальнокультурний — сумісність підприємництва з цінностями неринкового порядку: прагненням до підвищення культурного й освітнього рівня, потребою жити у високодуховному суспільстві. У даному зв'язку, мабуть, повинні бути розвіяні небезгрунтовні побоювання деяких прошарків населення про ворожість підприємництва стосовно деяких форм духовного виробництва;

4) національний — готовність масової свідомості визнати зв'язок цінностей підприємництва з національними традиціями. За умов певної активізації націоналістичних рухів та ідеологій «національна» легітимність підприємницької діяльності як культурно-історично успадкованої набуває дуже важливого значення. Легітимація підприємництва у суспільній свідомості вимагає від бізнесу високої соціальної відповідальності»²⁸.

Таким чином, сучасні підходи до вивчення інституту підприємництва виокремлюють такі важливі ознаки: статусні, функціонально-рольові та особистісні. Крім соціального портрету підприємця, слід розглядати умови та соціальне тло підприємництва. Проблема легітимації підприємництва має охопити питання взаємовідносин підприємців і осіб найманої праці, уявлення про суспільну роль підприємництва, а також його соціокультурне оточення.

1.2. Первинне нагромадження капіталу в Україні: формування нової соціальної верстви

Масштабні історичні трансформації, з якими світ зіткнувся наприкінці ХХ століття, коли колишні соціалістичні країни Східної Європи, а згодом нові незалежні держави колишнього СРСР почали здійснювати лібералізацію економіки, породили процеси, які є визначальними у становленні капіталізму. Дослідники і публіцисти, проводячи аналогії з періодом зародження капіталізму і користуючись термінологією К. Маркса, називають цей процес «первинним нагромадженням капіталу». Економічні перетворення в постсоціалістичних країнах супроводжувалися привласнен-

²⁸ Там само. — С. 110—111.

ням державної власності та накопиченням фінансових ресурсів вузьким прошарком населенням, який у структурі зайнятості сформувався в окрему верству і почав відігравати впливову роль у житті суспільства. Економічним підґрунтям цих перетворень стало формування приватного сектору в результаті зміни форми власності на державні підприємства.

Щоб визначити, чи правомірним є позначення постсоціалістичних перетворень в економічній царині поняттям «первинне нагромадження капіталу», потрібно проаналізувати класичне визначення цього явища та спробувати екстраполювати його на сучасні процеси. Для цього слід скористатися методологією соціологічного пізнання соціального феномена, а тобто спробувати проаналізувати, чи можна визначити первинне нагромадження капіталу як періодичний соціальний феномен, а саме — коли через певні детермінанти виникає явище, яке фіксувалося в минулому за подібних обставин. Виявлення інваріантних просторово-часових залежностей і періодичних «випадань», коли це явище не представлене в суспільному житті, дасть змогу зафіксувати наявність соціального феномена²⁹.

Поняття «первинне нагромадження капіталу» у класичному розумінні визначають як насильницький процес перетворення маси безпосередніх виробників (насамперед селян) на найманих робітників, а засоби виробництва і грошових коштів — на капітал. Цей процес передував капіталістичному способу виробництва і був зумовлений розвитком виробничих сил, зростанням товарно-грошових відносин та формуванням широких національних ринків. Саме поширення в надрах феодалізму товарно-грошових відносин посилило економічну диференціацію і банкрутство дрібних товаровиробників³⁰. Класичні соціальні та економічні теорії, пов'язані з іменами А. Сміта та К. Маркса, стверджували, що до того, як стала можливою дія ринкових інститутів, відбувався процес первинного, або примітивного, нагромадження капіталу. За твердженням К. Маркса, первинне нагромадження капіталу є вихідним пунктом капіталістичного виробництва. Марксу належить вичерпне визначення цього процесу: «...процес, який створює капіталістичні відносини, не може бути нічим іншим, як

²⁹ Головаха Е. И. Исследование социальных феноменов эпохи постсоветизма: методология, теория, типология // Проблемы развития социологической теории: Научные доповіді і повідомлення першої Всеукраїнської соціологічної конференції. — К.: ІС НАНУ, САУ, 2001. — С. 16.

³⁰ Энтов Р. М. Первоначальное накопление капитала // Большая советская энциклопедия. [В 30-ти т.] Гл. ред. А. М. Прохоров. 3-е изд. — Т. 19. Отоми–Пластырь. — М.: «Сов. энциклопедия», 1975. — С. 362—363.

процесом, який перетворює, з одного боку, суспільні засоби виробництва і засоби життя на капітал, з другого боку, — безпосередніх виробників на найманих робітників. Відповідно, так зване первинне нагромадження є не що інше, як історичний процес відсторонення виробника від засобів виробництва. Він уявляється «первинним», оскільки становить передісторію капіталу і відповідного до нього способу виробництва»³¹. Йдеться про експропріацію, відбирання у виробників усіх їхніх засобів до існування методами, що далекі від ідилії, — шляхом завоювань, поневолень, розбою, насильства.

Інший бік цього процесу — перетворення узурпованих засобів виробництва на капітал, відтворення буржуазних виробничих відносин і формування верстви буржуазії. Відсторонення безпосереднього виробника від засобів виробництва розширювало внутрішній ринок. Наймані робітники, відсторонені від засобів виробництва, жили продажем власної робочої сили. Вони мали купувати потрібні товари на ринку. Таким чином, засоби виробництва, які сконцентрувалися у руках меншини, перетворилися на капітал. Водночас створився ринок засобів виробництва, необхідний для розширеного відтворення. Специфічні риси, яких набував процес первинного нагромадження в окремих країнах, відображали насамперед відмінності в суспільному та економічному устрої, особливості історичного розвитку кожної з країн. Так, у країнах, які здійснювали колоніальні захоплення, стимулювався вивіз вовни. Внаслідок цього відбувалося обезземелення селян і перетворення орних земель на пасовища. Натомість у Франції основними важелями первісного нагромадження капіталу були податкова та відкупна система. Розвиток державного кредиту став поштовхом до формування фінансового сектору, торгівлі цінними паперами, біржової гри та різноманітних спекуляцій. Важливою умовою інтенсивного розвитку процесу первинного нагромадження капіталу було розкріпачення селян. Зокрема, важливу роль у нагромадженні первинного капіталу в царській Росії, за словами В. Леніна, зіграла відміна кріпосного права та експропріація селян під час здійснення селянської реформи 1861 року³². У зв'язку з цим на зміну дрібної селянської власності на землю прийшло велике землеволодіння, засноване на фермерському капіталістичному господарстві. Водночас поши-

³¹ Маркс К. Капитал. Критика политической экономии. — Т. 1. — Кн. 1: Процесс производства капитала. — М., 1955. — С. 719.

³² Ленин В. И. Полное собрание сочинений / Ин-т марксизма-ленинизма при ЦК КПСС. — 5-е изд. — Т. 16. — М.: Госполитиздат, 1961. — С. 254.

рення нових виробничих технологій (наприклад мануфактури) спричинило попит на робочу силу. Насильницька експропріація селянства призвела збільшення відтоку колишніх селян у міста та формування пролетаріату. За підтримки держави цей процес був спрямований на те, щоб змусити незаможних людей працювати за наймом і підкорити їх капіталістичній дисципліні праці.

Отже, можна виокремити основні риси процесу первинного нагромадження капіталу:

1) розвиток товарно-грошових відносин та лібералізація соціально-економічної сфери зумовлює зміни у структурі зайнятості;

2) відсторонення дрібного виробника від засобів виробництва призводить до формування великих капіталів на основі залучення найманої праці;

3) зміни у структурі зайнятості призводять до формування буржуазної верстви та верстви найманих робітників.

Саме за цими рисами маємо простежити ті процеси, що відбулися на постсоціалістичному просторі, зокрема в Україні.

Лібералізація соціально-економічної сфери

Основним механізмом процесу первинного нагромадження капіталу і на світанку капіталізму, і в постсоціалістичний період стала ініціатива державних інститутів. За твердженням О. Амосова, зміна суспільного устрою в СРСР у другій половині 1980—1990-х роках відбувалася «згори»: 1) закон «Про державне підприємство» 1987 року скасував директивне планування; 2) закон «Про лібералізацію зовнішньоекономічної діяльності» 1987 року покінчив з державною монополією на доходи від природної ренти та експорту; 3) реорганізація банків наприкінці 1980-х років полегшила руйнування платіжної системи, оскільки замість безготівкових розрахунків дедалі більшого значення почали набувати платежі готівкою³³. В результаті виникли численні посередницькі кооперативи, що привласнювали різницю між державними цінами на отримувану промислову продукцію від держпідприємств та ринковими цінами її реалізації кінцевим споживачам. Лібералізація зовнішньоекономічних зв'язків за відміни директивного планування 1988 року створила неабиякі можливості для збагачення за рахунок різниці між ринковими внутрішніми та експортними цінами. У такий спосіб відбувалося первинне накопичення та легалізація тіншового приватного капіталу. Подібної думки дотримується С. Перегудов: новий закон СРСР про держа-

³³ Амосов А. И. Социально-экономическая эволюция России. — М., 2004. — С. 165.

вне підприємство, що набрав чинності у 1988 році, завдав нищівного удару по плановій системі³⁴. Він надав підприємствам та об'єднанням реальних прав у ціноутворенні, розпорядженні отримуваним прибутком. У підсумку підприємствам було надано небачену раніше свободу, а їхнє керівництво було виведене з-під опіки державної та партійної бюрократії і набуло необмеженої самостійності. Водночас трудові колективи, незважаючи на отримані відчутні права, не стали повноправними господарями виробничих активів. Директорський корпус перетворився на впливовий прошарок, що почав зсередини розхищувати командно-адміністративну систему, спираючись декларативно на вимоги трудових колективів. Підвалини планової економіки істотно послабилися, почався процес її дезінтеграції. Отже, якщо у перші десятиліття Радянської влади приватна власність нищилася вочевидь, відверто і шляхом насилля під час соціалістичних перетворень, то в останнє десятиліття — приховано, завуальовано та опосередковано. Власне, патерналістські настанови, відсутність потужного громадянського сектору сприяли тому, що населення України не протестувало проти ініціатив держави. Треба мати на увазі також, що у масовій свідомості на початку 1990-х років утвердилося уявлення про очевидну перевагу капіталістичної економіки над її менш щасливим конкурентом — соціалістичною економікою³⁵.

На відміну від часів зародження капіталізму, коли відбувалася насильницька експропріація вже наявних дрібних індивідуальних господарств, процес постсоціалістичної приватизації відбувався на тлі неоднозначного сприйняття населенням державної власності як їхньої власної. Незважаючи на те, що марксизм визначає соціалізм як суспільно-економічну формацію з переважанням суспільної власності на засоби виробництва, в соціалістичних країнах ХХ століття переважала державна власність на засоби виробництва. І хоча формально державну власність ототожнювали з суспільною, яка нібито належала всім трудящим, таки питання, чи реально належала ця власність трудящим, залишається відкритим. Отже, чи можна вважати, що до процесів приватизації робітники були справжніми власниками засобів виробництва? В. Ворона звертає увагу на те, що абстрактно-трудовий характер

³⁴ *Перебудов* С. П. Корпорации, общество, государство: Эволюция отношений. — М., 2003. — С. 39—40.

³⁵ *Головаха* Є. Економічні реформи і масова свідомість // Українська приватизація: плюси і мінуси / Є. І. Головаха, В. І. Дубровський, О. М. Кошик, О. Г. Білоцерківець. Під ред. О. Й. Пасхавера. — К., 2001. — С. 24—27.

зайнятості в промисловому виробництві за радянських часів істотно зменшив економічні, господарські функції робітника, позбавивши його статусу власника. Формально залишаючись суб'єктом загальнонародної власності, її співвласником, співрозпорядником і співкористувачем, робітник був фактично відчужений від неї: економічна поведінка, що реалізує матеріальні інтереси, була зведена до рівня абстрактно-трудової поведінки. «Гіпертрофія цінностей людської праці породила соціальний тип людини як «виробничника», і подібно до того, як у пізнє Середньовіччя в Англії «вівці з'їли людину», в СРСР в 60—70-ті роки виробництво, ставши «нічийним», з'їло людину, його духовну сутність та індивідуальність»³⁶. Поляризація особистість—держава, яка панувала у пізньосоціалістичному суспільстві, позначилася на ставленні до всього державного майна. Це було передумовою безболісного (хоча й з негативним відтінком) захоплення державних активів спритними ділками. І лише потім, внаслідок діяльності трастових компаній, фінансових пірамід, втрати особистих заощаджень та гіперінфляції помітно призвело до збільшення негативних оцінок економічного курсу на ринкові відносини. Як свідчать дані репрезентативного опитування, проведеного Міністерством статистики в грудні 1991 року (опитано 5,6 тис. робітників 400 підприємств), близько 42 % робітників висловилися за збереження існуючої форми власності для підприємств, на якому вони працювали, за умови надання йому більшої самостійності. Водночас майже 44 % робітників висловилися за зміну форми власності. З них: 41 % — за передачу підприємства у власність трудового колективу, 18 % — за створення СП із залученням іноземного капіталу, 14 % — за перетворення на акціонерне товариство³⁷.

В основі первинного нагромадження капіталу лежали численні форми нееквівалентного обміну. Основним джерелом первинного нагромадження великих капіталів стало присвоєння ренти під час продажу чи перепродажу ресурсів та експлуатації державного бюджету. Найбільш «результативною» була схема вилучення ренти через посередницькі схеми, особливо в паливно-енергетичному комплексі. Як відверто зізнався бізнесмен І. Бакай,

³⁶ Ворона В. М. Введение // Промышленное предприятие и его люди: проблемы социально-экономического поведения / Под общ. ред. В. М. Вороны, Е. И. Суименко. — К., 2001. — С. 6.

³⁷ Білоцерківець О., Кошик О. Приватизація в Україні: вибір моделі, структура і наслідки процеси // Українська приватизація: плюси і мінуси / Є. І. Головаха, В. І. Дубровський, О. М. Кошик, О. Г. Білоцерківець. Під ред. О. Й. Пасхавера. — К., 2001. — С. 81.

на той час голова правління НАК «Нафтогаз України», всі великі капітали в Україні було нажито через структури, які працювали з газом та нафтою³⁸. Наступною схемою була експлуатація державного і місцевих бюджетів через пряме фінансування, яке часто було збитковим для держави, та оплату неповернених кредитів. Також вилучення доходу державних підприємств відбувалося шляхом примусового регулювання їхніх цін на продукцію, на закупівлю ними устаткування, сировини, напівфабрикатів та послуги³⁹.

Іншим джерелом накопичення капіталу став державний сектор. Експлуатуючи активи державних, колективних, комунальних, громадських, профспілкових, партійних та комсомольських структур, створювалися малі підприємства (кооперативи) та госпрозрахункові підрозділи на базі зазначених структур, що поглинали ліквідні ресурси останніх. Водночас у фінансовій сфері відбулося перекачування до приватних суб'єктів особистих збережень громадян у вигляді кредитних ресурсів, які вибірково надавалися наближеним до партійно-номенклатурного середовища. Все це дало змогу обмеженому колу наближених до державних структур акумулювати фінансові та соціальні ресурси, посісти вигідні позиції і бути готовими до результативної участі у майбутній легальній приватизації.

Приватизація

Однак визначальну роль первинного нагромадження стали процеси приватизації. Проблема приватизації — це проблема підведення економічного підґрунтя під ринкові перетворення господарського життя України, бо, за відомою аксіомою товарного виробництва, для того, щоб виробники продуктів обмінювалися ними як товарами, вони мають визнати одне в одному незалежних приватних власників. По суті, йдеться про формування приватних власників на засоби виробництва, або, що одне й те саме, — про первинне нагромадження приватного капіталу. Поштовхом до економічних реформ в Україні стала розбудова власної державності та національної економіки. Україна, порівняно з іншими постсоціалістичними країнами, значно запізнилася з про-

³⁸ Бакай І. «Усі багаті люди України заробили свій капітал на російському газі»: [Бесіда з народним депутатом України, головою правління НАК «Нафтогаз України» Розмову вів В. Тимошенко] // Галицькі контракти. — 1998. — № 43. — С. 18.

³⁹ Пасхавер А., Верховодова Л. Приватизация до и после оранжевой революции / Центр социально-экономических исследований CASE Украина. — К.: CASE Украина, 2006. — С. 6.

веденням приватизації. Налагоджуючи міжнародні контакти, Україна як самостійна держава була чутливою у питаннях міжнародного іміджу. До того ж економічні реформи в Росії підштовхували місцеві еліти проводити подібні в Україні.

Тіньова (латентна) приватизація 1985—1991 років прогресувала і в кількісних, і в якісних вимірах. З її перебігом ступінь інституціоналізованості приватного сектору економіки — приватного підприємництва, приватної власності та ринку праці — підвищувався. Приватний сектор формувався певною мірою на власній основі — на підставі підприємницької активності та особистих активів пересічних громадян. Але переважно підґрунтям та джерелом його формування слугував державний сектор. Упродовж 1985—1992 років відбувалося скорочення частки працівників державних, установ, організацій та об'єднань на 3,5 %, а також колгоспів — на 1,5 %. Водночас фіксується незначне зростання зайнятості у приватному секторі (у селянських та особистих підсобних господарствах, підприємствах споживчої кооперації тощо)⁴⁰. На *першому* етапі (1992—1994 роки) роздержавлення здійснювалося головним чином шляхом оренди державного майна трудовим колективом із правом його викупу або безпосередньо шляхом викупу середніх і великих підприємств (т. з. робоча приватизація). Такі неконкурентні по суті способи приватизації не сприяли формуванню ефективного власника, нових мотивів трудової діяльності, появи додаткових інвестиційних ресурсів для розвитку виробництва. Як фінансове джерело викупу використовували прибуток самого підприємства, а орендатори отримували не завжди обґрунтовані пільги. «Робоча» приватизація часто завершувалася захопленням влади керівництвом, скупівлею акцій та обмеженням свободи трудового колективу розпоряджатися акціями. До приватизації були залучені також відверто кримінальні ділки, які знайшли спільну мову із представниками пострадянської владної, господарської та політичної верхівки різних рівнів. Представники зазначеної верхівки теж не гребували порушенням законодавства під час підготовки державних підприємств до приватизації шляхом навмисного зниження ліквідності їхніх активів. Вони вдавалися до штучного нарощування заборгованості, свідомого укладання не вигідних угод, доведення підприємств до банкрутства. Як зазначає І. Рущенко, «за таким сценарієм утворювалися перші багатства, відбувалося первинне

⁴⁰ Резнік В. Приватизація в Україні як соціально-економічний процес: об'єктивні показники та суб'єктивні оцінки // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2006. — № 2. — С. 74—75.

нагромадження капіталу, і не за сто років чесної праці протестантської родини, а за кілька місяців діяльності поза межами закону»⁴¹. Для їхнього свавілля створювалися нормативні передумови. Шляхом внесення змін до меж компетенції міністерств та підприємств запроваджувалися нові принципи розпорядження державною власністю. Істотно розширювалися повноваження трудових колективів щодо розпорядження виробничими фондами та їх використання. Як наслідок, державна власність зазнала певних структурних змін, оскільки її форми урізноманітнилися. Натомість позитивні перетворення гальмувалися політико-адміністративною верхівкою, котра створювала умови для реалізації передусім власних корпоративних інтересів під час приватизації.

На *другому* етапі масова приватизація (1995—1998 роки) відбувалася з використанням приватизаційних сертифікатів для залучення широких верств населення до придбання активів великих та середніх підприємств. Треба зазначити, що існує три основних способи масової приватизації: випуск приватизаційних акцій та їхній пільговий продаж інсайдерам, тобто керівництву і працівникам підприємства; прямий вільний продаж активів одному власнику; негрошова «народна» приватизація — безоплатна роздача частини майна населенню за допомогою приватизаційних цінних паперів (ваучерів, сертифікатів, купонів). Через нерозвинутість фінансової системи та відсутність фондового ринку в пострадянських країнах набула поширення менш ефективна сертифікатна приватизація, яка до того ж була більш прийнятна з політичних мотивів, оскільки в очах громадськості вважалася найбільш справедливою.

Здавалося б у цей момент все відбувалося «за правилами»: громадяни України отримали майже 46 млн приватизаційних майнових сертифікатів, отримавши, таким чином, право брати участь у купівлі акцій відкритих акціонерних товариств, що були створені на основі державної власності (причому, номінальна вартість одного іменного приватизаційного сертифіката, за підрахунками економістів, мала становити близько 10 тис. дол. США). Однак вже невдовзі після отримання цих «цінних» паперів їх почали продавати та купувати по 15—20 грн.⁴² У результаті серти-

⁴¹ Руценко І. «Кримінальна революція» як соцістальний чинник // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2008. — №3. — С. 201.

⁴² Ворона В. М. Современное промышленное предприятие в социальном измерении // Промышленное предприятие и его люди: проблемы социально-экономического поведения / Под общ. ред. В. М. Вороны, Е. И. Суименко. — К.: ИС НАНУ, 2001. — С. 14.

фікатної приватизації більшість населення України не стала реальними власниками. Власне суспільство марних сподівань щодо цього не плекало. Як свідчить соціологічне дослідження «Економічна свідомість населення України», що проводилося в лютому 1996 року⁴³, 79,9 % дорослого населення не вірило, що приватизаційний сертифікат зробить їх власниками.

Пряма купівля акцій привабливих підприємств практично була заблокована «ініціативними» посередниками: довірчими товариствами, різноманітними інвестиційними фондами та компаніями. Статистика свідчить, що з отриманих громадянами України 46 млн майнових сертифікатів реалізовано 37 млн. З них 27 млн вкладено у приватизацію через фінансових посередників, а ще близько 1,5 млн було акумульовано інвестиційними фондами та компаніями⁴⁴. Більшість з понад 19 млн акціонерів були власниками лише номінально, оскільки, беручи участь у сертифікатному аукціоні та отримуючи витяг із протоколу про його результати, вони надалі навіть не оформляли право власності на акції. Не було досягнуто головної мети приватизації — створення масового власника. Майже 7,8 млн громадян України відмовилися від участі в сертифікатній приватизації⁴⁵. Це був період інтенсивної масової приватизації, коли її реальні результати виявилися цілком протилежними проголошеним програмним цілям — створенню значного прошарку приватних власників та залученню в економіку додаткових інвестицій. Більшість із тих, хто отримав акції і формально став власником, не мають достовірної інформації про справжніх власників, доступу до установчих документів. Попри це, навіть у розпал сертифікатної приватизації соціологічне дослідження, яке було проведено Центром «Соціальна перспектива» (керівник І. Буров) в 1997 році, виявило невелике, але таки переважання позитивних оцінок приватизації: 47,2 % опитаних визнали, що реформування української економіки засо-

⁴³ Соціологічне дослідження «Економічна свідомість населення України» проведено методом анкетування у лютому 1996 року Фондом «Демократичні Ініціативи» та СОПІС-Геллап. Вибірка $N = 1200$ пропорційно репрезентує доросле (віком понад 18 років) населення за випадковим маршрутним методом (автори — Є. Головаха, І. Бекешкіна). Помилка репрезентативності за основними соціально-демографічними показниками не перевищує 3 %. (Див.: http://www.socd.univ.kiev.ua/SCIENCE/UKR_ARCH/US960200/US960200DESC.HTM).

⁴⁴ Ворона В. М. Современное промышленное предприятие в социальном измерении // Промышленное предприятие и его люди: проблемы социально-экономического поведения / Под общ. ред. В. М. Вороны, Е. И. Суименка. — К.: ИС НАНУ, 2001. — С. 14.

⁴⁵ Барановський О., Сіденко В. Проблеми власності та легалізації капіталів і доходів в Україні // Національна безпека і оборона. — 2004. — № 2. — С. 3.

бами приватизації є найбільш ефективним шляхом її розвитку, натомість негативну відповідь дали 39,2 % опитаних⁴⁶.

Знецінення майнових сертифікатів громадян відбувалося також в результаті їх обміну на випущені державою інвестиційні сертифікати, що не мали потрібного майнового забезпечення, і вкладення в різні фіктивні «довірчі» товариства. Істотне знецінення акцій 85 % громадян України, що стали їх власниками у перебігу масової приватизації, сталося також внаслідок інфляційних процесів та штучного заниження вартості майна державних підприємств, котрі підлягали приватизації. Так, на кінець 1996 року загальна вартість основних фондів в Україні зменшилася за офіційним курсом Національного банку, порівняно з 1990 роком, у 27 разів. Історія численних методів та прийомів обману пересічних працівників акціонерних товариств, що створювалися, витіснення більшості громадян-акціонерів із кола реальних власників роздержавлених підприємств потребує окремого дослідження.

Оцінки експертів стосовно сертифікатної приватизації різняться. А. Гальчинський, який був у часи приватизації радником Президента і, по суті, ідеологом економічних реформ країни, вважає масову сертифікатну приватизацію «найбруднішим ошуканством мільйонів громадян» та тіншовим перерозподілом власності, метою якого було зміцнення позицій уже сформованого панівного класу — колишньої партійно-господарської номенклатури⁴⁷. Натомість О. Пасхавер вважає, що масова приватизація впродовж 1990-х років відіграла авангардну роль, створюючи корпоративний сектор, ринкову інфраструктуру, верству дрібних власників, систему фінансових небанківських посередників тощо⁴⁸. Незважаючи на «демократичний за формою характер і соціальний за сутністю зміст» сертифікатної приватизації, вона, на думку Є. Суїменка, з самого початку була приречена на невдачу, оскільки була унікальним явищем для України⁴⁹. Унікальність реформування відносин власності в Україні пояснюється такими причинами: 1) відсутність у господарській структурі легітимних

⁴⁶ Приватизационные процессы в Украине. (Материалы Круглого стола, 21 апреля, 1999 г.). — К., 1999. — С. 91.

⁴⁷ Гальчинський А. С. Суперечності реформ: у контексті цивілізаційного процесу. — К., 2001. — С. 134—136.

⁴⁸ Пасхавер О. Українські реформи, або Приватизацію ніхто не любить // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2003. — № 4. — С. 80.

⁴⁹ Суїменко Є. І. Приватизаційний процес: діючий сценарій і пошуки альтернативи // Українське суспільство на порозі третього тисячоліття. Колективна монографія / Під ред. М. О. Шульги. — К., 1999. — С. 130.

засад приватної власності та ринкової інфраструктури; 2) наявне виробництво було розраховане на централізовано-планову регуляцію всього господарського процесу; 3) дезінтеграція української економіки з союзним народногосподарським комплексом; 4) колективістська психологія, патерналістські настанови більшості населення.

Іншим ключовим питанням було прийняття державою рішення: чи можна дозволити іноземцям брати участь у приватизації. З економічної точки зору зростання конкуренції між учасниками торгів приводить до збільшення прибутків від приватизації та залучає найбільш ефективного власника. Однак участь іноземців переважно була неприйнятною з огляду на політичні причини та націоналістичні настрої у суспільстві, коли набули поширення побоювання, що іноземці все скуплять. Тому негрошовий та політичний перебіг приватизації набув ізоляціоністського характеру. Це спрямувало приватизацію за сценарієм, за яким післяприватизаційний перерозподіл власності в Україні призвів до концентрації власності в руках декількох вітчизняних великих бізнес-груп. До того ж це загальмувало інституціональні реформи, оскільки відсутність іноземного капіталу сприяло консервації ручних методів перерозподілу власності державою. Не було досягнуто основної мети роздержавлення власності — відокремлення її від влади. Таким чином, перебіг приватизації сприяв сценарію первинного нагромадження капіталу за Марксом. Хоч як парадоксально, але несхвалення населенням участі іноземців у приватизації сприяло протиправному процесу первинного нагромадження капіталу, що призвело до утворення великих фінансово-промислових груп, пов'язаних із владними структурами і, власне, залежних від близькості до влади.

Як показав досвід, роздачі майнових сертифікатів та земельних (т. з. паїв) на селі, істотно відрізнялася. Якщо майнові сертифікати, як і приватизаційні сертифікати, були переважно втрачені селянами (шляхом ошуканства селян головами КСП, орендарями та іншими ділками), то земельні паї, які були не на папері, а реально виділені на колишніх колгоспних угіддях, стали реальним чинником формування дрібних власників. Власне за цю частку майна селяни досить активно боролися. Ще дотепер спалахують конфлікти між селянами та орендарями. Очевидно, на відміну від уявних часток, які неможливо потримати в руках, земельні наділи стали усвідомлювати як реальну приватну власність.

Слід також вирізняти первинне нагромадження великого українського капіталу, початок якого збігся з початком процесу при-

ватизації. Впродовж дев'яностих років майбутній великий економічний суб'єкт переважно не брав участі, оскільки був обмежений в інвестиційних ресурсах. В той час контроль над державними підприємствами з боку приватного капіталу здійснювався переважно у тіньовий спосіб (примушування закуповувати устаткування та газ і, відповідно, продавати готову продукцію певній фірмі тощо, силове захоплення управління), або легально — шляхом передачі приватним структурам в управління державних корпоративних прав. Великий національний капітал виник на базі дрібних українських компаній, що спромоглися забезпечити собі корупційний патронат влади і взяти під контроль джерела масштабної ренти. В Україні окреслилися дві сфери прискореного перинного нагромадження великого національного капіталу: чорна металургія та банківська діяльність, які стали найпотужнішими джерелами ренти⁵⁰.

Завершення сертифікатної приватизації 1998 року ознаменувалося початком індивідуальної грошової приватизації. Це означало перехід до *третього* етапу приватизації (1999—2004 роки), спрямованого на пошук ефективного власника, спроможного інвестувати виробництво, забезпечувати його модернізацію та стабільне зростання. Така потреба збіглася з інтересами великого капіталу щодо легалізації прав розпоряджатися вже захопленими активами. На цьому етапі пріоритетом державної програми приватизації став продаж підприємств винятково за гроші. Бізнес-групи вже нагромадили необхідні інвестиційні ресурси для придбання права власності на контрольовані активи. Для цього сама процедура проведення аукціонів передбачала надання переваги наближеним до влади інвесторам. Право власності виборював не той інвестор, який пропонував найбільше коштів за певне підприємство, а шляхом маніпуляцій вигравали наближені до режиму люди.

Технології індивідуальної приватизації відчутно розширили межі дій чиновників. Попит фінансово-промислових груп на стратегічні підприємства за підтримки влади стимулювала корупцію і перетворювала індивідуальну приватизацію «під замовника», при цьому формально не порушуючи законодавство. Набули поширення аукціони, умови яких штучно відсікали потенційних конкурентів. Також широко використовували методи відчуження державних підприємств через фіктивне банкрутство і заставу з

⁵⁰ Українська приватизація: групи інтересів, причини, шляхи подолання / О. Й. Пасхавер, Л. Т. Верховодова, К. М. Агеєва. — К.: Центр економічного розвитку, 2008. — С 18—19.

подальшою передачею майна кредиторам. Іншим способом заволодіння майном була додаткова емісія акцій, внаслідок чого зменшувалася державна частка.

В українському суспільстві ставлення до приватизації великих і малих підприємств та землі відрізняється за своїми оцінками (див. таблиці 1.2—1.4).

Таблиця 1.2

Динаміка розподілу відповідей на запитання «Як ви ставитеся до передачі у приватну власність (приватизації)... великих підприємств?»

Відповіді респондентів	1992	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2008
Скоріше негативно	31,6	38,4	45,8	45,5	49,0	54,0	52,4	51,4	51,8	55,1	51,8	56,1	60,9	67,2	64,1
Важко сказати, негативно чи позитивно	41,8	34,2	31,9	31,7	32,3	28,0	29,0	30,0	29,7	26,3	29,1	26,3	25,3	21,8	21,4
Скоріше позитивно	25,1	24,7	21,7	22,8	18,7	17,5	17,7	17,8	17,8	18,3	18,9	17,5	13,3	10,6	13,9
Не відповіли	1,4	2,7	0,7	0,0	0,1	0,5	0,9	0,8	0,6	0,2	0,2	0,1	0,6	0,4	0,6
<i>Середній бал</i>		1,9	1,8	1,8	1,7	1,6	1,6	1,7	1,7	1,6	1,7	1,6	1,5	1,4	1,5

Джерело: моніторинг Інституту соціології НАН України.

Таблиця 1.3

Динаміка розподілу відповідей на запитання «Як ви ставитеся до передачі у приватну власність (приватизації)... малих підприємств?»

Відповіді респондентів	1992	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2008
Скоріше негативно	13,6	18,3	19,0	19,3	22,0	20,9	22,9	18,7	18,7	21,4	22,7	25,2	23,3	28,6	25,7
Важко сказати, негативно чи позитивно	28,8	24,4	25,1	27,2	27,5	24,9	27,2	28,6	23,1	27,7	27,7	27,6	32,3	27,3	29,0
Скоріше позитивно	56,2	54,8	55,4	53,4	50,4	53,7	49,2	52,0	57,5	50,5	49,3	47,2	43,7	43,4	44,6
Не відповіли	1,4	2,5	0,6	0,0	0,1	0,4	0,7	0,8	0,7	0,4	0,3	0,0	0,7	0,7	0,8
<i>Середній бал</i>		2,4	2,4	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,4	2,3	2,3	2,2	2,2	2,1	2,2

Джерело: моніторинг Інституту соціології НАН України.

Таблиця 1.4

Динаміка розподілу відповідей на запитання «Як ви ставитесь до передачі у приватну власність (приватизації)... землі?»

Відповіді респондентів	1992	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2008
Скоріше негативно	13,9	26,8	30,2	27,4	29,7	36,7	38,7	37,3	36,2	27,0	29,4	31,4	45,2	52,8	53,1
Важко сказати, негативно чи позитивно	21,8	19,1	20,7	22,7	24,2	22,9	23,3	22,8	21,4	24,5	25,2	26,2	26,6	22,8	20,5
Скоріше позитивно	63,5	52,6	48,7	49,8	46,1	40,1	37,3	39,5	42,1	48,0	45,2	42,1	27,8	23,8	25,7
Не відповіли	0,8	1,4	0,4	0,0	0,1	0,3	0,7	0,4	0,3	0,5	0,2	0,2	0,4		0,7
<i>Середній бал</i>		2,3	2,2	2,2	2,2	2,0	2,0	2,0	2,1	2,2	2,2	2,1	1,8	1,7	1,7

Джерело: Моніторинг Інституту соціології НАН України.

Якщо стосовно приватизації великих підприємств сформувалася загалом негативна думка, то стосовно приватизації малих підприємств переважає позитивна. Водночас загальна тенденція засвідчила: з початку 1990-х відбувалося зниження позитивного ставлення до передачі у приватну власність і великих, і малих підприємств. Натомість після 2004 року стосовно приватизації землі спостерігається різке зниження позитивного ставлення та зростання негативного.

Наслідки первинного нагромадження капіталу

Загалом шляхетні наміри перетворити під час приватизації більшість трудящих якщо вже не на власників засобів виробництва, то хоча б на причетних до управління виробництвом, не були реалізовані. Нові недержавні форми власності й досі не стали матеріальним підґрунтям життя переважної частини населення. За роки незалежності переважно ліквідовано державну й колгоспно-кооперативну форми власності, що становили економічне підґрунтя суспільства. Внаслідок звуження сектору державної власності та руйнації економіки були практично декласовані робітничий клас і колгоспне селянство, які становили соціальне підґрунтя колишнього (соціалістичного) суспільства. А от про формування середнього класу, або суспільства «двох третин», коли розрив

між бідними та заможними дедалі збільшується, казати можна лише у віддаленій перспективі.

Як зазначає В. Ворона, в результаті масової приватизації замість формування численного прошарку власників засобів виробництва як опори сталого розвитку суспільства, економіка України отримала «вільних людей» — вільних від засобів виробництва та засобів існування, вільних продавати свою робочу силу на ринку праці. Сертифікатна приватизація не вирішила й інше програмне завдання — розширення інвестиційних можливостей акціонованих підприємств. Експропріація заощаджень населення, низька оплата праці зайнятих, відсторонення переважної більшості пересічних акціонерів від участі у розподілу прибутку означала їх масове зубожіння. Усе це зробило неможливою участь населення у купівлі вільних акцій навіть свого підприємства, тобто неможливою участь у його інвестуванні⁵¹. За підрахунками О. Симончук, внаслідок постсоціалістичних трансформацій за період 1990—2001 років чисельність найманих працівників у середньому по галузях економіки скоротилася в 1,8 разу, а працівників, зайнятих в промисловості, — вдвічі. Якщо взяти до уваги зміни у різних галузях промисловості, то найбільших втрат у сфері зайнятості зазнало машинобудування та металообробка, легка й деревообробна промисловість, виробництво будівельних матеріалів — більш як утричі. Майже вдвічі зменшилася зайнятість у хімічній та нафтохімічній, борошно-круп'яній промисловості, більш як у півтора рази — у паливній, харчовій, поліграфічній, скляній промисловості. Однак у галузях чорної та кольорової металургії зайнятість практично не змінилася. Лише в електроенергетиці було зафіксовано зростання зайнятості у 1,6 разу⁵².

Наслідком первинного нагромадження великого українського капіталу стало формування в Україні фінансово-промислових груп або великих бізнес-груп, що започаткувалося в межах промислових регіонів та міст-мегаполісів. В одних випадках їх тлумачать як олігархії, що зорієнтовані на пошук ренти та захоплення держави, тобто підпорядкування державної політики для втілення переважно власних інтересів коштом суспільного

⁵¹ Ворона В. М. Современное промышленное предприятие в социальном измерении // Промышленное предприятие и его люди: проблемы социально-экономического поведения / Под общ. ред. В. М. Ворона, Е. И. Суименко. — К.: ИС НАНУ, 2001. — С. 15.

⁵² Симончук О. Робітничий клас в Україні: хроніка втрат // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2005. — № 4. — С. 17—18.

загалу⁵³. В інших випадках пострадянська українська олігархія тлумачиться як природний продукт особливих економічних, правових та політичних обставин, що попри усі вади є однією із запорок економічного відродження України⁵⁴.

Первинне нагромадження капіталу в пострадянських суспільствах має свої особливості, оскільки приватизація відбувалася за зовсім іншим сценарієм, ніж, скажімо, у Центральній Європі. Колектив американських соціологів на чолі з І. Селені, досліджуючи перехід від системи державного соціалізму до капіталізму в Угорщині, Польщі та Чеській Республіці, стверджує, що якщо Центральну Європу вони розглядають як систему капіталізму без капіталістів, то східноєвропейські посткомуністичні режими (Росія, Україна та ін.) можна охарактеризувати як системи капіталістів без капіталізму⁵⁵. Внаслідок концентрації приватизованих активів під час приватизації та їх наступного перерозподілу з'явився вузьке коло великих приватних власників. Певну уяву про «вершину» української соціально-економічної стратифікаційної «піраміди» можна скласти на підставі рейтингу найзаможніших українців, що його останніми роками складають на підставі експертного оцінювання такі часописи, як *Forbes* (світовий рейтинг) та *Wprost* (східноєвропейський рейтинг), «Кореспондент» та фахівці інвестиційної компанії з іноземним капіталом *Dragon Capital*. Фігуранти цих рейтингів є власниками найбільших українських фінансово-промислових груп *System Capital Management* (Р. Ахметов), *Інтерпайп* (В. Пінчук), *Приват* (І. Коломойський, Г. Боголюбов, О. Мартинов), *Development Construction Holding* (О. Ярославський), *Індустріальний союз Донбасу* (С. Тарута, В. Гайдук, С. Мктрчан), концерн *Укравто* (Т. Васадзе), концерн *Енерго* (Г. Васильєв, Л. Байсаров, В. Нусенкіс), *Маріупольський меткомбінат ім. Ілліча* (В. Бойко), *RosUkrEnergo* (Д. Фірташ), *ТАС* (С. Тігіпко) та ін. Їхній капітал не був накопичений ними самими в результаті підприємницької діяльності, а значною мірою набутий шляхом приватизації державних активів, що створювалися свого часу багатьма поколіннями. Заслужовують на увагу міркування самого В. Пінчука з приводу приватиза-

⁵³ Гаврилишин О. Капіталізм для всіх чи капіталізм для обраних? Розбіжні шляхи посткомуністичних перетворень / Пер. з англ. — К.: Вид. дім «КМ Академія», 2007. — С. 236—261.

⁵⁴ Аслунд А. Сравнительная олигархия: Россия, Украина и США // Отечественные записки. — 2005. — № 1. — С. 49—73.

⁵⁵ Селені І., Еял Г., Тоунсли Е. Построение капитализма без капиталистов. Образование классов и борьба элит в посткоммунистической Центральной Европе. — К., 2008.

ції та її соціальних наслідків: «Зрозуміло, перехід від «усе спільне» до «це приватна власність» — непростий. Ніхто не каже, що все відбулося справедливо. Просто хтось виявився спритнішим, енергійнішим, фатовішим. Так влаштований світ. Рівності немає. Так вийшло, й інакше бути не могло. Але це не кінець, це початок. Тому що нові можливості — більші і в середньостатистичному плані доступніші»⁵⁶. Автор відверто визнає несправедливість приватизації й одночасно наголошує на її неминучості, на неможливості рівності та появи нових можливостей для пересічних людей. Адже приватизація, що відбулася, звелася, по суті, до позаекономічного — політико-адміністративного, а не економіко-конкурентного — перетворення відносин власності. Отже, сама по собі приватизація як головне джерело походження великого приватного капіталу — обставина, що зумовлює негативне сприйняття його в суспільстві. Однак треба визнати, що Україна, на відміну від центральноєвропейських суспільств, сформувала свою, велику національну буржуазію. Ця буржуазія стає в нагоді, коли держава виявляється неефективним менеджером. Зокрема, підготовка до чемпіонату Європи з футболу 2012 року показала, що держава переважно має проблеми з ефективним та оперативним менеджментом. Натомість залучення національного капіталу безумовно позитивно вплинуло на підготовку, особливо що стосується побудови нових стадіонів, готелів, аеропортів тощо.

Водночас економічна лібералізація та процес первинного нагромадження капіталу зумовили формування нової статусної групи — підприємницької верстви. Дані соціологічних досліджень й державної статистики починаючи з кінця 1990-х років фіксують розбіжності в кількості людей, зайнятих підприємницькою діяльністю. Однак ця фіксація є проблематичною, оскільки досі точаться дискусії стосовного того, чи варто до групи підприємців зараховувати прошарок самозайнятих. Загальна кількість зайнятих підприємницькою діяльністю, включаючи самозайнятих, коливається на рівні 6—7 % від усього дорослого населення. Цей висновок виходить з даних моніторингового дослідження Інституту соціології НАН України, в яких наведено і статусну характеристику зайнятості, і тип зайнятості, а саме масштаб підприємницької діяльності (див. табл. 1.5 та табл. 1.6).

⁵⁶ Мостова Ю. Мрії про Yesterday і Tomorrow (Інтерв'ю з В. Пінчуком) // Дзеркало тижня. — 2008. — 21 червня. — № 23 (702). — С. 1, 4.

Таблиця 1.5

Динаміка відповідей на запитання «Назвіть, будь ласка, тип вашої зайнятості (роботи) на цей час»

Вид діяльності	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2008
Підприємець у великому або середньому бізнесі	0,5	1,0	1,0	0,7	0,7	0,8	0,9	0,8	0,6	0,3	0,7	0,8	0,9	1,1
Займаюся дрібним бізнесом, індивідуальним підприємництвом	2,5	3,6	2,6	2,8	3,5	2,7	3,8	3,6	3,3	3,1	4,2	3,3	3,0	4,3

Джерело: моніторинг Інституту соціології НАН України.

Таблиця 1.6

Динаміка відповідей на запитання «Який статус зайнятості ви маєте на роботі?»

Відповіді респондентів	2002	2003	2004	2005	2006
Роботодавець (власник, який використовує найману працю інших)	1,5	0,8	1,6	1,1	1,7
Самозайнятий (індивідуальна трудова діяльність, представник вільної професії)	8,6	5,4	6,3	5,7	6,0
Найманий працівник	45,1	39,8	43,3	41,8	42,7
На цей час не працюю	—	47,4	43,5	45,0	43,6
Важко сказати	—	5,4	3,9	5,7	5,1
Не відповіли	44,9	1,1	1,5	0,8	0,9

Джерело: моніторинг Інституту соціології НАН України.

Характеристика соціального портрета українських підприємців є проблематичною, оскільки статистичних даних стосовно цієї верстви населення немає. У соціологічних дослідженнях загального характеру частка підприємців є вкрай мізерною для двовимірного аналізу. Зокрема, у моніторинговому дослідженні Інституту соціології НАН України ця частка за типом зайнятості відображена альтернативами «підприємець у великому або середньому бізнесі» та «займаюся дрібним бізнесом, індивідуальним

підприємництвом», які разом нараховують близько 4—5 %. Однорічний розподіл цього моніторингу засвідчує мізерну частоту респондентів в абсолютному значенні. Однак завдяки тому, що моніторингове дослідження щорічно проводиться за однією методологією й методикою, ми скористалися методом російського соціолога Т. Заславської, яка дослідила бізнес-прошарок російського суспільства. Цей метод полягає у зведенні в одну сукупність статистично малозначущість груп даних за визначеними ознаками, в результаті чого утворюються статистично значущі групи. В нашому випадку — це «підприємець у великому або середньому бізнесі» та «займаюся дрібним бізнесом, індивідуальним підприємництвом», які було згруповано у два масиви за 1994—2006 роки, що дало змогу проаналізувати соціально-демографічні характеристики підприємців за допомогою статистичного пакету OSA New Line, створеного українськими науковцями А. Горбачиком та О. Горбачиком.

Отже, в більшості випадків нові українські підприємці — чоловіки. Однак існують відмінності за різними угрупованнями: серед підприємців, які задіяні у великому або середньому бізнесі, це розмежування разючіше — 72 % чоловіків і 28 % жінок, тоді як серед тих, хто займається дрібним бізнесом, індивідуальним підприємництвом — 56,7 % чоловіків і 43,3 % жінок. Цей факт може пояснюватися традиціями, властивими для радянської адміністративної системи, коли керівниками підприємств призначали переважно чоловіків. Однак останнім часом відсоток жінок, які займаються підприємницькою діяльністю, істотно зростає.

Віковий розподіл засвідчив, що більшість підприємців — середнього віку. Зокрема, серед підприємців, які займаються великим або середнім бізнесом, — 65,5 % осіб віком від 30—55 років, 33,9 % — від 18 до 30 років, і лише 0,6 % — особи літнього віку. Аналогічним чином, серед тих, хто займається дрібним бізнесом, індивідуальним підприємництвом, — 62 % осіб віком від 30—55 років, 35,1 % — молодь, 2,9 % — літні люди.

Серед українських підприємців переважають люди з середньою та середньою спеціальною освітою: серед підприємців, які займаються великим або середнім бізнесом, таких відповідно 36,3 % і 26,8 %, серед тих, хто займається дрібним бізнесом, індивідуальним підприємництвом, — відповідно 44,6 % і 26,9 %. Вищу та вищу незакінчену освіту серед підприємців, які займаються великим або середнім бізнесом, мають 27,4 %, натомість серед тих, хто займається дрібним бізнесом, індивідуальним підприємництвом, вищу та вищу незакінчену освіту мають 17,2 %.

Початкова і неповна середня освіта серед українських підприємців не дуже поширена: серед підприємців, які займаються великим або середнім бізнесом, таку освіту мають 9,5 %, серед тих, хто займається дрібним бізнесом, індивідуальним підприємництвом, — таких 11,2 %.

Поселенський розподіл свідчить про істотний вплив урбанізації на підприємницьку діяльність. Серед підприємців, які займаються великим або середнім бізнесом, 44,6 % проживають у великих містах, 39,9 % — у малих містах і лише 15,5 % проживають у селі. Серед тих, хто займається дрібним бізнесом, індивідуальним підприємництвом, 51,3 % проживають у великих містах, 32,3 % — у малих містах і 16,2 % — у селах.

Таким чином, якщо порівняти процеси первинного нагромадження капіталу на початку становлення капіталізму та під час постсоціалістичних трансформацій, зокрема в Україні, то простежується ряд подібного й відмінного. Спільність полягає в тому, що обидва явища були зумовлені лібералізацією економічної сфери та активним втручанням держави. В обох випадках результатом стало зародження верстви великих капіталістів. Парадоксально, але технологія первинного нагромадження капіталу в Україні не в останню чергу пояснюється схильністю українського суспільства до ізоляціоністських стереотипів, а саме несприйняття ним грошової форми приватизації та залучення іноземного капіталу на початковому етапі. Масова приватизація сформувала вітчизняні фінансово-промислові групи, які стали основою великої національної буржуазії — олігархату.

Однак, на відміну від процесу відсторонення виробників від власності на початку становлення капіталізму, основним джерелом постсоціалістичного формування приватного капіталу в Україні був перерозподіл державної власності. По суті фактична експропріація багаторічних накопичень кількох поколінь, але така це була приватизація державної власності, а не пограбуванням дрібних товаровиробників, оскільки навіть працівники державних підприємств не були безпосередніми суб'єктами господарювання. Тому процеси приватизації не викликали прямого спротиву самих робітників і населення загалом. Водночас те, що Маркс акцентував увагу на відсторонення від виробників їхніх засобів виробництва, не означає, що постсоціалістичні процеси не є первинним нагромадженням. Адже приватна власність в Україні переважно отримана приватними власниками не як результат винятково їхньої власної праці та накопичень або за рахунок додаткової вартості та її перетворення у капітал. Таким чином,

можна стверджувати про певну соціальну тенденцію, пов'язану з виникненням за подібних умов та неодноразового прояву явища первинного нагромадження капіталу. Неодноразова фіксація цього явища дозволяє визначати його як соціальний феномен.

1.3. Легалізація та становлення підприємництва в Україні

Побудова інституту підприємництва в Україні як будь-якого соціального інституту, супроводжувалася процесом створення організаційних структур, відповідальних за артикуляцію й поряток дотримання певних правил (державних структур, недержавних організацій). Значну роль малого бізнесу в перехідній економіці визначали найважливіші чинники: 1) структурні розриви в економіці, спричинені неефективністю командно-адміністративної системи (залежність від важкої промисловості, обмежене виробництво споживчих товарів, неефективна система збуту і нерозвинена роздрібна торгівля); 2) неефективне функціонування державних підприємств (незважаючи на регулятивний захист, державні підприємства не могли конкурувати з ефективнішими приватними компаніями, орієнтованими на прибуток); 3) низький технологічний рівень вітчизняної промисловості (створив можливості для невеликих компаній розробляти і патентувати власні технології або використовувати іноземні технології); 4) низький рівень життя (низькі доходи та відсутність перспектив на державних підприємствах спричинили масовий перехід активних громадян до підприємницької діяльності); 5) мотивація одноосібних підприємців істотно відрізняється від нестимульованої діяльності керівників державних підприємств.

Останній чинник підприємницької діяльності відіграв особливу роль у прискоренні перехідних процесів. Можна навести ряд аргументів щодо того, що, крім успішних макроекономічних заходів, вжитих у постсоціалістичних країнах, загальний економічний прогрес став результатом того духу підприємництва, який додав цьому процесу саме малий бізнес. Сила підприємництва як способу життя дала поштовх, для появи нових відносин власності, зміни в соціальній свідомості й економічній ефективності. Підприємницький сектор є надійною основою, головним структуроутворювальним елементом конкурентно-ринкового середовища, важливою рушійною силою розвитку

економічної системи. Рухливий і динамічний, він сприяє розв'язанню низки соціально-економічних проблем, розширює можливості працевлаштування населення, кращого задоволення потреб споживачів.

Якщо в деяких країнах рушійною силою економіки стають малі та середні форми, в інших надається пріоритет розвитку великих підприємств. Співвідношення малого та великого бізнесу і відповідний внесок таких видів діяльності у розвиток національних економік потрібно розглядати з точки зору економічної доцільності в порівнянні з соціокультурними та історичними, економічними умовами розвитку країн. Треба пам'ятати, що технологічні зрушення останніх десятиліть у виробництві значно зменшили можливості гігантських підприємств та об'єднань (великого бізнесу), що водночас істотно підвищило рентабельність та життєдіяльність малих форм господарювання.

Малий бізнес в Україні має певні риси, які суттєво відрізняють його від підприємництва більшості зарубіжних країн, а саме: низький рівень технічної озброєності за значного інноваційного потенціалу; низький управлінський рівень, брак знань, досвіду та культури ринкових відносин; прагнення до максимальної самостійності (більшість зарубіжних малих підприємств працює за умов франчайзингу тощо, а в нас це майже відсутнє); поєднання в межах одного малого підприємства декількох видів діяльності, неможливість в більшості випадків орієнтуватися на однопродуктову модель розвитку; відсутність системи самоорганізації та недостатня інфраструктура підтримки малого підприємництва; відсутність повної і вірогідної інформації про стан та кон'юнктуру ринку, низький рівень консультативних послуг та спеціальних освітніх програм; практична відсутність державної фінансово-кредитної підтримки; недовіра західних партнерів та негативне психологічне ставлення населення до підприємців⁵⁷.

Крім того, стан товарного ринку в Україні, на якому діють суб'єкти малого підприємництва, істотно відрізняється від економічно розвинених країн. Розвиненим ринковим відносинам притаманні переважаючий вплив попиту за швидкої реакції на нього, пріоритет приватної власності, розвинена ринкова інфраструктура, дієвість та усталеність законодавства, фінансова стабільність, доступність засобів виробництва, традиції використан-

⁵⁷ Варналій З. Тенденції становлення малого підприємництва в Україні // Україна: аспекти праці. — 1996. — № 7—8. — С. 58—63.

ня договірних відносин, інформаційна відкритість, офіційно мінімальна криміналізація⁵⁸.

Останнім часом спостерігається значне зростання малого бізнесу в багатьох сферах: запровадженні нових гнучких технологій; розширенні попиту споживачів, який відходить від стандартних товарів масового виробництва і виробляє товари, що мають свій характерний стиль. Ці досягнення можна пояснити певними перевагами малих підприємств у пристосуванні до умов перехідної економіки. Невеликі фірми входять у ринок, не маючи проблем більшості державних підприємств, як, скажімо, великі накладні витрати, неефективність у використанні капіталу та трудових ресурсів, заборгованість тощо⁵⁹. Однак успішна роль малого бізнесу за змін в економіці — це не просто здатність швидко накопичувати капітал, використовуючи стан безладдя в економіці.

Перший етап становлення українського підприємництва (1987—1989 роки) починається з прийняття 1987 року і набрання чинності в червні 1988 року союзного закону «Про кооперацію». Закон більше відповідав інтересам недержавного підприємництва, але в ньому розмежовувалося соціалістичне підприємництво і капіталізм. В результаті серії урядових постанов утворюються кооперативи, що фактично виявилися єдиною доступною формою легального існування усіх приватних господарсько-юридичних починань. Одночасно утворюються спільні підприємства, що діють як підприємницькі структури, незалежно від форми власності їхніх учасників. Створюються умови (закон 1987 року «Про державне підприємство (об'єднання)») для зрошення держпідприємств із комерційними структурами і для перекачування безготівкових грошей у готівку. Однак неконтрольований перехід державних ресурсів у ринковий сектор із вільними цінами і невирішеність багатьох питань правового забезпечення реформи призвели на цьому етапі до прискорення інфляції і масової корупції в усіх без винятку державних інститутах.

Другий етап (1990—1991 роки) підприємництва пов'язаний з його інтенсивним становленням. Він характеризується подальшими правовими послабленнями у сфері організаційно-господарських форм і ділової активності (наприклад, прийняття законодавчих актів про спільні підприємства, оренду, банківську

⁵⁸ Ключко Ю., Черняк Т. Проблеми малого бізнесу в Україні // Економіка України. — 1998. — № 1. — С. 57—64.

⁵⁹ Білоус Г. Мале підприємництво в Україні: сучасний стан та проблеми розвитку. — Регіональна економіка. — 1999. — №4. — С. 86-95.

діяльність, про малі підприємства). Закон України «Про підприємства і підприємницьку діяльність» від 25 грудня 1990 року, де вперше з 1917 року вживається термін «приватне підприємство», додає підприємництву загальноприйнятий цивілізований вигляд (приватні підприємства, товариства, акціонерні товариства, господарські об'єднання тощо). Закон Верховної Ради СРСР «Про загальні основи підприємництва громадян у СРСР» (квітень 1991 року) схвалює ініціативну, самостійну діяльність громадян, спрямовану на одержання прибутку або особистого доходу, що здійснюється від свого імені і під свою відповідальність юридичної особи — підприємства. Починаючи зі схвалення Верховною Радою СРСР закону про «Основні засади роздержавлення і приватизації підприємств» (від 1 липня 1991 року), у якому ставиться мета — вивести підприємства з під контроль держави, із серпня 1991 року виникає цілий пакет нормативних документів про приватизацію в різних галузях. А 26 грудня 1991 року парламент приймає програму, що визначає етапи здійснення приватизації.

Особливістю цього етапу виявився бурхливий сплеск посередництва з швидким обігом капіталу: торгового і фінансового (створення більш-менш великих біржових і комерційних банківських структур), а також «інтелігентського» (наукові й інформаційно-консалтингові послуги).

Нарешті, третій етап (з 1992 року і по теперішній час) — етап повної реабілітації приватної власності і масової приватизації державних підприємств. В Україні були введені іменні приватизаційні чеки-ваучери.

Наведений вище короткий огляд історії відродження і становлення нового вітчизняного підприємництва дозволяє чіткіше виділити три основні групи, що становлять соціальну базу сучасних підприємців, в світлі нинішніх дискусій з цього питання в науковій літературі й публіцистиці.

Першу групу (її називають головним соціальним джерелом формування) становлять чиновники держапарату, партійно-комсомольська номенклатура (раніше КПРС, тепер інших партій і рухів) і керівники держпідприємств («червоні директори»). Її характеризує загалом наявність вигідних стартових позицій для підприємницької діяльності, а саме — використання минулого і теперішнього положення (фактична близькість до майна, що приватизується) і налагоджених зв'язків з метою приватизації держмайна і розгортання комерційної діяльності.

Другу групу утворюють підприємці «нової хвилі» (в іншій інтерпретації «незалежні підприємці», «професіонали»). Це вихідці

з науково-технічної і творчої інтелігенції, що зайнялися легальним бізнесом з «нуля» за рахунок кредитів і власних коштів.

Третя група — «тіньовики усіх мастей», котрі легалізували свою діяльність. В одному випадку — це проста реєстрація зі сплатою податків. В інших — відмивання грошей, отриманих кримінальним шляхом. Про цю групу, найбільш досвідчених і обережних підприємців відомо не дуже багато.

У нинішній час більш прийнятним є комплексний варіант відповіді на запитання про соціальне походження сучасних українських підприємців. Усі вказані джерела формування підприємницького середовища, безумовно, мали місце, причому переважне значення тієї чи іншої групи (каналу) рекрутування підприємців визначалося на кожному етапі становлення підприємництва. Етапи розвитку відродженого вітчизняного підприємства є відображенням конкретних процесів, що протікають в різних сферах нашого суспільства, а саме — структурних змін в економіці, трансформації соціальної структури, змін в політичній і науково-технічній сферах тощо. Істотне поповнення підприємницького корпусу з тих чи інших груп відбувалося з реабілітацією інституту приватної власності і виникненням нових організаційно-правових форм господарювання. Особливе значення мали соціальні позиції потенціальних підприємців на старті їхнього бізнесу.

На початковому етапі (1988—1990 роки) спостерігався активний приплив у бізнес партійно-державної номенклатури, яка мала доступ до партійних і державних ресурсів і найбільшу свободу у створенні нових комерційних організацій. Частина представників цього потоку була пізніше втратила позиції формуючого впливу.

Масова приватизація державних середніх і великих підприємств створила можливості для підприємницької діяльності їх директорам і керівникам. Захоплення ними тієї власності, якою вони керували як ставленики держави (так звана директорська приватизація), та корисні соціальні зв'язки відкриває на сьогоднішній день шлях формуванню великого бізнесу.

Керівники (державних і недержавних структур) залишаються головним соціальним джерелом поповнення підприємницьких лав. Крім них можна виділити як основні джерела формування такої соціально-професійної групи, як фахівці та активні молоді люди, що отримали вищу та середню спеціальну освіту.

Підприємці перших двох періодів (часів перебудови) були породжені соціалістичною економікою, що не тільки викормила їх, але й значною мірою змусила зайнятися підприємницькою діяль-

ністю. За всієї різниці соціальних складових, стартових позицій і використовуваних ресурсів, підприємці часів перебудови мають чимало спільного, в першу чергу розрив із старою системою, високий потенціал активності, схильність до дії, наявність ресурсів для підприємницької діяльності (вік, освіта, кваліфікація, капітал соціальних зв'язків). За підприємцями цього покоління йдуть ті, хто отримував освіту вже під час перебудови і ще в школі чітко ставив перед собою мету зайнятися підприємництвом. Ця тенденція сьогодні стає основною в процесі поповнення лав українських підприємців.

З того часу відбулися значні зміни в кількісному та якісному складі підприємницьких структур, в економічних і правових умовах, державній політиці стосовно розвитку малого та середнього бізнесу. Становлення малого підприємництва з часу отримання Україною незалежності умовно можна поділити на три етапи:

I етап: 1991—1994 роки — початок формування державної політики підтримки малого підприємництва, прийняття Верховною Радою України Закону «Про підприємництво», утворення Державного комітету України за сприяння малим підприємствам і підприємству та схвалення урядом Програми державної підтримки підприємництва;

II етап: 1995—1997 роки — період реформування системи державної підтримки підприємництва, схвалення Кабінетом Міністрів Концепції державної політики розвитку малого підприємництва, конституційне закріплення свободи підприємництва та затвердження урядом Програми розвитку малого підприємництва на 1997—1998 роки.

III етап: з 1998 року по теперішній час — визнання на рівні державної політики необхідності зменшення втручання у підприємницьку діяльність, введення спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва, прийняття Верховною Радою України законів «Про державну підтримку малого підприємництва» та «Про Національну програму сприяння розвитку малого підприємництва в Україні».

В ринковій економіці підприємства малого бізнесу вважаються гнучкими, маневреними та ефективними з огляду на витрати, вони в своїй діяльності більше наближені до споживачів (виробництво, торгівля, послуги), спроможні швидко реагувати на зміни попиту і враховувати побажання клієнтів. Мале підприємство створює значну кількість робочих місць і становить вагомую частку у виробництві валового внутрішнього продукту (ВВП), і таким

чином, утворює ядро гарантованої зайнятості більшої частини населення, забезпечує їм добробут і відіграє політично-стабілізаційну роль у суспільстві.

Якщо стосовно показників кількості малих підприємств та кількості селянських (фермерських) господарств, які обраховувалися завжди за єдиною методикою, можна простежити динаміку останніх чотирнадцять років, то обрахування кількості суб'єктів малого підприємництва (СМП) та кількості суб'єктів малого підприємництва — фізичних осіб здійснювалися за різними методиками. Тому ми проілюструємо динаміку щодо цих показників лише за останні роки, використовуючи дані офіційного сайту Держкомстату України (див. рис. 1.1).



Рис. 1.1. Кількість суб'єктів малого підприємництва за 1991—2007 роки

Так, найбільші темпи приросту загальної кількості суб'єктів малого підприємництва спостерігаються протягом 1991—1994 років в середньому на 148 % — 191 % щорічно; з 1994-го до 1996 року — від 110 % до 140 %. В період з 1996-го до 2003 року включно показники зростання майже однакові і становлять в середньому

щорічно 114 % — 117 %. Аналізуючи загальні темпи приросту кількості суб'єктів господарювання у малому підприємстві в Україні, починаючи з 1991 року, можна стверджувати про стійку тенденцію до зростання цього сектору економіки держави. На початок 2008 року, порівняно з 1991-м, загальна кількість СМП зросла у 8 разів. Разом з тим, абсолютні значення темпів приросту залежно від періодів неоднозначні.

Трансформаційні процеси, що відбуваються в Україні, сприяють значним структурним змінам в економіці держави. Основною рушійною силою цього процесу залишається поширення приватної власності та мале підприємництво. Аналіз динаміки змін кількості діючих суб'єктів малого підприємництва засвідчує, що за перші роки незалежності України (1991—1993 рр.) і в зв'язку з проведенням малої приватизації та формуванням законодавчої бази (яка спонукала підприємливих осіб на законних підставах організовувати свій приватний бізнес) кількість малих підприємств збільшилася в 3,8 разу, фермерських господарств — у 13,2 разу, а число кооперативів (а їх більшість була заснована на державній формі власності) різко скоротилася.

У другій половині 90-х років темпи створення нових малих підприємств загальмувалися. Почала скорочуватися середньоспискова чисельність працюючих в малому бізнесі. Особливо негативним явищем стало те, що досить велика кількість зареєстрованих малих підприємств не діяла, а більша частка діючих займається торгівлею та громадським харчуванням.

Разом з тим, протягом 1999—2000 років, як свідчать самі підприємці (опитування керівників 900 підприємств проводилось у 12 містах України)⁶⁰ український малий бізнес потроху почав спинатися на ноги. Адже підприємців, які оцінили стан справ у своїх фірмах як «задовільний», було удвічі більше, ніж 1998 р. Дещо покращилася ситуація з оподаткуванням: малий бізнес сплачував у середньому 9 різних податків, тобто на 25 % менше, порівняно з 1993 роком. На сплату податків іде до 30 %, а іноді й до 40 % коштів, отриманих від реалізації робіт чи товарів. У процесі опитування 85 % підприємців відверто зазначили, що змушені приховувати частину доходів від державних органів. Пере-

⁶⁰ Опитування проведено Центром соціальних експертиз та прогнозів Інституту соціології НАН України (проект МФК сприяння підприємництву в Україні) в період від грудня 1999 року до лютого 2000 року. Під час дослідження опитано 900 керівників малих підприємств у 12 містах України — шести обласних центрах і шести районних центрах різних регіонів країни.

тікання капіталу в тінь відбувається через високі ставки податку на прибуток, ПДВ та нарахування до фонду заробітної плати. На поліпшення ситуації в майбутньому сподівається лише 10 % керівників підприємств. 68 % вважають, що можна чекати чого за-вгодно.

Кількість суб'єктів малого підприємництва на 10 тис. осіб населення становить 417 одиниць. Наявні показники засвідчують існування упродовж останніх років сталої тенденції до зростання. В країнах ЄС показник кількості суб'єктів малого та середнього підприємництва на 10 тис. осіб населення становить в середньому близько 450 одиниць, в Японії — до 500, в США — до 750, в Росії — до 70. Однак потрібно зауважити, що в наведених країнах цей показник розраховується для малих та середніх підприємств — юридичних осіб, а в нас — для малих підприємств та фізичних осіб — суб'єктів малого підприємництва. Мале підприємництво стало одним із головних чинників подолання бідності в Україні, вирішення питань зайнятості населення. Про це свідчить динаміка зростання кількості зайнятих у малому підприємстві (див. рис. 1.2). Помітно, що після істотного зростання кількості зайнятих в малому підприємстві у 1990-ті роки, з 2003 року це зростання стабілізувалося.



Рис. 1.2. Кількість зайнятих у малому підприємстві 1991—2007 роки

Динаміка чисельності малих підприємств в Україні свідчить про поступовий розвиток сектору малого бізнесу. Загалом рівень розвитку малого підприємництва в Україні, який вимірюється за загальноприйнятими показниками у промислово розвинених країнах світу, ще вочевидь недостатній. Так, на 1000 українців припадає 6 одиниць малих підприємств, тоді як в країнах — членах ЄС — не менш як 30. За цим показником Україну можна порівняти з Росією. А от стосовно Республіки Білорусь він майже у два рази вищий. Частка малих підприємств в Україні у загальній кількості підприємств по країні становить 85,6 %. За цим показником нашу країну можна порівняти з мікропідприємствами в країнах ЄС, де вони становлять близько 90 % від загального числа підприємств. Однак питома вага зайнятих на малих підприємствах щодо загальної кількості економічно активного населення на підприємствах країни дорівнює 23,7 %, тоді як у країнах ЄС цей показник для сектору малого підприємства досягає в середньому 65 %. Питома вага обсягу реалізованої продукції (робіт, послуг) малими підприємствами України в загальному обсязі економіки країни становить 5,3 %, тоді як у країнах — членах ЄС — до 63—67 %.

Таким чином, можна зазначити, що попри на значні успіхи у розвитку малого підприємництва загалом по Україні, загальний рівень сектору ще недостатній з точки зору вимог раціональної ринкової економіки держави і потребує подальшої підтримки держави в законодавчому та економічному сенсі з метою скорішої інтеграції до Європейського Союзу та підвищення добробуту населення через розвиток приватної ініціативи.

Основні інтегровані показники, які характеризують стан розвитку малих підприємств в різних країнах світу, наведені в порівняльній таблиці 1.7. За даними Держкомстату в Україні на початок 2006 року кількість суб'єктів малого підприємництва (і юридичних, і фізичних осіб), що відповідає визначенню малого підприємства за національним законодавством про державну підтримку малого підприємства, становить 37 осіб на тисячу наявного населення.

За кількістю суб'єктів малого підприємництва на 1000 населення Україна загалом досягла рівня країн ЄС (див. табл. 1.8). При цьому слід відмітити, що Україна на сучасному етапі свого розвитку в першу чергу потребує не стільки розвитку виробничоорієнтованих суб'єктів малого підприємства, скільки істотного збільшення частки малого підприємства з високою доданою вартістю.

Таблиця 1.7

Стан розвитку малих підприємств у різних країнах світу (2004 рік)

Країни	Кількість МП (тис. од.)	Кількість МП на 1000 осіб	Зайнято на МП (млн осіб)	Питома вага СМП у загальній чисельності зайнятих (%)	Частка малих підприємств в загальній чисельності (%)	Питома вага МП у загальному обсязі реалізації (%)
Великобританія	2630	46	13,6	49		50—53
Німеччина	3300	37	18,5	46		50—52
Італія	3920	68	16,8	73		57—60
Франція	1980	35	15,2	54		55—62
Країни ЄС	15770	45	68	72		63—67
США	6450	49,6	39,5	78		52—55
Росія	989,3	5,65	8,4	17—19	94	10—12
Білорусь	30,99	3,1	0,38	9,7		8,2
Україна	283,4	6,0	2,0	23,7	85,6	5,3
Молдова	27,831				91,6	7,0
Індія	3500					

Джерело: Державний комітет з питань регуляторної політики та підприємництва. — http://www.dkrp.gov.ua/control/uk/publish/article;jsessionid=27DD185DDAC3F5CFACD3BCAD9845E3D9?art_id=54379&cat_id=37571

Таблиця 1.8

Стан розвитку малого підприємництва в країнах ЄС (за даними 2003 року)

Країни	Кількість суб'єктів (SME) (тис.)				Кількість населення, млн	Кількість SME на 1000 населення
	Мікро	Малих	Середніх	SME (загалом)		
Австрія	195	26	5	225	8,1	28
Швеція	244	22	4	270	8,9	30
Франція	2 318	142	24	2 484	59,6	42
Німеччина	3 127	363	45	3 535	82,5	43
Україна (2006)	1 977	342		2 319	47,3	49
Бельгія	515	23	3	542	10,4	52
Велика Британія	3 301	158	25	3 483	59,3	59
Іспанія	2 555	124	16	2 695	40,7	66
Португалія	638	38	6	682	10,4	66
Італія	3 938	168	16	4 122	57,3	72

Джерело: Ляпін Д. Розвиток малого підприємництва та його нормативне забезпечення // www.niss.gov.ua/Monitor/april08/15.htm

Попри зусилля центральних та місцевих органів влади щодо створення сприятливих умов для ведення бізнесу, розвиток малого підприємництва в Україні характеризується нерівномірністю кількісного зосередження суб'єктів за регіонами України. Так, на цей час більше половини малих підприємств зосереджено в семи регіонах України. Із загальної кількості малих підприємств, за підсумками Держкомстату України 2004 року, у м. Києві зареєстровано 16,8 %, у Донецькій області — 9,2 %, Дніпропетровській — 6,7 %, Харківській — 6,4 %, Львівській — 5,7 %, Одеській — 5 %, а також у АР Крим 5 %. Найнижча питома вага малих підприємств у Тернопільській (1,5 %), Чернівецькій (1,4 %), Волинській, Рівненській та Чернігівській (по 1,7 %) областях.

Кількість фізичних осіб — суб'єктів підприємницької діяльності також розподіляється нерівномірно. Найбільше у Донецькій області (7,8 % від загальної кількості по Україні), м. Києві (7,5 %),

Дніпропетровській області (7,4 %). Найменша — у Чернігівській (1,9 %), Тернопільській (1,94 %) та Кіровоградській, Сумській, Чернівецькій областях (по 2,1 %).

Вищий за середній по Україні (3,9 % по відношенню до 2003 року) приріст кількості малих підприємств спостерігається в Закарпатській, Одеській, Харківській, Львівській, Волинській областях і містах Києві та Севастополі.

Разом з тим, порівняння темпів приросту кількості малих підприємств за останні роки по кожному регіону окремо свідчить про те, що лише чотири 2004 року збільшили темпи приросту, порівняно з досягнутими за попередні роки (Закарпатська, Львівська, Харківська та Чернівецька області). Інші 23 регіони у 2004 році мають зниження своїх власних досягнень щодо темпів приросту кількості малих підприємств за попередні звітні періоди.

Позитивна тенденція до зростання кількості малих підприємств на 10 тис. осіб наявного населення спостерігається майже в усіх регіонах України, крім Донецької та Івано-Франківської областей, у яких цей показник залишився на рівні попередніх років. В середньому по Україні цей показник дорівнює 60 одиниць, що на три одиниці більше порівняно з 2003 роком.

За підсумками 2004 року на малих підприємствах кількість зайнятих становила 1978,8 тис. осіб. Найвищий рівень зайнятості (кількість найманих працівників у відсотках до кількості населення працездатного віку) спостерігався у м. Києві (14,8 %), найнижчий — у Луганській області (4,9 %).

Обсяг реалізованої малими підприємствами продукції (робіт, послуг) становить 74,4 млрд грн (у цінах 2004 року), або 5,3 % від загального обсягу реалізації в Україні.

Найактивніше реалізовували продукцію та надавали послуги малі підприємства в АР Крим та м. Севастополі (по 13,4 % від загального обсягу відповідного регіону), Чернівецькій (14,3 %), Тернопільській (12,8 %), Чернігівській (11,0 %), Кіровоградській областях (10,8 %) тощо.

За внеском в загальний обсяг реалізованої малими підприємствами продукції (робіт, послуг) провідне місце належить чотирьом регіонам: м. Києву (24 %), Дніпропетровській та Донецькій (по 8,8 %), Харківській (6,3 %) областям.

Однією з умов успішного господарювання підприємств малого бізнесу є постійне оновлення їх матеріально-технічної бази.

У регіональному розрізі більше двох третин загального обсягу валових капітальних інвестицій припадало на малі підприємства

м. Києва (26,9 %), Донецької (7,1 %), Одеської (7,0 %), Дніпропетровської (6,5 %) тощо областей.

Найбільше структурних змін у 2004 році порівняно із загальною кількістю таких підприємств за основними видами економічної діяльності зазнали малі підприємства, що займалися оптовою та роздрібною торгівлею (31,6 %); операціями з нерухомістю, здаванням під найм та послугами юридичним особам (16,1 %); освітою (14,9 %); транспортом (12,4 %); сільським господарством, мисливством та лісовим господарством (13,2 %); промисловістю (11,2 %). Дещо менше — у рибному господарстві (8 %); державному управлінні (9 %). Слід зазначити, що питома вага кількості малих підприємств, що зазнали структурних змін у звітному році в загальній кількості малих підприємств за основними видами економічної діяльності майже однакова: від 8 % до 16,1 %.

Аналіз стану малого підприємництва показує, що сектор малого бізнесу в Україні перебуває на початковому етапі розвитку й характеризується високим ступенем неефективності. За теперішньої ситуації розвиток малого бізнесу в Україні має стати вирішальним чинником для вдосконалення економічних механізмів: цей напрям потребує ефективної державної підтримки, спрямованої на створення позитивного економічного та правового клімату, оскільки малий бізнес пов'язаний із значним ризиком. У США спостерігається така тенденція: в перший рік свого існування банкрутує половина новостворених малих підприємств, а через п'ять років залишається тільки 25 % від їх початкової кількості. В Японії 7 з 10 дрібних підприємств припиняють свою діяльність протягом перших п'яти років. Жорстока конкуренція, нестача початкового та оборотного капіталу, підвищена чутливість до зовнішніх чинників (конкуренти, ціни, кредитування тощо) можуть призвести будь-яку фірму до краху. Тому згубним для малого підприємництва є відсутність знань і досвіду в галузі фінансів, права, недостатня компетентність в управлінні фірмою. Як свідчить статистика, тільки 5 % з числа новостворених підприємств в Україні можна вважати успішними. 35 % зникають вже у перший рік діяльності. Решта (60 %) ледве животіють.

У країнах з розвинутою економікою найпоширенішою формою фінансової підтримки малого бізнесу (70 %) є кредитні ресурси банків. Кредити видаються і працюючим підприємцям, і початківцям. Держава всіляко сприяє зацікавленості кредитних установ надавати пільгові кредити початківцям і залучає до цієї справи різні верстви населення. Створюються спеціальні урядові програми для молоді, безробітних, непрацюючих жінок, реаліза-

ція яких здійснюється через вибрані банки. З метою заохочення виконання таких програм держава формує систему мотивацій — виділення додаткових кредитних ресурсів, встановлення пільгової системи оподаткування для кредитодавця тощо. Банківська система є гнучкою, а тому має багато переваг. При банках видаються мікрокредити, створюються лізингові фірми, венчурні та інвестиційні фонди, які в різних формах також мають пряме чи опосередковане відношення до реалізації подібних програм розвитку малого підприємництва. Однак в Україні через обмеженість кредитних ресурсів, високі ціни на гроші та великий ризик відсоткові ставки є надто високими і не можуть бути джерелом інвестицій для малого бізнесу.

В Україні існують спеціалізовані джерела підтримки малих підприємств — це державна фінансова допомога та міжнародна донорська допомога. Державна фінансова допомога реалізується через Український фонд підтримки підприємництва, Український державний фонд підтримки фермерських господарств та державний інноваційний фонд. Але ці фонди не стали дієвим інструментом реалізації державної програми підтримки бізнесу, оскільки формуються з тих таки обмежених інвестиційних ресурсів, які в державі відсутні.

Міжнародна донорська допомога здійснюється через міжнародні фінансові організації — Європейський банк реконструкції та розвитку, Американський фонд підтримки підприємництва в західних країнах, Німецький фонд сприяння підприємству, фонд Євразія, Каунтерпат, ПАУСІ тощо. Однак кошти надто малі для масового розвитку підприємництва, та й не завжди вони спрямовані на формування фінансової підтримки малого бізнесу.

Загальновідомо, що малому підприємству потрібно щонайменше 2—3 роки для досягнення певної стабілізації та повного завершення процесу становлення. Звільнення від податків або податкові пільги має сенс застосовувати, у першу чергу, в малоіндустріалізованих районах, або там, де найгостріше стоїть проблема безробіття. Більшість розвинених країн проводить спеціальну політику створення та розвитку малих фірм, їх підтримку. Така політика спирається на положення, що малі фірми з часом стануть стимулятором зростання працевлаштування і прогресивних технологічних змін, інновацій. Ця політика проводиться в таких формах:

— безпосередня фінансова підтримка підприємців, котрі створюють нову фірму за спеціальною програмою, спрямованою на зменшення безробіття;

— посередницька фінансова підтримка, тобто періодичне податкове звільнення для засновників малих фірм;

— допомога у придбанні приміщень для проведення нової економічної діяльності (адаптація звільнених фабричних приміщень, побудова офісів підприємств);

— усунення юридичних та бюрократичних бар'єрів з доступу до ринку (спрощення формальностей, пов'язаних з реєстрацією нової фірми);

— створення сітки агентств, що надають безкоштовні консультативні послуги для новостворених фірм;

— розробка навчальних програм для нових підприємців⁶¹.

Основною проблемою в програмах підтримки підприємництва є досягнення оптимальної ефективності різних дотацій. Кожна з новоутворених фірм тією чи іншою мірою дотується або спирається на ринкову допомогу (банківські кредити). При цьому надмірна дотація створення нових підприємств загрожує малою ефективністю діяльності останніх. Це стосується, переважно, безповоротних позик недосвідченим молодим підприємцям або безробітним, котрі мають намір зайнятись самостійною економічною діяльністю. У такій ситуації краще створити систему стимулювання для приватних фірм, котрі працевлаштовують нових працівників (учнів, безробітних).

Намагаючись якось розв'язати проблему відсутності інвестиційних ресурсів, підприємці утворюють громадські організації — кредитні спілки та позичкові кола взаємного кредитування. Однак великого поширення такі форми ще не отримали, і основна причина криється в тих таки мізерних доходах. Йдеться про концепцію граничної схильності до споживання, згідно з якою експериментальні дослідження підтвердили, що кожна додатково отримана одиниця доходу збільшує споживання на 0,7 % та 0,3 % спрямовується на заощадження. Досить висока схильність до споживання в економіці України є передумовою економічного зростання, але сума самих витрат на споживання та інвестиції залишається дуже незначною.

Зростання ролі та значення підприємництва в економіці України пов'язане з появою відповідних інституціональних утворень. Вони відрізняються від організацій, що асоціюються з масовим виробництвом, і охоплюють нові та роздержавлені підприємства. Бажання всіх учасників економічної діяльності в Україні набути

⁶¹ Пилипенко В. Людина в ринковому суспільстві: орієнтації, поведінка, культура. — К.: ПЦ «Фоліант», 2005. — С. 116—117.

додаткової стійкості й захистити свої соціальні, політичні та корпоративні інтереси виявилось у створенні багатьох асоціацій, спілок та інших громадських об'єднань підприємств.

В Україні сьогодні виникає багато різних громадських об'єднань, які претендують бути виразниками інтересів підприємців. За оцінкою З. Варналія, налічується понад 100 таких громадських об'єднань підприємців⁶².

Процес виникнення та становлення громадських об'єднань підприємців в Україні умовно поділяють на два етапи⁶³. Перший етап (1989—1992 роки) характеризується визріванням внутрішніх передумов для інтеграції підприємців. Восени 1989 року з'являється Спілка кооператорів та підприємців України. 22 січня 1990 року засновано Федерацію профспілок працівників кооперації та інших форм підприємництва. У липні 1990 року були створені дві спілки підприємців: Спілка малих підприємств України та Спілка орендарів і підприємців України.

Другий етап, який розпочався у 1993 році і триває до цього часу, значною мірою характеризується активізацією процесів роздержавлення, приватизації та відповідних змін у розподілі соціально-економічних сил. 15 лютого 1992 року була заснована Українська спілка промисловців та підприємців (УСПП), але реально вона почала діяти з 1993 року. УСПП діє по всій території України і відіграє провідну роль у справах захисту прав вітчизняних товаровиробників. Суттєву роль відіграє Асоціація сприяння розвитку приватного підприємництва в Україні «Єднання». За цей період створено велику кількість регіональних об'єднань підприємців. Ідеї координації та об'єднання спільних зусиль організацій підприємств набули втілення у створенні Міжрегіонального форуму підприємців (засновано 1996 року). А у середині 1996 року за участю представників української діаспори створено Міжнародну спілку українських підприємців (МСУП). У квітні 1997 року була заснована Українська спілка підприємств малого та середнього бізнесу (УСП МСБ). У травні 2000 року рішенням Кабінету Міністрів України було утворено Раду об'єднань підприємців України при Урядовому комітеті економічного розвитку.

На цей час підприємці почали самоорганізовуватися, відповідаючи на нові виклики. Зокрема, поширення останнім часом такого явища, як т. з. рейдерство, коли за сумнівними судовими рішеннями відбуваються силові захоплення майна та підпри-

⁶² Варналій З. С. Основи підприємництва : Навч. посіб. — К.: Знання-Прес, 2006. — С. 289.

⁶³ Там само. — С. 291—304.

ємств. 11 січня 2007 року було оголошено про створення Анти-рейдерської спілки підприємців України.

Таким чином, проведений аналіз процесів легалізації та становлення підприємництва в Україні засвідчив, що сектор малого підприємництва перебуває на початковому етапі розвитку. Якщо за кількістю суб'єктів малого підприємництва на 1000 населення Україна загалом досягла рівня країн ЄС, то кількість суто малих підприємств на 1000 осіб залишається у 8—12 разів нижча порівняно з країнами ЄС. Також при цьому слід зауважити, що розвиток малого підприємництва в Україні характеризується значною кількістю системних проблем. Так, якісний стан розвитку національного малого підприємництва дуже далекий від оптимального, включаючи структуру малого підприємництва та його регіональний розвиток. Після зростання кількості зайнятих в малому підприємстві загалом у 1990-ті роки, з 2003 року ця динаміка стабілізувалася. Однак якщо питома вага українських суб'єктів малого підприємства у загальній чисельності зайнятих дещо перевищує аналогічні показники у Росії, то порівняно з країнами ЄС нижча у 2—3 рази.

Нестабільність економічного законодавства, політичні катаклізми, які загострюють відносини України з її економічними партнерами, зволікання з реформуванням регуляторної політики — лише видима частина айсберга, що його доводиться якось обходити бізнесмену, уникаючи зіткнення. На цьому тлі цілком несподівано простежується феномен *соціальної відповідальності бізнесу* (СВБ), а саме — інтеграція соціальних та екологічних аспектів у повсякденну комерційну діяльність українських підприємців і їхня взаємодія з зацікавленими сторонами на добровільній основі. Оцінити ставлення українських підприємців до СВБ, представництво ООН в Україні організувало наприкінці 2005 року соціологічне дослідження 1220 компаній. Опитування проводилося в шести найбільших містах і відповідних областях України: Дніпропетровськ, Донецьк, Київ, Львів, Одеса і Харків. У них розташовані понад 50 % підприємств України, котрі виробляють близько двох третин валового продукту. Підприємства добиралися таким чином, аби можна було проаналізувати та порівняти СВБ-діяльність у розрізі регіону, галузі, розміру й форми власності.

З'ясувалося, що майже 80 % українських підприємців знайоме поняття соціальної відповідальності. До того ж 75,8 % респондентів вважають себе практиками СВБ. Водночас представники майже всіх підприємств (99,7 %) вказали на використання в своїй діяльності тієї чи іншої форми СВБ. На 75,2 % представників ма-

лих і 81,7 % середніх підприємств заявили про те, що вони ведуть соціально відповідальну діяльність. Отримані дані показують: усі компанії, за дуже рідкісним винятком, витрачають не більше 20 % свого чистого прибутку на соціальні програми. Спеціальні соціальні бюджети мають менше третини опитаних компаній. Причому, ця цифра формується переважно за рахунок великих компаній, серед котрих відсоток таких, що мають соціальні бюджети, становить 84,6. До того ж великі компанії, на відміну від середніх і малих, за останні три роки збільшили витрати на соціальні програми.

Дослідження дає змогу намалювати портрет усередненого представника найкращої (у сенсі соціальної відповідальності) частини підприємництва. Зазвичай, це великі підприємства з чисельністю понад 250 працівників (серед них прихильники СВБ зустрічаються вдвічі частіше, ніж серед середніх і в три з половиною рази частіше, ніж серед малих підприємств). Досвід таких компаній на ринку — понад 11 років, вони зіштовхуються з жорсткою конкуренцією з боку українських і закордонних підприємців. Чимало з них оперують на міжнародних ринках, враховуючи вже сформовані вимоги західних економік до соціального іміджу бізнесу.

Особливістю українського портрета соціально відповідальної компанії можна вважати те, що соціальна активність сприймається та практикується не лише в традиційній формі благодійності, а й у вигляді соціальних програм для своїх працівників. На першому місці в списку форм прояву СВБ — запровадження програм з поліпшення умов роботи персоналу (65,5 %), з 63,7 % — розвиток і навчання працівників компанії і на третьому місці — добродійна допомога (56 %).

У портреті українського соціально відповідального бізнесмена не значиться одна з досить гучних для Заходу форм соціальної відповідальності — боротьба з корупцією. Майже 85 % підприємств змушені здійснювати неформальні платежі для врегулювання тих або тих проблем. Водночас лише третина компаній хотіли б вступити в боротьбу з корупцією, виділяючи на ці цілі частину свого прибутку. Це свідчить, що переважна частина підприємців не вірить у можливість ефективної боротьби з корупцією в найближчій перспективі.

Водночас бізнес готовий активно займатися розв'язанням соціальних проблем, якщо держава створить стимули й підтримку. Дві третини опитаних компаній бачить перспективу в тому, аби держава стимулювала СВБ. Головним стимуляційним чинником

75 % опитаних назвали пільгове оподаткування. Більш як половина компаній зазначили: для них важливим стимулом є зниження регуляторного й адміністративного тиску з боку місцевих органів влади (приміром, кількість перевірок і візитів пожежників і санепідемслужб). Третіми за значущістю було названо пропозиції щодо соціальних програм, які могли б надходити від місцевих органів влади.

Дослідження виявило незадоволений попит і зростання потреби бізнесу в посередниках між ним і цільовим соціальним клієнтом. Потрібні організації, котрі могли б збирати ідеї для СВБ і надавати відповідні послуги компаніям у здійсненні їхніх соціальних заходів. Під час реалізації своїх соціальних програм одна третина компаній співробітничала з місцевими органами влади, 12 % — зі своїми діловими партнерами й лише 6 % — із громадськими організаціями. Таким чином, інституціональна підтримка СВБ залишається для України справою майбутнього.

Українське підприємництво за роки соціальних перетворень набуло додаткової стійкості і може захистити свої соціальні, політичні та корпоративні інтереси за допомогою створення численних та ефективних асоціацій, спілок та інших громадських об'єднань, число яких вже понад сто.

1.4. Соціальне тло підприємницької діяльності в Україні

Складовими соціального тла підприємницької діяльності, на думку Є. Суїменка, є: динаміка доходів населення, рівня життя і соціальних гарантій; соціальна поведінка людей в умовах економічної реформи, що фіксується динамікою переходу в комерційні і підприємницькі структури чи виходу з них, зростанням чи спадом політичної активності (участь у мітингах, демонстраціях, страйках); ставлення до підприємництва і його оцінки, очікування й настанови на підприємницьку діяльність, що виявляються в спонтанних масових діях. Остання складова немов би інтегрує в собі всі інші і пов'язана, зрештою, із соціальним становищем людей⁶⁴.

⁶⁴ Суїменко Е. И. Образ предпринимателя в общественном мнении // Предприниматель Украины: эскизы к социальному портрету / Отв. ред. В. М. Ворона, Е. И. Суїменко. — К.: ИС НАНУ, 1995. — С. 59.

Як свідчать моніторингові дослідження Інституту соціології НАН України, динаміка доходів населення, і особистого, і сукупного доходу на одного члена сім'ї, протягом 1994—2008 років мала таку тенденцію (див. табл. 1.9).

Таблиця 1.9

Динаміка особистого та сукупного доходу на одного члена сім'ї населення України (обраховано в дол. США)

Дохід	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2008
Особистий	42	25	35	41	41	40	18	24	39	45	54	74	113	202
Сукупний на члена сім'ї	36	20	31	33	36	27	18	23	31	32	44	72	100	172

Очевидно, що у проміжках 1995—1996, 2000—2001 роки доходи українських громадян помітно знижувалися. І лише з 2002 року до початку фінансово-економічної кризи доходи українців невинно зростали у кілька разів. Але, як свідчать дані того таки моніторингу, динаміка суб'єктивної оцінки матеріального стану сім'ї не завжди збігається з динамікою зростання доходів. Відповідаючи на запитання *«Оцініть, будь-ласка, матеріальний рівень життя Вашої сім'ї»*, респонденти стримано оцінювали свої здобутки, особливо за останні роки (див. рис. 1.3).

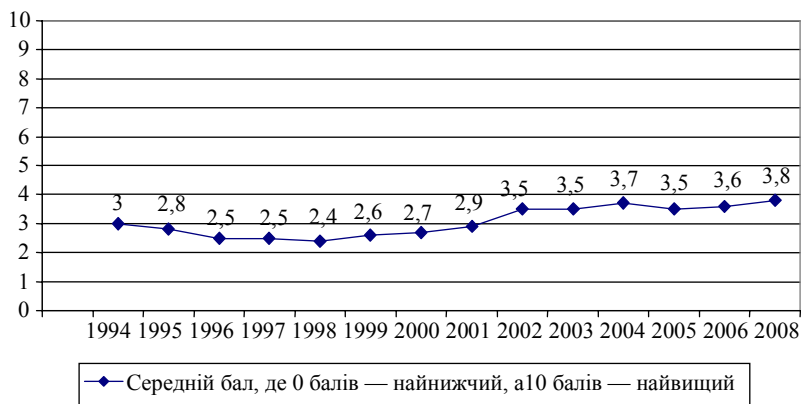


Рис. 1.3. Динаміка оцінки матеріального рівня власної сім'ї, 1994—2008 роки

Це свідчить про те, що у період суспільно-економічних перетворень спостерігається феномен «суб'єктивного зубожіння», на який звертає увагу Є. Головаха, коли за умов зростання побутового споживання люди схильні негативно оцінювати власний рівень життя⁶⁵. Причиною цього є повільність економічних реформ, їхня непрозорість, та відповідні стереотипи економічної свідомості. Чимала частина населення України ще й досі перебуває у полоні стереотипів, до яких Є. Головаха відносить:

«1) зрівняльний ідеал споживання матеріальних благ, що допускає лише різницю в рівнях та якостях споживання;

2) уявлення про незаконність й аморальність нажитих великих статків, про кримінальну природу підприємницької діяльності та експлуататорську сутність підприємців;

3) покладання всієї повноти відповідальності за матеріальний добробут людини незалежно від її економічної активності на державу й офіційну систему соціального захисту населення;

4) «державна економічна свідомість» — почуття особистої відповідальності за належну державі власність, виражене в підтримці курсу на відмову від радикальної приватизації землі й великих підприємств;

5) розуміння економічної реформи в категоріях адміністративного регулювання економіки (зміцнення трудової дисципліни, боротьба з тіньовою економікою, спекуляцією та корупцією, централізоване зниження цін тощо)»⁶⁶.

Внаслідок цього в українському суспільстві переважає амбівалентність і економічних орієнтацій, і в ідеологічних преференціях (див. табл. 1.10 та табл. 1.11), тобто відбувається примирення старих і нових підходів, а не їх конфронтація. Це є хоча суперечливим, але дуже позитивним моментом для стабілізації соціального порядку. Водночас невелика кількість тих, хто підтримує ліберальну економіку, та низька підтримка прихильників капіталізму свідчить про проблему утвердження ринкових цінностей в українському суспільстві.

⁶⁵ Головаха Є. І. Суспільство, що трансформується. Досвід соціологічного моніторингу в Україні. — К.: Ін-т соціології НАН України, 1997. — С. 30—40.

⁶⁶ Там само. — С. 41—42.

Таблиця 1.10

Динаміка розподілу відповідей на запитання «Яким чином, на вашу думку, держава має брати участь в управлінні економікою?»

Відповіді респондентів	2002	2003	2004	2005	2006	2008
Треба мінімізувати участь держави — все регулює ринок	6,5	4,9	6,1	5,7	4,7	6,6
Треба поєднати державне управління і ринкові методи	46,1	46,4	45,5	46,2	49,5	49,9
Треба повернутися до планової економіки на основі повного державного обліку і контролю	29,3	31,5	31,6	29,3	29,6	28,8
Важко сказати	17,8	17,0	16,5	17,1	14,6	13,7
Не відповіли	0,3	0,2	0,3	1,8	1,6	1,0

Джерело: моніторинг Інституту соціології НАН України.

Таблиця 1.11

Динаміка розподілу відповідей на запитання «Одні політичні сили хочуть, щоб Україна обрала шлях соціалізму, інші — капіталізму. Як ви особисто ставитеся до цих сил?»

Відповіді респондентів	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2008
Підтримую прихильників соціалізму	22,1	22,5	20,1	20,9	23,6	23,4	22,5	23,6	27,5	25,7	25,2	23,7	26,7	22,5
Підтримую прихильників капіталізму	12,7	13,2	13,3	10,8	11,1	10,9	17,1	12,9	12,1	10,6	11,7	11,1	12,0	11,6
Підтримую і тих, і тих, аби не конфліктували	23,7	18,7	17,8	16,9	19,6	20,5	18,0	17,6	16,3	23,4	19,9	26,0	21,7	22,3
Не підтримую нікого з них	20,0	23,8	25,3	26,1	23,5	22,5	20,4	24,2	22,4	22,3	22,6	18,6	21,3	26,4
Інше	1,8	2,8	2,0	2,1	2,9	3,2	3,5	3,2	3,2	1,7	2,3	2,4	2,4	1,6
Важко сказати	19,3	19,1	21,6	23,1	19,4	19,2	18,5	18,3	18,3	16,1	18,1	18,2	15,6	15,5
Не відповіли	0,4	0,1	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	0,1	0,2	0,2	0,2	0,1	0,3	0,1

Джерело: моніторинг Інституту соціології НАН України.

Треба зазначити, що на початку 1990-х років, до проведення масштабної приватизації, образ підприємця у свідомості населення мав загалом позитивний характер. Проведене у той час соціологічне дослідження «Підприємець України: ескізи до соціального портрету» засвідчило позитивне ставлення до цієї професійної категорії⁶⁷. На основі теоретичної літератури та мас-медійних повідомлень про підприємця було запропоновано респондентам набір таких визначень, з якими респонденти згодні чи незгодні (див. табл. 1.12).

Таблиця 1.12

Уявлення населення про підприємця (%)

Відповіді респондентів	Згодні	Не згодні	Важко сказати
Підприємець — власник, що прагне за допомогою своєї праці і здібностей використовувати свою власність для одержання прибутку	69,3	17	13,6
Підприємець — спритний спекулянт і ділоқ, що умінням і хитрістю привласнює собі результати праці іншої людини	31,2	54,2	14,6
Підприємець — не власник і не спекулянт, а талановита людина, що уміє висувати нові ідеї і вирішувати складні економічні проблеми з користю для себе і для суспільства, це своєрідний раціоналізатор і новатор	63	20,4	16,6
Підприємець — гарний організатор і керівник, здатний керувати людьми і домагатися економічного успіху	68,3	13,5	18,2
Підприємець — людина, економічна діяльність якого пов'язана з постійним ризиком утратити свій капітал (гроші)	65,7	13,8	20,5

Джерело: Суименко Е. И. Образ предпринимателя в общественном мнении // Предприниматель Украины: эскизы к социальному портрету. — К., 1995. — С. 62.

Визнання позитивних якостей стосовно кожного судження значно переважало визнання негативних. Модель, яка репрезентує функціонально-рольові якості, була визнана більшістю опитаних як нормативна. Винятком є модель з домінуючими в ній ознаками «спритного ділка і спекулянта». Перевага позитивних оцінок особистості підприємця над негативними «характеризувала ставлення респондентів не до реально сформованого типу під-

⁶⁷ Предприниматель Украины: эскизы к социальному портрету / Отв. ред. В. М. Ворона, Е. И. Суименко. — К.: ИС НАНУ, 1995. — 185 с.

приємця (чи до різних його типів), а, скоріше, до його нормативної моделі, соціально-культурного зразка, оцінюваного більшістю як один з імовірних і бажаних його варіантів і як можливу для українського суспільства перспективу»⁶⁸.

Тому у дослідженні було застосовано запитання *«Хотіли б Ви, щоб Ваш син, дочка чи хто-небудь із близьких стали підприємцем?»*. Стверджувальну відповідь дали 52,4 % опитаних, небажання задекларували — 25,8 % опитаних, вагалися із відповіддю — 21,8 %⁶⁹. Таким чином, для половини опитаних імідж підприємця був прийнятним або привабливим. Як зазначали автори дослідження, «образ підприємця в масовій свідомості — складний за механізмом утворення перцептивно-логічний конструкт. Він формується в результаті взаємодії чи взаємонакладання один на одного емпіричних даних про різні боки діяльності підприємців та її об'єктивних результатів; дії позитивних чи негативних сформованих настанов, що проєктують ту чи іншу оцінку на фактично ще непізнані явища; конформістського тиску панівних у найближчому оточенні ідеологічних стереотипів і, нарешті, різних за характером очікувань. Які з перерахованих елементів і в якому порядку структурують образ підприємця, залежить від своєрідності соціальної психіки різних прошарків і груп суспільства та ситуацій, що складаються в ньому»⁷⁰.

У дослідженні також спробували встановити, як рівень аномії впливає на ставлення до підприємництва. Було виділено три групи респондентів — «низькоаномічні» (8,8 % опитаних), «помірковано аномічні» (24,7 %) і «високоаномічні» (65,1 %). Лише 25,6 % «високоаномічних» респондентів вважали, що більшість населення України схвально ставиться до підприємницької діяльності, а серед «низькоаномічних» такої думки дотримувалися 51,9 %, тобто, оцінюючи погляди «більшості населення», респонденти схильні були приписувати цій більшості власні погляди⁷¹.

Тенденція негативного ставлення «високоаномічних» громадян до підприємництва та ринкових реформ проявила себе згодом, коли загострення економічної і подальші процеси привати-

⁶⁸ Суищенко Е. И. Образ предпринимателя в общественном мнении // Предприниматель Украины: эскизы к социальному портрету / Отв. ред. В. М. Ворона, Е. И. Суищенко. — К.: ИС НАНУ, 1995. — С. 65.

⁶⁹ Там само. — С. 68.

⁷⁰ Там само. — С. 60.

⁷¹ Мищенко М. Д. Влияние социально-психологической атмосферы в украинском обществе на отношение к предпринимательству // Предприниматель Украины: эскизы к социальному портрету / Отв. ред. В. М. Ворона, Е. И. Суищенко. — К.: ИС НАНУ, 1995. — С. 73—82.

зації поширили соціальну аномію на більшість українського суспільства. Як зазначає Є. Суїменко, «зі збільшенням соціальних масштабів поширення підприємництва її моральний престиж помітно падає»⁷².

Якщо у 1992 році противників розвитку приватного підприємництва було 14,6 %, то вже 1994 року їх стало 30,9 % (див. табл. 1.13).

Таблиця 1.13

Динаміка розподілу відповідей на запитання «Як ви ставитеся до розвитку приватного підприємництва (бізнесу) в Україні?»

Відповіді респондентів	1992	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2008
Зовсім не схвалюю	4,9	15,3	17,3	13,1	13,4	13,6	11,1	9,3	9,7	12,2	9,1	10,6	7,8	7,8	7,3
Скоріше не схвалюю	9,7	15,6	15,4	14,2	14,4	13,3	14,8	13,0	12,8	10,6	11,2	12,7	10,6	11,9	12,2
Важко сказати	31,3	25,0	26,2	26,6	29,4	27,6	27,5	25,0	24,6	28,7	29,5	29,5	28,8	22,2	23,9
Скоріше схвалюю	24,1	21,4	20,5	22,4	21,7	21,2	22,9	25,1	27,3	33,0	36,2	34,0	34,6	36,0	34,3
Цілком схвалюю	28,6	22,2	20,4	23,7	20,9	24,1	23,2	26,7	25,0	15,2	13,9	13,2	16,3	18,4	19,5
Не відповіли	1,5	0,5	0,1	0,0	0,3	0,3	0,5	0,8	0,6	0,3	0,2	0,1	1,8	3,7	2,8
<i>Середній бал</i>		3,2	3,1	3,3	3,2	3,3	3,3	3,5	3,5	3,3	3,3	3,3	3,4	3,5	3,5

Джерело: моніторинг Інституту соціології НАН України.

Однак у наступні роки у динаміці ставлення до приватного підприємництва загалом переважають позитивні оцінки. Про це також свідчить динаміка ціннісних пріоритетів опитування населення України за період 1994—2003 років, де перераховувалися певні можливості, на які люди орієнтуються та намагаються здійснити. Серед них, зокрема, пропонувалося оцінити, наскільки важливо для респондента «можливість підприємницької ініціативи (створення приватних підприємств, заняття бізнесом, фермер-

⁷² Суїменко Е. И. Процесс институционализации социально-экономических поведенческих формообразований // Проблеми розвитку соціологічної теорії. Трансформація соціальних інститутів та інституціональної структури суспільства. Наукові доповіді і повідомлення III Всеукраїнської соціологічної конференції / САУ, ІС НАНУ. — К., 2003. — С. 310.

ство та ін.)» за п'ятибальною шкалою, де 1 бал означає «зовсім не важливо», 2 бали «скоріше не важливо», 3 бали — «важко сказати, важливо чи ні», 4 бали — «скоріше важливо», 5 балів — «дуже важливо». Якщо у 1994 році підприємницька можливість оцінювалася в 2,70 бала, то 1997 року — вже 3,04 бала, 2000 року — 3,10 бала. Натомість 2003 року підприємницький пріоритет набув значення у 3,43 бала (статистична відмінність середньозважених балів між значеннями 1994 і 2003 років на рівні 1 %) ⁷³. Як свідчить опитування омнібуса «Громадська думка в Україні — 2006» (*N* = 1800), що провів Інститут соціології НАН України, 2006 року підприємницький пріоритет набув значення у 3,27 бала.

Як зазначає І. Буров, «аналізуючи ставлення населення до реальних процесів трансформації економіки, ми не випадково беремо за основу період 1994—1997 рр. На наш погляд, саме з 1994 р. після кількох років розмов про ринок були зроблені перші кроки щодо його розбудови. Саме з цього часу громадська думка і стає, по суті, чимось на зразок «зворотного зв'язку» з процесом приватизації, своєрідним відображенням ходу економічної реформи. Нині стає зрозумілим, що була, на жаль, обрана особлива «номенклатурна модель» ринкового господарювання, далека від усіх тих систем, за впровадження яких висловлювалися респонденти у 1992 р. Немає сумнівів, що реалізувався «апаратний», найконсервативніший порівняно з постсоціалістичними країнами Східної Європи і навіть Росією варіант економічних перетворень. Головною його ознакою є непомірно висока соціальна ціна: втрата управління економікою, руйнування виробництва та тотальне зuboжіння більшості населення країни. І самий тяжкий, на наш погляд, наслідок таких перетворень перебуває в тому, що руйнується довіра до влади, як соціальної структури, покликаної створювати умови для продуктивної і комфортної життєдіяльності всіх верств населення» ⁷⁴.

Такі тенденції були наслідком дискредитації ідеї приватизації. Зневіра населення у можливості проведення більш-менш прозорої приватизації, роздавання приватизаційних сертифікатів, який мав вигляд фарсу на тлі т. з. прихватизації, призвели до посилення антиринкових настроїв та настороженості до бізнесу. О. Прогнімак, О. Іщенко, О. Касперович визначають такі обста-

⁷³ Ручка А. Динаміка ціннісних пріоритетів громадян України // Українське суспільство 1994—2004: моніторинг соціальних змін. — К., 2004. — С. 421.

⁷⁴ Буров І. В. Дещо про стан економічних реформ в Україні // www.dep.kiev.ua/conference/2000/section2/Burov.pdf

вини, що спричинили негативне ставлення українців до бізнес-структур.

1. Трансформація великої радянської промисловості у великий бізнес, переважно в акціонерній формі. Формальне акціонування на основі приватизації державних підприємств у суспільстві без розвинених інститутів ринкової економіки та демократичних традицій стало унікальним у світовій практиці експериментом — швидкою, масовою, (треба додати, непрозорою), безоплатною передачею прав власності окремим громадянам. Тому наявний розподіл власності більшість громадян сприймає як незаконний і соціально несправедливий. Звідси негативне ставлення до великого бізнесу і приватизації великих підприємств.

2. Одночасно з приватизацією у стислі терміни пройшла т. з. муніципалізація, коли у відання органів місцевого самоврядування було передано всі об'єкти соціально-культурного призначення та житлово-комунального господарства, що раніше перебували на балансі підприємства. Позбавлення великим бізнесом соціальної інфраструктури не додало симпатій з боку населення.

3. Ігнорування прав міноритарних акціонерів, якими є практично третина населення держави, — власники незначної кількості акцій, формальні власники багатьох ВАТ, що роками не отримують жодних дивідендів, годі вже казати про участь в управлінні. Внаслідок цього підприємства з колективною формою власності сприймаються населенням як приватні, оскільки відсутні підтвердження акціонерної форми.

4. Нецивілізована поведінка представників бізнесу, ігнорування ними норм суспільної моралі та права⁷⁵.

На основі даних 1994—1999 рр. моніторингового проекту Інституту соціології НАН України «Україна на межі ХХІ сторіччя» О. Христофорова проаналізувала причини суперечливих оцінок людей в умовах перехідного періоду, розробивши багатофакторні моделі ставлення населення до підприємництва та ринкових відносин, на основі яких стверджує вплив на думку й погляди людей їх економічних орієнтацій, рівня матеріальної забезпеченості, вікових і освітніх характеристик, їх оцінок економічної ситуації в країні. Порівняння системи взаємозв'язків між цими показниками на основі регресійних моделей за 1994—1997 роки дало змогу статистично обґрунтувати такі положення. Спостерігався потужний вплив економічних орієнтацій на ставлення до підпри-

⁷⁵ *Прогнімак О., Іщенко О., Касперович О.* Формування соціальної відповідальності бізнесу: взаємодія з місцевими спільнотами та владою // Український соціум. — 2006. — № 5 (16). — С. 95—96.

ємництва. Прихильність до ринкових перетворень й викликає прихильність до вільних форм економічної діяльності. У свою чергу прихильники підприємництва відрізнялися більшим рівнем довіри до приватних підприємців. На рівень довіри до приватних підприємців також впливав рівень матеріальної забезпеченості людини — що нижчий її матеріальний стан, то негативніше вона сприймає приватних підприємців. Вік впливав на орієнтації людей з від'ємним знаком, що вказує на зворотний зв'язок, за якого ринкові орієнтації притаманні молодому поколінню, натомість антиринкові — старшому. Аналогічно вік впливає на ставлення до підприємництва. З підвищенням рівня освіти зростає орієнтація людей на ринкові перетворення. Аналіз показників запропонованих регресійних моделей за 1994—1999 роки дав змогу О. Христофоровій констатувати посилення ролі вікових та освітніх характеристик громадян на економічні орієнтації громадян⁷⁶.

Треба зазначити, що попри певну настороженість до бізнес-структур, населення України розрізняло бізнесменів на недобросовісних «ділків» та приватних підприємців, по-різному їх оцінюючи. Позитивна оцінка особистості підприємця його нормативна характеристика це швидше населенням. А коли мова йшла про реальну практику підприємництва, оцінки його стану і спрямування на початку 1990-х років були вже стриманіші (див. табл. 1.14).

Таблиця 1.14

Відповіді на запитання «Чи дозволяє економічна та політична ситуація, що склалася сьогодні в Україні, розвиватися підприємницькій діяльності?»

Відповіді респондентів	%
Загалом дозволяє	15,9
Дозволяє розвиватися тільки спекуляції і тіньовому бізнесу	51,7
Дозволяє розвиватися цивілізованому підприємництву лише в окремих обмежених сферах господарського життя	22,0
Не дозволяє	10,4

Джерело: Суименко Е. И. Образ предпринимателя в общественном мнении // Предприниматель Украины: эскизы к социальному портрету. — К., 1995. — С. 66.

⁷⁶ Христофорова О. Ставлення населення України до підприємництва та ринкових відносин в умовах демократизації суспільства // www.dep.kiev.ua/confer/Conference%202000/Section%202/Khristoforova.pdf

З наведених відповідей випливало, що «ключові позиції в сфері підприємницької діяльності, на думку більшої частини опитаних, посідають спекулянти і бізнесмени-тіньовики, а шляхетний бізнес відкинуто на периферію економічного життя. Власне кажучи, ключовою фігурою в економіці став не «цивілізований підприємець», а спекулянт і бізнесмен-тіньовик»⁷⁷.

Так само в опитуванні, яке було проведене у травні 1993 року Національним інститутом стратегічних досліджень (опитано 1461 особу в 11 областях України, Києві та Автономній Республіці Крим за репрезентативною вибіркою), на запитання *«Діяльність яких груп, на Вашу думку, шкодить інтересам більшості людей, що мешкають в Україні?»* 73 % опитаних назвали «ділків тіньової економіки», тоді як лише 14,1 % респондентів віднесли до цієї категорії приватних підприємців⁷⁸.

Населення загалом усвідомлює значну роль підприємців та бізнесменів у житті українського суспільства. Так, у моніторинговому дослідженні Інституту соціології НАН України серед наведених чотирнадцяти груп опитані, відповідаючи на запитання *«Як Ви думаєте, які соціальні групи відіграють значну роль у житті українського суспільства?»*, віддають підприємцям і бізнесменам впродовж 13 останніх років найвищі місця — ця група завжди входить до «трійки призерів» за рівнем значущості (див. табл. 1.15).

Отже, образ підприємця у громадській думці населення України на початку 1990-х років оцінювався переважно у позитивному світлі. Подальша економічна криза та здійснення приватизації непрозорими методами дещо погіршили ставлення до приватного підприємництва. Однак, починаючи з кінця 1990-х років, і дотепер схвальне ставлення до підприємництва поступово зростає. На оцінку приватного підприємництва впливають і суб'єктивні чинники, зокрема стереотипи економічної свідомості, і об'єктивні демографічні характеристики: вік, освіта та матеріальний стан.

У громадській думці на нормативному рівні існує розрізнення тих, хто займається підприємницькою діяльністю, на приватних підприємців та бізнесменів-тіньовиків. У суспільстві домінує думка, що підприємці як соціальна група відіграють значну роль у житті українського суспільства.

⁷⁷ Суименко Е. И. Образ предпринимателя в общественном мнении // Предприниматель Украины: эскизы к социальному портрету / Отв. ред. В. М. Ворона, Е. И. Суименко. — К.: ИС НАНУ, 1995. — С. 66.

⁷⁸ Міщенко М., Буров І. Соціальні аспекти приватизаційних процесів в Україні. — К.: Інститут соціології НАНУ, 1998. — С. 108.

Таблиця 1.15

Динаміка розподілу відповідей на запитання «Як ви думаєте, які соціальні групи відіграють значну роль у житті українського суспільства?»

Категорії населення	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2008
Робітники	23,4	22,2	17,2	19,1	18,7	19,7	25,4	23,9	27,2	19,1	22,4	28,4	27,6	23,8
Селяни	20,9	19,0	14,1	15,9	15,8	15,4	22,8	18,5	22,4	14,7	17,8	19,3	19,6	18,9
Інтелігенція	16,3	12,8	10,8	9,9	11,3	11,3	16,7	13,8	17,3	9,8	13,2	18,1	18,8	15,3
Підприємці, бізнесмени	24,2	24,5	21,7	25,2	25,4	30,7	32,4	31,2	28,0	28,9	27,0	31,9	33,4	33,4
Керівники держпідприємств	16,2	14,4	10,8	10,1	12,8	14,1	18,3	17,6	13,9	11,9	13,8	15,4	16,4	14,7
Службовці держ-апарату («чиновники»)	29,1	26,2	27,4	25,1	29,3	33,3	33,3	35,7	23,9	24,5	23,6	25,7	25,7	29,4
Пенсіонери	1,9	2,2	1,3	1,7	2,3	2,7	3,5	2,8	6,8	2,9	3,1	6,8	4,4	3,8
Керівники сіль-госпідприємств	10,7	11,7	6,8	5,5	6,9	8,1	9,9	8,4	8,6	5,7	5,8	7,5	8,8	9,1
Лідери політичних партій	—	—	—	—	—	—	—	—	24,5	22,2	25,9	28,3	35,8	36,9
Військові	6,6	8,5	6,0	5,5	5,7	5,3	10,0	8,9	8,1	5,6	4,8	7,5	5,3	7,2
Працівники міліції, служби безпеки	7,9	11,0	7,3	8,9	10,6	9,9	13,8	12,7	14,5	11,7	12,6	12,8	12,1	12,8
Судді та працівники прокуратури	—	—	—	—	—	—	—	—	11,3	8,4	9,8	10,7	11,9	13,7
Мафія, злочинний світ	33,9	41,9	37,3	42,0	42,7	43,9	43,1	49,0	38,3	42,7	40,2	30,7	33,9	32,9
Інші	0,7	0,7	0,8	0,5	1,4	1,3	1,6	1,6	1,1	0,7	0,8	1,6	1,5	1,5
Ніхто не відіграє	4,2	3,9	4,3	4,6	3,6	3,6	2,8	2,4	2,3	3,1	2,8	2,3	2,6	2,9
Важко сказати	17,4	15,2	18,8	18,3	14,1	13,1	12,2	10,6	13,1	15,4	12,6	14,2	11,4	9,7
Не відповіли	0,2	0,2	0,0	0,0	0,2	0,1	0,1	0,1	0,4	0,3	0,1	0,2	0,1	0,1

Джерело: моніторинг Інституту соціології НАН України.

1.5. Стан та динаміка соціальної легітимациі підприємництва в українському суспільстві

Суб'єктивне сприйняття населенням функціонування інституту підприємництва можливе і доречно через використання концепту «соціальна легітимність». Соціальна легітимність — «визнання, схвалення суспільством (соціальними групами, інститутами) функціонування того чи іншого типу соціальних відносин, а також діяльності соціальних груп, інститутів, індивідів, завдяки чому встановлюється, зазвичай, стан відкритості реалізації їх інтересів»⁷⁹. Предметом аналізу в цьому підрозділі є соціальна легітимність інституту українського підприємництва та приватних підприємців як роботодавців. Під соціальною легітимністю останніх слід розуміти позитивне ставлення суспільства чи його більшої частини до прошарку приватних підприємців-роботодавців, його визнання чи прийняття як суб'єкта соціально-економічного життя, довіра до нього, готовність, наміри і згода людей співпрацювати із його представниками чи, зрештою, бути такими. Від рівня цієї легітимності певною мірою залежний ступінь інтеграції/деінтеграції соціальної структури, рівень громадянської злагоди в суспільстві.

Емпіричною базою аналізу є дані моніторингу Інституту соціології НАН України. Показником соціальної легітимності приватних підприємців як роботодавців може слугувати запитання моніторингу про згоду респондента особисто працювати у приватного підприємця. Цим показником фіксується настанова стосовно імовірної ситуації взаємодії респондента із ним. Запитання про рівень довіри до приватних підприємців та про ставлення до розвитку приватного підприємництва слугують індикаторами соціальної легітимності відповідно верстви приватних підприємців та інституції приватного підприємництва загалом. Вважається, що зафіксовані позитивні настанови є виявами обрання респондентами позиції легітимациі, негативні настанови — вияви позиції делегітимациі, а невизначені настанови засвідчують труднощі респондента із власним позиціюванням щодо легітимациі/делегітимациі. Відтак соціальна легітимність наявна за умови, коли позицію легітимациі обирають більше 50 % респондентів, а соціальна нелегітимність — за умови, коли більш як 50 % респондентів

⁷⁹ Сакада М. О., Шараєва Н. І. Легітимність соціальна // Соціологія: короткий енциклопедичний словник / За заг. ред. В. І. Воловича. — К., 1998. — С. 283–284.

обрали позицію делегітимації. Але і в цих двох випадках, і в усіх інших можна вести мову в аналітичному контексті про рівні (ступені) легітимності, нелегітимності і невизначеності легітимності/нелегітимності окремого об'єкта, а також про тенденції мінливості цих рівнів з часом — легітимацію, делегітимацію, збільшення чи зменшення невизначеності⁸⁰.

Водночас, треба звернути увагу на структуру зайнятості українського населення, оскільки економічні практики, як об'єктивні дії, можуть також свідчити про ступінь легітимності. Такими об'єктивними діями можуть бути соціальні практики праці у приватному секторі економіки України, адже соціальні практики, на думку І. Попової, є «основою легітимації і будь-якого виду згоди»⁸¹.

Легалізація приватної власності на засоби виробництва в сучасному українському суспільстві зумовила суттєві соціально-структурні зміни: відбулося відтворення суспільних верств найманих працівників, приватних власників і підприємців. Адміністративне регулювання зайнятості населення у сфері трудових відносин замінив ринок праці. Структура зайнятості дорослого населення України за останнє десятиліття зазнала очевидних змін (табл. 1.16).

Таблиця 1.16

**Динаміка розподілу відповідей на запитання
«У державному чи приватному секторі ви зараз працюєте?»**

Сфера зайнятості респондентів	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2008
У державному	51,2	45,4	42,7	39,9	37,2	35,3	31,8	30,4	29,7	27,8	28,7	26,8	24,8	24,9
У приватному	6,1	11,0	9,6	9,4	11,7	12,0	13,8	15,2	19,1	20,2	22,6	22,8	25,4	30,8
І в тому, і в тому	1,8	1,3	1,8	1,4	2,0	1,9	1,5	2,3	2,4	2,6	3,2	3,5	4,7	2,8
Не працюю	39,3	42,1	45,9	48,9	48,8	50,7	52,9	51,9	46,8	48,8	45,2	46,8	45,2	41,4
Не відповіли	1,6	0,2	0,0	0,3	0,3	0,1	0,0	0,2	2,0	0,6	0,3	0,1	0,0	0,1

Джерело: моніторинг Інституту соціології НАН України.

⁸⁰ Резнік В. Приватний підприємець як роботодавець: стан і динаміка соціальної легітимності // Українське суспільство 1994—2005: моніторинг соціальних змін. — К.: Ін-т соціології НАН України, 2005. — С. 244—245.

⁸¹ Попова І. М. Социальная практика как основа легитимации и согласия // Вісник Одеського національного університету. — Т. 8. — Вип. 9. — Одеса, 2003. — С. 130.

За 1994—2008 роки відсоток дорослого населення, зайнятого в державному секторі, зменшився практично у два рази. Натомість у п'ять разів зросла частка зайнятих у приватному секторі. Якщо 1994 році частка зайнятих у державному секторі була домінуючою (51,2 %) і мізерною у приватному (6,1 %), то у 2006 році ці частки практично вирівнюються — 25 %. Починаючи з 2008 року кількість працівників приватного сектору переважає кількість працівників державного сектору — відповідно 30,8 % і 24,9 %. Якщо досі офіційно незавершена приватизація триватиме далі, тенденція скорочення державного і розширення приватного секторів зайнятості збережеться. Однак нез'ясованим залишається вплив фінансово-економічної кризи, оскільки вона найбільше зачепила приватний сектор. Порівняльний аналіз соціологічних портретів зайнятих у секторах економіки засвідчив вищі показники рівня добробуту, задоволеності освітою і роботою, рівня інтернальності (переконаності, що життя залежить більшою мірою від самого себе, ніж від зовнішніх обставин) серед працівників приватного сектору порівняно з працівниками державного сектору. Показовим є такий факт: серед тих, хто значною мірою бере на себе відповідальність за прийняття рішень у своїх підприємствах, частка працівників приватного сектору (58,2 %) майже втричі перевищує частку таких у державному секторі (19,4 %) ⁸². Таким чином, зайнятість у приватному секторі формує соціальну активність та сприяє соціально-психологічному комфорту. Відбулися кардинальні зміни в економічній поведінці населення України. «Люди, що менш ніж 20 років тому мали фактично єдиного легального роботодавця — державу, самі перетворюються на головних легальних контрагентів приватного сегмента ринку праці — приватних роботодавців, якими виступають приватні підприємці і власники, та найманих працівників» ⁸³. Серед респондентів моніторингового опитування 2006 року роботодавці (власники, які використовують найману працю) становлять 1,7 % усього дорослого населення, тоді як наймані працівники — 43,1 %, самозайняті — 6,1 %, неідентифіковані — 5,2 %.

Комплексний аналіз українських даних міжнародного порівняльного якісного дослідження «Економічні та соціальні зміни в

⁸² Іващенко О. До соціологічного портрета працюючих у приватному секторі // Українське суспільство 1992—2008. Соціологічний моніторинг / За ред. д. е. н. В. Ворони, д. соц. н. М. Шульги. — К.: Інститут соціології НАН України, 2008. — С. 45—55.

⁸³ Резнік В. Приватний підприємець як роботодавець: стан і динаміка соціальної легітимності // Українське суспільство 1994—2005: моніторинг соціальних змін. — К.: Ін-т соціології НАН України, 2005. — С. 243.

домогосподарствах: Україна та Білорусь»^{*} дозволив А. Горбачику виділити декілька загальних різновидів поведінки (*стратегій виживання*), що використовуються домогосподарствами для адаптації до нестабільних умов сучасної економіки та соціального життя.

1. *Зменшення споживання*. Основна мета — економити на всьому. Купувати тільки дешеву їжу, дешеві або не нові речі, не купувати побутову техніку, не купувати книжки, не відвідувати театри та кіно, не їздити на відпочинок тощо. Відмовитися від усього, від чого можна відмовитися без термінової та безпосередньої загрози для здоров'я та життя. Часто це єдина можлива стратегія для літніх людей, що мають проблеми зі здоров'ям, не мають землі та інших джерел додаткових прибутків, а також отримують невелику пенсію.

2. *Перехід до самозабезпечення*. Основна мета — організувати своє життя і, в першу чергу, побут таким чином, щоб мінімізувати потребу в грошах. Вирощувати самостійно всі або майже всі необхідні для життя сім'ї продукти харчування (овочі, фрукти, м'ясо, молоко). Залишки продуктів обмінювати на інші продукти (наприклад, м'ясо на борошно, щоб потім самостійно випікати хліб) або продавати на базарі за гроші. Гроші потрібні для того, щоб купувати мило, пральний порошок тощо, сплачувати за електроенергію та інші необхідні для життя товари та послуги. Таким чином, метою господарювання є не товарне виробництво, а задоволення потреб сім'ї в конкретних продуктах. Таку стратегію використовують мешканці сільської місцевості або мешканці міст, що мають свої ділянки землі.

3. *Пошук додаткової роботи*. Основна мета — мати декілька незалежних джерел грошей, щоб не так гостро відчувати наслідки затримок та несплат заробітної плати. Потрібно мати досить високу кваліфікацію, мати роботу, що дає змогу самостійно планувати свій робочий час, мати власне робоче місце (студію, власний офіс або навіть просто обладнану кімнату у звичайній квар-

^{*} Міжнародне порівняльне якісне дослідження «Економічні та соціальні зміни в домогосподарствах: Україна та Білорусь», INTAS-96-0090 (керівники дослідження: проф. С. Wallace, Institute for Advanced Studies, Vienna, Austria; проф. Д. Ротман, Білоруський державний університет, Мінськ, Білорусь; доц. А. Горбачик, Київський університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна). В період з лютого до травня 1999 року в трьох регіонах України було проведено 153 наративних інтерв'ю, що були записані на диктофон і потім аналізувалися з використанням комп'ютерної програми якісного аналізу текстів WinMax 98. Вибірка дослідження будувалася методом «снігової кулі». Інтерв'юерами в дослідження були спеціально підготовлені викладачі, випускники та студенти Київського університету.

тирі). Таку стратегію використовують консультанти, експерти, викладачі, письменники, журналісти, програмісти тощо.

4. *Відкриття власної справи* (власного бізнесу). Основна мета — відкрити своє підприємство (не обов'язково велике), зареєструвати його і розпочати діяльність вже на рівні юридичної особи, вступаючи у відносини з іншими юридичними особами (іншими суб'єктами підприємницької діяльності). Реєстрація бізнесу дає можливість користуватися банківськими кредитами, підписувати контракти, наймати людей, отримувати прибуток. Але така діяльність вимагає сплачувати податки. Для реалізації такої стратегії потрібно не стільки спеціальна освіта (хоча й вона також), скільки специфічний характер, бажання бути підприємцем.

5. *Тіньова діяльність*. Основна мета — мати альтернативні джерела прибутків, що не є зареєстрованими і не оподатковуються. Це може бути дрібний бізнес, дрібна торгівля, будівництво та ремонтування приміщень, дрібне фермерство, ремонтування автомобілів або радіоапаратури, нелегальна робота за кордоном, дрібна контрабанда тощо. Це може бути також робота за наймом, але без контракту. Відсутність реєстрації дає змогу швидко розгортати та згорти діяльність, змінювати сферу діяльності, не сплачувати податки. Водночас відсутність реєстрації призводить до конфлікту з законом, пов'язана з певним ризиком, означає відсутність соціального захисту та гарантій (оплачувана відпустка, пенсія, відпустка по догляду за дитиною, лікарняні листки тощо). Тіньовою діяльністю часто займаються на додаток до такої офіційно зареєстрованої роботи, на яку не витрачається час (але й не отримуються прибутки). При цьому тіньова діяльність забезпечує грошовий прибуток, а офіційно зареєстрована робота дає соціальні гарантії (можливість отримувати субсидії, відпустка, виробничий стаж, пенсія тощо) та дозволяє зберегти соціальний статус.

6. *Використання соціальних зв'язків*. Основна мета — знайти можливість жити за рахунок допомоги родичів, знайомих та, можливо, певною мірою за рахунок допомоги держави. Таку стратегію використовують люди, що не мають роботи, не мають прибутків та перебувають в особливих життєвих обставинах. Прикладом можуть бути інваліди (що, очевидно, не в змозі знайти роботу через певні фізичні вади) або самотні жінки з дітьми (що не працюють тому, що самотійно виховують дітей)⁸⁴.

⁸⁴ Горбачик А. Сприйняття економічних змін і стратегії виживання домогосподарств // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2001. — № 4. — С. 23—45.

Наведений вище перелік стратегій фіксував діапазон можливих варіантів поведінки. В чистому вигляді ці стратегії зустрічалися досить рідко. Часто сім'я та навіть окрема людина комбінують декілька цих стратегій. Успішність адаптації до нестабільних умов саме залежить, в першу чергу, від уміння обрати відповідну стратегію поведінки.

Повертаючись до обраних індикаторів та визначених критеріїв інтерпретації значень їх показників можна констатувати за останні роки, починаючи з 2002 року поступову втрату приватними підприємцями-роботодавцями соціальної легітимності (табл. 1.17). Парадоксально, але саме у цей час інститут приватного підприємництва почав набувати соціальної легітимності (див. табл. 1.13 у підрозділі 1.4).

Таблиця 1.17

Динаміка розподілу відповідей на запитання «Чи згодні ви особисто працювати у приватного підприємця?»

Відповіді респондентів	1992	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2008
Ні	25,2	26,7	26,6	26,6	21,9	21,6	23,8	21,7	22,6	23,5	20,3	21,1	36,1	34,8	31,6
Скоріше ні	9,9	4,8	7,5	8,4	8,1	10,6	10,0	9,6	9,8	13,3	17,2	19,3	12,5	13,2	12,8
Важко сказати	20,5	15,3	14,8	14,5	14,8	13,9	14,4	13,2	13,8	20,7	19,8	19,8	14,8	15,1	14,5
Скоріше так	17,2	14,7	14,5	16,2	16,7	17,0	18,1	16,6	19,8	28,0	32,4	29,6	18,1	17,4	21,4
Так	26,7	38,2	36,6	34,4	38,4	36,9	33,5	39,0	34,1	14,2	10,2	10,1	18,3	19,4	19,6
Не відповіли	0,6	0,4	0,2	0,0	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,4	0,1	0,2	0,2	0,1	0,1
<i>Середній бал</i>		3,3	3,3	3,2	3,4	3,4	3,3	3,4	3,3	3,0	3,0	2,9	2,7	2,7	2,8

Джерело: моніторинг Інституту соціології НАН України.

Треба брати до уваги той факт, що впродовж останніх двох років негативна відповідь досягає критичної межі, наблизившись до позначки 50 %. На перший погляд, наявні умови, коли образ підприємців наближається до позиції делегітимації. Однак лише один показник небажання працювати у приватних підприємців не може бути підставою для остаточних висновків.

Незважаючи на те, що зберігається значний рівень недовіри до приватних підприємців, у період 1999—2006 роки існує тенденція до поступового зростання довіри (табл. 1.18). Показовим є теперішнє помітне зниження (приблизно у два рази) показника повної недовіри до приватних підприємців, яка була притаманна суспільству у середині 1990-х років.

Таблиця 1.18

Динаміка розподілу відповідей на запитання «Який рівень вашої довіри... приватним підприємцям?»

Відповіді респондентів	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2008
Зовсім не довіряю	24,3	32,3	29,3	30,8	28,2	27,2	23,6	22,7	—	—	—	15,1	15,1	14,8
Переважно не довіряю	21,1	20,2	18,0	19,8	20,6	21,3	22,3	20,7	—	—	—	25,8	24,7	25,8
Важко сказати, довіряю чи ні	36,6	33,4	39,4	37,0	36,3	39,1	36,7	41,3	—	—	—	42,6	41,9	39,8
Переважно довіряю	11,9	10,4	10,4	10,1	12,1	10,1	14,4	12,9	—	—	—	15,2	16,8	18,1
Цілком довіряю	1,9	2,8	2,9	1,9	1,8	1,7	2,2	2,1	—	—	—	1,1	1,4	1,3
Не відповіли	4,2	0,9	0,0	0,4	1,0	0,6	0,8	0,2	—	—	—	0,2	0,1	0,2
<i>Середній бал</i>	<i>2,4</i>	<i>2,3</i>	<i>2,4</i>	<i>2,3</i>	<i>2,4</i>	<i>2,4</i>	<i>2,5</i>	<i>2,5</i>	—	—	—	<i>2,6</i>	<i>2,6</i>	<i>2,7</i>

Джерело: моніторинг Інституту соціології НАН України.

Якщо порівняти середні бали довіри до приватних підприємців та до інших соціальних інститутів чи їхніх представників (шкала 1—5 бали), то, зокрема, у 2008 році, більше, ніж підприємцям, довіряли сім'ї та родичам (4,6 бала), церкві та духовенству (3,5 бала), співвітчизникам (3,4 бала), колегам (3,5 бала), сусідам (3,4 бала), армії (3,0 бала), ЗМІ (2,9 бала). Натомість решта соціальних інститутів користуються меншою довірою в українському суспільстві: президент (2,5 бала), уряд (2,4 бала), Верховна Рада (2,3 бала), керівники державних підприємств (2,6 бала), податкова інспекція (2,5 бала), місцеві органи влади (2,5 бала), ас-

рологи (2,4 бала), міліція (2,4 бала), прокуратура (2,4 бала), суди (2,4 бала), політичні партії (2,2 бала), банки (2,6 бала) та профспілки (2,6 бала), благодійні фонди, громадські асоціації і об'єднання (2,4 бала), Комуністична партія (2,2 бала), страхові компанії (2,3 бала)⁸⁵. Таким чином, в українському суспільстві, де велику довіру має лише найближче оточення індивіда та церква і духовенство, носії інституту підприємництва, порівняно з іншими важливими соціальними інститутами, посіли серйозне місце.

Отже, простежуються амбівалентні тенденції: відбувається повільне збільшення рівня довіри до підприємців, за зниження показника готовності працювати у них. І це все відбувається на тлі зростаючого схвалення розвитку приватного підприємництва. Суперечливість цих трьох тенденцій В. Резнік інтерпретує так: «Більшість людей за останні 11 років суб'єктивно легітимувала (визнала, прийняла) приватне підприємництво як деякий абстрактний макроекономічний інституційний порядок. Незначно зросла кількість носіїв легітимності одного із макроекономічних елементів матеріалізації цього порядку — верстви приватних підприємців загалом. Посилення легітимації збіглося у часі з економічним зростанням, за умов якого зазначені інституція і верства мали нагоду виявити свою ефективність. Делегітимація прошарку приватних підприємців-роботодавців також може бути пов'язана з економічним зростанням. Даний прошарок зберігав свою соціальну легітимність упродовж економічного спаду — за умов хронічних невиконань заробітної платні у державному секторі економіки і пенсій, явного і латентного безробіття. Втрачання його соціальної легітимності відбувалось на тлі поліпшення соціально-економічної ситуації»⁸⁶.

Помітно, що серед працюючих і в державному, і в приватному, і одночасно в обох цих секторах, і серед непрацюючих упродовж останніх 11 років кількість не бажаючих працювати у приватного підприємця збільшується, бажаючих — зменшується, а тих, хто не зміг визначитися із однозначною відповіддю — незначно мінлива (див. табл. 1.19).

⁸⁵ Головаха Є., Паніна Н. Українське суспільство 1992—2008: соціологічний моніторинг. — К.: Ін-т соціології НАН України, 2008. — С. 27.

⁸⁶ Резнік В. Приватний підприємець як роботодавець: стан і динаміка соціальної легітимності // Українське суспільство 1994—2005: моніторинг соціальних змін. — К.: Ін-т соціології НАН України, 2005. — С. 246—247.

Таблиця 1.19

Готовність працювати у приватного підприємця залежно від сектора зайнятості респондента (%)

Чи згодні ви особисто працювати у приватного підприємця?	Ви нині працюєте в державному чи недержавному секторі?					
	В державному			В приватному		
	1994	1999	2005	1994	1999	2005
	N=924	N=638	N= 481	N=110	N=218	N= 409
Ні	28,7	32,9	52,8**	9,1	16,5	30,1
Важко сказати, так чи ні	13,5	14,9	13,9	8,2	7,8	13,4
Так	57,8	52,2	33,3**	82,7	75,7	56,5**

Чи згодні ви особисто працювати у приватного підприємця?	Ви нині працюєте в державному чи недержавному секторі?					
	І в тому, і в тому			Не працюю		
	1994	1999	2005	1994	1999	2005
	N=32	N=35	N=62	N=708	N=916	N=842
Ні	9,4	25,7	35,5	40,0	39,0	56,3**
Важко сказати, так чи ні	9,4	5,7	14,8	18,9	16,0	16,0
Так	81,3	68,6	33,0	41,1	45,0	27,7**

** Відмінність є значущою на рівні 0,01.

Джерело: Резнік В. Приватний підприємець як роботодавець: стан і динаміка соціальної легітимності // Українське суспільство 1994—2005: моніторинг соціальних змін. — К.: Ін-т соціології НАН України, 2005. — С. 247.

Показово, втім, що ці зміни набули виразності і статистично значущого характеру лише у період 1999—2005 роки (за винятком працюючих одночасно у державному і приватному секторах). Якщо у 1994 та 1999 роках приватний підприємець як роботодавець був соціально легітимний у державному, приватному та одночасно і в тому, і в тому секторах зайнятості дорослого населення, то станом на 2005 рік його легітимність у цій якості збереглася лише у межах приватного сектора (при цьому її кількісний рівень відчутно знизився). У решті секторів чисельність носіїв легітимності досягає лише близько третини від загальної кількості респондентів у них, тоді як більшість у всіх трьох випадках виявляє позицію відвертої делегітимації. Водночас серед працівників приватного сектору 30,1 % теж схильні до такої делегітимації.

Припускається, що соціальна делегітимація прошарку приватних підприємців-роботодавців певною мірою пов'язана із поліп-

шенням матеріального стану людей в результаті економічного зростання. Слід взяти до уваги також підвищення привабливості державного сектору зайнятості за умов стабільного економічного зростання. Насамперед можуть датися взнаки такі його переваги перед приватним сектором, як легальність, дотримання законодавства про працю, фіксація стажу роботи, перспективи пенсійного забезпечення. В сукупності ці економічні та соціальні аспекти можуть спонукати людину посісти згадану позицію делегітимації⁸⁷.

Таке припущення частково справджується, якщо порівняти економічні параметри груп респондентів, що легітимують та делегітимують приватних підприємців-роботодавців (табл. 1.20).

Таблиця 1.20

Середній розмір заробітної плати та сукупного доходу на одного члена сім'ї залежно від готовності працювати у приватного підприємця (дол. США)

Позиції	Який розмір вашої заробітної плати (стипендії, пенсії) за останній місяць?			Вкажіть, будь ласка, який сукупний дохід на одного члена вашої сім'ї ви мали за останній місяць?		
	1994	1999	2005	1994	1999	2005
Чи згодні Ви особисто працювати у приватного підприємця?						
Ні	12,059	21,599	71,656	9,963	19,965	62,183
Важко сказати, так чи ні	11,839	19,496	70,544	11,241	20,766	75,872
Так	15,732	59,641	74,843	13,146	33,303	67,113

Джерело: Резнік В. Приватний підприємець як роботодавець: стан і динаміка соціальної легітимності // Українське суспільство 1994—2005: моніторинг соціальних змін. — К.: Ін-т соціології НАН України, 2005. — С. 249.

З 1994 до 1999 року середній показник місячної заробітної плати (стипендії, пенсії) носіїв легітимності зріс у 3,8 разу, а в респондентів, що посіли позицію делегітимації, — в 1,8 разу. З 1999 до 2005 року аналогічний показник у носіїв легітимності зріс у 1,3 разу, а в суб'єктів делегітимації — у 3,3 разу. Подібні тенденції демонструє середній показник сукупного доходу на одного члена сім'ї. З 1994 до 1999 року у носіїв легітимності він зріс у 2,5 рази, а в суб'єктів делегітимації — удвічі. З 1999 по

⁸⁷ Резнік В. Приватний підприємець як роботодавець: стан і динаміка соціальної легітимності // Українське суспільство 1994—2005: моніторинг соціальних змін. — К.: Ін-т соціології НАН України, 2005. — С. 248.

2005 р. у носіїв легітимності він подвоївся, а в суб'єктів делегітимації — потроївся. Не менш показовою є зміна співвідношення середніх показників заробітної плати (стипендії, пенсії) суб'єктів делегітимації та носіїв легітимності: 1994 року таке співвідношення становило 1:1,3, 1999 року — 1:2,7, 2005 року — 1:1,04. Аналогічно змінювалося також співвідношення середніх показників сукупного доходу на одного члена сім'ї суб'єктів делегітимації та носіїв легітимності: 1994 року таке співвідношення становило 1:1,3, 1999 року — 1:1,7, 2005 року — 1:1,1⁸⁸.

Отже, інтенсивніше поліпшення матеріального становища за умов економічного спаду пов'язане із позицією легітимачі, а за умов економічного зростання — із позицією делегітимації прошарку приватних підприємців-роботодавців. Можна припустити, що на тлі безпорадної держави-роботодавця часів економічної кризи приватний підприємець-роботодавець був прийнятнішою альтернативою. Економічна криза стимулювала в економічно успішніших людей готовність працювати у приватного підприємця. Однак економічне зростання, яке спостерігається останнім часом, скоригувало ці орієнтації населення і, зокрема, його економічно успішніших представників у сфері зайнятості. Такою привабливою альтернативою стало відкриття власної справи (бізнесу). На користь цього припущення свідчить розподіл відповідей на запитання «*Чи хотіли б Ви відкрити свою справу (власне підприємство, фермерське господарство та ін.)?*» (див. табл. 1.21).

Таблиця 1.21

Динаміка розподілу відповідей на запитання «Чи хотіли б ви відкрити свою справу (власне підприємство, фермерське господарство та ін.)?»

Відповіді респондентів	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2008
Ні	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	27,9	31,7	30,8	29,1
Скоріше ні	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	13,8	9,6	10,1	11,6
Важко сказати	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	16,7	14,8	13,5	13,4
Скоріше так	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	20,7	16,5	16,7	16,8
Так	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	20,6	27,3	28,9	29,0
Не відповіли	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	0,4	0,0	0,1	0,1
<i>Середній бал</i>	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	2,9	3,0	3,0	3,1

Джерело: моніторинг Інституту соціології НАН України.

⁸⁸ Там само. — С. 248—249.

Помітне поступове зростання привабливості такої перспективи за останні три роки. До того ж, треба зазначити, що 28,6 % з тих, хто хотів би відкрити свою справу, — не згодні працювати у приватного підприємця. Варто погодитися з висновками, які зробив В. Резнік, підсумовуючи процеси легітимації підприємництва в українському суспільстві: «Перший, теоретичний — стосовно природи психологічного механізму соціальної делегітимації/легітимації. Соціальна легітимність певного об'єкта залежна від наявності/відсутності альтернативи йому: якщо така альтернатива є, виникають умови для делегітимації; якщо альтернативи немає, то немає й умов для делегітимації. Другий висновок — прикладний. Попри те, що упродовж останніх 11 років в Україні інституція приватного підприємництва набула соціальної легітимності (бізнесу) і спостерігається незначне зростання чисельності носіїв легітимності верстви приватних підприємців загалом, прошарок приватних підприємців-роботодавців поступово втрачають свою привабливість як роботодавці. Причина цієї втрати найвірогідніше полягає у природі даної легітимності: свого часу вона (легітимність) була набута не завдяки позитивним соціальним якостям свого об'єкта, а зумовлена швидше ситуативними обставинами: економічною кризою та безробіттям. Зміна обставин (поліпшення економічної ситуації) призвела до її втрати»⁸⁹. Це все відбувається на тлі стрімкого зростання частки зайнятих у приватному секторі (у 4 рази), яка у 2006 році зрівнялася і навіть дещо перевищила частку зайнятих у державному секторі.

Водночас, небажання працювати у приватного підприємця, яке дедалі зростає можна також пов'язати із зростанням у суспільстві декларативного бажання відкрити власну справу. Як свідчить опитування омнібуса «Громадська думка в Україні — 2006», що провів Інститут соціології НАН України, лише 35,3 % хоче працювати у державному секторі, тоді як решта у тій чи тій формі хочуть працювати в інших секторах економіки, причому у багатьох випадках домінують підприємницькі мотиви (див. табл. 1.22).

Характерним є те, що лише 11,6 % опитаних згодні з тим, що мають можливість відкрити свою справу (див. табл. 1.23).

⁸⁹ Там само. — С. 251.

Таблиця 1.22

**Декларативні настанови зайнятості населення
України**

<i>Якими видами діяльності ви хотіли б займатися?</i>	<i>%*</i>
Працювати у державному секторі	35,3
Працювати у приватному секторі	12,7
Бути індивідуальним підприємцем або фермером	13,0
Бути власником (співвласником) малого або середнього бізнесу	19,1
Займатися присадибним господарством	17,0
Займатися домашніми справами (хатнім господарством)	27,6
Інше	2,0
Важко відповісти	12,5

* Можна було назвати всі види діяльності, що підходять, тому загальна сума перевищує 100 %.

Таблиця 1.23

Ступінь згоди із судженням, яке стосується життєвих шансів і можливостей

<i>«Я маю можливість відкрити власну справу»</i>	<i>%</i>
Не згоден	59,3
Важко відповісти, згоден чи ні	13,8
Згоден	11,6
Це мене не стосується	15,2

Зафіксована амбівалентність у свідомості суспільства, коли поєднується переважна підтримка розвитку підприємництва та високий рівень незгоди працювати у підприємств, є також черговим доказом існування в українському соціумі феномена подвійної інституціоналізації, яку виявили Є. Головаха і Н. Паніна⁹⁰. Саме за подвійної інституціоналізації забезпечується вкрай своєрідна інституціональна повноцінність підприємництва, що ґрун-

⁹⁰ Головаха Є., Паніна Н. Соціальні зміни в Україні: пострадянська деінституціоналізація і особливості становлення нових соціальних інститутів // Політична думка. — 2001. — № 4. — С. 3—24.

тується на згоді людей жити в такому економічному просторі, де практикується зайнятість у приватному секторі і, водночас, існують негативні настанови щодо привабливості підприємців як роботодавців. Треба зазначити, що, досліджуючи соціально-економічні поведінкові формоутворення, Є. Суїменко виявив феномен *вимушеної активності*, коли позиція активної адаптації домінувала і високо корелювала з позицією вимушеного підкорення правилам і нормам ринкової поведінки. Він зазначає, що з одного боку, це «свідчить про мовчазну опозицію стосовно існуючого порядку, про приховане прагнення до інших норм і цінностей, іншого образу життя, з другого — про внутрішню роздвоєність, амбівалентність думок і позицій. Разом з тим, цей стан означає і вимушену активність, що мобілізує внутрішні ресурси людей і зумовлює в них приховані, їм самим невідомі сили, які з часом здатні підштовхнути їх на засвоєння нових для них інструментальних цінностей і норм. Легітимація цих цінностей і норм, очевидно, може стати реальною лише в тому разі, якщо, по-перше, вимушена активність супроводжуватиметься життєвим успіхом і, по-друге, досягнення цього успіху не буде поєднане з порушенням правових і моральних норм»⁹¹.

Оскільки мимовільна залученість населення у ринкові відносини спрямовує їхні економічні практики у бік приватного сектору, то подальше прогнозування процесу соціальної легітимації українського підприємництва невід'ємне від вивчення прихованого потенціалу соціокультурних чинників.

Висновки до розділу 1

1. Процес інституціоналізації підприємництва передбачає заміну спонтанної й експериментальної спекулятивної поведінки на поведінку регульовану, очікувану, передбачувану. Етапами цього процесу такі: 1) виникнення потреб у підприємницьких послугах, надання яких вимагає спільних організованих дій; 2) виникнення під час стихійної економічної взаємодії соціальних норм і правил регулювання підприємницької поведінки; 3) прийняття, застосування цих норм і встановлених санкцій для їхньої підтримки (на-

⁹¹ Суїменко Е. И. Процесс институционализации социально-экономических поведенческих формообразований // Проблемы розвитку соціологічної теорії. Трансформація соціальних інститутів та інституціональної структури суспільства. Наукові доповіді і повідомлення III Всеукраїнської соціологічної конференції / САУ, ІС НАНУ. — К., 2003. — С. 309—310.

приклад, поширення поганої репутації підприємця чи підприємницької структури); 4) створення системи статусів і ролей, що охоплюють усіх членів інституту (наявність профспілок, які регулюють відносини між роботодавцями та найманими працівниками). Сучасні підходи до вивчення інституту підприємництва виокремлюють такі важливі ознаки, як статусні, функціонально-рольові та особистісні.

2. Якщо за кількістю суб'єктів малого підприємництва на 1000 населення Україна загалом досягла рівня країн ЄС, то кількість суто малих підприємств на 1000 осіб залишається у 8—12 разів нижча порівняно з країнами ЄС. Також слід зауважити, що розвиток малого підприємництва в Україні характеризується значною кількістю системних проблем. Так, якісний стан розвитку національного малого підприємництва дуже далекий від оптимального, включаючи структуру малого підприємництва та його регіональний розвиток. Після зростання кількості зайнятих в малому підприємстві загалом у 1990-ті роки з 2003 року ця динаміка стабілізувалася. Однак якщо питома вага українських суб'єктів малого підприємництва у загальній чисельності зайнятих дещо перевищує аналогічні показники у Росії, то порівняно з країнами ЄС нижча у 2—3 рази. Водночас українське підприємництво за роки соціальних перетворень набуло додаткової стійкості й може захистити свої соціальні, політичні та корпоративні інтереси за допомогою створення асоціацій, спілок та інших громадських об'єднань, число яких перевищує вже сотню.

3. Якщо на початку 1990-х років образ підприємця у громадській думці населення України оцінювався переважно у позитивному світлі, то подальше загострення економічної кризи і здійснення приватизації непрозорими методами погіршили ставлення до приватного підприємництва. Однак починаючи з кінця 1990-х років і дотепер прихильне ставлення до підприємництва поступово зростає завдяки і суб'єктивним чинникам, зокрема стереотипам економічної свідомості, і об'єктивним демографічним характеристикам: вік, освіта та матеріальний стан. У громадській думці існує розрізнення тих, хто займається підприємницькою діяльністю, на приватних підприємців та бізнесменів-тіньовиків. У суспільстві домінує думка, що підприємці як соціальна група відіграють значну роль у житті українського суспільства.

4. Поліпшення матеріального стану за умов економічного спаду пов'язане з позицією легітимації, а за умов економічного зростання — з позицією делегітимації прошарку приватних підприємців-роботодавців. На тлі безпорадної держави-роботодавця

часів економічної кризи приватний підприємець-роботодавець був прийнятнішою альтернативою. Економічна криза стимулювала в економічно успішніших людей готовність працювати у приватного підприємця. Однак економічне зростання, яке спостерігається останнім часом, скоригувало ці орієнтації населення і, зокрема, його економічно успішніших представників у сфері зайнятості. Такою привабливою альтернативою стало відкриття власної справи (бізнесу).

У свідомості сучасного українського суспільства зафіксований феномен амбівалентності, коли поєднується переважна підтримка розвитку підприємництва та високий рівень небажання працювати у підприємців⁹². Саме за подвійної інституціоналізації забезпечується своєрідна інституціональна повноцінність підприємництва, що ґрунтується на бажанні людей жити в такому економічному просторі, де практикується зайнятість у приватному секторі і, водночас, існують негативні настанови щодо привабливості підприємців як роботодавців.

⁹² Рахманов О. А. Стан та динаміка соціальної легітимації підприємництва в українському суспільстві // Віче. — 2006. — № 21—22. — С. 44—47.

РОЗДІЛ 2

СОЦІОКУЛЬТУРНІ ЧИННИКИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Основна мета цього розділу — розробка теоретичного і концептуального підґрунтя для вивчення соціокультурних чинників інституціоналізації феномена підприємництва. Мета досягається в результаті ґрунтовного вивчення теоретичного досвіду дослідження вказаного феномена (не обмежуючись тільки економічною сферою) провідними вітчизняними і зарубіжними соціологами та соціальними психологами, а також модифікації цього досвіду для досягнення мети цього дослідження. Логіка та послідовність вивчення полягає у такому: потрібно розкрити сутність феномена економічної культури, проаналізувати основні соціологічні та соціально-психологічні теорії детермінації підприємницької діяльності, їх концептуальні можливості та межі застосування щодо формування економічної культури, спробувати їх теоретично синтезувати і на цій основі виокремити основний перелік соціокультурних чинників; зробити аналіз історико-культурних передумов підприємництва на території України, виокремивши й пристосовавши їхні положення до нашої проблеми; розглянути соціокультурні чинники декларативних підприємницьких настанов сучасного українського суспільства.

2.1. Соціокультурні аспекти розвитку сучасного підприємництва

На початку розгляду соціокультурних аспектів підприємництва потрібно згадати про феномен економічної культури. Т. Єфременко поняття економічної культури, проаналізував з позицій економічної соціології, «як сукупність знань, умінь, здатностей, поведінкових стереотипів і цінностей, що впливають на

економічну поведінку людей, являє собою складну соціальну систему, яка має різні ієрархічні рівні та елементи із неоднаковим рівнем сталості, інерційності або, навпаки, рухливості, мінливості, яка, до того ж, виконує функції економічної соціалізації людей. Це — відкрита (для взаємодії з іншими типами культур та інститутів) інтегративна система, вплетена в інституціональне тіло економіки»⁹³. Це визначення більше стосується насамперед індивідуальної (особистої) економічної культури. Однак вже навіть згадка про економічну соціалізацію, чинники якої знаходяться поза особистісні атрибути людей, вказує на існування соціальної (загальносистемної) культури, головною характеристикою якої є її інтегрованість чи дезінтегрованість. Як зазначає В. Пилипенко, «культуру важко визначити як особливу специфічну сферу образу життя. Вона (культура) буквально «пронизує» всі сфери взаємовідносин і життєдіяльності людей: працю, дозвілля, спілкування. При цьому культура в рамках кожного економічного ладу виступає проявом його економічної і соціально-політичної ефективності. Тобто культура є одночасно одним із найважливіших компонентів образу життя і відображенням його потенцій у різноманітних сферах людської діяльності»⁹⁴. В цьому разі треба пам'ятати, що культуру можна розглядати подвійно: 1) як специфічну сферу, яка концентрується у своїх межах і 2) як дистрибутивне (розподільне) явище, що справді розподілено по всіх рівнях і нішах суспільного життя. Загалом, економічна культура — це індивідуальні або групові орієнтації стосовно економічних об'єктів, які детермінуються існуючим нормативним регулюванням та прагматичними цілями. Орієнтації включають: 1) пізнавальні орієнтації — істинні чи хибні уявлення про економічні об'єкти та ідеї; 2) емоційні орієнтації — відчуття причетності, залученості щодо економічних об'єктів та подій; 3) оцінювальні орієнтації — оцінки власної ефективності впливу на матеріальне життя та економічних об'єктів, що передбачають певні стандарти.

Треба зазначити, що економічна культура суспільства впливає на економічний менталітет людей та їхню економічну поведінку переважно в одному напрямі. Але між економічною культурою суспільства та економічним менталітетом спостерігається зазвичай тісніший зв'язок, ніж між економічною культурою суспільства та економічною поведінкою. Поняття «економічна культура»

⁹³ *Сфременко Т.* Економічна культура як соціологічне поняття // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2005. — № 3. — С. 140.

⁹⁴ *Пилипенко В.* Людина в ринковому суспільстві: орієнтації, поведінка, культура. — К.: ПЦ «Фоліант», 2005. — С. 192.

вказує на специфічні економічні орієнтації — настанови або ставлення (attitudes) стосовно економічної системи та її різних частин. Аттїтюд, або соціальна настанова, є чи не головним елементом для дослідження регулювання економічної поведінки. У нашому випадку економічна настанова є чинником психологічного механізму економічної поведінки особистості. Ці економічні настанови розподіляються за об'єктами, до яких належить сам суб'єкт («Я») та економічна система. Економічна система в свою чергу складається з трьох класів об'єктів: 1) економічні інститути: підприємства державної, приватної, колективної власності тощо; 2) носії ролей, тобто підприємці, найманні робітники, службовці, чиновники; 3) зразки економічної поведінки: підприємницька діяльність, наймана праця, самозайнятість, службова діяльність.

Показники розвитку економічної культури, а саме, ті, що безпосередньо відображають долучення народу до сфери економічного життя суспільства:

- 1) споживання та економічні стилі життя;
- 2) зайнятість у певних секторах економіки;
- 3) економічна ефективність (оцінка суб'єктом своєї змоги впливати на економічні рішення);
- 4) соціально-економічні орієнтації (підтримка певного економічного напрямку та відповідних соціетальних соціально-економічних орієнтацій);
- 5) ставлення до підприємництва та перспективи його розвитку у контексті особистих економічних перспектив.

Якщо перші три з вище поданих показників є поведінковими, то четвертий має ментально-поведінковий характер, а п'ятий — суто ментальний.

Треба зазначити, що під час аналізу механізмів суспільства, що трансформується, потрібно зважати на його соціокультурний потенціал, а саме на сукупність прихованих ресурсів та самоорганізації. Одним із важливих характеристик соціокультурного потенціалу, на думку С. Бабенко, є діяльнісний потенціал, а саме результативність реалізації життєвих стратегій різних соціальних суб'єктів⁹⁵. Тому перш ніж розглянути теоретичні аспекти соціокультурних чинників підприємницької діяльності, з'ясуємо їхне

⁹⁵ Бабенко С. С. Между структурой и агентом: социокультурный потенциал трансформации постсоветского общества // Проблемы развития социологической теории. Теоретичні проблеми змін соціальної структури українського суспільства: Наукові доповіді і повідомлення другої Всеукраїнської соціологічної конференції. — К.: САУ ІС НАНУ, 2002. — С. 367.

соціальне та соціально-психологічне підґрунтя. Продуктивний в аналітичному й концептуальному сенсі цієї проблеми зміст має трактування соціалізації, характерне для представників діяльнісного підходу в радянській психології. В основу цього підходу покладено розроблену К. Марксом категорію предметної діяльності. Засновник діяльнісного підходу Л. Виготський розглядав соціалізацію людини як процес опанування нею: 1) історичного досвіду (досвіду попередніх поколінь, що не передається через народження від батька до дитини); 2) соціального досвіду (досвіду інших, оточуючих людей); 3) подвійного досвіду (досвіду, що спершу виник у свідомості, а згодом був перевірений на практиці)⁹⁶. Завершеного вигляду діяльнісна концепція особистості набула завдяки творчості О. Леонтьєва, котрий розглядав соціалізацію як «процес народження і трансформації особистості людини в її діяльності, що відбувається за конкретних соціальних умов»⁹⁷. Тобто свідомість людини, її особистість є похідною від її предметної діяльності, зміст якої, у свою чергу, визначається індивідуальними можливостями людини та об'єктивними соціальними умовами. Отже, становлення особистості не детермінується суто біологічними або соціальними чинниками, а є результатом активної діяльності самої людини, в якій опредмечуються обидва види чинників. Реальне підґрунтя людської особистості становить «сукупність її суспільних за своєю природою ставлень до світу»⁹⁸. Обидві вказані сукупності мають ієрархізований характер, що є результатом неповторного поєднання індивідуальних успадкованих потенцій (здібностей) і соціальних умов. З огляду на проблему економічної культури актуальним є положення Леонтьєва, що «продуктом становлення особистості є самосвідомість, усвідомлення свого Я»⁹⁹. Отже, соціалізація, як впливає із діяльнісної концепції, становить підґрунтя економічної поведінки. А соціалізований індивід, особистість — це продукт активної власної діяльності, а не просто відбиток загальних соціальних умов. Беручи до уваги класичний постулат про взаємозалежність та нерозривність тріади «суспільство — культура — особистість», потрібно досліджувати соціокультурні чинники, зважаючи

⁹⁶ *Выготский Л. С.* Сознание как проблема психологии поведения // *Выготский Л. С.* Психология развития как феномен культуры. Избранные психологические труды. Под ред. М. Г. Ярошевского. — М.: Институт практической психологии, — Воронеж: НПО «МОДЭК», 1996. — С. 31—32.

⁹⁷ *Леонтьев А. Н.* Деятельность. Сознание. Личность. — М.: Политиздат, 1975. — С. 173.

⁹⁸ Там само. — С. 183.

⁹⁹ Там само. — С. 227.

одночасно на соціальні, культурні й особистісні аспекти соціалізації особистості.

Досліджуючи мотиви підприємницької діяльності, учені звертають увагу на джерела особливого психологічного типу такої людини. Саме особистісний, психологічний вимір ставить у центр уваги пошук специфічних рис та якостей, які спонукають людину до підприємництва і забезпечують їй успіх. Цей традиційний напрям належить переважно до психологічних досліджень. Зокрема, А. Маслоу глибше проаналізував підприємництво, спираючись на окреслену ним ієрархію потреб¹⁰⁰. Спочатку вважалося, що потреба в підприємстві орієнтована швидше на вищі рівні — потреби в творчості та самоактуалізації. Але згодом послідовники Маслоу слушно зауважили, що фізіологічні потреби, наприклад голод, можуть виступати спонукою до підприємницької активності¹⁰¹.

У межах індивідуально-психологічного виміру наголошується на тому, що розвиток підприємництва обумовлений винятково персональною функцією. Зокрема, у межах психодинамічної теорії К. Де Врасе висловлює думку, що формування особистості підприємця є наслідком трагічного психологічного спадку. На підставі вивчення біографій 189 підприємців-новаторів, що діяли на рубежі XIX—XX століть у США, виявилось, що більш ніж чверть частка підприємців втратила батьків, не досягнувши 16 років, інша чверть мала дуже погані стосунки зі своїми батьками. Натомість Е. Хаген поєднує психологічну інтерпретацію особистості підприємця з аналізом умов її розвитку як члена групи, який перебуває у взаємовідносинах з культурними нормами більшої спільноти. Він вважає, що підприємці з'являються у соціальних групах, які страждають через втрату соціального статусу. Тобто коли члени окремих соціальних груп усвідомлюють, що інші соціальні групи, котрих вони поважають і чию думку цінують, не визнають їхніх життєвих цілей та цінностей. Втрата статусу може бути спричинена чотирма видами подій: насильством; наклепом на ціннісні символи; невідповідністю статусу новим умовам розподілу економічного впливу; неприйняттям очікуваного статусу, отриманого в результаті міграції до нового суспільства¹⁰².

¹⁰⁰ Маслоу А. Мотивация и личность / А. М. Патлыбаева (пер. с англ.). — СПб.: Евразия, 1999. — 478 с.

¹⁰¹ Задорожнюк И. Е. Инновационное предпринимательство // Социологические исследования. — 1991. — № 3. — С. 135.

¹⁰² Див.: Пачковський Ю. Ф. Соціопсихологія підприємницької діяльності і поведінки. — Львів: Світ, ЛОУНМО, 2000. — 272 с.

Серед психологічних пояснень найбільшу популярність набула концепція Д. Макклелланда, що пов'язує феномен підприємця з підвищеною потребою в досягненні (need for achievement)¹⁰³. У числі інших психологічних якостей, що схиляють до підприємництва, найчастіше фіксуються внутрішній локус контролю за шкалою Роттера і підвищена схильність до ризику¹⁰⁴.

Узагальнюючи результати численних досліджень, О. Левцун у своїй дисертаційній роботі спробував окреслити в основних рисах психологічний портрет типового підприємця, його, так би мовити, ідеальний тип як особистості. Отже, типовому підприємцеві притаманні:

- ініціативність, готовність відповісти на виклик;
- цілеспрямованість, наполегливість;
- готовність до ризику і водночас помірна схильність ризикувати;
- високо розвинена інтуїтивність та здібність передбачення;
- комунікативність, прагнення бути інформативним;
- інтернальність (схильність розглядати як запоруку успіху справи передусім внутрішні резерви — власні здібності та зусилля), почуття впевненості;
- адаптивність, здібність до навчання;
- екстравертність¹⁰⁵.

Соціальні «вкраплення» у психологічні пояснення з'явилися після того, як звернули на себе увагу роль і характер родини, в якій виховувався майбутній підприємець. Помічено, що підприємці дуже часто є вихідцями з великих родин. Пояснюють цей феномен тим, що зовнішній контроль поступово виробляє неприйняття будь-якої влади й організації, ускладнює соціальну адаптацію. Вивільнення придушених емоцій, які пригнічувалися у дитинстві авторитарним батьком, спонукає у зрілому віці до нон-конформізму та ускладнення соціальної адаптації. Це спонукає потенційного підприємця до створення власного світу як копії саторного механізму¹⁰⁶.

Становлення підприємницького духу як складового духу капіталістичного ладу має історичні і соціальні корені, складну істо-

¹⁰³ McClelland D.C. The Achieving Society. — New York: Van Nostrand, 1961. — P. 230, 391.

¹⁰⁴ Brockhaus R. H. The Psychology of the Entrepreneur / Kent C. A. et al. (eds.) Encyclopedia of Entrepreneurship. Prentice-Hall. Englewood Cliffs, New Jersey, 1982. — P. 43—49.

¹⁰⁵ Левцун О. Г. Соціокультурна детермінація підприємницької поведінки. Дис... наук. ст. канд. соціол. наук: 22.00.04 / Інститут соціології НАН України. — К., 1997. — С. 115.

¹⁰⁶ Kets de Vries M. F. R. The Entrepreneurial Personality: A Person At the Crossroads // The Journal of Management Studies. February 1977. — P. 34—57.

ричну сукупність матеріальних умов і моральних сил. У своїй знаменитій праці «Протестантська етика і дух капіталізму» М. Вебер виокремлює релігійну (протестантську) основу раціональної організації вільної праці і використання можливостей обміну для ненасильницького надбання¹⁰⁷. Погоджуючись з Вебером щодо релігійної основи підприємництва, В. Зомбарт однак наполягає на тому, що основи підприємницького духу були закладені вже дисциплінарними практиками католицизму, а протестантизм ледве не перешкоджав його зародженню¹⁰⁸. Натомість найсприятливіші умови для розвитку підприємництва були закладені в іудаїзмі, який ніколи не містив ідеалу бідності, навпаки, проповідуючи, ідеал торгової волі. Гоніння, господарча дискримінація та відлучення від престижних занять сприяли розвитку єврейського підприємництва, особливо у таких заборонених у християнстві сферах, як стягування відсотків¹⁰⁹. Цікаво, що Вебер піддав сумніву провідну роль євреїв у становленні промислового капіталізму. «Капіталізм паріїв», на його думку, поширювався переважно на торгівлю грішми. Натомість фабричне виробництво первісно поширювалося у більшості країн національного буржуазією¹¹⁰.

Культурні норми та пов'язані з ними рольові очікування і соціальні санкції у змозі сприяти або перешкоджати підприємництву та новаціям. Якщо порівняти США і Францію, то повільність, з якою Франція завершила процес індустріалізації, і різний ступінь розвитку двох країн зумовлений різним історичним спадком. Тоді як у Франції феодалізм залишив стійкі утворення, ворожі до підприємництва соціальні установи, у США відсутність феодальних пережитків дала змогу сформувати особливе сприятливе до інновацій соціокультурне середовище. Крім того, ще однією перешкодою розвитку підприємництва у Франції було нерозділення бізнесу і сім'ї: не існувало раціональної бухгалтерії, відокремленої від життя сім'ї.

Іншим соціокультурним чинником підприємницької діяльності є освіта. Власне монополію релігійного чинника спростовують останні тенденції у Німеччині. На основі аналізу її виробництва

¹⁰⁷ Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма // Вебер М. Избранные произведения: Пер. с нем.; сост., общ. ред. и послесл. Ю. Н. Давыдова; предисл. П. П. Гайдено; коммент. А. Ф. Филиппова. — М.: Прогресс, 1990. — С. 61—272.

¹⁰⁸ Зомбарт В. Буржуа. Этюды по истории духовного развития современного экономического человека. — М.: Наука, 1994. — 443 с.

¹⁰⁹ Зомбарт В. Евреи и хозяйственная жизнь. — К.: МАУП, 2003. — 229 с.

¹¹⁰ Вебер М. Развитие капиталистического мировоззрения // Вопросы экономики. — 1993. — № 8. — С. 154—155.

Вебер зробив висновок про «протестантський дух»: переважно протестантська Північ він протиставляє в основному католицькому Півдню. В останні роки розмежування Північ/Південь (Nord/Sued Gefalle) дедалі активніше обговорюється в Німеччині в економічному аспекті. Сучасні інноваційні галузі промисловості перетікають на південь країни, тоді як у північних регіонах переважають традиційніші, менш мобільні галузі. Крім того, з історичних обставин південь Німеччини має значно могутнішу мережу університетів і політехнічних інститутів, на базі яких створюються нові науково-дослідні центри. На Півночі найстаріший університет — Гетингенський (заснований у 1773 р.): хоч як дивно, заможні купці Гамбурга і Бремена, міст дуже розвинених і процвітаючих, не відчували особливої потреби в добрій освіті для своїх дітей, відразу занурюючи їх у комерцію, а ті, хто хотів учитися, переїжджали на Південь. У Рурському регіоні промислові барони (як-от Крупп) свідомо не допускали відкриття нових університетів, не без підстави побоюючись появи радикально налаштованих інтелектуалів у робітничому середовищі¹¹¹.

Про певні закономірності щодо розвитку підприємництва і формування підприємця свідчить велике емпіричне дослідження, проведене західними дослідниками (вивчено діяльність 4 тис. бізнесменів у віковому проміжку від 14 до 42 років у період 1971—1986 років; додатково велися спостереження за поведінкою 150 осіб, які на 1968—1987 роки були бізнесменами або пробували себе у бізнесі), висновки якого наводять Є. Сірій і С. Фареник. Виявлено, що зайнятість у бізнесі чітко не залежить від віку і попереднього досвіду. Однак молоді підприємці більше схильні до ризику. Питома вага людей, котрі самі відкривають справу, збільшується з віком до 40 років, а далі залишається незмінною аж до пенсійного віку. Імовірність відмови від свого бізнесу зменшується з роками. Велика ймовірність зайнятися власною справою є в тих, хто заможніший. Натомість бідні робітники-найманці, безробітні, низькооплачувані, ті, хто часто змінює роботу, частіше намагаються відкривати свою справу¹¹².

Ще в першій чверті минулого століття В. Зомбарт звернув увагу на схильність окремих народів займатися підприємництвом. Він навіть поділив їх на «героїв» і «торговців». «Героїв» він, зокрема, бачив серед римлян, норманів, саксів, а «торговців» —

¹¹¹ Бусыгина И. М. О состоянии немецкой нации (Территориальный фактор в национальном самосознании немцев) // Полис. — 1999. — № 1. — С. 40—49.

¹¹² Сірій Є. В., Фареник С. А. Соціологія підприємництва. — К.: Український центр духовної культури, 2000. — С. 211—212.

серед етрусків, греків, флорентійців і євреїв. Зомбарт відзначав, що якщо, скажімо, шотландці виявляють здібності до торгівлі, то в кельтів, ірландців і горців в тій самій Шотландії він таких здібностей не бачив. Також, як голландці та швейцарці вочевидь відрізняються своєю торговою активністю порівняно з французами, а євреї перевершують всі інші народи, і взагалі, на його думку, відіграють особливу, чи не ключову роль у становленні капіталізму на Заході. Зомбарт пояснює це чинниками, по-перше, біологічного порядку, а по-друге (і, напевно, головне), тим що він називає «моральними силами народу», які визначають певний особливий шлях цього народу¹¹³.

На думку Ю. Сасенка, поняття «етнічне господарювання» відбиває той факт, що залежно від навколишнього середовища, в якому формувався етнос, особливо на початковому етапі, у його народа виробляються нахили та на звички у певних галузях господарювання. Так, українці вважаються добрими хліборобами, корейці — овочеводами, гренландці — риболовами, ненці — оленеводами тощо. Тому загалом етнічне господарювання має свій господарський етос — домінуючі галузі чи навіть професії, навколо яких інші відіграють додаткову роль. Залежно від національного характеру, соціального устрою та природних умов виробляється етнічна схильність до індивідуальних чи колективних форм господарювання. Усе це мало чітко окреслені ознаки, коли господарство мало етнічно та державно замкнені форми. Вплив цих чинників зберігався до деякої міри і за умов продуктивної економіки. Та в добу, коли основним товаром, а отже багатством, є інформація, а міжнаціональний ринок розподілу праці стає всепроникним, етнічні ознаки господарювання надто непомітні.

Самий факт етнічних розбіжностей у підприємницькій активності спостерігається і сьогодні. Так, кажуть, що азіати більше пристосовані до підприємницької діяльності, ніж чорношкіре африканське населення і латиноамериканські народи, що кубинці — чи не єдині серед латиноамериканців, хто більш-менш виявляє підприємницькі нахили, а на Близькому Сході такими нахилами виділяються ліванці, серед слов'янських народів — поляки і західні українці. Мало того, що всередині багатьох націй є народності, які вочевидь активніші порівняно з усім іншим населенням¹¹⁴.

¹¹³ Зомбарт В. Буржуа. Этюды по истории духовного развития современного экономического человека. — М.: Наука, 1994. — 443 с.

¹¹⁴ Shapero A., Sokol L. The Social Dimensions of Entrepreneurship / Kent C. A. et al. Encyclopedia of Entrepreneurship. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New Jersey, 1982. — P. 73, 85.

Значення національно-релігійних меншин, що утворилися в результаті масових переселень, у становленні і розвитку капіталізму і в Старому, і в Новому Світі, відзначають багато істориків і соціологів, і наводять масу прикладів. Скажімо, у XIV столітті Англія прийняла до своїх лав масовий потік італійців, а в XVI і XVII століттях — протестантів із Франції і Голландії, що зробили чималий внесок у її майбутнє промислове процвітання. Одночасно групи шотландців у досить масовому масштабі перебиралися до Східної Пруссії. Євреїв виганяли наприкінці XIII століття з Англії, у XV столітті — з Іспанії, трохи пізніше — з Португалії і Голландії (частина їх знову повернулася до Англії вже у більш сприятливі для себе часи)¹¹⁵. І всі ці групи також відігравали помітну роль у становленні підприємницьких структур.

Якщо узяти приклад США, країни, що знищила в м'яких обіймах корінне населення і цілком побудованої іммігрантами, то явище отримує риси просто хрестоматійні. У першій хвилі переважали англійські пуритани і німецькі протестанти, у другій хвилі до них додалися євреї, італійці і слов'яни. У середині XIX століття у великій кількості почали з'являтися китайці та японці. Корейське переселення почалося багато пізніше, уже після актів про лібералізацію в сфері імміграційної політики 1965 року. У 60-ті і 70-ті роки XX сторіччя переселилося ледве не мільйон (вісімсот тисяч) кубинців — противників правління Ф. Кастро. Цей неспинний потік, у кінцевому рахунку, і сформував багато в чому особливий підприємницький дух цієї країни.

І в дореволюційній Росії, крім релігійних сект скопців, усіх старообрядників загалом, яких часто згадують історики, особлива роль також належала нацменшинам. Серед них виділяються, у першу чергу, євреї, вірмени, поляки, поволзькі татари, німці в Прибалтиці¹¹⁶.

У 1970-ті роки двадцятого сторіччя відзначається зростання т. з. етнічного підприємництва — підприємницької активності національних меншин. Сформувалася навіть ціла сукупність теоретичних концепцій, пов'язаних з такими іменами, як Р. Волдінгер,

¹¹⁵ Зомбарт В. Евреи и хозяйственная жизнь. — К.: МАУП, 2003. — 229 с.

¹¹⁶ Blackwell W. L. The Beginnings of Russian Industrialization, 1800—1860. Princeton, New Jersey. Princeton University Press. 1968. — 423 p.; Шуметер Й. Капіталізм, соціалізм і демократія / Пер. з англ. В. Ружицького та П. Тарашука. — К.: Основи, 1995. — 528 с.

Г. Олдрич і Р. Вард¹¹⁷. Вказувалося, що загальною передумовою, що підготувала цей зліт, стали могутні імміграційні хвилі, спровоковані в період після Другої світової війни урядами провідних західних країн, які, відчуваючи дефіцит робочих рук (у першу чергу, малокваліфікованих), почали масове завезення гастарбайтерів із країн третього світу. До цього додалися наслідки розпаду колоніальної системи на початку 60-х років і лібералізація імміграційних законів, що пішла за ним. Це дало змогу через короткий проміжок часу тимчасовим робітникам, що в'їхали раніше, з'єднуватися зі своїми родинами й утворювати поступово в цих нових більше розвинених країнах свої етнічні комуни.

Одночасно в 60-ті роки в цих країнах почався активний процес деіндустріалізації, що викликав істотні структурні зрушення на ринку праці і зростання самозайнятості, у першу чергу, у сфері послуг. Зіграла свою роль, безумовно, і державна політика підтримки малого бізнесу, на який у цей період почали звертати більшу увагу. У результаті і вийшов своєрідний сплеск етнічного підприємництва. І загалом у ряді країн темпи зростання самозайнятості серед деяких національних меншин почали помітно випереджати зростання самозайнятих серед корінного населення.

Наприклад, у Великобританії серед чоловіків-індійців за 1970-ті роки частка самозайнятих збільшилася втричі: з 6 % до 18 %, а серед вихідців з країн Карибського басейну — з 2 % до 7 %. Тоді як серед корінного населення: 1982-го року серед чоловіків—вихідців із Південної Азії самозайняті становили 18 % проти 14 % серед білого чоловічого населення¹¹⁸. За іншими джерелами, 1984-го року частка серед індусів і серед пакистанців (чоловіків) становила близько 25 % відсотків. І ще разючіший контраст спостерігається в сфері зайнятості жінок. До самозайнятих належало більше 12 % жінок індійського і більш як 20 % — пакистано-бангладешського походження, проти 6,6 % жінок-підприємців серед білого населення. У Сполучених Штатах з 1972 до 1982 року бізнес афроамериканців у сфері послуг зріс на 81 %. З 1973 до

¹¹⁷ *Waldinger R. Immigrant Enterprise and the Structure of the Labour Market // Roberts B., Finnegan R., Gallie D. New Approaches to Economic Life. Manchester University Press, Manchester, 1985. — P. 213—228; Waldinger R., Aldrich H., Ward R. Ethnic Entrepreneurs: Immigrant Business In Industrial Societies. Sage Publications. — 1990. — 130 p.; Ward R. Ethnic Entrepreneurs in Britain and Europe // R. Coffee, R. Scase (eds.) Entrepreneurship in Europe: The Social Processes. — London: Croom Helm, 1987. — P. 83—104.*

¹¹⁸ *Ward R. Ethnic Entrepreneurs in Britain and Europe // R. Coffee, R. Scase (eds.) Entrepreneurship in Europe: The Social Processes. — London: Croom Helm, 1987. — P. 84—85*

1979 року з 8 % до 21 % збільшилася частка залучених у бізнес кубинських біженців. У це середовище почали залучатися до 40 відсотків американських китайців і японців тощо¹¹⁹.

Менш активно ці процеси відбувалися, скажімо у Франції й Німеччині. Проте визнається, що зростання етнічного підприємництва спостерігалось ледь не скрізь у провідних західних країнах. І сьогодні серед тих, хто становить класичні приклади успішного етнічного підприємництва, — дрібні виробники і торговці одягом індо-пакистанського походження в Глазго. Активно згадуються власники корейських овочевих крамниць і грецьких ресторанів у Нью-Йорку, польських сосисочних у Стокгольмі, італійських кафе-морозиво у Відні, кавових крамниць креолів із Суринаму в Амстердамі. Це також в'єтнамці в Парижі, турки в Берліні, корейці в Бішкеку. І ще маса прикладів успішної підприємницької діяльності.

При цьому усередині самого етнічного підприємництва, також відбуваються свої зрушення. Так, у XIX столітті в Одесі єврейські торговці поступово витіснили греків. А через століття і ті самі євреї й італійці в Сполучених Штатах — свого роду старожили від підприємництва — залишають сферу торгівлі, опановуючи престижніші професії. На їхні місця досить активно, починають приходити корейці. Одна хвиля відступає, на її місце накочується друга.

Україна є своєрідним місцем притягання мігрантів з колишніх союзних республік й інших країн. Географічна привабливість (можливість транзиту до країн Європейського Союзу) і прозорість східних кордонів приваблюють представників країн зі складними економічними та політичними умовами. Скорочення чисельності і старіння українського населення роблять приплив іммігрантів до нашої країни важливим чинником її подальшого економічного розвитку. Водночас, недосконалість регулювання міграції може призвести до таких негативних наслідків, як криміналізація іммігрантів, зростання нелегальних міграційних потоків, посилення антиімміграційних настроїв у суспільстві. У цьому зв'язку практичний інтерес становить закордонний, у тому числі американський, досвід регулювання міграції.

¹¹⁹ Ward R. *Ethnic Entrepreneurs in Britain and Europe* // R. Coffee, R. Scase (eds.) *Entrepreneurship in Europe: The Social Processes*. — London: Croom Helm, 1987. — P. 85; *Waldinger R. Immigrant Enterprise and the Structure of the Labour Market* // Roberts B., Finnegan R., Gallie D. *New Approaches to Economic Life*. Manchester University Press, Manchester, 1985. — P. 61, 76.

Думка, яка побутує, що іммігранти більше схильні до підприємництва, ніж місцеве населення, є аргументом на їх користь — під час підприємницької діяльності іммігранти створюють нові робочі місця і збільшують пропозицію на ринку праці, що, безумовно, дає позитивний ефект для економіки. Однак аналіз даних про самозайнятість мігрантів не дає однозначного підтвердження тому, що вони більше схильні до підприємництва, ніж місцеве населення¹²⁰. Якщо 1960 року частки самозайнятих серед іммігрантів і місцевого населення США становили відповідно 13,8 і 9,6 %, то згодом різниця почала скорочуватися. У 1970 році ці показники досягли 11,7 і 8,9 % відповідно, 1980 року — 9,9 і 9,1 %. Наприкінці 1990-х років уперше за майже 40 років рівень самозайнятості місцевого населення (11,8 %) незначно, але перевищив рівень самозайнятості іммігрантів (11,3 %). З обліком цих даних деякі дослідники дійшли висновку, що загалом по країні іммігранти не справлять істотний вплив на рівень підприємництва. Інші автори усе-таки виявляють наявність негативного ефекту від підприємництва іммігрантів, указуючи на те, що самозайнятість іммігрантів витісняє самозайнятість місцевого населення.

Що стосується рівня доходів місцевих підприємців США і підприємців із середовища іммігрантів, а також їхньої активності щодо створення нових робочих місць, то тут дослідники помітних розходжень не виявляють. За існуючого рівня середньорічних доходів — 20710 доларів для іммігрантів і 18509 доларів для місцевого населення — більшість самозайнятих в обох групах мають помірний прибуток, більше половини зазнають збитків чи заробляють менш як 10000 доларів на рік. Число створюваних ними робочих місць у більшості випадків також мало відрізняється — 86 % самозайнятих з числа місцевого населення і 87 % самозайнятих іммігрантів наймають менш 10 осіб.

Різниця в інтенсивності підприємницької активності спостерігається серед груп мігрантів — вихідців з різних країн світу. Наприклад, свій бізнес мають 32,9 % вихідців з Кореї і тільки 3,0 % іммігрантів з Гаїті. Як одне з пояснень таких розходжень дослідники приводять дві моделі міграції — з родиною і без родини. Ті, що іммігрують у США з родиною, більше схильні відкрити власний бізнес, розвитку якого сприяють довіра усередині родини і безкоштовна праця її членів. Ті, що приїхали самі, частіше знахо-

¹²⁰ *Болдышева Н. О.* Предпринимательство иммигрантов в США: уроки для России? // Социологические исследования. — 2005. — № 8. — С. 51—54.

дять роботу за наймом, а частину заробітку відсилають своїм родинам.

Загалом проведений аналіз підприємництва іммігрантів спростовує ідею про більшу, ніж у місцевого населення, схильність іммігрантів до підприємництва, а також показує, що іммігранти можуть негативно впливати на підприємництво місцевого населення. Приїжджі схильні створювати специфічну анклавну модель етнічної економіки, що може впливати на ринок праці і розвиток підприємництва місцевого населення, особливо в регіонах з масовим припливом іммігрантів з однієї країни. До числа негативних наслідків підприємницької діяльності іммігрантів можна віднести зниження економічної ефективності й обмеження конкуренції, приховування податків, погіршення якості зайнятості населення.

Таким чином, соціокультурні аспекти витоків підприємництва слід розглядати у контексті засвоєння індивідом економічної культури суспільства. Виходячи з діяльнісного підходу, економічну соціалізацію людини можна розглядати як процес опанування нею: 1) історичного досвіду економічних взаємин (досвіду попередніх поколінь, що не передається через народження від батька до дитини); 2) соціального досвіду (досвіду інших людей оточення); 3) подвійного досвіду (досвіду, що спершу виник у свідомості, а згодом був перевірений на практиці). Тому, досліджуючи соціокультурні чинники інституціоналізації підприємництва, потрібно зважати одночасно на соціальні й особистісні аспекти соціалізації особистості. У межах індивідуально-психологічного виміру наголошується, що розвиток підприємництва обумовлений винятково персональною функцією. Існує поєднання психологічної інтерпретації особистості підприємця з аналізом умов її розвитку як члена групи, який перебуває у взаємовідносинах згідно з культурними нормами більшої спільноти. Феномен підприємця серед інших психологічних пояснень пов'язують з підвищеною потребою в досягненні. Водночас багато істориків і соціологів звертають увагу на історичні і соціальні корені підприємництва, серед яких називають релігію, етнічне походження та освіту, що, власне, є відображенням економічної культури спільнот, в яких соціалізувалася особистість.

2.2. Історико-культурні передумови підприємництва на території України

Як зазначає Д. Норт, інституційна зміна — це складний процес, яка може бути наслідком зміни правил, неофіційних обмежень, характеру та ефективності дотримання правил. «Хоча офіційні правила можуть змінитися за одну ніч унаслідок політичних або юридичних рішень, неофіційні обмеження, пов'язані зі звичаями, традиціями та кодексами поведінки, набагато менше піддаються впливу цілеспрямованої політики. Ці культурні обмеження не лише пов'язують минуле із сучасним і майбутнім, але й дають нам ключ до пояснення шляху історичної зміни»¹²¹.

Розглядаючи історико-культурні передумови підприємництва українського народу, слід виокремити етапи зародження його економічної культури. Зокрема, Т. Єфременко виділяє такі історичні віхи формування економічної культури: 1) вплив на культуру праукраїнського народу культури сусідніх племен і народів; 2) географічне, торгово-економічне і культурне положення України між Сходом і Заходом; 3) козацтво XVI—XVII століть та економічна культура запорожців; 4) культурний вплив сусідніх народів і держав, до складу яких тривалий час входила Україна — Польсько-Литовської держави, Австро-Угорщини, Росії; 5) радянський період історії; 6) постсоціалістичний етап соціально-економічних трансформацій незалежності України¹²².

Витоки зародження підприємницької діяльності слід шукати у часи, коли в Україну почали проникати реформаційні й гуманістичні ідеї. Полеміка навколо релігійних питань зумовлювала міркування про поведінку в господарській, торговельній сфері тощо. Вже у першій половині XVI століття на теренах України набули певного поширення і лютеранство, і вчення «чеських братів», і кальвінізм, і аріанство. Енергія та інтенсивність українського національного руху, як зазначав М. Грушевський, виявилися не без зв'язку з реформаційним рухом, і так само потім підупали в західноукраїнських землях не без зв'язку із занепадом реформаційного табору.

У дослідженні ролі й значення праці Г. Сковорода виступив як учений-новатор, що сказав своє оригінальне слово про «сродну

¹²¹ Норт Д. Інституція, інституційна зміна та функціонування / Пер. з англ. І. Дзюб. — К.: Основи, 2000. — С. 15.

¹²² Єфременко Т. Социогенез экономической культуры // Соціальні виміри суспільства. — Вип. 9. — К.: ІС НАНУ, 2006. — С. 153—154.

працю» як сутнісний атрибут людського життя у творі «Разговор, называемый алфавит, или букварь мира», розглянувши окремі механізми процесу перетворення праці із засобу життя на умову досягнення людиною щастя і блага¹²³. Сковорода, розглядаючи двоєдину природу людини, вважав, що вона народжується з певними, так би мовити запрограмованими, здібностями (нахилами) до того чи іншого виду діяльності. Бог як універсальне уособлення трьох світів («Бог, природа й Минерва єсть то же») вкорінений і в людині. В процесі самопізнання вона відкриває в собі вище начало, котре єднає її з Богом і робить богорівною насамперед завдяки усвідомленню свого власного покликання, адекватно оцінює свої природні здібності й реалізує їх у відповідних формах діяльності. Тоді вона досягає щастя. Відмітимо близькість цієї концепції до поглядів М. Вебера про єдність понять «професія» та «покликання», що відтворюються у німецькій мові одним словом — «Beruf».

Вчення Сковороди про «сродну» (споріднену) працю розкриває джерела «сродності» — призначення, покликання людини до конкретного виду діяльності, їх закладає природа-бог з моменту народження людини. Тому все «сродне» є природним у людині.

Нерівність між людьми — у відмінності їхніх природних здібностей, але це не підстави для соціальної нерівності. В суспільстві існує «сто спорідненостей, сто звань», але всі вони почесні, однаково потрібні, тому пізнання власної спорідненості як реалізація здібностей у відповідній сфері діяльності робить людину щасливою і рівною серед інших людей, бо кожен вид праці заслуговує на повагу. А бігати за званнями й посадами, до яких людина не має здібностей, є «неотложный знак несродности», бо неспорідненість потворить і вбиває всіляку посаду і «сие обществу вредно».

Сковорода зазначає, що пізнати свою «сродность» важко, але можливо, бо, крім самопізнання, кожна тасмниця має власну «тінь», тобто є зовнішні ознаки, за якими можна розпізнати «сродность». Це вже мистецтво педагогіки. Якщо одна дитина робить ярмо, а друга підперізує шаблю, то це і є показником покликання першої до землеробства, а другої — до військової справи. Невідповідність природних здібностей посаді — джерело особистих невдач і суспільного зла. Людина не на своєму місці страждає сама і приносить негаразди оточенню: «Кто безобразит и растле-

¹²³ Сковорода Г. Разговор, называемый алфавит, или букварь мира // Сковорода Г. Повне зібрання творів у 2-х т. — Т. 1. — К.: Наукова думка, 1973. — С. 413—436.

ваєт всякую должность? Несродность. Кто умерщвляет науки й художества? Несродность. Кто обесчестил чин священнический й монашеский? Несродность. Она каждому званню внутреннейший ад й убийца... Делай то, к чему рожден, будь справедливый й миролюбивый гражданин...» Якщо Бог створив людину «землеробом, чи гончарем, чи бандуристом», то їй потрібно йти за цим покликанням, а не намагатися займатись чимось вищим чи іншим, але «несродним».

Події визвольної війни 1648 року слід розглядати в контексті Української революції. В першій половині XVII століття намітилися загрозливі тенденції в соціально-економічному житті, коли спостерігалось гальмування розвитку міст, капіталістичної кооперації й початкових форм мануфактурного виробництва, які зароджувалися у багатьох галузях промисловості, уповільнювався процес становлення єдиного національного ринку України. Згубні наслідки для міст мали оренда й застави, свавілля адміністрації, напади шляхти тощо. Розробка вільних земель на півдні України, зародки хутірського господарства (нефеодального) сприяли зародженню ідеї економічного індивідуалізму. Аграрна політика Речі Посполитої (збільшення кількості днів панщини) стала ключовим, критичним чинником делегітимації королівсько-шляхетської влади. В українських землях неподільно панувало магнатське землеволодіння. Але якщо у Руському, Белзькому, Волинському, північних і західних районах Подільського воєводств панщина сягала 3—6 днів на тиждень, то у південно-східній частині Поділля (Брацлавщині), на півдні Київщини та в Лівобережній Україні елементи кріпацтва і фільварочної системи були менш розвинені. Саме в цьому регіоні, де міцними були позиції козацького землеволодіння, і основна маса селян була відносно вільною, темпи наступу фільварково-панщинної системи господарства неминуче призвели до якісно нового вибуху соціального протесту, бо місцеве населення стало на захист дуже важливих інтересів — економічної незалежності¹²⁴.

Якщо в незалежних країнах місцева буржуазія використовувала протекціоністську систему, яка проводилася в широких масштабах і в більшості випадків доходила навіть до цілковитого усунення будь-якої іноземної конкуренції, то для колоніально-залежної України про це марно було й думати. З цього погляду на особливу увагу заслуговує доля чумацького промислу в Україні.

¹²⁴ Смолій В. А., Степанков В. С. Богдан Хмельницький. Хроніка життя та діяльності. — К.: Наукова думка, 1994. — С. 15—16.

Чумацтво існувало упродовж чотирьох століть — з другої половини XV ст. і до кінця XIX ст. Після землеробства і скотарства воно вважалося одним із найважливіших занять сільського населення і було наймасовішим. Чумацтво розвивалося спочатку як торговий промисел, що згодом перетворився на торгово-візницький. Предметом чумацького візництва були, крім традиційної риби й солі, кам'яне вугілля, яке почали використовувати як паливо на промислових підприємствах, будівельні матеріали, цукор, імпорتنі й експортні товари. За відсутності залізниць і слабкого річкового транспорту чумацтво було основним видом пересування на Україні. Воно почасти відіграло важливу роль в економічному житті краю, сприяло зміцненню господарських зв'язків і торговельних відносин між окремими районами України, а також між Україною та сусідніми територіями.

Проте на цьому не вичерпувалась історична місія чумацтва. Торгово-візницький промисел, за умов нормального розвитку, мав спричинити майнову нерівність і соціальне розшарування селянсько-козацької маси і, таким чином, породити численний прошарок національної буржуазії та її антипод—пролетаріат. Саме з числа заможних чумаків у процесі первинного нагромадження капіталу мала виникнути українська буржуазія, якій належало зосередити у своїх руках контроль над торгівельним і промисловим капіталом. Однак цього, як відомо, не сталося. А справа в тому, що в умовах кріпосництва й колоніалізму основна маса чумаків була не вільними робітниками, що працювали на себе, а кріпаками, які є власністю поміщика. Ці чумаки-кріпаки працювали на збагачення своїх господарів і, навіть якимось чином розбагатівши, не завжди могли позбутися свого кріпацького стану.

Потрібно відмітити: особливість економічних процесів на Україні полягала в тому, що відбувалося нагромадження капіталу не в руках українців, а в руках інонаціональних підприємців. Проте подібне становище не є специфічно українською рисою розвитку. Воно властиве багатьом (якщо не всім) колоніальним і залежним народам. Навіть у такій державі, як колишня Османська імперія, де турки були панівною нацією буржуазні відносини почали розвиватися спочатку серед немусульманських народів. Ремеслами і торгівлею — саме тими галузями економіки, де в першу чергу міг визріти капіталістичний устрій з притаманною йому підприємницькою культурою, — займалися в імперії не турки, а переважно євреї, вірмени і греки. Подібна ситуація склалася і на теренах України.

В соціокультурному відношенні міграційні процеси етносів загалом не привели до революційних зрушень у формуванні підприємницької культури населення, що надало б Україні можливість сформувати суспільство з притаманним західному світу раціональним складом ціннісної системи.

У подальшому історично склалося так, що українські землі потрапили до складу держав в яких саме вимагали розв'язання проблеми розвитку приватного підприємництва, відбулася стагнація у набутті капіталістичної економічної культури. Наприклад, на Слобожанщині складалася культура переселенського типу, тут інтенсивно йшло руйнування традиційного господарського етосу. Переселенське середовище, змішування різних культур це досить сприятливий ґрунт для підприємництва, оскільки поліваріантність культурних зразків дає підстави для широкої варіації форм і моделей підприємницької поведінки. До того ж, з самого початку заселення цієї території царський уряд проводив тут ліберальну економічну політику, надавав населенню торговельні пільги¹²⁵.

Для Західної України, навпаки, характерним було збереження національного культурного устрою. Традиції приватної власності, індивідуальної праці (особливо у сільському господарстві — праці на своїй землі) не вдалося вичавити пресові тоталітаризму. Підприємницький етос формувався тут на іншому ґрунті порівняно з східноукраїнським.

Становлення і розвиток ділової ініціативи в Україні відбувалися в межах і в правовому полі Російської імперії, причому найважливіші важелі керування перебували в руках дворянства чи генетично зв'язаної з ним бюрократії. Основи станovo-корпоративної організації українського купецтва були закладені саме у XVIII столітті, коли внаслідок обмеження політичної автономії України на її територію поширився станovo-ієрархічний устрій Російської абсолютистської держави.

Початок нової міської реформи, яка знайшла остаточне вираження в царському маніфесті 1775 року, започаткувала політику прискореного формування третього стану, перетворення купецтва на привілейований, відособлений прошарок суспільства. Було юридично закріплено розподіл міського населення на міщан і купців (дворянство залишалося окремою елітною соціальною групою). Серед купецтва виділялися три гільдії, які поділялися за майновим принципом — оголошеним капіталом, тобто звичайна реєстрація декларованого купцями майнового стану. У 1775 році

¹²⁵ Баглай Д. І. Історія Слобідської України. — Харків: Основа, 1991. — С. 136.

розміри оголошеного капіталу, достатнього, щоб увійти до торгової корпорації, становили: для першої гільдії (10 тис. руб.; для другої — 1 тис. руб.; для третьої — 500 руб.). Маніфест 1775 року фактично закріплював майновий ценз на право бути занесеним до купецького стану — 500 руб¹²⁶.

Належність до купецького стану підлягала щорічній «атестації» шляхом сплати гільдійського збору (1 % від оголошеного капіталу). Комерційні невдачі, погіршення економічної кон'юнктури і, відповідно, неможливість вчасно сплатити гільдійський збір змушували купців залишати гільдії й приєднуватися до стану міщан. Ще одна особливість була властива українському купецтву кінця XVIII — початку XIX століть — відсутність атрибутів кастової, закритої корпорації: традиційного статутного документа, клопотання для прийому до гільдії, обов'язкового випробувального терміну, корпоративних церемоній тощо. Гільдія була цілком відкритою для прийому нових членів, а процедура вступу — украй спрощеною: сплата державного податку. «Законодавчо закріплена відкритість купецької корпорації полегшила приплив у неї нових членів, а відсутність станової наступності (залишалася тільки наступність капіталу) не сприяло формуванню купецького патриціату й обмежувало можливості внутрішнього відтворення стану. Хоча купецькі династії в Україні часто були досить потужними економічно, вони не завжди відрізнялися стійкістю. Тривалість купецького роду обмежувалася, як зазвичай, двома-трьома поколіннями»¹²⁷.

Основним джерелом поповнення і відтворення купецького стану стали навіть не міщани, а підприємці, що вийшли із селянського середовища. Вступ до купецької гільдії був для них не просто обов'язковою умовою одержання юридичного дозволу на підприємницьку діяльність, а й своєрідною соціальною «нобілітацією». Найвідоміші українські торгово-промислові династії XIX — початку XX століть були засновані саме вихідцями із селян. Ядро вітчизняної торгово-промислової буржуазії утворилося, як доводив М. Туган-Барановський, саме з представників селянства, переважно в першій третині XIX століття, що він назвав «золотим століттям фабрикантського класу»¹²⁸. Наприкінці 30-х

¹²⁶ Осмоловський С. З історії станово-корпоративної організації українського підприємства у XVIII—XIX століття // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2004. — № 2. — С. 190.

¹²⁷ Там само. — С. 193.

¹²⁸ Туган-Барановський М. И. Избранное. Русская фабрика в прошлом и настоящем. Историческое развитие русской фабрики в XIX веке. М.: Наука, 1997. — С. 79—82, 199, 202.

років XIX століття тільки з розряду державних селян України до купецьких гільдій щорічно записувалося понад 200 осіб¹²⁹.

Статистика свідчить, що протягом 1887—1905 років поміщики українських губерній продали особам недворянського походження майже 6 млн. десятин землі, що становило понад третину загальної площі дворянського землеволодіння. Буржуазні реформи відкрили нові перспективи перед селянством, адже більшу частку поміщицьких земель викупили заможні селяни, які за той самий період (1877—1905 роки) збільшили свою земельну власність за рахунок дворянської на 4,5 млн десятин, завдяки чому власний земельний фонд зріс майже в чотири рази¹³⁰.

Цікаво, що колишні кріпаки, брати Яхненки та Симиренки, створивши однойменну фірму, стали купцями першої гільдії і не забували займатися благодійництвом. Голодного 1830 року упродовж кількох місяців вони своїм коштом утримували близько 10000 голодуючих селян. Не забували вони й про соціальну сферу: біля цукрового заводу в Городищі було побудовано 150 будинків для своїх працівників, створено театр, бібліотеку, шестикласну школу, лікарню, паровий млин. На заводах та вулицях було влаштовано газове освітлення (у Росії тоді лише два-три міста мале таке освітлення). На кошти П. Симиренка Тарас Григорович Шевченко 1860 року видав свій «Кобзар»¹³¹.

Промислова статистика свідчила про розмах, глибину і нерівномірність поширення підприємництва, а також певні співвідношення між великою й дрібною буржуазією. Посвідчення першої гільдії 1 і 2 класів, котрі давали купецтву право на підприємницьку діяльність, стосувалися великих торгових і промислових закладів. Таких в Україні було видано 1873 року 4,2 тис., чи 18 % від виданих у європейській Росії. Посвідчення від 3 до 5 класу включно одержували купці — власники дрібних і середніх підприємств. Ця категорія одержала 13,8 тис. посвідчень (23 % від усієї кількості отриманих у європейській Росії), передусім у губерніях півдня України і на Правобережжі. Дещо слабше купецьке підприємництво було розвинено на Лівобережжі, у тому числі на Полтавщині. Лідером гільдійського підприємництва виступав Південь, на який припадало 42,6 % виданих в Україні посвідчень.

¹²⁹ Лазанська Т. Історія підприємництва в Україні (на матеріалах торгово-промислової статистики XIX ст.). — К.: Ін-т історії НАН України, 1999. — С. 75.

¹³⁰ История Украинской ССР: В 10-ти т. — Т. 4. — К.: Наукова думка, 1983. — С. 333—334.

¹³¹ Крапива П. Из крепостных — в миллионеры // Правда Украины. — 1993. — № 27. — С. 3.

Частки Правобережжя і Лівобережжя становили, відповідно, 32,1 % і 25,3 %¹³².

Помічено, що різниця за способом господарювання між українцями та росіянами закладена різними історичними шляхами. Якщо малонаселеність простору, його незвичайна суворість зумовлювали в росіян такі феномени, як общинність, кріпосництво і владну деспотію, то серед українців — індивідуалізм, що провокував розбрат, та більший розвиток, ніж у Росії, і сприйняття приватної власності. Історичними особливостями розвитку двох народів зумовлено також деякі нюанси підприємництва. Зокрема, Ю. Пахомов помітив різницю у підходах українців та росіян до формування бізнесу: «Українець, звичайно ж, поступається росіянину у розмахові та у здатності концентрувати енергію на малому відтинку часу. Але зате він виграє у малому, а також в налагодуванні трансформацій, що склалися, у господарчій дисципліні, ретельності, методичності»¹³³. Тривала відсутність державності, на думку Пахомова, позначилися на незатребуваності в Україні стратегії. Все це ще зумовлене взаємною недовірою українців. Тому не є дивним той факт, що, здавалося б, більша приватновласницька «просунутість» українців має сприяти більшому розвитку бізнесу, ніж у росіян. Однак для формування великого бізнесу потрібен не лише приватновласницький інстинкт, але й феномен корпоративності, якої українцям бракує.

Галузі промисловості, що з'являлися наприкінці XIX століття в українських степах, не були продуктом природного розвитку. Їхню появу не підготували ні століття накопичення капіталу, ні проникнення капіталістичних відносин у середовище українського суспільства. Промисловість зростала тому, що її розвивав західний капітал. Однак українські селяни не прагнули працювати на шахтах чи заводах, через свою неконкурентноспроможність мусили «мігрувати до Сибіру в пошуках кращої долі замість того, щоб перейти десяток кілометрів до найближчої заводської брами»¹³⁴.

Макс Вебер наголошував, що підприємницький дух — це історичний феномен, який перебуває під впливом соціокультурних особливостей розвитку суспільства. Під соціокультурними й іс-

¹³² *Шепелев Л. Е.* Царизм и буржуазия во второй половине XIX века. — Л.: Наука, 1981. — С. 80.

¹³³ *Пахомов Ю.* Сравнительный социогенез и управляемость экономическими и социальными процессами в Украине и в России // Общество и экономика. — 2001. — № 11—12. — С. 235.

¹³⁴ *Кравченко Б.* Соціальні зміни і національна свідомість в Україні XX ст. — К.: Основи, 1997. — С. 37.

торичними основами розуміють впливи історичного й культурного розвитку країни на формування особливого виду підприємницької діяльності і появу відповідних типів підприємців. Історичний розвиток вітчизняної економіки, на думку Є. Пилипенка, відбувався своїм особливим шляхом, відмінним від західного. Він відзначає сильний вплив політики держави на економіку, а також вплив національних, демографічних, територіальних чинників. Коли у XIX столітті економіка країн Заходу вступила у фазу модернізації та індустріалізації, Російська імперія, якій належало більшість українських земель, не встигла пройти стадію первинного накопичення капіталу, в результаті залишилися напівкріпосні форми господарства. У тогочасному соціумі не інтеріоризувалися цінності господарської ініціативи, волі підприємництва, інновації, творчості. Процес легітимації не був завершений¹³⁵.

На соціокультурних особливостях українського підприємництва позначився вплив того, що упродовж багатьох десятиліть підприємці перебували поза законом. Винятком був нетривалий період нової економічної політики (НЕПу), як вимушеної, тимчасової поступки селянству та іншим продуктивним прошаркам населення у зв'язку з економічною кризою політики «воєнного комунізму». 4 грудня 1921 року було прийнято декрет про денационалізацію дрібних ремісничих майстерень, а також середніх підприємств; їх повернули колишнім власникам. Було дозволено оренду засобів виробництва, з них більшу половину одержали приватні особи, зроблено спроби залучити іноземний капітал. Також була дозволена вільна роздрібна торгівля, дано можливість громадянам виявити певну особисту ініціативу. Хоча командні важелі економіки залишалися у віданні держави, перехід до свободи «обороту» було зроблено. «НЕП сприяв розвитку кооперації, за якої великих успіхів досягли заготівля та збут продукції. НЕП характеризувався спрямованістю на госпрозрахунок, матеріальні стимули, розвиток ініціативи та ентузіазм людей. Однак інтенсивне розшарування людей на багатих та бідних та деякі інші фактори стратегічного значення, що суперечили пролетарській ідеології, підписали собі смертний вирок»¹³⁶.

У подальшому, за часів Радянського Союзу, підприємництво було державним і підкорялося соціалістичним порядкам. Вільного підприємця цілком усунула і замінила держава. Таке соціаліс-

¹³⁵ Пилипенко В. С. Реформи. Підприємництво. Культура. — К.: Стило, 2001. — С. 57.

¹³⁶ Сірий Є. В., Фареник С. А. Соціологія підприємництва. — К.: Український Центр духовної культури, 2000. — С. 121.

тичне підприємництво не могло реалізувати себе з точки зору самостійного й ініціативного господарювання. Сутність його зводилася до механічного функціонування підприємств (переважно великих) в системі командно-адміністративного управління. За такою системою виробництво було спрямоване не на ринок і задоволення потреб, а на беззаперечне виконання планових завдань, директив зверху¹³⁷.

Лише наприкінці 80-х — початку 90-х років минулого століття стало можливим розвивати в Україні вільне й приватне, спрямоване на ринок підприємництво. Такими чином, саме на цей період припадає зародження українського підприємництва сучасного типу. Як зазначалося, в розвинених країнах вільне підприємництво є головним двигуном ринкових відносин і основним засобом ефективного розвитку економіки¹³⁸.

Як свідчили всеосяжні опитування ВЦДГД (у соціально-психологічному сенсі ставлення до феномена підприємництва у масовій свідомості населення України мало подібні риси із всесоюзними), які проводилися наприкінці 1989 — початку 1990 років, кількість прихильників індивідуальної трудової діяльності майже в п'ять разів перевищувала кількість противників, але водночас третина опитаних не визначилася щодо цієї проблематики. Цікаво, що зміна сталих стереотипів громадської думки відбувалася за класичною психологічною схемою «малих змін» — від припущення самої можливості приватного підприємництва до прийняття його спочатку у специфічних обмежених формах.

За даними опитування, проведеного в квітні 1992 року Інститутом соціології НАН України (загальнодержавна вибірка, $n = 1732$), 4,3 % респондентів займалися приватним підприємництвом, 3,6 % — готові були ним зайнятися на будь-яких умовах, ще 19,5 % — за умови створення державою сприятливих можливостей для бізнесу, 33,9 % опитаних не приваблював цей вид діяльності взагалі, а 28,7 — не визначили свого вибору. Що стосується соціальних і соціально-професійних ролей, пов'язаних з новими можливостями, що відкрив ринок, то за даними цього ж дослідження, 16,5 % опитаних бачили себе й на далі працівниками державних підприємств, 9,4 % — власниками власної фірми,

¹³⁷ *Проскурин А. В.* Ограниченные возможности институтов (на примере малого предпринимательства) // Проблемы прогнозирования. — 1999. — № 3. — С. 115—124.

¹³⁸ *Рахманов О. А.* Підприємництво як феномен культури (порівняльний аналіз західної та української моделей розвитку) // Еволюція економічного розвитку та економічних теорій (проблеми дослідження та викладання): матеріали міжнародної науково-методологічної конференції, 26—27 квітня 2000 р. — К.: КНЕУ, 2000. — С. 278—281.

підприємства, 12,4 % — працівником приватної фірми, 5,2 % — власником приватного магазину, майстерні, 6,2 % — фермером, 6,2 % — планували зайнятися індивідуальною трудовою діяльністю¹³⁹.

Досить вагомим соціокультурним чинником розвитку українського підприємництва є гендерний чинник. Цікавими є результати гендерного аналізу «Дослідження малого та середнього підприємництва в Україні», який був здійснений у 2001 році й охопив 5096 респондентів (автори гендерного аналізу — Н. Карбовська, Н. Лавріненко, Б. Сенчук; фінансувала проект Агенція США з міжнародного розвитку). Наведемо деякі висновки з цього аналізу. Загалом в Україні підприємств, що контролюють жінки, у три рази менше, ніж контрольованих чоловіками (відповідно 22 % та 61 %). Простежується закономірність: що більше за розміром підприємство, то рідше його контролює жінка. Серед самозайнятих — жінок 38 %. Жінки контролюють близько чверті малого бізнесу (26 %), близько шостої частки середнього (15 %) та майже стільки великого (14 %) бізнесу. Жінки менше, ніж чоловіки, самостійні щодо прийняття управлінських рішень, оскільки частіше, ніж чоловіки-підприємці, контролюють свій бізнес спільно з іншими особами. Жінки, порівняно з чоловіками, частіше починають свою підприємницьку діяльність із найпростішої організаційної форми бізнесу — індивідуального підприємництва, тобто як самозайняті (відповідно 31 % та 24 %). Щодо підприємств, контрольованих жінками, то вони рідше створювалися як нові підприємства, але частіше виокремлювалися із державних підприємств або приватизувалися з підприємств державної форми власності¹⁴⁰.

Не менш важливим чинником інституціоналізації підприємництва є вплив соціально-професійної структури суспільства. У дослідженні, Ю. Пачковський, були задіяні найтипівіші соціальні групи: студентство, робітники, службовці, представники інтелігенції та пенсіонери. В експерименті, в якому моделювалася поведінкова ситуація «започаткування власної справи» у вигляді комплексу запитань і варіантів відповідей, зведених в анкету, соціальні групи були репрезентовані кількісно по 100 осіб кожна у пропорції 50 чоловіків і 50 жінок. Підбиваючи підсумки,

¹³⁹ Донченко Е. А., Злобина Е. Г., Тихонович В. А. Наш деловой человек. — К.: ИС НАНУ, 1995. — С. 26—27.

¹⁴⁰ Лавріненко Н. В. Характеристика малих та середніх підприємств в Україні (гендерний аспект) // Проблеми розвитку соціологічної теорії. Соціальні процеси в Україні. — № 4. — К., 2004. — С. 189—193.

Ю. Пачковський зупинився на характерних (значущих) особливостях декларативної підприємницької поведінки.

Робітники. Прагнення швидко забезпечити собі матеріальний достаток — домінуючий мотив щоб спонукати цю категорію людей зайнятися підприємницькою діяльністю. На рішення зайнятися підприємництвом істотно впливають такі чинники: неможливо знайти місце роботи за фахом і наявність достатньої суми грошей, щоб розпочати власний бізнес. У своїй більшості під час започаткування власної справи розглядають банківський кредит. У власному підприємстві орієнтуються на обрання функціональної ролі організатора (загальне керівництво, добір кадрів тощо). За наявності достатнього прибутку більше ніж решта досліджуваних схиляються до вкладання його у нерухомість. У разі банкрутства, зазвичай, у своїх негараздах звинувачуватимуть державу, яка не створила належних умов для підприємництва.

Представники інтелігенції. У мотиваційній сфері підприємництва провідну роль відіграє прагнення до більшої незалежності, самостійності. Юридично-правові гарантії з боку держави розглядають як першу необхідну умову особистої участі у новій сфері діяльності. У цьому процесі їх підприємницька поведінка відрізняється від інших соціальних груп орієнтацією на обрання консультативних послуг як більш оптимального виду підприємництва. Започатковуючи власну справу, готові до співпраці, передусім з людьми, на яких можна покластися. Потреби у фінансових ресурсах, як і робітники, схильні задовольняти шляхом отримання кредитів. Серед інтелігенції виявлено найбільше прихильників ролі експерта (консультативні послуги, аналіз інформації, вибір основних стратегічних напрямів діяльності тощо) у власному підприємстві. Порівняно з іншими виявляють бажання реалізувати прибуток на задоволення особистих потреб. Банкрутство розглядають переважно як власні прорахунки.

Службовці. Започатковуючи власну справу, керуватимуться прагненням отримати через підприємництво особисту незалежність і швидко забезпечити собі матеріальний достаток. Як і представники інтелігенції, звертають увагу на важливість юридично-правових гарантій захисту приватного бізнесу з боку держави. Під час створення підприємства більшість із досліджуваних службовців покладатиметься на людей, які їм добре знайомі. Виробництву, як виду підприємницької діяльності, надають порівняно з іншими виняткове значення. Виявляють схильність до виконання організаторських функцій у власному виробництві, а також до залучення фінансових ресурсів шляхом отримання бан-

ківського кредиту. Переважно оптимальним напрямом реалізації прибутку вважають вкладання його в розвиток власної справи. У разі банкрутства однаковою мірою звинувачуватимуть і себе, і державу.

Підприємці. Основну регуляційну роль у їх поведінці відіграє мотивація, пов'язана з прагненням, обравши шлях підприємництва отримати особисту незалежність. Аналіз умов, які могли б істотно вплинути на рішення зайнятися приватним бізнесом, показує, що серед них особливе значення мають юридично-правові гарантії підприємництву з боку держави. Підприємці більшою мірою, ніж інші соціальні групи, наголошують на залученні до співпраці людей особисто їм добре знайомих; використовують власні заощадження для організації бізнесу; схильються до поєднання функцій організатора, експерта, комунікатора в одній особі. У разі банкрутства переважна більшість підприємців звинувачуватиме тільки себе. Більше третини підприємців надає перевагу такій сфері діяльності, як торгівля (комерція).

Студенти. Мотивацією й поведінкою у багатьох аспектах наближаються до підприємців. Зокрема — при обранні сфери підприємництва, розподілу функціональних ролей у власному бізнесі, у шляхах реалізації прибутку, в особливостях співробітництва з іншими людьми. Відрізняє підприємницьку поведінку студентів від інших значна довіра до банківських установ, а також надання переваг достатній сумі грошей, щоб розпочати власну справу. У ситуації банкрутства переважна більшість студентів не обрала для себе конкретної поведінки.

Люди пенсійного віку. Переважно розглядають підприємництво як єдиний шлях, щоб вижити сьогодні. При започаткуванні власної справи значною мірою, ніж інші категорії досліджуваних, орієнтуються на співпрацю з членами своєї родини, а також схильються до благочинності і проявів довіри до банківських установ з метою отримання кредитів. У разі банкрутства виявляють тенденцію звинувачувати оточення (сім'ю, родину, знайомих), яке спонукало зайнятися приватним бізнесом. Серед людей пенсійного віку найвищий відсоток тих, хто відмовився від думки (навіть за сприятливих обставин) започаткувати власну справу¹⁴¹.

Регіональний розподіл ставлення до підприємницької діяльності на початку 1990-х років засвідчив такі особливості: найбільш

¹⁴¹ Пачковський Ю. Ф. Соціопсихологія підприємницької діяльності і поведінки. — Львів: Світ, ЛОНМІО, 2000. — С. 184—196.

негативне стабільне ставлення до бізнесу простежувалося в Харківській, Луганській і Дніпропетровській областях (особливо серед робітників, селян і пенсіонерів); у Житомирській, Кіровоградській, Полтавській, Черкаській, Чернігівській, Миколаївській областях України шанси бізнесменів на підтримку були дещо вищі; найвищі вони були в Одеській, Київській і Тернопільській областях¹⁴².

Натомість за сучасними оцінками консультанта київського офісу міжнародної рекрутингової і консалтингової компанії Hudson Global Resources в Україні комерційні риси найкраще виражені у мешканців Одеси і Львова, хоча підходи до бізнесу в них різняться. Мешканці Донецької і Дніпропетровської областей відрізняються наполегливістю та обов'язковістю¹⁴³.

Таким чином, історико-культурні передумови розвитку підприємництва на території України слід шукати у часи, коли в Україну почали проникати реформаційні й гуманістичні ідеї. Полеміка навколо релігійних питань зумовлювала міркування про поведінку у сфері господарській, торговельній тощо. Розробка вільних земель на Півдні України, зародки хутірського господарства (нефеодального) сприяли зародженню ідеї економічного індивідуалізму. Саме у тих регіонах, де міцними були позиції козацького землеволодіння, і основна маса селян була відносно вільна, темпи наступу фільварково-панщинної системи господарства неминуче призвели до якісно нового вибуху соціального протесту, бо місцеве населення стало на захист дуже важливих інтересів — економічної незалежності. Саме розвиток козацького землеволодіння як ранньої форми підприємництва став одним із каталізаторів Української революції 1648—1672 років.

Іншим витоком підприємництва було чумацтво. Торгово-візницький промисел з часом викликав майнову нерівність і соціальне розшарування селянсько-козацької маси і, таким чином, породив численні кадри національної буржуазії та її антипод — пролетаріат. Становлення і розвиток ділової ініціативи в Україні відбувалися в межах і правовому полі Російської імперії. У цих умовах основним джерелом поповнення і відтворення купецького стану ставали навіть не міщани, а підприємці, що вийшли із селянського середовища.

¹⁴² Бурдак І. Діляцтво діловитості — не пара // Віче. — 1993. — № 1. — С. 23—27.

¹⁴³ Смирнов А., Безноско О., Тымків К. Страна земляков // Корреспондент. — 21 октябрю 2006. — № 41 (230). — С. 50.

2.3. Чинники декларативних підприємницьких настанов українського населення

Соціальна легітимність українського підприємництва характеризується загалом позитивним ставленням суспільства, яке приймає його. Водночас, небажання працювати у приватного підприємця, яке дедалі зростає, з одного боку, поєднується із зростанням у суспільстві декларативного бажання відкрити власну справу, з другого, це свідчить про феномен подвійної інституціоналізації підприємництва, що забезпечує своєрідну інституціональну повноцінність підприємництва, побудований на згоді людей жити в такому економічному просторі, де практикується зайнятість у приватному секторі і, водночас, існують негативні настанови щодо привабливості підприємців як роботодавців. Фактичне залучення населення у ринкові відносини спрямовує їхні економічні практики у бік приватного сектору, тому прогнозування процесу соціальної легітимації українського підприємництва невіддільне від вивчення прихованого потенціалу його чинників.

У цьому разі на перший план виходить аналіз впливу на декларативні підприємницькі настанови українського населення, таких соціально-культурних показників, які мають ціннісне підґрунтя, а саме — ставлення до приватизації різного виду власності, власне, ставлення до розвитку приватного підприємництва, особисте бажання працювати у приватного підприємця. Іншими соціокультурними чинниками є етнічне походження, релігійні практики, вік, освіта, дохід та тип поселення. Залежною змінною в нашому аналізі виступав показник бажання чи небажання відкрити свою справу. Оскільки бажання чи небажання людини щось зробити має вербальний та декларативний характер, тобто готовність до певної економічної поведінки, тому предметом нашого аналізу будуть соціокультурні чинники декларативних підприємницьких настанов українського населення.

Для з'ясування впливу чинників детермінації декларативних підприємницьких настанов було застосовано модель множинної лінійної регресії. Цей метод дає змогу найточніше вивчити вплив різних чинників на залежну змінну з порядковою шкалою. Для побудови множинної лінійної регресії було застосовано метод автоматичного введення чинників моделі (*Enter*), оскільки він дозволяє наочно продемонструвати вплив всієї множини визначе-

них чинників через коефіцієнт детермінації R Square. Побудовані моделі множинної лінійної регресії впливу різних чинників на залежну порядкову змінну «Чи хотіли б Ви відкрити свою справу (власне підприємство, фермерське господарство та ін.)?» є прогностичними, зважаючи на досить високі коефіцієнти детермінації (див. таблиці 2.1—2.3).

Таблиця 2.1

Множинна лінійна регресія (залежна змінна — «Чи хотіли б ви відкрити свою справу (власне підприємство, фермерське господарство та ін.)?», 2004 рік

Соціокультурні чинники	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.204	.391		5.633	.000
Згода особисто працювати у приватного підприємця	.157	.046	.141	3.404	.001
Ставлення до розвитку приватного підприємництва (бізнесу) в Україні	.199	.049	.167	4.071	.000
Ставлення до передання у приватну власність (приватизації) великих підприємств	.001	.074	.000	.007	.995
Ставлення до передання у приватну власність (приватизації) малих підприємств	.105	.073	.060	1.443	.149
Ставлення до приватної власності на землю	.271	.065	.155	4.183	.000
Підтримка прихильників соціалізму/капіталізму	-.508	.135	-.152	-3.774	.000
Вік	-.024	.003	-.257	-6.953	.000
Освіта	.060	.044	.049	1.368	.172
Дохід	.000	.000	-.002	-.065	.948
Національність	.199	.112	.054	1.784	.075

Соціокультурні чинники	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Відвідування церкви (костюлу, синагоги, мечеті, молитовного дому)	-.110	.136	-.024	-.808	.419
Тип населеного пункту	.002	.016	.004	.141	.888
<i>R Square</i>	.511				
<i>Adjusted R Square</i>	.501				

У стовпчику *Unstandardized Coefficients B* (Нестандартизовані коефіцієнти *B*) записані коефіцієнти нестандартизованого рівняння (рівняння у первинних координатах); *Std. Error* — стандартна похибка, яка відображає характеристику стабільності коефіцієнта *B*. У стовпчику *Standardized Coefficients Beta* (Стандартизовані коефіцієнти *Beta*) містяться коефіцієнти стандартизованого рівняння регресії. У стовпчику *t* — відношення коефіцієнта *B* до його стандартної похибки. У стовпчику *Sig.* міститься інформація про значущість коефіцієнтів рівняння регресії (ймовірність помилки першого роду під час перевірки статистичної гіпотези про рівність нулю для кожного з коефіцієнтів рівняння. Прийнято вважати, що значущість не повинна сильно перевищувати значення 0,05. У рядку *R Square* міститься інформація про коефіцієнт детермінації, який пояснює частку впливу всіх чинників на залежну змінну. *Adjusted R Square* є виправленою величиною *R Square*.

Залежна змінна. Декларативна підприємницька настанова зі шкалою 1–5 (1 — ні, 5 — так).

Незалежні змінні. Згода особисто працювати у приватного підприємця зі шкалою 1–5 (1 — ні, 5 — так). Ставлення до розвитку приватного підприємництва зі шкалою 1–5 (1 — зовсім не схвалюю, 5 — цілком схвалюю). Ставлення до приватизації великих підприємств зі шкалою 1–3 (1 — скоріше негативно, 3 — скоріше позитивно). Ставлення до приватизації малих підприємств зі шкалою 1–3 (1 — скоріше негативно, 3 — скоріше позитивно). Ставлення до приватизації землі зі шкалою 1–3 (1 — скоріше негативно, 3 — скоріше позитивно). Підтримка прихильників соціалізму/капіталізму (1 = підтримка прихильників соціалізму, 0 = підтримка прихильників капіталізму). Вік (кількість років). Освіта (1 — початкова, 5 — повна вища). Дохід (у грн.). Національність (1 = українець, 0 = росіянин). Відвідування церкви (костюлу, синагоги, мечеті, молитовного дому) (1 = так, 0 = ні). Тип населеного пункту зі шкалою 1–9 (1 — місто з населенням понад 1 млн осіб, 9 — село).

Таблиця 2.2

Множинна лінійна регресія (залежна змінна — «Чи хотіли б ви відкрити свою справу (власне підприємство, фермерське господарство та ін.)?», 2005 рік

Соціокультурні чинники	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.471	.383		6.451	.000
Згода особисто працювати у приватного підприємця	.238	.040	.230	6.015	.000
Ставлення до розвитку приватного підприємництва (бізнесу) в Україні	.260	.052	.198	5.028	.000
Ставлення до передання у приватну власність (приватизації) великих підприємств	.038	.079	.017	.486	.627
Ставлення до передання у приватну власність (приватизації) малих підприємств	.055	.076	.028	.726	.468
Ставлення до приватної власності на землю	.142	.067	.075	2.111	.035
Підтримка прихильників соціалізму/капіталізму	-.407	.131	-.115	-3.096	.002
Вік	-.030	.004	-.316	-8.393	.000
Освіта	-.010	.051	-.007	-.202	.840
Дохід	3.05E-005	.000	.007	.209	.834
Національність	-.063	.133	-.015	-.474	.635
Відвідування церкви (костюлу, синагоги, мечеті, молитовного дому)	-.003	.142	-.001	-.020	.984
Тип населеного пункту	.036	.018	.065	1.950	.052
<i>R Square</i>	.468				
<i>Adjusted R Square</i>	.456				

Залежна змінна. Декларативна підприємницька настанова зі шкалою 1–5 (1 — ні, 5 — так).

Незалежні змінні. Згода особисто працювати у приватного підприємця зі шкалою 1–5 (1 — ні, 5 — так). Ставлення до розвитку приватного підприємництва зі шкалою 1–5 (1 — зовсім не схвалюю, 5 — цілком схвалюю). Ставлення до приватизації великих підприємств зі шкалою 1–3 (1 — скоріше негативно, 3 — скоріше позитивно). Ставлення до приватизації малих підприємств зі шкалою 1–3 (1 — скоріше негативно, 3 — скоріше позитивно). Ставлення до приватизації землі зі шкалою 1–3 (1 — скоріше негативно, 3 — скоріше позитивно). Підтримка прихильників соціалізму/капіталізму (1 = підтримка прихильників

соціалізму, 0 = підтримка прихильників капіталізму). Вік (кількість років). Освіта (1 — початкова, 5 — повна вища). Дохід (у грн.). Національність (1 = українець, 0 = росіянин). Відвідування церкви (костюлу, синагоги, мечеті, молитовного дому) (1 = так, 0 = ні). Тип населеного пункту з шкалою 1–9 (1 — місто з населенням понад 1 млн осіб, 9 — село).

Таблиця 2.3

Множинна лінійна регресія (залежна змінна — «Чи хотіли б ви відкрити свою справу (власне підприємство, фермерське господарство та ін.)?», 2006 рік

Соціокультурні чинники	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.610	.388		6.731	.000
Згода особисто працювати у приватного підприємця	.256	.042	.233	6.076	.000
Ставлення до розвитку приватного підприємництва (бізнесу) в Україні	.184	.051	.138	3.607	.000
Ставлення до передання у приватну власність (приватизації) великих підприємств	.202	.091	.081	2.218	.027
Ставлення до передання у приватну власність (приватизації) малих підприємств	.051	.075	.027	.677	.499
Ставлення до приватної власності на землю	.095	.072	.049	1.323	.186
Підтримка прихильників соціалізму/капіталізму	-.112	.135	-.031	-.827	.408
Вік	-.032	.003	-.331	-9.227	.000
Освіта	.032	.032	.035	1.021	.308
Дохід	.000	.000	.049	1.468	.143
Національність	.010	.141	.002	.073	.942
Відвідування церкви (костюлу, синагоги, мечеті, молитовного дому)	.058	.142	.013	.409	.682
Тип населеного пункту	-.031	.019	-.055	-1.665	.096
R Square	.426				
Adjusted R Square	.414				

Залежна змінна. Декларативна підприємницька настанова зі шкалою 1–5 (1 — ні, 5 — так).

Незалежні змінні. Згода особисто працювати у приватного підприємця зі шкалою 1–5 (1 — ні, 5 — так). Ставлення до розвитку приватного підприємництва зі шкалою 1–5 (1 — зовсім не схвалюю, 5 — цілком схвалюю). Ставлення до прива-

тизації великих підприємств зі шкалою 1–3 (1 — скоріше негативно, 3 — скоріше позитивно). Ставлення до приватизації малих підприємств зі шкалою 1–3 (1 — скоріше негативно, 3 — скоріше позитивно). Ставлення до приватизації землі зі шкалою 1–3 (1 — скоріше негативно, 3 — скоріше позитивно). Підтримка прихильників соціалізму/капіталізму (1 = підтримка прихильників соціалізму, 0 = підтримка прихильників капіталізму). Вік (кількість років). Освіта (1 — початкова, 5 — повна вища). Дохід (в грн.). Національність (1 = українець, 0 = росіянин). Відвідування церкви (костюлу, синагоги, мечеті, молитовного дому) (1 = так, 0 = ні). Тип населеного пункту з шкалою 1–9 (1 — місто з населенням понад 1 млн осіб, 9 — село).

Таблиця 2.4

Множинна лінійна регресія (залежна змінна — «Чи хотіли б ви відкрити свою справу (власне підприємство, фермерське господарство та ін.)?», 2008 рік

Соціокультурні чинники	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.720	.427		6.368	.000
Згода особисто працювати у приватного підприємця	.170	.043	.161	3.967	.000
Ставлення до розвитку приватного підприємництва (бізнесу) в Україні	.158	.054	.120	2.908	.004
Ставлення до передання у приватну власність (приватизації) великих підприємств	.199	.091	.084	2.185	.029
Ставлення до передання у приватну власність (приватизації) малих підприємств	-.131	.082	-.068	-1.607	.109
Ставлення до приватної власності на землю	.177	.080	.091	2.224	.027
Підтримка прихильників соціалізму/капіталізму	-.424	.149	-.121	-2.837	.005
Вік	-.027	.004	-.287	-7.399	.000
Освіта	.125	.044	.108	2.831	.005
Дохід	.000	.000	.057	1.574	.116
Національність	.198	.147	.047	1.347	.179
Відвідування церкви (костюлу, синагоги, мечеті, молитовного дому)	-.241	.154	-.054	-1.567	.118
Тип населеного пункту	-.006	.020	-.010	-.289	.773
<i>R Square</i>	.393				
<i>Adjusted R Square</i>	.379				

Залежна змінна. Декларативна підприємницька настанова зі шкалою 1–5 (1 — ні, 5 — так).

Незалежні змінні. Згода особисто працювати у приватного підприємця зі шкалою 1–5 (1 — ні, 5 — так). Ставлення до розвитку приватного підприємництва зі шкалою 1–5 (1 — зовсім не схвалюю, 5 — цілком схвалюю). Ставлення до приватизації великих підприємств зі шкалою 1–3 (1 — скоріше негативно, 3 — скоріше позитивно). Ставлення до приватизації малих підприємств зі шкалою 1–3 (1 — скоріше негативно, 3 — скоріше позитивно). Ставлення до приватизації землі зі шкалою 1–3 (1 — скоріше негативно, 3 — скоріше позитивно). Підтримка прихильників соціалізму/капіталізму (1 = підтримка прихильників соціалізму, 0 = підтримка прихильників капіталізму). Вік (кількість років). Освіта (1 — початкова, 5 — повна вища). Дохід (в грн.). Національність (1 = українець, 0 = росіянин). Відвідування церкви (костюлу, синагоги, мечеті, молитовного дому) (1 = так, 0 = ні). Тип населеного пункту зі шкалою 1–9 (1 — місто з населенням понад 1 млн осіб, 9 — село).

У всіх побудованих моделях статистично значущий вплив мають такі незалежні змінні, як згода особисто працювати у приватного підприємця, ставлення до розвитку приватного підприємництва (бізнесу) в Україні, підтримка прихильників соціалізму/капіталізму та вік (значущість коефіцієнтів вказано у стовпчику *Sig.*). У певних випадках статистично значущий вплив мають такі змінні, як ставлення до передання у приватну власність (приватизації) великих підприємств, ставлення до приватної власності на землю та освіта. Аналіз значень стандартизованих коефіцієнтів побудованого рівняння (стовпчик *Beta*) віддзеркалює вплив відповідних предикторів на залежну змінну. Зокрема, виявлено, що найбільший і до того ж негативний вплив має змінна віку. Тобто зі збільшенням віку знижується бажання розпочати власну справу. Наступними за впливом є чинники, які безпосередньо мають стосунок до підприємництва: згода працювати у приватного підприємця та позитивне ставлення до розвитку підприємництва спонукають людей замислитися над можливістю розпочати власну підприємницьку кар'єру. Істотний вплив на декларативні підприємницькі настанови має такий важливий соціокультурний чинник, як ідеологічна підтримка прихильників капіталізму (оскільки значення коефіцієнта має негативне значення). Ідеологічне забарвлення цього чинника свідчить, що розвиток підприємництва залежить також від політичних орієнтацій населення.

Це підтверджує і вплив чинників, який проявився в окремих випадках. Той факт, що позитивне ставлення до приватизації великих підприємств і землі сприяє бажанню відкрити власну справу, свідчить про ціннісно-політичний характер цих чинників. Якщо згадати, лише стосовно приватизації малих підприємств у

суспільстві домінує позитивна думка, натомість приватизація великих підприємств і землі має популярність серед меншості населення. Сповідування таких стійких проринкових поглядів створює соціокультурне підґрунтя для підприємницьких амбіцій.

У моделі множинної лінійної регресії за 2008 рік проявився чинник освіти. Лише подальші дослідження зможуть зрештою виявити або спростувати цю тенденцію. Однак те, що зростання освіти сприяє бажанню мати власну справу, навряд чи є несподіванкою.

Таким чином, емпіричний аналіз виявив вплив на декларативні підприємницькі настанови таких соціокультурних чинників, як позитивні настанови щодо підприємництва зокрема та проринкових цінностей загалом. Однак найбільший вплив має чинник віку: чим молодший вік, тим більше бажання відкрити власну справу. На основі цього можна констатувати вплив і об'єктивного чинника (віку), і суб'єктивних (соціокультурних цінностей та настанов).

Висновки до розділу 2

1. Соціокультурні аспекти витоків підприємництва слід вивчати у контексті засвоєння індивідом економічної культури суспільства. Виходячи з діяльнісного підходу, економічну соціалізацію людини можна розглядати як процес опанування нею: 1) історичного досвіду економічних взаємин (досвіду попередніх поколінь, що не передається через народження від батьків до дитини); 2) соціального досвіду (досвіду інших людей, оточення); 3) подвійного досвіду, пов'язаного з економічними явищами (досвіду, що спершу виник у свідомості, а згодом був перевірений на практиці). Тому, досліджуючи соціокультурні чинники інституціоналізації підприємництва, потрібно зважати одночасно на соціальні й особистісні аспекти соціалізації особистості.

2. Історико-культурні передумови розвитку підприємництва на території України зароджуються із початком проникнення реформаційних і гуманістичних ідей. Полеміка навколо релігійних питань зумовила міркування про поведінку у сфері господарській, торговельній тощо. Водночас, розвиток козацького землеволодіння як ранньої форми підприємництва став одним із каталізаторів Української революції 1648—1672 років. Іншим витоком підприємництва було чумацтво. Торгово-візницький промисел з

часом спричинив майнову нерівність і соціальне розшарування селянсько-козацької маси і, таким чином, породив численні кадри національної буржуазії та її антиподу—пролетаріату. Основним джерелом поповнення й відтворення купецького стану ставали навіть не міщани, а підприємці, що вийшли із селянського середовища.

3. Емпіричним шляхом встановлено, що на декларативні підприємницькі настанови сучасного українського населення впливають такі соціокультурні чинники, як згода працювати у приватного підприємця та позитивне ставлення до розвитку підприємництва, ідеологічна підтримка прихильників капіталізму та ринкових цінностей, зокрема підтримка процесів приватизації. Найбільший вплив на підприємницькі настанови має вік: із зменшенням віку зростає бажання відкрити свій бізнес.

РОЗДІЛ 3

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ: НОРМАТИВНА САМОРЕГУЛЯЦІЯ ТА ЦИВІЛІЗАЦІЙНІ ПАРАМЕТРИ ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІЇ

Поява нормативного регулювання підприємництва — перший і один з найзначніших поворотних пунктів у становленні соціального регулювання підприємницької діяльності, що знаменує великі зміни, якісний стрибок у його розвитку. За допомогою загальних правил виявляється можливим досягти єдиного, безупинно діючого і разом з тим цивілізованого економічного порядку у підприємницьких відносинах, підкорити економічну поведінку людей загальним і однаковим умовам, що продиктовані вимогами економіки, влади, ідеології, усього соціального життя. При цьому різко знижується імовірність випадковості та сваволі. Тим самим максимально досягається головна мета соціального регулювання — впорядкування всього економічного життя й отримання суспільної стійкості й незалежності від випадку і сваволі. Тому є вкрай важливим емпіричний аналіз моральних норм економічної поведінки за допомогою крос-культурного порівняння. Доцільним буде вивчення думки експертів стосовно соціально-цивілізаційних перспектив розвитку підприємництва та ставлення до ділового ризику.

3.1. Нормативна саморегуляція та соціальна ефективність підприємництва крізь призму масової свідомості: крос-культурний аналіз

Зазвичай розрізняють два види соціального регулювання підприємницької поведінки: індивідуальне й нормативне. Індивідуальне — впорядкування поведінки людей за допомогою разових, персонально-регулюючих економічних акцій, вирішення певного

ділового питання, що належать тільки до суворо визначеного випадку, до конкретних осіб. Натомість нормативне регулювання — це впорядкування підприємницької поведінки людей за допомогою загальновстановлених правил, тобто відомих моделей, зразків, еталонів поведінки, які поширюються на всі випадки підприємницької діяльності і яким мають підкорятися всі індивіди, що потрапили в нормативно регламентовану ситуацію.

Примітно, що нормативне регулювання стосується сфери суспільної свідомості, пов'язується з наявною системою цінностей. Адже будь-яка норма в суспільстві — це критерій майбутньої оцінки форм поведінки, судження про цінності, звернене в майбутнє. На думку Т. Парсонса, культурна легітимація нормативного порядку суспільства, різних його асоціацій та ідентичностей виступає на соціальному рівні у вигляді ціннісних відданостей. Учений наполягає, що суттєвою рисою ціннісних відданостей є їхня велика незалежність від ситуативних та утилітарних інтересів і потреб. Тільки високий рівень генералізації цінностей може забезпечити легітимацію асоціацій громадян, їх намірів та дій¹⁴⁴. Це означає, що певні моральні, естетичні, релігійні, пізнавальні, прагматичні та інші цінності можуть виступати генералізованою підставою легітимної поведінки людей.

Саме вивчення ціннісних пріоритетів громадян дає змогу зрозуміти, які суспільні цінності виконують роль значущих орієнтирів у їхньому житті. Як зазначає А. Ручка, «особливу увагу слід приділити тим, з них, які можуть виступати підмурком людської поведінки *pro et contra* ринкових і демократичних реформ, що здійснюються в країні. Отже, таким чином можна встановити міру відповідності/невідповідності існуючих ціннісних пріоритетів громадян новим суспільним реаліям (політичним, соціально-економічним, культурним, повсякденним тощо)»¹⁴⁵. В нашому випадку, нормативне регулювання людської поведінки у підприємницькій сфері визначатиметься тим, настільки відповідні ціннісні орієнтації населення Україні відповідають цінностям і нормам, які поширення в країнах з усталеними ринковими суспільствами та в країнах, які так як і Україна недавно повернулися до ринкової економіки. Адже для розвитку інститут підприємництва потрібен проринкове «реформування» суспільної свідомості. Фахівці вважають, що «інституційна фаза реформ, яка пов'язана зі створенням нових

¹⁴⁴ Парсонс Т. Система современных обществ. — М.: Аспект-Пресс, 1998. — С. 28.

¹⁴⁵ Ручка А. Динаміка ціннісних пріоритетів громадян України // Українське суспільство 1994-2004: моніторинг соціальних змін. — К., 2004. — С. 418.

інститутів, правил і процедур дії, триває приблизно п'ять-шість років. Натомість інша фаза (культурно-ментальна) може тривати на протязі життя одного покоління»¹⁴⁶.

Сучасне українське суспільство характеризується наявністю феномену «аморальної більшості», який на основі емпіричних даних обґрунтував Є. Головаха¹⁴⁷. Сутність феномену «аморальної більшості» полягає в тому, що моральні норми людської поведінки та відповідальності, які регулюють повсякденну поведінку людей, їхні взаємовідносини у різноманітних ситуаціях спілкування та діяльності, розглядаються більшістю дорослого населення України як норми поведінки «моральних аутсайдерів», тим часом коли більшість людей оцінюються масовою свідомістю як нечесні, безвідповідальні, облудні та егоїстичні істоти, ладні задля вигоди знехтувати мораллю.

Дуже важливо порівняти моральні норми людської поведінки в соціально-економічній сфері, застосувавши крос-культурний метод. Крос-культурний метод (або порівняльний, порівняльно-історичний, компаративний метод) — дослідження, що дає змогу шляхом порівняння виявляти загальне й особливе в розвитку країн і народів світу та причини цих подібностей і розходжень. Широко застосовується в історичних науках, культурології, соціології, етнографії. Крос-культурний метод — один із основних способів дослідження генези, поширення і типології окремих явищ матеріальної, духовної і соціо-нормативної культур, а також їхніх компонентів, походження, формування історико-етнографічних ареалів і взаємодії народів, що утворюють такі ареали.

В останні десятиліття дедалі більшого значення набувають математико-статистичні міжкультурні (крос-культурні) дослідження для вивчення варіабельності і кореляції тих чи інших рис культури народів світу, що дає можливість виявити групи ознак і проектувати їх у минуле до первісності. Велика роль крос-культурного методу у вивченні генезису й еволюції господарсько-культурних типів. Порівняльні дослідження при цьому мають охоплювати всі основні компоненти господарства й культури різних народів, що проживають у подібних географічних і соціально-економічних умовах, аби насамперед виявити в них типологічно близькі форми господарювання і

¹⁴⁶ Там само. — С. 417.

¹⁴⁷ Головаха Є. Феномен «аморальної більшості» в українському суспільстві: пост-радянська трансформація масових уявлень про норми соціальної поведінки // Україна-2002. Моніторинг соціальних змін. — К.: ІС НАНУ, 2002. — С. 460—468.

культури, що розвилися конвергентно, а також запозичені і генетично пов'язані; виділити ареали поширення господарсько-культурних типів (і підтипів) і їхню еволюцію від виникнення до сучасності. Ці дослідження вимагають залучення всіх основних способів порівнянь.

Для визначення, якою мірою респонденти погоджуються з різними судженнями, розраховувався індекс за п'яти-бальною шкалою: 1 — зовсім не погоджуюсь, 2 — не погоджуюся, 3 — важко сказати, погоджуюся чи ні, 4 — погоджуюся, 5 — цілком погоджуюся. Таким чином, величина індексу, що характеризує нормативну регуляцію підприємницької діяльності, варіює від 1 до 5 балів. При ознайомленні з гістограмами, які відображають середні бали кожного суспільства, слід пам'ятати, що значення індексу, що не перевищує 3,0 бали, свідчить загальною про незгоду з певним судженням. Величина індексу, що перевищує 3,0 бали, свідчить про схильність до згоди із судженнями, а перевищення 3,5 бала — про домінування згоди із судженнями.

Ступінь згоди чи незгоди українських та європейських громадян із твердженнями «якщо хочеш «робити» гроші, неможливо завжди поводитися чесно» відображає нормативне тло різних європейських суспільств (див. табл. 3.1 та рис. 3.1).

Таблиця 3.1

Розподіл відповідей громадян європейських країн на запитання «Якою мірою ви погоджуєтесь або не погоджуєтесь з тим, що якщо хочеш "робити" гроші, неможливо завжди поводитися чесно?»

Країна Європи	Зовсім не погоджуюся	Не погоджуюся	Важко сказати	Погоджуюся	Цілком погоджуюся	Відмова	Не знаю	Немає відповіді	Середній бал
	1	2	3	4	5				
Австрія	15,9	28,3	20,6	23,8	6,7	0,0	4,6	0,0	2,76
Бельгія	10,3	30,2	15,3	30,8	12,5	0,1	0,9	0,0	3,05
Велика Британія	9,1	38,2	21,9	27,1	3,2	0,0	0,5	0,0	2,77
Греція	4,8	20,1	21,6	35,0	15,7	0,0	2,8	0,0	3,38
Данія	19,6	42,4	15,1	17,8	3,0	0,0	1,5	0,6	2,41

Закінчення табл. 3.1

Країна Європи	Зовсім не погоджуюся	Не погоджуюся	Важко сказати	Погоджуюся	Цілком погоджуюся	Відмова	Не знаю	Немає відповіді	Середній бал
	1	2	3	4	5				
Естонія	7,4	29,2	21,7	30,1	4,8	0,0	6,7	0,1	2,95
Ірландія	6,6	41,1	12,3	33,5	5,2	0,0	0,8	0,5	2,89
Ісландія	18,3	34,9	12,3	26,1	4,1	0,0	2,8	1,6	2,61
Іспанія	16,4	38,0	15,0	25,7	3,3	0,2	1,5	0,0	2,61
Люксембург	10,4	28,3	15,2	32,2	11,5	0,0	2,5	0,0	3,06
Нідерланди	14,0	50,3	14,4	18,5	2,3	0,0	0,6	0,0	2,44
Німеччина	11,1	31,6	20,6	28,8	5,8	0,1	2,0	0,0	2,86
Норвегія	20,1	45,2	13,6	17,6	2,9	0,2	0,5	0,0	2,38
Польща	6,9	27,4	17,5	38,1	6,9	0,0	3,1	0,1	3,11
Португалія	24,8	40,5	13,8	14,3	4,1	0,0	2,2	0,3	2,31
Словаччина	5,6	34,5	25,9	25,3	4,8	0,0	3,8	0,2	2,89
Словенія	7,4	30,6	20,6	32,5	7,0	0,0	1,5	0,4	3,01
Угорщина	8,6	25,9	23,6	28,5	11,7	0,3	1,4	0,1	3,09
Україна	6,8	17,6	23,1	29,6	17,4	0,0	5,4	0,0	3,35
Фінляндія	17,6	29,0	18,5	23,9	9,3	0,0	1,3	0,2	2,78
Франція	27,7	22,3	14,3	25,6	9,7	0,0	0,4	0,0	2,67
Чеська Республіка	17,4	24,7	21,8	23,8	8,0	0,0	4,4	0,0	2,80
Швейцарія	10,4	31,1	11,9	36,0	9,0	0,0	1,7	0,0	3,02
Швеція	16,7	38,7	16,5	23,3	2,9	0,0	1,7	0,2	2,56

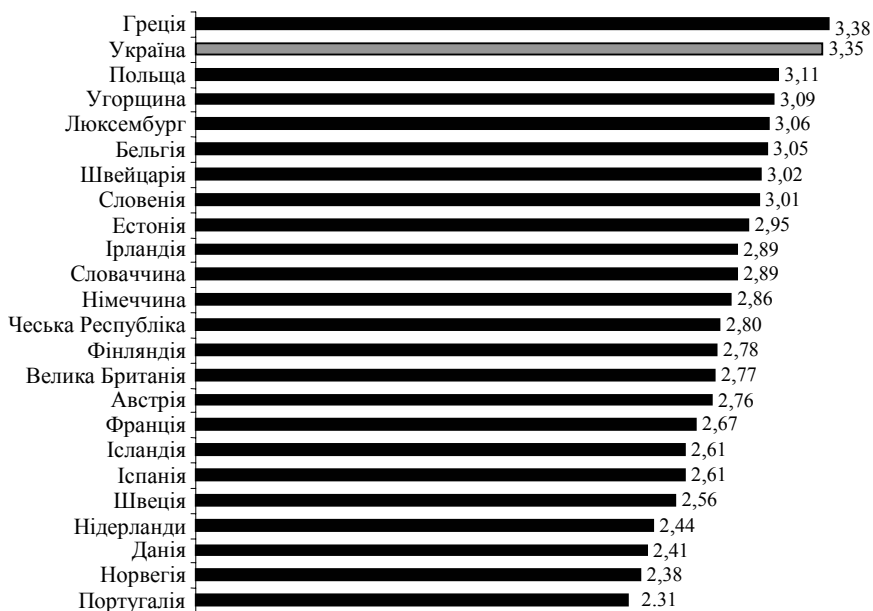


Рис. 3.1. Ставлення громадян європейських країн до судження «Якщо хочеш «робити» гроші, неможливо завжди поводитися чесно»
Середній бал (1 — зовсім не погоджуюся, 5 — цілком погоджуюся)

Як виявилося, для українського суспільства з усіх національних суспільств це судження є найближчим: індекс дорівнює 3,35 бали. Подібно до українців думають греки (3,38). Така сама схильність, тільки дещо слабша, притаманна мешканцям Польщі (3,11), Угорщини (3,09), Люксембургу (3,09), Бельгії (3,05 бала), Швейцарії (3,02) та Словенії (3,01). Тоді як найбільшою мірою незгоду з цим судженням продемонстрували жителі Португалії (2,31 бала), Норвегії (2,38 бала), Данії (2,41 бала), Нідерландів (2,44 бала). У ринковому суспільстві, до якого адаптується українське населення, досить високо шанується підприємництво, вміння робити гроші. Однак серед українців мати гроші безвідносно від ціни та джерела збагачення є свідченням успіху в житті і моральної пристосованості індивіда, критерієм його моральності.

Із судженням «потрібно завжди суворо дотримуватися закону, навіть якщо таким чином втрачаєш вигідні можливості» населення України також загалом погоджується — це судження набрало серед українців 3,66 бала. Однак цього разу Україна не є білою вороною серед європейських країн (див. табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Розподіл відповідей громадян європейських країн на запитання «Якою мірою ви погоджуєтеся або не погоджуєтеся з тим, що потрібно завжди суворо затримуватися закону, навіть через це втрачаєш вигідні можливості?»

Країна Європи	Зовсім не погоджуюся	Не погоджуюся	Важко сказати	Погоджуюся	Цілком погоджуюся	Відмова	Не знаю	Немає відповіді	Середній бал
	1	2	3	4	5				
Австрія	2,8	14,2	30,1	36,5	12,0	0,0	4,4	0,0	3,42
Бельгія	3,5	21,2	27,4	36,1	11,0	0,2	0,6	0,0	3,30
Велика Британія	1,2	10,5	20,6	52,8	14,1	0,0	0,8	0,0	3,69
Греція	0,9	6,0	18,2	52,9	19,3	0,0	2,7	0,0	3,86
Данія	1,1	10,8	18,1	47,7	20,6	0,0	1,1	0,5	3,77
Естонія	1,1	9,6	22,3	51,6	11,4	0,0	4,0	0,1	3,65
Ірландія	0,8	10,8	13,0	63,0	11,2	0,0	0,5	0,6	3,74
Ісландія	1,6	11,2	21,1	49,2	13,5	0,0	1,9	1,6	3,64
Іспанія	2,3	10,0	21,4	52,6	11,0	0,9	1,8	0,0	3,62
Люксембург	3,2	11,4	18,6	48,6	17,2	0,0	1,0	0,0	3,66
Нідерланди	1,7	21,9	32,2	38,3	5,1	0,1	0,8	0,0	3,24
Німеччина	1,0	8,5	24,7	52,9	11,6	0,2	1,1	0,0	3,66
Норвегія	1,2	7,4	16,5	59,3	15,3	0,1	0,2	0,0	3,80
Польща	1,1	8,7	22,1	50,7	15,4	0,0	2,0	0,1	3,72
Португалія	1,2	6,2	21,0	49,5	20,2	0,1	1,6	0,3	3,83
Словаччина	0,7	12,3	28,0	46,8	8,3	0,0	3,7	0,3	3,52
Словенія	1,7	14,0	30,8	42,3	8,8	0,0	1,9	0,4	3,43
Угорщина	1,4	9,3	21,9	45,4	20,2	0,4	1,1	0,3	3,75
Україна	1,7	9,7	28,9	33,7	21,5	0,0	4,3	0,0	3,66
Фінляндія	1,4	9,4	19,3	43,1	25,9	0,0	0,6	0,2	3,83
Франція	2,8	11,1	16,3	39,1	30,3	0,0	0,4	0,0	3,83
Чеська Республіка	3,1	8,1	22,0	38,6	24,6	0,0	3,7	0,0	3,76
Швейцарія	1,1	13,3	21,9	49,9	13,2	0,0	0,6	0,0	3,61
Швеція	1,1	10,2	24,6	48,7	14,0	0,1	1,2	0,2	3,65

Треба зазначити, що всі країни переважно погоджуються із судженням про принципове дотримання закону. Однак скажімо, у Бельгії і Нідерландах велика частина населення (близько чверті) не погоджується з цим твердженням. Цікавим є те, що цього разу серед греків також найбільше тих, хто погоджується з цим судженням. Хоча попереднє і це судження певною мірою є полярними. Очевидно, амбівалентна свідомість (поєднання несумісних цінностей) притаманна не тільки українцям.

У 90-ті роки ХХ століття в українському суспільстві помітно зріс рівень соціального цинізму як ненормативної реакції на аномію, тим часом як показник авторитаризму (нормативна реакція) залишився практично незмінний. Причиною цих зрушень у масовій свідомості українців є процес аномічної деморалізованості, який спричинив послідовне руйнування моральних засад регуляції поведінки. Це була своєрідна запобіжна реакція для суспільства, якому в умовах тривалої соціально-економічної кризи загрожують системні нормативні реакції, пов'язані з реставрацією тоталітарної системи або ж із пошуком тоталітарного лідера, здатного відновити соціальний устрій «залізною рукою». Поширення соціального цинізму у цьому сенсі можна розглядати як антиреставраційну і, по-своєму, антиавторитарну тенденцію. Заперечення традиційних моральних підвалин, притаманне циніку, якоюсь мірою забезпечує його від політичного месіанства та від наївної віри у прості рецепти відновлення соціального ладу¹⁴⁸.

Суперечливе судження «іноді є цілком припустимим нехтувати законом та робити, що хочеш» європейськими суспільствами загалом не приймають (див. рис. 3.3).

Серед українців домінує незгода із цим судженням — 2,43 бала. Найбільше незгодних серед громадян Франції (2,30 бала) і Португалії (2,31 бала). Знову таки вирізняються Бельгія та Нідерланди: близько третини населення у цих країнах погоджуються з таким твердженням.

¹⁴⁸ Головаха Є. Феномен «аморальної більшості» в українському суспільстві: пост-радянська трансформація масових уявлень про норми соціальної поведінки // Україна-2002. Моніторинг соціальних змін. — К.: ІС НАНУ, 2002. — С. 462.

Таблиця 3.3

Розподіл відповідей громадян європейських країн на запитання «Якою мірою ви погоджуєтеся або не погоджуєтеся з тим, що іноді є цілком припустимим нехтувати законом та робити, що хочеш?»

Країна Європи	Зовсім не погоджуюся	Не погоджуюся	Важко сказати	Погоджуюся	Цілком погоджуюся	Відмова	Не знаю	Немає відповіді	Середній бал
	1	2	3	4	5				
Австрія	13,8	28,5	24,8	24,4	3,8	0,0	4,6	0,0	2,75
Бельгія	11,3	29,5	22,9	31,3	4,1	0,2	0,6	0,0	2,87
Велика Британія	14,3	51,1	18,2	14,7	1,2	0,0	0,5	0,0	2,37
Греція	16,0	44,2	22,5	12,0	2,5	0,0	2,7	0,0	2,39
Данія	16,4	41,8	17,1	21,0	2,0	0,0	0,9	0,6	2,50
Естонія	9,2	40,0	25,7	18,8	1,3	0,0	5,0	0,1	2,61
Ірландія	9,4	60,8	11,5	15,8	1,4	0,0	0,5	0,6	2,38
Ісландія	13,3	52,3	15,5	15,0	0,5	0,0	1,7	1,6	2,35
Іспанія	14,6	45,2	18,7	17,8	1,6	0,4	1,6	0,0	2,45
Люксембург	14,6	38,2	20,3	21,2	3,9	0,0	1,9	0,0	2,61
Нідерланди	5,2	36,2	24,5	31,3	2,1	0,1	0,6	0,0	2,89
Німеччина	11,1	44,4	23,4	18,3	1,5	0,2	1,1	0,0	2,54
Норвегія	15,3	49,7	17,6	16,3	0,9	0,1	0,1	0,0	2,38
Польща	8,9	39,0	22,8	22,4	3,1	0,0	3,8	0,1	2,71
Португалія	18,8	42,3	24,6	10,5	1,0	0,0	2,3	0,5	2,31
Словаччина	7,4	46,2	26,8	14,6	1,0	0,0	3,8	0,3	2,54
Словенія	10,5	41,7	26,9	14,4	3,2	0,0	2,7	0,6	2,56
Угорщина	18,0	39,9	23,2	14,7	3,3	0,0	0,9	0,1	2,45
Україна	17,5	37,6	23,8	11,9	3,5	0,0	5,8	0,0	2,43
Фінляндія	20,8	42,1	17,1	16,2	2,7	0,0	0,8	0,2	2,37
Франція	29,6	34,0	16,2	16,8	3,3	0,0	0,2	0,0	2,30
Чеська Республіка	21,9	28,1	26,9	15,2	3,3	0,0	4,6	0,0	2,48
Швейцарія	10,3	42,4	18,3	26,7	1,7	0,0	0,7	0,0	2,67
Швеція	16,4	44,8	18,7	18,1	1,1	0,1	0,6	0,2	2,42

Концептуальною основою і стрижнем образу підприємця є модель підприємництва — логічно впорядковані уявлення людей про його сутність, соціально-економічну роль і спрямованість. Від того, яка модель — нормативна чи реальна — закладена в основу конструювання образу підприємця, залежить і самий його зміст, адекватність чи неадекватність підприємницькій практиці. У цивілізованому суспільстві соціальні норми виступають як моделі діяльності з реалізації потреб та інтересів. Окрема людина, опановуючи під час соціалізації нормативні уявлення про потреби, перетворюється на суспільну істоту, здатну виконувати необхідні для підтримки життя ролі.

Цивілізованим підприємництвом можна назвати той інститут, який є насамперед соціально ефективним. «Незалежно від цілей і мотивів його суб'єктів воно слугує підвищенню соціального рівня життя суспільства. Підставою для такого висновку є такі моменти: по-перше, що економічно продуктивніше підприємництво, то більше можливості і шансів у всього суспільства користуватися тією чи іншою мірою отриманими ним благами; по-друге, мета — отримання прибутку не виключає за певних умов соціального благодійництва бізнесу у формі об'єктивних (незапрограмованих) суспільних його результатів; по-третє, прагматична мотивація підприємницької діяльності може сполучатися з іншою, непрагматичною, поява якої в системі життєдіяльності особистості підприємця дедалі більше стає закономірною умовою підвищення соціальної якості життя; по-четверте, вплив соціального життя людей на ефективність бізнесу в сучасних умовах настільки помітний, що більшість підприємців не можуть не усвідомлювати цього і не брати участі в розробці й реалізації соціальних програм»¹⁴⁹.

Оцінку взаємовідносин в економіці, а саме оцінку її соціальної ефективності, прояснює ступінь згоди чи незгоди українських та європейських громадян із такими твердженнями про ставлення людей до того, що нині відбувається в економіці. Переважна кількість європейських суспільств погоджується із твердженням «у наш час бізнес зацікавлений тільки у прибутках і не зацікавлений у поліпшенні якості або обслуговування покупців» (див. табл. 3.4 та рис. 3.2).

¹⁴⁹ Сушменко Е. И., Арсеев А. Г. Социально-исторический тип современного украинского предпринимателя: императивы цивилизованности и удручающие реалии // Предприниматель Украины: эскизы к социальному портрету / Отв. ред. В. М. Ворона, Е. И. Сушменко. — К.: ИС НАНУ, 1995. — С. 96.

Таблиця 3.4

Розподіл відповідей громадян європейських країн на запитання «Якою мірою ви погоджуєтеся з тим, що у наш час бізнес зацікавлений тільки у прибутках і не зацікавлений у поліпшенні якості або обслуговування покупців?»

Країна Європи	Зовсім не погоджуюся	Не погоджуюся	Важко сказати	Погоджуюся	Цілком погоджуюся	Відмова	Не знаю	Немає відповіді	Середній бал
	1	2	3	4	5				
Австрія	2,3	13,9	22,7	37,8	17,3	0,0	6,0	0,0	3,57
Бельгія	1,9	16,5	16,8	39,4	24,5	0,0	1,0	0,0	3,69
Велика Британія	1,1	13,0	19,6	47,0	18,6	0,0	0,7	0,0	3,70
Греція	0,4	5,7	11,2	37,4	41,9	0,0	3,4	0,0	4,19
Данія	3,9	28,0	25,6	28,6	9,8	0,0	3,3	0,8	3,13
Естонія	0,9	20,2	20,9	36,5	13,6	0,0	7,8	0,2	3,45
Ірландія	1,3	16,5	14,6	48,1	17,3	0,0	1,4	0,7	3,65
Ісландія	2,1	23,7	23,3	38,0	9,2	0,0	2,4	1,4	3,30
Іспанія	1,8	12,6	13,4	41,7	27,2	0,1	3,3	0,0	3,83
Люксембург	2,6	18,6	16,5	39,6	18,7	0,0	3,9	0,0	3,55
Нідерланди	1,5	21,7	21,5	40,7	13,0	0,0	1,6	0,0	3,43
Німеччина	1,4	13,9	23,1	43,3	15,5	0,0	2,7	0,0	3,59
Норвегія	2,2	19,2	24,8	41,8	11,3	0,1	0,6	0,0	3,41
Польща	1,0	12,4	14,4	46,5	22,7	0,0	2,9	0,1	3,80
Португалія	0,7	3,6	11,9	51,1	30,3	0,0	2,2	0,2	4,10
Словаччина	0,8	11,9	18,8	47,9	15,9	0,0	4,6	0,1	3,69
Словенія	1,8	15,0	19,8	41,7	16,6	0,0	4,4	0,5	3,59
Угорщина	0,9	10,2	18,6	41,8	26,2	0,0	2,2	0,1	3,84
Україна	1,4	10,5	16,3	32,8	33,7	0,0	5,2	0,0	3,92
Фінляндія	1,9	20,2	22,7	36,4	17,1	0,1	1,3	0,2	3,47
Франція	2,7	12,2	13,3	34,3	36,9	0,0	0,6	0,0	3,91
Чеська Республіка	2,4	11,3	16,3	42,1	21,5	0,0	6,4	0,0	3,74
Швейцарія	1,6	14,7	19,9	48,9	14,1	0,0	0,8	0,0	3,60
Швеція	2,8	16,0	24,6	43,5	11,0	0,0	1,8	0,3	3,45

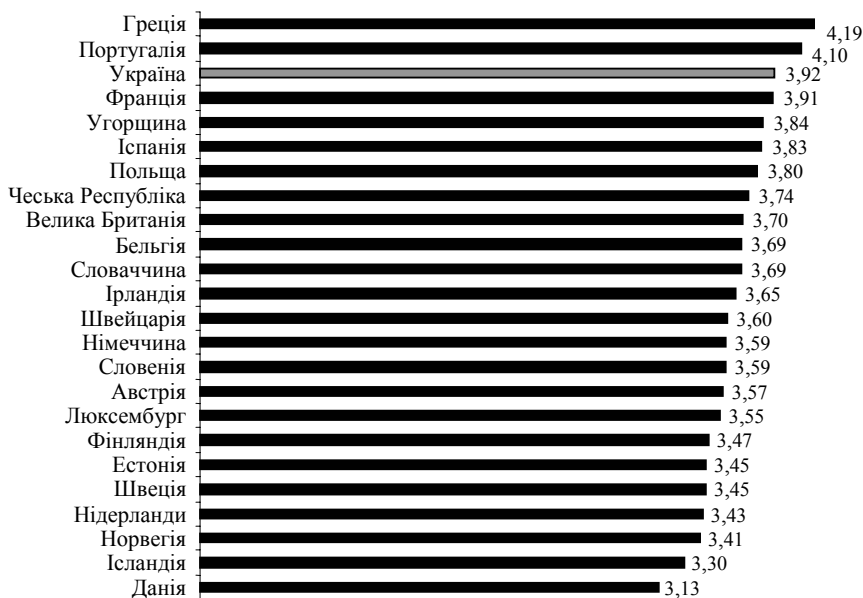


Рис. 3.2. Ставлення громадян європейських країн до судження «у наш час бізнес зацікавлений тільки у прибутках і не зацікавлений у поліпшенні якості або обслуговування покупців?»
Середній бал (1 — зовсім не погоджуюся, 5 — цілком погоджуюся)

Українці найбільшою мірою згодні з цим судженням — 3,92 бала. Більше ніж українців погоджуються з цим твердженням греків (4,19 бала) і португальців (4,10 бала). Тоді як данці, ісландці, норвежці, шведи, голландці, естонці та фіни найбільше схильні до невизначеності. Схоже, що у скандинавських країнах, де фіксується найвищий рівень життя, спостерігається найбільша з усіх європейських країн довіра до свого бізнесу. Однак оцінка, яка домінує не тільки в українському суспільстві, а й у розвинених суспільствах, свідчить про недостатню соціальну ефективність бізнесу. Іншими словами, щоб сучасний бізнес набув соціальної легітимності як інститут, що є соціально ефективним, потрібно посилювати його соціальну відповідальність і залучати до виконання соціально-гуманістичної ролі. І тільки коли бізнес виконуватиме свою найважливішу соціальну роль, можна казати про цивілізоване підприємництво.

У тому, що в основі цивілізованого підприємництва лежить збалансованість його економічних і соціальних ролей, близьких,

безпосередніх і довгострокових, опосередкованих інтересів, важливу роль відіграє справедлива цінова політика, яку провадять підприємці. Однак дослідження показує, що в усіх європейських суспільствах цінова політика, яку диктують великі фірми, вважається несоціальною і такою, що заснована на домовленостях економічного зиску (див. табл. 3.5).

Таблиця 3.5

Розподіл відповідей громадян європейських країн на запитання «Якою мірою ви погоджуєтеся з тим, що у наш час великі фірми домовляються між собою, аби тримати ціни невиправдано високими?»

Країна Європи	Зовсім не погоджуюся	Не погоджуюся	Важко сказати	Погоджуюся	Цілком погоджуюся	Відмова	Не знаю	Немає відповіді	Середній бал
	1	2	3	4	5				
Австрія	1,8	10,0	19,8	44,4	16,0	0,0	7,9	0,0	3,68
Бельгія	1,6	13,6	16,2	44,9	20,6	0,0	3,1	0,0	3,72
Велика Британія	0,3	12,8	22,7	49,6	12,6	0,0	1,9	0,0	3,63
Греція	0,4	4,1	9,2	40,8	42,1	0,0	3,4	0,0	4,24
Данія	0,9	10,8	18,3	51,0	12,9	0,0	5,4	0,7	3,68
Естонія	0,4	11,2	16,8	44,4	14,9	0,0	12,2	0,1	3,71
Ірландія	0,8	11,9	13,1	50,3	19,3	0,0	3,8	0,8	3,79
Ісландія	1,0	7,3	16,9	55,3	15,4	0,0	2,8	1,4	3,80
Іспанія	2,1	9,2	8,5	44,9	26,2	0,7	8,4	0,0	3,92
Люксембург	1,6	12,6	13,5	45,7	18,5	0,0	8,2	0,0	3,73
Нідерланди	1,1	17,0	18,5	50,3	9,8	0,0	3,3	0,0	3,52
Німеччина	1,4	8,5	16,2	52,8	17,3	0,0	3,7	0,0	3,79
Норвегія	1,2	16,4	29,9	45,8	5,7	0,1	1,0	0,0	3,39
Польща	0,6	7,0	16,0	49,5	18,2	0,0	8,6	0,1	3,85
Португалія	0,6	5,3	16,8	44,7	25,2	0,1	7,0	0,3	3,96
Словаччина	0,6	9,3	20,4	48,1	12,4	0,0	8,9	0,2	3,69
Словенія	1,0	11,2	22,0	45,7	11,6	0,0	7,9	0,6	3,61

Країна Європи	Зовсім не погоджуюся	Не погоджуюся	Важко сказати	Погоджуюся	Цілком погоджуюся	Відмова	Не знаю	Немає відповіді	Середній бал
	1	2	3	4	5				
Угорщина	1,5	12,4	16,8	38,2	22,5	0,2	8,3	0,1	3,74
Україна	2,0	5,9	16,1	34,8	33,1	0,0	8,1	0,0	3,99
Фінляндія	0,9	12,3	28,9	39,4	15,5	0,0	2,6	0,2	3,58
Франція	2,6	8,5	11,8	38,5	37,2	0,0	1,4	0,0	4,01
Чеська Республіка	1,7	8,7	16,7	41,3	23,4	0,0	8,3	0,0	3,83
Швейцарія	1,1	10,1	16,2	53,9	15,2	0,0	3,6	0,0	3,75
Швеція	1,3	10,8	20,7	53,4	8,9	0,0	4,6	0,2	3,61

Судження «у наш час великі фірми домовляються між собою, щоб тримати ціни не виправдано високими» серед українців, порівняно з європейськими націями, знайшло чи не найбільшу підтримку — 3,99 бала. Більша підтримка судження, ніж в українців, простежується лише серед греків (4,24 бала) і французів (4,01 бала). Як і в попередньому разі, населення скандинавських країн менше категоричні у своїй згоді стосовно не виправданої цінової політики.

Відомо, що споживання — це процес задоволення людьми своїх потреб через використання відповідних засобів. У масштабах суспільства споживання реалізує функції відтворення людини як носія соціальних відносин, стимулювання суспільного виробництва, виведення із суспільного обігу певної частки матеріального багатства. Тому оцінка споживання є важливим показником соціальної рефлексії суспільства на рівень соціальної ефективності підприємництва як джерела товарів і послуг. Аналіз ставлення мешканців Європи до судження «у наші дні покупці та споживачі мають більше можливостей для захисту своїх інтересів» дав змогу виявити той факт, що лише мешканці Швеції, Угорщини та України схильні не погоджуватися з цим (див. табл. 3.6). Натомість решта націй схильні погоджуватися з цим твердженням.

Таблиця 3.6

Розподіл відповідей громадян європейських країн на запитання «Якою мірою ви погоджуєтеся з тим, що у наш час великі фірми домовляються між собою, щоб тримати ціни невинновдвано високими?»

Країна Європи	Зовсім не погоджуюся	Не погоджуюся	Важко сказати	Погоджуюся	Цілком погоджуюся	Відмова	Не знаю	Немає відповіді	Середній бал
	1	2	3	4	5				
Австрія	2,7	10,9	25,5	44,0	9,3	0,1	7,5	0,0	3,50
Бельгія	1,9	11,1	15,7	57,5	12,3	0,0	1,5	0,0	3,68
Велика Британія	0,5	12,7	21,8	59,2	4,2	0,0	1,7	0,0	3,55
Греція	3,3	8,6	24,7	38,6	20,6	0,0	4,2	0,0	3,68
Данія	1,2	12,6	21,7	53,8	4,6	0,0	5,4	0,8	3,51
Естонія	3,9	23,1	22,8	32,3	5,6	0,0	12,2	0,1	3,14
Ірландія	2,1	11,4	14,1	59,5	9,3	0,0	2,9	0,8	3,65
Ісландія	2,4	23,7	19,5	47,5	2,8	0,0	2,8	1,4	3,26
Іспанія	2,6	11,2	14,7	53,5	13,7	0,3	4,1	0,0	3,67
Люксембург	2,1	15,4	17,7	46,9	11,6	0,0	6,2	0,0	3,54
Нідерланди	0,5	7,5	11,4	70,4	9,0	0,0	1,2	0,0	3,81
Німеччина	3,0	16,5	28,5	45,0	3,4	0,0	3,5	0,0	3,30
Норвегія	0,8	10,1	23,1	62,2	2,8	0,1	1,0	0,0	3,57
Польща	4,2	18,5	24,3	39,5	5,8	0,0	7,6	0,1	3,26
Португалія	6,2	11,8	21,8	40,5	12,9	0,1	6,3	0,3	3,45
Словаччина	1,8	22,6	29,5	34,4	2,7	0,0	8,7	0,3	3,15
Словенія	1,9	13,4	23,3	46,9	6,4	0,0	7,4	0,6	3,46
Угорщина	13,2	36,6	24,9	16,7	3,0	0,2	5,1	0,3	2,57
Україна	14,8	22,1	26,3	21,3	8,0	0,0	7,4	0,0	2,85
Фінляндія	1,7	12,2	23,7	50,9	9,4	0,0	1,8	0,2	3,55
Франція	4,1	16,1	14,0	48,3	16,9	0,0	0,7	0,0	3,58
Чеська Республіка	6,3	18,1	24,5	35,7	8,1	0,0	7,2	0,0	3,23
Швейцарія	1,1	11,4	20,1	58,9	6,0	0,0	2,6	0,0	3,59
Швеція	2,7	54,3	28,6	10,1	0,6	0,0	3,5	0,3	2,50

Таким чином, крос-культурний аналіз нормативної саморегуляції та соціальної ефективності підприємництва у масовій свідомості двадцяти чотирьох європейських націй дав змогу виявити реальне місце соціальних норм українців у європейській цивілізації. Українцям, порівняно з усіма націями, які брали участь у дослідженні, найбільшою мірою притаманна оцінка неможливості чесним та соціально ефективним шляхом вести підприємницьку діяльність. Натомість оцінка українцями судження про верховенство правової доцільності над економічною хоча є низькою, але середньоевропейською. Оптимістичним є той факт фіксації високого індексу незгоди населення України із судженням, що іноді є цілком припустимим нехтувати законом та робити, що забажаєш. Українські громадяни є одними з тих, хто найбільше не довіряє цінovій політиці великих фірм та не згоден з твердженням, що в наші дні покупці та споживачі мають більше можливостей для захисту своїх інтересів.

3.2. Соціально-цивілізаційні перспективи розвитку підприємництва: думка експертів

Підприємець виступає як представник певного класу, як уособлення певного виду економічної діяльності чи господарського устрою, як функціонер і носій певних соціальних ролей і одночасно як особистість із усіма її вадами і чеснотами. У господарському і громадському житті України підприємець став помітною фігурою. Рівень повсякденної свідомості виявляє його або як рятівника від економічного хаосу і провісника майбутнього порядку і статків, або як грабіжника і нувориша, що лише збільшує убогість і розвал країни. Оцінюючи з цього погляду вітчизняне підприємництво слід, мабуть, з'ясувати, до якого типу може належати українське підприємництво (чи, щонайменше, до якого з них воно еволюціонує).

Типологізація підприємництва припускає, безумовно, безліч основ чи вихідних принципів. Однак для виявлення різноманітних типів підприємництва і їхніх суб'єктів, головним чином, аналізується їхня соціально-економічна роль у суспільстві. Ця роль еволюціонувала від первинного нагромадження капіталу, інвестування й організації виробництва до створення в єдиній особі висококваліфікованого працівника і платоспроможного споживача. Посилення втручання держави в регулювання підприємниць-

кої діяльності, з одного боку, а з другого — змушена участь бізнесу в реалізації соціальних програм, призвела до виникнення й розвитку доктрини соціальної відповідальності підприємництва. У рамках цієї концепції традиційному підприємцю-визискувачу протиставляється образ цивілізованого підприємця-благодійника. Виникають у зв'язку з цим дві моделі підприємницької діяльності, що характеризують рівень її соціально-історичної зрілості (чи розвиненості) — *економічна й соціально-економічна* [79].

Економічна модель підприємництва, на думку Є. Суїменка та А. Арсеєнка, бере за основу розвиток виробництва, експлуатацію ресурсів, індивідуальні інтереси, мінімізацію ролі уряду в бізнесі і розглядає останній як закриту систему. Своїми коренями вона сягає кальвіністської, чи протестантської, етики, що виходить із примату ідеології вільного підприємництва й максимізації прибутку на основі функціонування бізнесу. Переважно ця модель панувала до середини XX століття¹⁵⁰.

Соціально-економічна модель, на відміну від економічної, як наголошують Є. Суїменко і А. Арсеєнко, робить особливий наголос на якості трудового життя, консервації ресурсів, суспільних інтересів, активному залученні держави у розв'язанні соціальних проблем і розглядає бізнес як відкриту систему. Генетично вона пов'язана з іудейсько-християнською етикою підприємництва, яка ґрунтується на визнанні того, що ділова організація не може обмежуватися вирішенням суто економічних завдань і має відігравати в суспільстві велику соціальну роль, зокрема у підвищенні рівня життя. Економічна модель відображає «жорсткий» бік капіталістичного суспільства і відповідає періоду його формування, фазам інтенсивного розвитку й зростання. Економічне підприємництво створює конкурентне середовище, перетворює незалежного дрібного власника на найманого робітника і, найважливіше, накопичує капітал з наступними продуктивними інвестиціями. Соціально-економічна модель відповідає стабільним фазам функціонування капіталізму, особливо його розвиненому ступеню — постіндустріальному суспільству — і припускає послідовність таких чинників, як «соціальний обов'язок», «соціальна відповідальність» та «соціальна чутливість». «Соціальний обов'язок» є першим ступенем корпоративної поведінки, властивим компаніям, що орієнтовані на задоволення інтересів своїх акціонерів. «Соціаль-

¹⁵⁰ Суїменко Е. И., Арсеєнко А. Г. Социально-исторический тип современного украинского предпринимателя: императивы цивилизованности и удручающие реалии // Предприниматель Украины: эскизы к социальному портрету / Отв. ред. В. М. Ворона, Е. И. Суїменко. — К.: ИС НАНУ, 1995. — С. 94.

на відповідальність» (другий ступінь у створенні й підтримці корпоративної поведінки, що враховує інтереси своєї клієнттури і партнерів по бізнесу. Для «соціальної чутливості» як третього ступеня такої поведінки характерний цілеспрямований розгалужений вплив діяльності корпорацій на суспільство загалом¹⁵¹.

Примітно, що між економічним і соціально-економічним підприємництвом немає чітких хронологічних меж. У процесі суспільної еволюції економічний тип підприємництва поступається місцем соціально-економічному, але тільки-но останній починає давати перебої, й економіка наштовхується на державно-монополістичні перешкоди, економічна модель знову владно заявляє про себе. «У зв'язку з цим у сучасній теорії і практиці бізнесу до вирішення завдання його оптимізації простежується два протидіючих підходи — неокласичний і сучасний (модерністський). Прихильники першого не визнають за функціями великого бізнесу соціальної відповідальності і, тим більше, чутливості. Прихильники другого ставлять йому в «обов'язок» принципи альтруїзму й гуманності»¹⁵².

Внаслідок глобальних інтеграційних процесів і посилення залежності виробничої діяльності людей від рівня їх соціального й культурного життя, в останні десятиліття, як показують дослідження західних соціологів, зростає зацікавленість корпорацій у здійсненні суспільних проектів і програм у рамках теорії соціальної відповідальності бізнесу. Така політика одержує дедалі більшу підтримку в ділових колах і суспільстві, попри те, що широкі залучення корпорацій у соціальну діяльність продиктовано насамперед усвідомленням перспективних інтересів підприємців-власників, а не благодійними мотивами¹⁵³.

Характеризуючи сутність і складові цивілізованого підприємництва, Дж. Криспо заявляв, що сучасна корпорація має бути чесним роботодавцем і справедливим підприємцем, вести справи зі своїми постачальниками розсудливо, забезпечувати своїх споживачів надійними товарами і послугами за конкурентними цінами, сплачувати свою частку податків і виявляти увагу до потреб спільноти, у якій корпорація здійснює свою діяльність. Сутнісний каркас цивілізованого підприємництва вибудований автором досить переконливо: функції бізнесмена як роботодавця, підприємця, партнера, платника податків, громадянина і філантропа за правовими, етичними та соціальними мірками справді отримують еталонне значення. Однак, на думку Є. Суїменка і

¹⁵¹ Там само. — С. 94—95.

¹⁵² Там само. — С. 95.

¹⁵³ Там само. — С. 95—96.

А. Арсеєнка, мультипліційний характер складових ознак цивілізованого підприємництва, що були запропоновані Дж. Криспом, ускладнює процедуру оцінки цього інституту. За характером окремих ознак важко скласти загальну картину конкретного стану підприємницької діяльності і, тим більше, порівняти її з будь-яким іншим станом, не кажучи вже про визначення ступеня її цивілізованості. Тому є важливим знайти інтегральні ознаки-критерії цивілізованого підприємництва, що дали б змогу у кожному конкретному випадку визначити цей ступінь на основі єдиного метричного підходу. Такі ознаки-критерії потрібно шукати в двох площинах — соціально-економічній і соціокультурній¹⁵⁴.

Є. Суїменко та А. Арсеєнко звертають увагу на те, що у технології підприємництва є два вузли, які найбільшою мірою концентрують у собі його цивілізаційні ознаки соціально-економічної площини. На вході таким соціально-технологічним вузлом є договірні відносини, відносини контрагентів — роботодавця і найманого робітника. Оскільки в цивілізованому буржуазному суспільстві соціальним інститутом, що репрезентує інтереси найманих робітників, є профспілкova організація, відносини підприємця з останньою характеризують рівень його цивілізованості. Противагою сильному капіталу в цивілізованому суспільстві є сильні профспілки. Саме зацікавленість підприємців у співробітництві з профспілками, прагнення додати взаєминам з найманими робітниками характер ділового партнерства, бажання й здатність йти на загальноприйнятні компроміси, попереджати трудові конфлікти і, нарешті, турбота про відтворення найманих робітників як професіоналів, що вдосконалюються, і платоспроможних покупців-споживачів (такі конкретні індикатори високого рівня ділового партнерства основних контрагентів економіки і виробництва — підприємців (корпорацій) і найманих робітників (профспілок). На виході соціально-технологічного ланцюжка підприємництва другим її вузлом, що концентрує в собі ознаки цивілізованості, є соціально орієнтована інвестиційна політика корпорацій чи незалежних підприємців. Мова йде про забезпечення професійної підготовки та перепідготовки безробітних, медичної допомоги нужденним, запобігання деградації і відновлення екологічного середовища, підтримку комунальних філантропічних програм¹⁵⁵. Тому високий рівень ділового партнерства і соціально спрямовані інвестиції як інтегральні критерії підприємницької дія-

¹⁵⁴ Там само. — С. 97.

¹⁵⁵ Там само. — С. 97—98.

льності взаємодоповнюють одне одного, разом з тим обмежуючи свої дії соціально-економічною сферою бізнесу.

Показниками цивілізованості у соціокультурній площині виступають: насамперед легітимний характер підприємницької діяльності; механізм державно-правового регулювання цієї діяльності; функціональна роль у бізнесі морально-етичної регуляції взаємин партнерів і контрагентів; домінанта духовних (релігійних, моральних, художньо-естетичних, політичних) цінностей у дозвіллевій діяльності і стилі життя підприємця.

Є. Суїменко і А. Арсєнко визначають цивілізоване підприємництво як продукт тривалої і складної еволюції приватновласницьких суспільств, у яких економічне життя активно взаємодіяло з державно-політичними структурами, ідеологічними доктринами, культурно-етнічними традиціями і природними ресурсами. Крім таких «технологічних» питань, як упроваджувати капіталізм, з чого починати — з шокової терапії і абсолютної лібералізації ринку чи з поступової та повільної ін'єкції в державну економіку вільної підприємницької активності, постали питання принципового порядку: чи приймає посткомуністичне суспільство дух капіталізму, чи здатне воно перевтілитися у демократичне суспільство¹⁵⁶.

Відповіді на них можна простежити, залучивши і порівнявши дослідження, що були проведені українськими соціологами на початку 1990-х років, та сучасне експертне опитування. Це дасть змогу певною мірою оцінити сучасну ситуацію у сфері українського підприємництва і ступінь його відповідності критеріям цивілізованості.

Першим таким інтегральним критерієм є оцінка експертами *стану та перспектив розвитку українського бізнесу за його культурними (цивілізаційними) параметрами*. Рівень легітимності підприємницької діяльності на початку 1990-х років — як ознака її загальноцивілізованого характеру — залишала сподіватися на краще. На запитання анкети «Чи можна сьогодні досягти успіху в приватному бізнесі, не порушуючи чинного законодавства?» тільки 6,2 % опитаних підприємців дали категорично позитивну відповідь, а 54 % — категорично негативну. Таким чином, незалежно від характеру бізнесу, переважна частина підприємців фактично визнавала нелегітимність своєї діяльності, а отже, і напівкримінальний характер персоніфікованого ними капіталу¹⁵⁷.

Отримані дані є показовими, оскільки існуючий соціально-історичний тип підприємця України уособлював собою насамперед

¹⁵⁶ Там само. — С. 98.

¹⁵⁷ Там само. — С. 102.

нелегітимну економіку, що виникла на руїнах «нічийної» державної власності і стала здобиччю, з одного боку, пізньорадянських «тіньовиків»-бізнесменів, а з другого — корумпованих чиновників, учорашніх партократів. Між першими і другими склалися відносини «друзів — ворогів», що характеризувалися, з одного боку, взаємною ворожістю, що часто-густо приймала форму взаємного викриття, і вимушеною круговою порукою — з другого.

Однак соціологічне опитування експертів «Економічна культура населення України (думки й міркування експертів)»*, проведене 2005 року, вже засвідчило домінування серед експертів думки, що «за сучасних умов діловим людям (бізнесменам) доводиться вдаватися до нелегітимних методів вирішення своїх справ, але є всі підстави сподіватися на появу цивілізованих методів» — 67,6 % опитаних оцінили саме так стан та перспективу розвитку українського бізнесу за його культурними (цивілізаційними) параметрами (див. табл. 3.7).

Таблиця 3.7

Відповіді на запитання «Як би ви оцінили стан та перспективи розвитку українського бізнесу за його культурними (цивілізаційними) параметрами?», 2005 рік, N = 623

<i>Оцінка перспектив</i>	<i>%</i>
За сучасних умов діловим людям (бізнесменам) доводиться вдаватися до нелегітимних методів вирішення своїх справ, але є всі підстави сподіватися на появу цивілізованих методів	67,6
За сучасних умов діловим людям (бізнесменам) доводиться вдаватися до нелегітимних методів вирішення своїх справ, і сподіватися на появу «цивілізованого бізнесу» немає підстав	23,4
Правова й етична культура ведення ділових справ у нас загалом на належному рівні	3,2
Інше	1,9
Важко відповісти	3,9

* Дослідження здійснив відділ економічної соціології Інституту соціології НАН України у травні-червні 2005 року в рамках планової теми «Дослідження економічної культури сучасного суспільства». Було опитано 623 респонденти (експерти) в 11 областях України (Дніпропетровській, Донецькій, Запорізькій, Закарпатській, Кіровоградській, Луганській, Львівській, Одеській, Рівненській, Хмельницькій, Чернівецькій) та м. Києві. Експерти належали до однієї з шести категорій: керівник у державному і приватному секторах економіки, державний службовець центрального і регіонального рівнів, науковий співробітник у сфері економіки чи журналіст, викладач вищого навчального закладу із науковим ступенем доктора або кандидата економічних, соціологічних чи юридичних наук.

Тоді як, лише 23,4 % опитаних експертів вважають, що «за сучасних умов діловим людям (бізнесменам) доводиться вдаватися до нелегітимних методів вирішення своїх справ, і сподіватися на появу «цивілізованого бізнесу» не має підстав».

Другий інтегральний критерій цивілізованості — *соціально орієнтована інвестиційна політика підприємницьких структур* — виявляється на «виході» підприємницької діяльності і доповнює перший. За характером інвестицій можна судити про соціальну спрямованість підприємництва, рівень його цивілізованості. «Соціальна спрямованість бізнесу виявляється в інвестиційній діяльності у подвійний спосіб — опосередковано і безпосередньо. У першому випадку йдеться про широкомасштабні вкладання капіталу у виробництво товарів і послуг, що, крім прибутку інвесторам, приносить суспільству, в кінцевому рахунку, соціальні гаразди — збільшення кількості робочих місць чи підвищення заробітної плати, розширення державних соціальних програм на основі збільшення надходжень з податків, поліпшення якості товарів (послуг), збільшення їхнього обсягу тощо. У другому випадку йдеться про прямі інвестиції в реалізацію державних чи корпоративних соціальних програм. Подібні інвестиції є показником цивілізованості підприємництва»¹⁵⁸.

Ці дослідження початку 1990-х років красномовно свідчили про те, що імперативи цивілізованості бізнесу суспільство усвідомлювало і визнавало дуже помітною мірою¹⁵⁹. Інтерпретувати ці відповіді однозначно неможливо, оскільки вони можуть означати і як такі, що імпонують духові цивілізованості й водночас декларації, які ні до чого не зобов'язують, і як реальну готовність підприємців до доброчинності, соціальної чуйності за наявності сприятливих для цього умов і можливостей. Якщо врахувати ту обставину, що на запитання «Якій частині підприємців України властива здатність до доброчинності?» отримали такі відповіді: 12,1 % — жодному і 73 % — меншості, то були підстави тоді припускати більш ймовірною першу версію (щодо доброчинних декларацій). «Можливість «самоекстраполяції» у відповідях, коли не схильний до доброчинності опитуваний підприємець обдаровує цією властивістю інших, нічого не змінює у загальній картині негативного ставлення до доброчинності в нинішніх історичних умовах.

¹⁵⁸ Там само. — С. 100.

¹⁵⁹ Там само. — С. 101.

Зазначене опитування 2006 року також засвідчило домінування серед експертів думки щодо превалювання у середовищі українських підприємців власних споживацьких інтересів над інтересами виробництва. Дві третини (66,5 %) експертів вважають саме так, тоді як лише 23,6 % — що у середовищі українських підприємців інтереси інвестування виробництва превалюють на особистими споживацькими інтересами (див. табл. 3.8).

Таблиця 3.8

Відповіді на запитання «Які з нижче наведених взаємно протилежних тверджень ви вважаєте вірними?», 2005 рік, $n = 623$

Твердження	Відсотків
В середовищі українських підприємців інтереси інвестування виробництва превалюють на особистими споживацькими інтересами	23,6
В середовищі українських підприємців особисті споживацькі інтереси превалюють над інтересами виробництва	66,5
Важко відповісти	9,9

Внутрішня регуляція підприємницької діяльності, на відміну від нормативно-правової, яка виходить ззовні, здійснюється не тільки і не стільки за допомогою правових механізмів, скільки за допомогою ділової етики — найважливішого критерію цивілізованого бізнесу.

Стан ділової етики в підприємницькому середовищі на початку 1990-х років опитані оцінили по-різному: 18,2 % визнали цей стан як загалом позитивний, сприятливий для розвитку бізнесу, 44,5 % — як загалом негативний і такий, що перешкоджає підприємницькій діяльності; 37,3 % опитаних посіли нейтральну позицію. На запитання «Наскільки українським підприємцям, з якими Вам доводилося зустрічатися, властива чесність у справах?», 7,4 % відповіли — нікому; 61,2 % — меншості; 22 % — половині; 9,1 % — більшості; 0,3 % — усім. Близько 38 % опитаних однією з негативних сторін підприємницької діяльності вважали те, що «доводиться мати справу з нечесними людьми»¹⁶⁰.

Таким чином, образ підприємництва в Україні на початковій стадії свого формування суспільство сприймало досить неодно-

¹⁶⁰ Там само. — С. 103.

значно, якщо не негативно. Очевидно, що початкове нагромадження капіталу підприємцями, задоволення ними своїх особистих інтересів не сприяли накопиченню коштів для інвестування виробництва і науки.

В експертному опитуванні 2005 року на запитання: «Якою мірою сучасним підприємцям, що мають стосунки з людьми (клієнтами, покупцями, відвідувачами), притаманні такі риси...» до кожного варіанта рис пропонувалося таке віяло відповідей, застосовуючи номінальну шкалу:

- 1 — притаманна значною мірою;
- 2 — притаманна середньою мірою;
- 3 — притаманна незначною мірою або не притаманна зовсім;
- 4 — важко сказати.

У такому вигляді віяло відповідей є номінальною шкалою, яка дає змогу будувати розподіл за окремими градаціями відсотків (або частот) респондентів, що висловлюють той чи і той ступінь притаманності відповідних рис сучасним українським підприємцям. Через численність запропонованих рис порівнювати такі дані вочевидь незручно.

Варіант відповіді «важко сказати» цілком припустимо можна вважати як нейтральну позицію на шкалі ступеня притаманності певних рис сучасним підприємцям, оскільки у цьому разі немає значення, з яких причин респондент вагається відповісти. Важливо, що він не висловлює ані значного, ані незначного ступеня притаманності (за цим критерієм він на проміжній позиції). Тому ми перетворили номінальну шкалу на порядкову, де варіант «важко сказати» переміщений на третє місце із присвоєнням відповідного рангового значення. Перетворена шкала набула такого вигляду:

- 1 — притаманна значною мірою;
- 2 — притаманна середньою мірою;
- 3 — важко сказати;
- 4 — притаманна незначною мірою або не притаманна зовсім.

Таким чином, величина індексу, що характеризує рівень соціально-цивілізаційної перспективи підприємницької діяльності, варіює від 1 до 4 балів. Під час ознайомлення з даними, які відображають середні бали оцінки кожної риси, слід пам'ятати, що значення індексу, що не перевищує 2,0 бали, свідчитиме загалом про притаманність цієї риси підприємцям. Величина індексу, що перевищує 3,0 бали, свідчить загалом про нівелювання цієї риси серед підприємців. Таким чином, оцінка рис сучасних підприємців набула такого вигляду (див. табл. 3.9).

Таблиця 3.9

Відповіді на запитання «Якою мірою сучасним підприємцям, що мають стосунки з людьми (клієнтами, покупцями, відвідувачами), притаманні такі риси:...», 2005 рік, $n = 623$

<i>Риси</i>	Ступінь притаманності				
	Притаманна значною мірою	Притаманна середньою мірою	Важко сказати	Притаманна незначною мірою або не притаманна зовсім	<i>Середній бал</i>
Поважливе ставлення до людей, ввічливість	9,8	58,2	2,0	30,0	2,52
Обов'язковість, старанність, ретельність	8,5	54,7	3,3	33,5	2,61
Точність (за домовленим часом)	8,0	51,4	3,1	37,4	2,70
Дотримання слова, обіцянки	5,4	43,3	5,1	46,2	2,92
Вдячність, прагнення до віддяки	6,8	36,7	7,6	48,9	2,98
Вміння прощати, поблажливість, великодушність	9,8	58,2	2,0	30,0	3,30
Співчуття, доброта, готовність надати допомогу	8,5	54,7	3,3	33,5	3,24
Золоте правило моральності (не роби іншим того, чого не бажаєш собі)	8,0	51,4	3,1	37,4	2,97

За оцінками експертів, такі риси, як «вміння прощати, поблажливість, великодушність» (3,30 бала), «співчуття, доброта, готовність надати допомогу» (3,24 бала) притаманні мінімально або взагалі відсутні серед українських підприємців. Натомість решта запропонованих експертам риси оцінюється як такі, що коливаються у межах притаманності середньої ступеня та невизначеності. Цікаво, що такі риси, як «поважливе ставлення до людей, ввічливість» (2,52 бала), «обов'язковість, старанність, ретельність» (2,61 бала) та «точність (за домовленим часом)» (2,70 бала) можна вважати наближеними до оцінки «притаманна серед-

ньою мірою», то риси «дотримання слова, обіцянки» (2,62 бала), «вдячність, прагнення віддякувати» (2,98 бала) та «золоте правило моральності (не роби іншим того, чого не бажаєш собі)» (2,97 бала) експерти скоріше вагаються оцінити.

Очевидно, що феномен соціального цинізму як ненормативної реакції суспільства на аномію притаманний за оцінками експертів й українським підприємцям. Тривала соціально-економічна криза і буремні роки становлення інституту підприємництва виробив жорсткість та знівельовав альтруїстичну складову характеру ділової людини. Однак такі обов'язкові для бізнесу риси, як пунктуальність, ретельність, ввічливість та делікатність, загалом прививаються у середовищі підприємців.

3.3. Соціокультурні характеристики ставлення до ділового ризику

Складовою соціальної трансформації сучасного українського суспільства є економічні інституціональні перетворення. Адже з досягненням інституціональної стабільності та юридичної захищеності як способів регуляції соціальної системи підприємництва набуває цивілізованої форми, отже інституціоналізація підприємництва перетворюється на стримувальний чинник стосовно економічних ризиків. Якщо скористатися термінологією і типологією, обгрунтованою у праці С. Кірдіної¹⁶¹, ці перетворення можна визначити як трансформацію редистрибутивної (від лат. *redistributio* — перерозподіл, переділ) економіки в ринкову економіку. Інститутами редистрибутивної економіки є загальна власність, службова праця, координація, редистрибуція (аккумуляція — узгодження — розподіл) і пропорційність. Під час трансформації ці інститути витісняються інститутами ринкової економіки — відповідно приватною власністю, найманою працею, конкуренцією, обміном (купівля — продаж) і прибутком. Необхідно також відзначити, що в результаті згаданих вище перетворень змінюється також характер економічного ризику суб'єктів господарювання. В умовах редистрибутивної економіки головним суб'єктом економічного ризику є суспільство і держава загалом, тобто цей ризик за великим рахунком має колективний характер. В умовах ринкової економіки суб'єктами економічного ризику

¹⁶¹ Кірдіна С. Г. Институциональные матрицы и развитие России. — М.: ТЕИС, 2000. — 213 с.

стають, у першу чергу, всі незалежні господарчі суб'єкти, а також усі окремо взяті домогосподарства і громадяни. Мало того, діяльність цих суб'єктів у конкурентному середовищі істотно підвищує ступінь економічного ризику. Мова може йти про різні види економічного ризику як імовірність можливих збитків у результаті вкладання капіталу — цінового, банківського, валютного, майнового, інфляційного, комерційного, політичного й ін. ризиків. Під підприємницьким ризиком Є. Сірий розуміє «загрозу, або небезпеку, потенційно можливих втрат, збитків у процесі особливого виду діяльності (з погляду її інституціоналізації), спрямованої на досягнення додаткового продукту (прибутку), шляхом творчих дій, комбінацій з організації наявних засобів, ресурсів. У кінцевому підсумку підприємницький ризик характеризуватиметься як небезпека: втратити ресурси; недоотримати доходи (прибутки) порівняно з варіантом, розрахованим на раціональне використання ресурсів (господарювання); зазнати збитків від невдало проведеної комбінації (системи дій)»¹⁶².

Економічна ефективність господарських суб'єктів, а також загальном життєдіяльність громадян в умовах ринкових відносин значною мірою залежна від їхньої готовності до економічного ризику й ділової конкуренції. При цьому слід зазначити наявність у сучасному українському суспільстві готовності до ризику і матеріальних втрат під час впровадження інновацій з метою одержання вигоди в майбутньому. У цьому сенсі дуже показові оцінки експертами ступеня наявності цієї важливої ознаки інноваційної культури в пересічного громадянина*. 39,4 % експертів низько оцінили ступінь наявності зазначеної ознаки, 35,8 — віддали перевагу середній оцінці, 23,0 % — високій оцінці. Середня оцінка готовності до ризику загалом за вибіркою експертів дорівнює близько 2,8 бала.

Готовність до ризику має відповідні економіко-культурні чи ширше — соціокультурні засади. Соціокультурні параметри готовності населення до ризику ми маємо можливість розглянути, ґрунтуючись на відповідях експертів соціологічного опитування «Економічна культура населення України (думки й міркування експертів)», що брали участь у дослідженні і належать до таких соціальних груп, як менеджери державного й приватного сектору

¹⁶² Сірий Є. В. Ризик у підприємницькому середовищі: проблема дефініції // Український соціум. — 2006. — № 3—4 (14—15). — С. 61.

* Експерти оцінювали за п'ятибальною шкалою, де 1 — найнижча оцінка, а 5 — найвища; 0 — важко оцінити. Цього разу оцінки наводяться у більш узагальненому вигляді: «низька оцінка» (1 і 2 бали), «середня оцінка» (3 бали) і «висока оцінка» (4 і 5 балів).

економіки, власники приватних підприємств, державні службовці центрального й регіонального рівнів, журналісти та наукові (науково-педагогічні) працівники в галузі економіки, соціології і права. Звичайно, експертне опитування не є репрезентативним, тому опитані експерти не можуть відтворювати характеристики генеральної сукупності за віковою та соціально-професійною структурою населення України. Однак, на думку Н. Паніної, у разі, якщо основною метою соціологічного дослідження є аналіз предмета — вивчення причинно-наслідкових взаємозв'язків, спрямованих на поглиблення аналізу певних властивостей соціального об'єкта, до відбору респондентів доцільніше застосовувати *аналітичний підхід*.

За аналітичного підходу слід враховувати такі вимоги.

1. Об'єкт дослідження репрезентується спрямованим відбором відповідного угруповання людей — *основного* угруповання, а також *контрольного* угруповання.

2. Угрупування (основне і контрольне) мають відрізнятися за основною диференційною ознакою (гіпотетичним чинником). За рештою параметрів (віком, статтю, рівнем освіти, характером діяльності тощо) угруповання мають бути максимально ідентичними.

3. Чисельність угруповань може обмежуватися до 50—100 осіб.

4. Якщо гіпотетичних чинників більш ніж один, то в межах кожного угруповання (основного та контрольного) можна набирати рівночисельні підгрупи. Введення кожного нового чинника вимагає відповідного збільшення кожного угруповання. Кожна із утворених підгруп аналізу має включати 50—100 осіб. Що більшою за чисельністю буде набрана підгрупа, то вища ймовірність статистичного обґрунтування гіпотези дослідження¹⁶³.

У нашому випадку основна мета дослідження полягає у встановленні особливостей особистих якостей людей, які мають до підприємницької діяльності в одних випадках прямий стосунок, в інших — непрямий, але досить цілеспрямований за характером своєї діяльності. Позиція цих соціальних груп стосовно економічного ризику, а також інших сторін економічного життя (наприклад ділової конкуренції) має визначальне значення не тільки для нас, а й для суспільства загалом. Таким чином, ми згрупували респондентів у три групи, де одна з груп була основною та дві з них — контрольні.

¹⁶³ Паніна Н. В. Технологія соціологічного дослідження. Курс лекцій. — К.: Наукова думка, 1996. — С. 105—106.

Основною групою були менеджери приватного й державного секторів економіки, власники приватних підприємств, які є суб'єктами, що приймають рішення і особисто, і від імені держави, що в умовах ділової конкуренції пов'язані з ризиком. Чисельність цієї групи — 235 респондентів (38 % від опитаних).

Однією з *контрольних груп* були держслужбовці центрального та регіонального рівнів, які за службовим обов'язком і від імені держави здійснюють регуляцію господарської діяльності суб'єктів економіки, позитивний результат якої в умовах ринкових відносин та ділової конкуренції часто підданий ризику. Їхня чисельність загалом дорівнює 188 респондентів (30,4 % від опитаних).

Іншою *контрольною групою* стали науковці, науково-педагогічні працівники вузів та журналісти. Науковці досліджують і пропонують суспільству різні моделі соціально-економічного розвитку, які пов'язані з діловою конкуренцією і ризиком. Науково-педагогічні працівники в процесі професійного навчання закладають ці моделі в майбутні трансформаційні зміни в суспільстві. Журналісти, що задіяні в процес масової комунікації, здійснюють відповідну їх професійному рівню інтерпретацію інформації про різні аспекти (сторони) економічного ризику і ділової конкуренції. Чисельність цього угруповання становить 195 респондентів (31,6 % від опитаних).

Частотний розподіл респондентів-експертів за диференційованою ознакою та рештою параметрів загалом засвідчив достатню наповнюваність та ідентичність (див. табл. 3.10).

Треба зазначити, що в таких параметрах, як соціальне походження та місце проведення дитинства, варіант відповіді «Інше» має недостатню наповнюваність, тому не брався до уваги. З аналогічних причин ми не братимемо до уваги деякі варіанти відповідей за іншими ознаками, там, де чисельність не перевищує 50 осіб.

Деякою мірою всі згадані соціальні групи є в цьому разі лідерами суспільної думки, і з певною часткою умовності можна сказати, — відображають позицію громадськості. Про їхню потенційну готовність до ризику побічно свідчить отриманий результат: переважна більшість опитаних експертів (70,5 %) вважає правильним судження «Людині має бути притаманна схильність до ризику», тоді як діаметрально протилежному судженню «Людина має уникати ризику» віддала перевагу тільки п'ята частина (20,5 %) опитаних. При цьому 8,0 % заявили, що не визначилися стосовно поставленого запитання.

Таблиця 3.10

Частотний розподіл експертів за гіпотетичним чинником (належність до основної чи контрольних груп) та рештою параметрів (соціальне походження, місце проведення дитинства, стаж роботи та вік) (*n*)

Групування	Соціальне походження		Місце проведення дитинства		Стаж роботи, років		Вік, років	
<i>Основне угруповання</i> — менеджери приватного і державного секторів економіки	Інтелігенція	126	Велике/середнє місто	110	До 5	58	25—35	61
	Робітники	71	Мале місто (селище)	70	6—10	79	36—45	85
	Селяни	31	Село	52	11—20	60	46—60	78
	Інше	3	Інше	1	Більш як 20	38	Старші за 60	11
<i>Контрольне угруповання</i> — держслужбовці центрального і регіонального рівнів	Інтелігенція	102	Велике/середнє місто	85	До 5	54	25—35	63
	Робітники	48	Мале місто (селище)	52	6—10	56	36—45	53
	Селяни	32	Село	50	11—20	39	46—60	68
	Інше	1	Інше	0	Більш як 20	37	Старші за 60	4
<i>Контрольне угруповання</i> — науковці, науково-педагогічні працівники вузів та журналісти	Інтелігенція	139	Велике/середнє місто	110	До 5	43	25—35	69
	Робітники	33	Мале місто (селище)	52	6—10	44	36—45	44
	Селяни	12	Село	30	11—20	50	46—60	63
	Інше	4	Інше	2	Більш як 20	58	Старші за 60	19

Одним із соціокультурних параметрів готовності до ризику є професійно-корпоративна субкультура респондента. Непрямим емпіричним індикатором приналежності респондента до певної професійно-корпоративної субкультури можна вважати його посаду у визначеній сфері діяльності. Порівняння відповідей експертів на запитання про ставлення до ризику, проаналізовано залежно від їхнього професійно-посадового статусу (в нашому

лежно від їхнього професійно-посадового статусу (в нашому випадку — основної та контрольних угруповань), дає змогу зробити певні припущення про їхні соціокультурні параметри готовності до ризику (див. табл. 3.11).

Таблиця 3.11

Ставлення експертів до ризику залежно від професійно-посадового статусу (%), 2005 рік, $n = 623$

Посада	Які з взаємно протилежних суджень Ви вважаєте правильними			Різниця між «схильність до ризику» і «унікати ризику»
	Людині має бути притаманною схильність до ризику	Людина повинна уникати ризику	Важко відповісти	
	$n = 436$	$n = 128$	$n = 48$	
Менеджери приватного і державного секторів економіки	39,4	35,9	29,2	3,9
Держслужбовці центрального і регіонального рівнів	27,3	39,8	33,3	-12,5
Науковці, науково-педагогічні працівники вузів та журналісти	33,3	24,2	37,5	9,1

Розподіл отриманих відповідей свідчить про те, що, по-перше, серед позитивно налаштованих до ризику експертів найбільша частка серед менеджерів приватного і державного секторів економіки та працівників інтелектуальної сфери — науковців, науково-педагогічних працівників вузів та журналістів.

На перший погляд, це дає нам підстави вважати, що ризик, як явище соціального порядку, більш прийнятний у межах професійної субкультури менеджерів як людей, що змушені мати справу з ризиком неодноразово.

Таке становище можна вважати цілком природним, оскільки корпоративна субкультура менеджменту і приватного, і державного сектору економіки — це субкультура підприємців, що діють в умовах жорсткої ділової міжфірмової та внутрішньофірмової конкуренції і мінливої кон'юнктури ринку, і реалізують, у першу

чергу, свої власні та корпоративні інтереси, та виконавців, які планомірно реалізують запропоновану понаддержавну промислову політику і освоюють виділені під її реалізацію кошти держбюджету.

Однак примітно, що позитивна різниця між схильністю до ризику і уникненням ризику дещо більша у працівників інтелектуальної сфери. Це можна пояснити тим, що, на відміну від управлінців, які мають справу з реальним ризиком, коли ціна рішень є досить серйозною, серед працівників інтелектуальної сфери оцінка ризику має скоріше нормативний характер, ніж практичний. Професійна діяльність цих соціальних груп не пов'язана безпосередньо з економічним ризиком у виробничій діяльності. Їхні представники як пересічні громадяни мають безпосереднє відношення до переважно економічного ризику в сферах особистих заощаджень, придбання нерухомості, землі, товарів тривалого користування тощо. Проте науковці в дослідницькій, журналісти в інформаційно-аналітичній і викладачі вузів у викладацькій роботі можуть керуватися певними моделями чи схемами науково-парадигмального, ідеологічного, світоглядного спрямування. За своїм змістом ці моделі, чи схеми, можуть бути «редистрибутивними», чи «ринковими» (за С. Кірдіною), і, як результат, виступати чинниками прихильного чи неприхильного ставлення до ризику. Якщо виходити зі згаданої вище різниці відсотків, є підстава стверджувати, що ринкові моделі, чи схеми, мають неістотне значення в професійній субкультурі науковців, журналістів і науково-педагогічних працівників.

Аналіз засвідчив, що категорія держслужбовців центрального та регіонального рівня загалом негативно ставиться до ризику. Це можна пояснити наявністю відносин субординації в системі державної адміністрації: і її центральний рівень, і регіональний задіяні більшою мірою не в процесах прийняття економічних рішень, сполучених з ризиком, а у процесах їхнього виконання.

Важливими соціокультурними параметрами готовності до ризику є цінності і норми субкультур, у межах яких здійснювалася в минулому і здійснюється сьогодні первинна і вторинна соціалізація. Серед цих субкультур — сімейна, поселенська, вікова й ін. Про важливість цих соціокультурних параметрів побічно можна судити, виходячи з порівняльних показників відповідей експертів про їхнє ставлення до ризику, залежно від соціального походження експертів і їхньої приналежності до первинної поселенської категорії (див. табл. 3.12).

Таблиця 3.12

Ставлення експертів до ризику залежно від соціального походження і первинної (поселенської) субкультури (%), 2005 рік, $n = 623$

За соціальним походженням ви з сім'ї:	Які з взаємно протилежних суджень Ви вважаєте вірними?:			Різниця між «схильність до ризику» і «уникати ризику»
	Людині має бути притаманною схильність до ризику	Людина повинна уникати ризику	Важко відповісти	
	$n = 428$	$n = 124$	$n = 48$	
Інтелігенції	61,9	55,6	64,6	6,3
Робітників	23,6	32,3	20,8	8,7
Селян	13,1	9,7	14,6	3,4
Інше	1,4	2,4	0,0	1,0
Ваше дитинство більшою мірою пройшло:	$n = 435$	$n = 127$	$n = 49$	Δ
У великому або середньому місті	50,3	45,7	59,2	4,6
У малому місті (селищі)	27,1	33,1	24,5	6,0
В селі	21,8	21,3	16,3	0,5
Інше	0,7	0,0	0,0	

По-перше, серед народжених у родинах інтелігенції (службовців) і селян частка тих, хто позитивно ставиться до ризику, відповідно на 6,3 % і 3,4 % вища. Водночас, частка народжених у родинах робітників на 8,7 % вища в підвибірці експертів, що негативно ставляться до ризику. Такий характер у розходженнях відповідей дає нам підстави припускати, що субкультури родин інтелігентів і службовців, а також селянських родин (і, можливо, загалом цих соціальних спільностей) більшою мірою є соціокультурними параметрами готовності до ризику, ніж субкультури робітничих родин (і, можливо, загалом цієї соціальної спільності).

По-друге, серед тих, хто виріс у великому чи середньому місті, в підвибірці експертів частка позитивно налаштованих до ризику на 4,6 % вища. А частка тих, хто виріс у невеликому містечку (селищі), на 6,0 % вища в підвибірці експертів, що негативно

ставляться до ризику. На підставі цієї різниці можна зробити припущення, що субкультура великого і середнього міста більшою мірою визначає готовність свого носія до ризику, ніж субкультура невеликого містечка (селища). У даному разі позначається чинник наявності великих можливостей соціально-економічної самореалізації особистості у великих населених пунктах і менших можливостей — у менших населених пунктах.

Не менш цікаві результати відповідей про ставлення до ризику залежно від віку і стажу роботи експертів на зазначеній (зафіксованій на момент опитування) посаді (див. табл. 3.13).

Таблиця 3.13

Ставлення експертів до ризику залежно від їхнього віку і стажу роботи на зазначеній посаді (%), 2005 рік, n=623

Соціально-демографічні характеристики	Які з взаємно протилежних суджень ви вважаєте вірними?:			Різниця між «схильність до ризику» і «уникати ризику»
	Людині має бути притаманна схильність до ризику	Людина повинна уникати ризику	Важко відповісти	
<i>Вік:</i>	<i>n = 438</i>	<i>n = 128</i>	<i>n = 50</i>	<i>Δ</i>
25—35 років	32,6	28,9	28,0	3,7
36—45 років	30,1	25,0	34,0	5,1
46—60 років	32,0	39,8	32,0	7,8
Старші за 60 років	5,3	6,3	6,0	1,0
<i>Стаж роботи на вказаній посаді</i>	<i>n = 436</i>	<i>n = 127</i>	<i>n = 48</i>	<i>Δ</i>
До 5 років	28,0	19,7	16,7	8,3
Від 6 до 10 років	29,6	22,8	37,5	6,8
Від 11 до 20 років	22,7	29,1	25,0	6,4
Більше 20 років	19,7	28,8	20,8	9,7

Аналіз відповідей респондентів, позитивно налаштованих до ризику крізь призму їхнього віку, показує, що частка респондентів віком 25—35 років і 36—45 років відповідно на 3,7 % і 5,1 % вища від тих, хто уникає ризику. Водночас, частка респондентів

віком 36—45 років і більш як 60 років відповідно на 7,8 % і 1,0 % вище в підвибірці експертів, що негативно ставляться до ризику. Різницю в ставленнях можна інтерпретувати, виходячи з вікових особливостей респондентів: що старша людина, то менше вона схильна до ризику, і навпаки, що молодша людина, то вона більше схильна до ризику.

У чомусь подібну суб'єктивно-особистісну інтерпретацію можна запропонувати, якщо звернути увагу на інші порівняльні розподіли у відповідях експертів. Зокрема, частки респондентів, що працюють на зазначеній посаді до 5 років і від 6 до 10 років, відповідно на 8,3 % і 6,8 % вище в підвибірках експертів, що позитивно ставляться до ризику. І навпаки: частки респондентів, що працюють на зазначеній посаді від 11 до 20 років і більш ніж 20 років, відповідно на 6,4 % і 9,7 % вище в підвибірці експертів, що негативно ставляться до ризику.

Можна припустити, що респонденти, які працюють на своїй посаді порівняно нетривалий час, у своїй професійній кар'єрі досягли ще недостатніх показників, і їм немає чого втрачати, вони прагнуть досягнень і тому більше схильні до ризику. І навпаки ті, хто працює триваліший час, уже мають певні професійні досягнення і тому менш схильні ризикувати, побоюючись їх втратити.

Правомірно також зробити пояснення розбіжностей в оцінці ставлення до ризику з позиції соціокультурної сфери розвитку економіки. Наприклад, респонденти старшого віку (і з великим стажем), на відміну від молодших респондентів (і з меншим стажем), триваліший час соціалізувалися в середовищі редистрибутивної економіки, що домінувала у часи СРСР. У рамках цього типу економіки ризик, як відомо, був, як ми вже відзначали, не приватною, а суспільною прерогативою. Молодші респонденти порівняно триваліший час (у співвідношенні до свого стажу і віку) соціалізувалися й адаптувалися в середовищі ринкової економіки. У рамках цього типу економіки ризик вже більшою мірою виступає як особистісна прерогатива.

Соціокультурні параметри готовності до ризику аналізувалися вище на підставі непрямих показників (переважно соціально-демографічних). Не менш важливий також аналіз цих параметрів із залученням власне соціокультурних показників. Одним із таких показників ми вважаємо сприйняття матеріальних інтересів людей, оскільки вони (матеріальні інтереси), з одного боку, мають егоїстичний (індивідуалістичний) характер, і їхнє примирення або збалансування навряд чи можливе; а з другого боку, вони підкоряються загальнолюдським інтересам і, в кінцевому підсум-

ку, можуть бути врегульовані. Першу альтернативу можна вважати емпіричним референтом «ринковою», а другу — «редистрибутивною» соціокультурних чи світоглядних настанов (див. табл. 3.14).

Таблиця 3.14

Ставлення експертів до ризику залежно від оцінки матеріальних інтересів людей (%), 2005 рік, $n = 623$

Які з взаємно протилежних суджень ви вважаєте правильними?	Які із взаємно протилежних суджень ви вважаєте правильними?:			Різниця між «схильність до ризику» і «унікати ризику»
	Людині має бути при-таманна схильність до ризику	Людина має уніка-ти ризику	Важко відповісти	
	$n = 438$	$n = 128$	$n = 49$	
Матеріальні інтереси людей завжди мають егоїстичний (індивідуалістський) характер, а їхнє примирення чи збалансування навряд чи можливе	45,2	35,9	24,5	9,3
Матеріальні інтереси людей підкоряються загальнолюдським інтересам і в кінцевому підсумку мають бути врегульовані	47,9	56,3	57,1	8,4
Важко відповісти	6,8	7,8	18,4	1,0

Частка респондентів з ринковою соціокультурною настановою на 9,3 % більша серед експертів, що позитивно ставляться до ризику. А частка респондентів з відповідною альтернативною редистрибутивною соціокультурною настановою на 8,4 % більша серед експертів, що негативно ставляться до ризику. Ці розходження можна інтерпретувати в такий спосіб: усвідомлення егоїстичного (індивідуалістського) характеру матеріальних інтересів людей і неможливості їхнього примирення чи збалансування в суспільстві більшою мірою визначає розуміння неминучості наявності ризику в повсякденному житті і, в кінцевому підсумку, готовності до нього.

Водночас, сприйняття матеріальних інтересів як тих, що підкоряються загальнолюдським інтересам і підлягають, в кінцевому підсумку, врегулюванню, більшою мірою визначає позицію розуміння потреби уникати ризику і, як ймовірний наслідок, неготовності до нього. Іншими словами, параметр ринкової економічної (чи загалом соціальної) культури більше пов'язаний зі схильністю до ризику, а відповідний параметр редистрибутивної культури — з неготовністю до нього.

Важливим соціокультурним параметром готовності до ризику є ліберальна/консервативна (традиційна) соціокультурна настанова. Змістовне розходження цих двох настанов можна показати на такому умовному прикладі. З ліберальної точки зору воля людини, наприклад, розмахувати руками, має бути обмежена присутністю тіла ближнього. А з консервативної точки зору ця умовна воля має обмежуватися нормами традиційної моралі і культури. Емпіричний індикатор ліберальної/консервативної соціокультурної настанови по-різному диференціює підвибірки експертів, що позитивно чи негативно ставляться до ризику (див. *табл. 3. 15*).

Таблиця 3.15

Ставлення експертів до ризику, залежно від характеру належного способу життя людей (%), 2005 рік, $n = 623$

<i>Які з взаємно протилежних суджень ви вважаєте правильними?</i>	<i>Які з взаємно протилежних суджень ви вважаєте вірними</i>			Різниця між «схильність до ризику» і «уникати ризику»
	Людині має бути притаманна схильність до ризику	Людина має уникати ризику	Важко відповісти	
	$n = 437$	$n = 128$	$n = 50$	
Люди мають вести спосіб життя, який вони обирають за умови, що це не шкодить іншим	51,3	36,7	30,0	14,6
Люди мають вести такий спосіб життя, що є моральним і відповідає народним традиціям і встановленим нормам	47,4	60,9	60,0	13,5
Важко відповісти	1,4	2,3	10,0	0,9

Частка респондентів з ліберальною соціокультурною настановою (тобто схильних вважати за потрібне обмеження життєдіяльності людей умовою завдання шкоди іншим) на 14,6 % більше в підвибірці експертів, що позитивно оцінюють наявність ризику. Частка респондентів з консервативною соціокультурною настановою (тобто схильних вважати належним моральний спосіб життя, що відповідає народним традиціям і встановленим нормам) на 13,5 % більше в підвибірці експертів, що негативно ставляться до ризику. Виходячи з цього, можна припустити, що прихильність традиційної моралі і культурі більшою мірою сполучена з неготовністю до ризику.

Не менш важливою якістю, що визначає ефективність господарської діяльності в умовах ринкової економіки, є готовність до ділової конкуренції. Як вважає 83,6 % експертів, у свідомості населення сучасної України переважає думка, що «конкуренція корисна, оскільки спонукає людей до кропіткої і новаторської роботи». 12,7 % експертів вважають, що українським громадянам у цьому разі властива протилежна точка зору — «конкуренція шкідлива, оскільки сприяє прояву людьми найгірших якостей». 3,7 % експертів завагалися дати виразну відповідь. Однак в основному позитивне, на думку експертів, ставлення населення до конкуренції правомірно вважати лише непрямим показником готовності до неї. Тим більше, що 62,6 % експертів водночас вважають, що у свідомості українських громадян домінує думка про негативний наслідок конкуренції — «успіх одних, зазвичай, породжує заздрість інших». Серед громадян України до точки зору про те, що «успіх одних, зазвичай, стимулює інших до власних досягнень», схильні вдвічі менше, тільки 29,9 % експертів. 7,4 % вагаються відповісти. Відносно високим показником варто вважати відсоток експертів, що вагаються дати виразну відповідь (див. табл. 3.11—3.15). Така ситуація — свідчення аномічного стану масової свідомості і соціальної культури і експертів, і населення України загалом.

Таким чином, на підставі експертних оцінок можна припустити, що в умовах економічної трансформації, населення сучасної України поступово наближається до стану готовності до економічного ризику та ділової конкуренції. Характер соціокультурних параметрів цієї готовності свідчить, що її економіко-культурне (або ширше — соціокультурне) підґрунтя скоріше не успадковане з минулого, а поступово формується у процесі трансформації суспільства.

Висновки до розділу 3

1. Крос-культурний аналіз дав змогу встановити, що з усіх європейських націй українцям найбільшою мірою притаманна думка про неможливість чесним та соціально ефективним шляхом вести підприємницьку діяльність. Оцінка українцями судження про верховенство правової доцільності над економічною є хоча й низькою, але середньоевропейською. Зафіксовано високий індекс незгоди населення України із судженням, що іноді є цілком припустимим нехтувати закон та робити, що хочеш. Українські громадяни найбільше недовіряють ціновій політиці великих фірм та не згодні з твердженням, що у наші дні покупці та споживачі мають більше можливостей для захисту своїх інтересів [60].

2. Експертне опитування засвідчило домінування думки, що економічна культура українських підприємців еволюціонуватиме від нелегітимних методів до легітимних. На думку експертів, у середовищі українських підприємців особисті споживачські інтереси превалюють над інтересами виробництва. Очевидно, що феномен соціального цинізму як ненормативної реакції суспільства на аномію притаманний й українським підприємцям. Тривала соціально-економічна криза і буремні роки становлення інституту підприємництва виробив достатню жорсткість та знівельовав альтруїстичну складову характеру ділової людини. Однак такі обов'язкові для бізнесу риси, як пунктуальність, ретельність, ввічливість та делікатність, загалом прививаються у середовищі підприємців.

3. Переважна більшість опитаних експертів вважають, що людині має бути притаманна схильність до ризику. Серед позитивно налаштованих до ризику експертів найбільше — менеджерів приватного і державного секторів економіки та працівники «інтелектуальної» сфери — науковці, науково-педагогічні працівники вузів та журналісти, а також народжених у родинах інтелігенції (службовців) і селян, молодша та середня вікова категорії. Встановлено, що субкультура великого і середнього міста більшою мірою визначає готовність свого носія до ризику, ніж субкультура невеликого містечка (селища). Респонденти, що працюють на своїй посаді порівняно нетривалий час, і у своїй професійній кар'єрі ще не досягли достатніх показників, тож їм немає що втрачати, жадають досягнень, і внаслідок цього більше схильні до ризику. Натомість, ті хто працює триваліший час, уже

мають свої певні професійні досягнення і тому менше схильні ризикувати, побоюючись їх втратити.

Сприйняття матеріальних інтересів як таких, що підкоряються загальнолюдським інтересам і підлягають, в кінцевому підсумку, врегулюванню, більшою мірою визначає позицію розуміння потреби уникати ризику. Натомість усвідомлення егоїстичного (індивідуалістського) характеру матеріальних інтересів людей і неможливості їхнього примирення чи збалансування в суспільстві більшою мірою ступені визначає розуміння неминучості ризику в повсякденному житті, отже, готовності до нього. Прихильність до традиційної моралі і культури більшою мірою пов'язана з неготовністю до ризику: серед експертів, що позитивно оцінюють наявність ризику, більша частка респондентів з ліберальними соціокультурними настановами. Характер соціокультурних параметрів цієї готовності до ризику свідчить в основному про те, що її економіко-культурне (або ширше — соціокультурне) підґрунтя скоріше не успадковане з минулого, а поступово формується у процесі трансформації суспільства.

Під інститутом підприємництва слід розуміти систему суб'єктів підприємницької діяльності, котрі діють у межах чинних нормативних актів чи законів, які регулюють економічну поведінку населення і визнаються більшістю суспільства. Перша ознака інституту підприємництва — соціальні норми, цінності, обов'язки, санкції, що регулюють економічні відносини та статусну діяльність у межах підприємництва. Друга ознака — наявність достатньої групи людей, і зайнятих у підприємництві через статусні місця, і тих, хто має бажання посісти ці місця. Третя ознака — схвалення чи позитивне ставлення до ідеї ринкової економіки та приватної власності як основних принципів існування підприємництва. Четверта ознака — це образ підприємця в масовій свідомості (наявність відповідного соціального тла). І, нарешті, п'ята — наявність недержавних об'єднань підприємців, які репрезентують власні інтереси.

Процес інституціоналізації підприємництва передбачає заміну спонтанної й експериментальної спекулятивної поведінки на поведінку регульовану, очікувану, передбачувану. Етапи процесу: 1) виникнення потреб у користуванні підприємницькими послугами, задоволення яких вимагає спільних організованих дій; 2) поява під час стихійної економічної взаємодії соціальних норм і правил регулювання підприємницької поведінки; 3) прийняття, застосування цих норм і встановлення санкцій для їхньої підтримки (наприклад, розголошення поганой репутації підприємця чи підприємницької структури); 4) створення системи статусів і ролей, що охоплюють усіх членів інституту (наявність профспілок, які регулюють відносини між роботодавцями та найманими працівниками). Сучасні підходи до вивчення інституту підприємництва виокремлюють такі важливі ознаки, як статусні, функціонально-рольові та особистісні.

Як і будь-який соціальний інститут, інститут підприємництва в Україні супроводжувався процесом створення організаційних структур, відповідальних за артикуляцію й порядок дотримання цих правил (державних структур, недержавних організацій). Динаміка чисельності малих підприємств в Україні свідчить про поступовий розвиток сектору малого бізнесу. Разом з тим, загалом рівень розвитку малого підприємництва в Україні, який вимірюється за загальноприйнятими показниками у промислово розвинених країнах світу, ще вочевидь недостатній. Якщо за кількістю суб'єктів малого підприємництва на 1000 населення Україна загалом досягла рівня країн ЄС, то кількість малих підприємств на 1000 осіб залишається у 8—12 разів нижча порівняно з країнами ЄС. Також слід зауважити, що розвиток малого підприємництва в Україні характеризується значною кількістю системних проблем. Так, якісний стан розвитку національного малого підприємництва дуже далекий від оптимального, включаючи структуру малого підприємництва та його регіональний розвиток. Після збільшення кількості зайнятих у малому підприємстві загалом у 1990-ті роки, з 2003 року ця динаміка стабілізувалася. Однак якщо питома вага українських суб'єктів малого підприємництва у загальній чисельності зайнятих дещо перевищує аналогічні показники у Росії, то порівняно з країнами ЄС є нижчою у 2—3 рази. Водночас, українське підприємництво за роки соціальних перетворень набуло додаткової стійкості і може захистити свої соціальні, політичні та корпоративні інтереси за допомогою створення ефективних асоціацій, спілок та інших громадських об'єднань, число яких перевищує вже сотню. Однак загальний рівень сектору ще недостатній з точки зору вимог раціональної ринкової економіки держави і потребує подальшої підтримки в законодавчому та економічному сенсі з метою підвищення добробуту населення через розвиток приватної ініціативи.

Якщо на початку 1990-х років образ підприємця у громадській думці населення України оцінювався переважно у позитивному світлі, то подальше загострення економічної кризи і здійснення приватизації непрозорими методами погіршили ставлення до приватного підприємництва. Однак починаючи з кінця 1990-х років і дотепер схвальне ставлення до підприємництва поступово зростає. На ставлення до приватного підприємництва впливають і суб'єктивні чинники, зокрема стереотипи економічної свідомості, і об'єктивні демографічні характеристики: вік, освіта та матеріальний стан. У громадській думці на нормативному рівні існує

розрізнення тих, хто займається підприємницькою діяльністю, на приватних підприємців та бізнесменів-тіньовиків. У суспільстві домінує думка, що підприємці як соціальна група відіграють значну роль у житті українського суспільства.

Характер легітимації прошарку приватних підприємців-роботодавців у громадській думці був пов'язаний з бажанням поліпшити власне матеріальне становище за умов економічного спаду. На тлі безпорадної держави-роботодавця часів економічної кризи приватний підприємець-роботодавець був більш прийнятною альтернативою. Економічна криза стимулювала в економічно успішніших людей готовність працювати у приватного підприємця. Однак економічне зростання, яке спостерігається останнім часом, скоригувало ці орієнтації населення і, зокрема, його економічно успішніших представників у сфері зайнятості. Ознаки делегітимації прошарку приватних підприємців-роботодавців слід пов'язувати з тим, що у суспільстві набуває привабливості ідея відкриття власної справи (бізнесу).

У свідомості сучасного українського суспільства зафіксований феномен амбівалентності, коли поєднується переважна підтримка розвитку підприємництва та високий рівень незгоди працювати у підприємців. Саме за подвійної інституціоналізації забезпечується дуже своєрідна інституціональна повноцінність підприємництва, що ґрунтується на згоді людей жити в такому економічному просторі, де практикується зайнятість у приватному секторі і, водночас, існують негативні настанови щодо привабливості підприємців як роботодавців.

Соціокультурні аспекти витоків підприємництва слід вивчати у контексті засвоєння індивідом економічної культури суспільства. Поняття «економічна культура» вказує на специфічні економічні орієнтації — настанови, або ставлення (*attitudes*), стосовно економічної системи та її різних частин. Аттїтюд, або соціальна настанова, є чи не головним елементом для дослідження регулювання економічної поведінки. Економічна настанова є чинником психологічного механізму економічної поведінки особистості. Ці економічні настанови розподіляються за об'єктами, до яких належить сам суб'єкт («Я») та економічна система. Економічна система, в свою чергу, складається з трьох класів об'єктів: 1) економічні інститути: підприємства державної, приватної, колективної власності тощо; 2) носії ролей, тобто підприємці, наймані робітники, службовці, чиновники; 3) зразки економічної поведінки: підприємницька діяльність, наймана праця, самозайнятість, службова діяльність.

Виходячи з діяльнісного підходу, економічну соціалізацію людини можна розглядати як процес опанування нею: 1) історичного досвіду економічних взаємин (досвіду попередніх поколінь, що не передається через народження від батьків до дитини); 2) соціального досвіду (досвіду інших людей, оточення); 3) подвійного досвіду, пов'язаного з економічними явищами (досвіду, що спершу виник у свідомості, а згодом був перевірений на практиці). Тому, досліджуючи соціокультурні чинники інституціоналізації підприємництва, потрібно зважати одночасно на соціальні й особистісні аспекти соціалізації.

Історико-культурні передумови розвитку підприємництва на території України зароджуються з початком проникнення реформацийних і гуманістичних ідей. Полеміка навколо релігійних питань зумовила міркування про поведінку в господарській, торговельній сфері тощо. Водночас, розвиток козацького землеволодіння як ранньої форми підприємництва став одним із каталізаторів Української революції 1648—1672 років. Іншим витоком підприємництва було чумацтво: торгово-візницький промисел з часом спричинив майнову нерівність і соціальне розшарування селянсько-козацької маси. Таким чином з'являлися численні кадри національної буржуазії та її антиподу — пролетаріату. Основним джерелом поповнення і відтворення купецького стану ставали навіть не міщани, а підприємці, що вийшли із селянського середовища.

Фактична залучення населення у ринкові відносини спрямовує їхні економічні практики у бік приватного сектору, тому прогнозування процесу соціальної легітимації українського підприємництва невіддільне від вивчення прихованого потенціалу його соціокультурних чинників. Емпіричним шляхом встановлено, що на декларативні підприємницькі настанови сучасного українського населення впливають такі соціокультурні чинники, як згода працювати у приватного підприємця та позитивне ставлення до розвитку підприємництва, ідеологічна підтримка прихильників капіталізму та ринкових цінностей, зокрема підтримка процесів приватизації. Найбільший вплив на підприємницькі настанови має вік: що менший вік, то більше бажання відкрити свій бізнес.

Прийнято розрізняти два види соціального регулювання підприємницької поведінки: індивідуальне і нормативне. Індивідуальне — впорядкування поведінки людей за допомогою одноразових, персонально-регулювальних економічних акцій, вирішення певних ділових питань, що належать тільки до суворо визначеного випадку, до конкретних осіб. Натомість нормативне регулю-

вання — це впорядкування підприємницької поведінки людей за допомогою загальновстановлених правил, тобто відомих моделей, зразків, еталонів поведінки, які поширюються на всі випадки підприємницької діяльності і яким мають підкорятися всі індивіди, що опинилися в нормативно регламентованій ситуації. Для порівняння моральних норм людської порядності в соціально-економічній сфері було застосовано крос-культурний метод. Порівняльний аналіз дав змогу встановити, що з усіх європейських націй українцям найбільшою мірою притаманна думка про неможливість чесним та соціально ефективним шляхом вести підприємницьку діяльність. Оцінка українцями судження про верховенство правової доцільності над економічною є хоча і низькою, але середньоєвропейською. Зафіксовано високий індекс незгоди населення України із судженням, що іноді є цілком припустимим нехтувати законом та робити, що хочеш. Українські громадяни найбільше не довіряють ціновій політиці великих фірм та не згодні з твердженням, що в наші дні покупки та споживачі мають більше можливостей для захисту своїх інтересів.

Експертне опитування засвідчило домінування думки, що економічна культура українських підприємців еволюціонуватиме від нелегітимних методів до легітимних. На думку експертів, у середовищі українських підприємців особисті споживацькі інтереси превалюють над інтересами виробництва. Очевидно, що феномен соціального цинізму як ненормативної реакції суспільства на аномію притаманний, за оцінками експертів, й українським підприємцям. Тривала соціально-економічна криза і буремні роки становлення інституту підприємництва виробив достатню жорсткість та знівельював альтруїстичну складову характеру ділової людини. Однак такі обов'язкові для бізнесу риси, як пунктуальність, ретельність, ввічливість та делікатність, загалом прививаються у середовищі підприємців.

Переважає більшість опитаних експертів вважають, що люди ні має бути притаманна схильність до ризику. Серед позитивно налаштованих до ризику експертів найбільше — менеджерів приватного і державного секторів економіки та працівників «інтелектуальної» сфери — науковці, науково-педагогічні працівники вузів та журналісти; народжених у родинах інтелігенції (службовців) і селян; молодша та середня вікова категорії. Встановлено, що субкультура великого і середнього міста більшою мірою визначає готовність свого носія до ризику, ніж субкультура невеликого містечка (селища). Респонденти, що працюють на своїй посаді порівняно нетривалий час, і в своїй професійній кар'єрі не

досягли ще достатніх показників тож їм немає що втрачати, і вони прагнуть досягнень, і тому цього більш схильні до ризику. Натомість працюючі більш тривалий час, уже мають свої певні професійні досягнення, побоюючись їхньої втрати, — схильні менш ризикувати.

Сприйняття матеріальних інтересів як таких, що підкоряються загальнолюдським інтересам і підлягають, в кінцевому підсумку, врегулюванню, більшою мірою визначає позицію розуміння потреби уникати ризику. Натомість усвідомлення егоїстичного (індивідуалістського) характеру матеріальних інтересів людей і неможливості їхнього примирення чи збалансування у суспільстві більшою мірою визначає розуміння неминучості ризику в повсякденному житті і, в кінцевому підсумку, готовності до нього. Дотримання традиційної моралі і культури переважно пов'язана з неготовністю до ризику: серед експертів, що позитивно оцінюють наявність ризику, більша частка респондентів з ліберальною соціокультурною настановою. Характер соціокультурних параметрів цієї готовності до ризику свідчить в основному про те, що її економіко-культурне (або ширше — соціокультурне) підґрунтя скоріше не успадковане з минулого, а поступово формується в процесі трансформації суспільства.

ПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Амосов А. И.* Социально-экономическая эволюция России. — М.: Наука, 2004. — 183 с.
2. *Аслунд А.* Сравнительная олигархия: Россия, Украина и США // Отечественные записки. — 2005. — № 1. — С. 49–73.
3. *Бабенко С. С.* Между структурой и агентом: социокультурный потенциал трансформации постсоветского общества // Проблеми розвитку соціологічної теорії. Теоретичні проблеми змін соціальної структури українського суспільства: Наукові доповіді і повідомлення другої Всеукраїнської соціологічної конференції. — К.: САУ ІС НАНУ, 2002. — С. 363—370.
4. *Баглай Д. І.* Історія Слобідської України. — Харків: Основа, 1991. — 256 с.
5. *Бакай І.* «Усі багаті люди України заробили свій капітал на російському газі»: [Бесіда з народним депутатом України, головою правління НАК «Нафтогаз України» / Розмову вів В. Тимошенко] // Галицькі контракти. — 1998. — № 43. — С. 18.
6. *Барановський О., Сіденко В.* Проблеми власності та легалізації капіталів і доходів в Україні // Національна безпека і оборона. — 2004. — № 2. — С. 2—13.
7. *Білоус Г.* Мале підприємництво в Україні: сучасний стан та проблеми розвитку. — Регіональна економіка. — 1999. — № 4. — С. 86—95.
8. *Білоцерківець О., Кошик О.* Приватизація в Україні: вибір моделі, структура і наслідки процеси // Українська приватизація: плюси і мінуси / Є. І. Головаха, В. І. Дубровський, О. М. Кошик, О. Г. Білоцерківець. Під ред. О. Й. Пасхавера. — К.: Альтерпрес, 2001. — С. 58—113.
9. *Болдышева Н. О.* Предпринимательство иммигрантов в США: уроки для России? // Социологические исследования. — 2005. — № 8. — С. 51—54.
10. *Бурдак І.* Діляцтво діловитості — не пара // Віче. — 1993. — № 1. — С. 23—27.
11. *Буров І. В.* Дещо про стан економічних реформ в Україні // www.dep.kiev.ua/confer/Conference/2000/section2/Burov.pdf

12. Бусыгина И. М. О состоянии немецкой нации (Территориальный фактор в национальном самосознании немцев) // Полис. — 1999. — № 1. — С. 40—49.

13. Варналій З. Тенденції становлення малого підприємництва в Україні // Україна: аспекти праці. — 1996. — № 7—8. — С. 58—63.

14. Варналій З. С. Основи підприємництва: Навч. посіб. — К.: Знання-Прес, 2006. — 350 с.

15. Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма // Вебер. Избранные произведения: Пер. с нем.; сост., общ. ред. и послесл. Ю. Н. Давыдова; предисл. П. П. Гайденко; коммент. А. Ф. Филиппова. — М.: Прогресс, 1990. — С. 61—272.

16. Вебер М. Развитие капиталистического мировоззрения // Вопросы экономики. — 1993. — № 8. — С. 153—159.

17. Ворона В. М. Введение // Промышленное предприятие и его люди: проблемы социально-экономического поведения / Под общ. ред. В. М. Вороны, Е. И. Суименко. — К.: ИС НАНУ, 2001. — С. 3—8.

18. Ворона В. М. Современное промышленное предприятие в социальном измерении // Промышленное предприятие и его люди: проблемы социально-экономического поведения / Под общ. ред. В. М. Вороны, Е. И. Суименко. — К.: ИС НАНУ, 2001. — С. 9—32.

19. Ворона В. М., Суименко Е. И. Программа исследования // Предприниматель Украины: эскизы к социальному портрету / Отв. ред. В. М. Ворона, Е. И. Суименко. — К.: ИС НАНУ, 1995. — С. 23—37.

20. Выготский Л. С. Сознание как проблема психологии поведения // Л. С. Выготский. Психология развития как феномен культуры. Избранные психологические труды. Под ред. М. Г. Ярошевского. — М.: Институт практической психологии. — Воронеж: НПО «МОДЭК», 1996. — С. 24—47.

21. Гаврилишин О. Капіталізм для всіх чи капіталізм для обраних? Розбіжні шляхи посткомуністичних перетворень / Пер. з англ. А. Іщенко. — К.: Вид. дім «КМ Академія», 2007. — 384 с.

22. Гальчинський А. С. Суперечності реформ: у контексті цивілізаційного процесу. — К.: Українські пропілеї, 2001. — 320 с.

23. Головаха Е. И. Исследование социальных феноменов эпохи постсоветизма: методология, теория, типология // Проблеми розвитку соціологічної теорії: Наукові доповіді і повідомлення першої Всеукраїнської соціологічної конференції. — К.: ІС НАНУ, САУ, 2001. — С. 13—19.

24. Головаха Є. Економічні реформи і масова свідомість // Українська приватизація: плюси і мінуси / Є. І. Головаха, В. І. Дубровський, О. М. Кошик, О. Г. Білоцерківець. Під ред. О. Й. Пасхавера. — К.: Альтерпрес, 2001. — С. 23—57.

25. Головаха Є. Феномен «аморальної більшості» в українському суспільстві: пострадянська трансформація масових уявлень про норми соціальної поведінки // Україна-2002. Моніторинг соціальних змін. — К.: ІС НАНУ, 2002. — С. 460—468.

26. Головаха Є., Паніна Н. Соціальні зміни в Україні: пострадянська деінституціоналізація і особливості становлення нових соціальних інститутів // Політична думка. — 2001. — № 4. — С. 3—24.
27. Головаха Є., Паніна Н. Українське суспільство 1992—2008: Соціологічний моніторинг. — К.: Ін-т соціології НАН України. — С. 27.
28. Головаха Є. І. Суспільство, що трансформується. Досвід соціологічного моніторингу в Україні. — К.: Ін-т соціології НАН України, 1997. — 156 с.
29. Горбачик А. Сприйняття економічних змін і стратегії виживання домогосподарств // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2001. — № 4. — С. 23—45.
30. Донченко Е. А., Злобина Е. Г., Тихонович В. А. Наш деловой человек. — К.: ИС НАНУ, 1995. — 149 с.
31. Експрес-інформація Держкомстату України «Про розвиток малого підприємництва в Україні у 2005 році», № 237 від 07.09.2006 року // www.kmu.gov.ua/document/47160548/237.doc
32. Ермошенко Н. Н., Борсученко Э. И. Формы предпринимательства за рубежом. — К.: УкрНИИНТИ, 1991. — 80 с.
33. Ефременко Т. Социогенез экономической культуры // Соціальні виміри суспільства. — Вип. 9. — К.: ІС НАНУ, 2006. — С. 142—155.
34. Ефременко Т. Економічна культура як соціологічне поняття // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2005. — № 3. — С. 123—141.
35. Задорожнюк И. Е. Инновационное предпринимательство // Социологические исследования. — 1991. — № 3. — С. 132—142.
36. Заславская Т. И. Бизнес-слой российского общества: понятие, структура, идентификация // Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения. — 1994. — № 5. — С. 17—33.
37. Зомбарт В. Буржуа. Этюды по истории духовного развития современного экономического человека. — М.: Наука, 1994. — 443 с.
38. Зомбарт В. Евреи и хозяйственная жизнь. — К.: МАУП, 2003. — 229 с.
39. Зрушення до ринкової економіки. Реформи в Україні: погляд з середини. За ред. Л. Гоффмана і А. Зденберга. — К.: Фенікс, 1997. — 168 с.
40. История предпринимательства в России: В 2-х кн. — Кн. 2. Вторая половина XIX — начало XX века. — М.: РОССПСиН, 1999. — 575 с.
41. История Украинской ССР: В 10-ти т. — Т. 4. — К.: Наукова думка, 1983. — 719 с.
42. Іващенко О. До соціологічного портрета працюючих у приватному секторі // Українське суспільство 1992—2008. Соціологічний моніторинг / За ред. д. ек. н. В. Ворони, д. соц. н. М. Шульги. — К.: Інститут соціології НАН України, 2008. — С. 45—55.
43. Кенэ Ф. Избранные экономические произведения. — М.: Соцэкгиз, 1960. — 489 с.
44. Кирдина С. Г. Институциональные матрицы и развитие России. — М.: ТЕИС, 2000. — 213 с.

45. Ключко Ю., Черняк Т. Проблеми малого бізнесу в Україні // Економіка України. — 1998. — № 1. — С. 57—64.
46. Коуз Р. Фирма, рынок и право. — Нью-Йорк: Телекс, 1991. — 192 с.
47. Кравченко Б. Соціальні зміни і національна свідомість в Україні ХХ ст. — К.: Основи, 1997. — 423 с.
48. Крапива П. Из крепостных — в миллионеры // Правда Украины. — 1993. — № 27. — С. 3.
49. Лаврінченко Н. В. Характеристика малих та середніх підприємств в Україні (гендерний аспект) // Проблеми розвитку соціологічної теорії. Соціальні процеси в Україні. — № 4. — К., 2004. — С. 189—193.
50. Лазанська Т. Історія підприємництва в Україні (на матеріалах торгово-промислової статистики ХІХ ст.). — К.: Ін-т історії НАН України, 1999. — 282 с.
51. Левцун О. Г. Соціокультурна детермінація підприємницької поведінки. Дис... наук. ст. канд. соціол. наук: 22.00.04 / Інститут соціології НАН України. — К., 1997. — 156 с.
52. Ленин В. И. Полное собрание сочинений [Текст] / В. И. Ленин; Ин-т марксизма-ленинизма при ЦК КПСС. — 5-е изд. — М.: Госполитиздат, 1959 — Т. 16: Июнь 1907 — март 1908. — 1961. — XXVI, 697 с.
53. Леонтьев А. Н. Деятельность. Сознание. Личность. — М.: Политиздат, 1975. — 304 с.
54. Ляпін Д. Розвиток малого підприємництва та його нормативне забезпечення // www.niss.gov.ua/Monitor/april08/15.htm
55. Мале підприємництво України — процес розвитку. / Д. В. Ляпін, Ю. І. Єхануров, О. В. Кужель та ін. — К.: Інститут конкурентного суспільства, 2001. — 256 с.
56. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии. — Т. 1. — Кн. 1: Процесс производства капитала. — М.: Госполитиздат, 1955. — 905 с.
57. Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. Изд. 2-е. — М.: Госполитиздат, 1955. — Т. 4. — 615 с.
58. Маршалл А. Принципы экономической науки. — Том 1. — М.: Прогресс-Универс, 1993. — 416 с.
59. Маслоу А. Мотивация и личность / А. М. Патлыбаева (пер. с англ.). — СПб.: Евразия, 1999. — 478 с.
60. Мищенко М. Д. Влияние социально-психологической атмосферы в украинском обществе на отношение к предпринимательству // Предприниматель Украины: эскизы к социальному портрету / Отв. ред. В. М. Ворона, Е. И. Суименко. — К.: ИС НАНУ, 1995. — С. 73—82.
61. Мищенко М., Буров І. Соціальні аспекти приватизаційних процесів в Україні. — К.: Інститут соціології НАНУ, 1998. — 124 с.
62. Мостова Ю. Мрії про Yesterday і Tomorrow (Інтерв'ю з В. Пінчуком) // Дзеркало тижня. — 2008. — 21 червня. — № 23 (702). — С. 1, 4.
63. Найт Ф. Понятие риска и неопределенности // Thesis. — 1994. — Вып. 5. — С. 12—28.

64. Норт Д. Інституція, інституційна зміна та функціонування / Пер. з англ. І. Дзюб. — К.: Основи, 2000. — 198 с.

65. Осмоловський С. З історії станово-корпоративної організації українського підприємництва у XVIII—XIX століття // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2004. — № 2. — С. 185—200.

66. Паніна Н. Українське суспільство 1992—2006: соціологічний моніторинг. — К.: ІС НАНУ, 2006. — 94 с.

67. Паніна Н. В. Технологія соціологічного дослідження. Курс лекцій. — К.: Наукова думка, 1996. — 233 с.

68. Парсонс Т. Система современных обществ. — М.: Аспект-Пресс, 1998. — 270 с.

69. Пасхавер А., Верховодова Л. Приватизация до и после оранжевой революции / Центр социально-экономических исследований CASE Украина. — К.: CASE Украина, 2006. — 32 с.

70. Пасхавер О. Українські реформи, або Приватизацію ніхто не любить // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2003. — № 4. — С. 61—85.

71. Пахомов Ю. Сравнительный соцэкогенез и управляемость экономическими и социальными процессами в Украине и в России // Общество и экономика. — 2001. — № 11—12. — С. 233—238.

72. Пачковський Ю. Ф. Соціопсихологія підприємницької діяльності і поведінки. — Львів: Світ, ЛОСНМІО, 2000. — 272 с.

73. Перегудов С. П. Корпорации, общество, государство: Эволюция отношений. — М., 2003.

74. Пилипенко В. Людина в ринковому суспільстві: орієнтації, поведінка, культура. — К.: ПЦ «Фоліант», 2005. — 224 с.

75. Пилипенко В. С. Реформи. Підприємництво. Культура. — К.: Стило, 2001. — 151 с.

76. Попова И. М. Социальная практика как основа легитимации и согласия // Вісник Одеського національного університету. — Т. 8. — Вип. 9. — Одеса, 2003. — С. 128—134.

77. Предприниматель Украины: эскизы к социальному портрету / Отв. ред. В. М. Ворона, Е. И. Суименко. — К.: ІС НАНУ, 1995. — 185 с.

78. Приватизационные процессы в Украине (Материалы Круглого стола, 21 апреля 1999 г.). — К.: ІС НАНУ; САУ, 1999. — 118 с.

79. Прогнімак О., Іщенко О., Касперович О. Формування соціальної відповідальності бізнесу: взаємодія з місцевими спільнотами та владою // Український соціум. — 2006. — № 5 (16). — С. 94—105.

80. Проскурин А. В. Ограниченные возможности институтов (на примере малого предпринимательства) // Проблемы прогнозирования. — 1999. — № 3. — С. 115—124.

81. Радаев В. В. Экономическая социология. Курс лекций: Учеб. пособие. — М.: Аспект Пресс, 1997. — 368 с.

82. Рахманов О. Нормативна саморегуляція та соціальна ефективність підприємництва крізь призму масової свідомості: крос-культурний аналіз // Український соціум. — 2006. — № 6. — С. 46—54

83. *Рахманов О. А.* Підприємництво як феномен культури (порівняльний аналіз західної та української моделей розвитку) // Еволюція економічного розвитку та економічних теорій (проблеми дослідження та викладання): Матеріали міжнародної науково-методологічної конференції, 26—27 квітня 2000 р. — К.: КНЕУ, 2000. — С. 278—281.

84. *Рахманов О. А.* Стан та динаміка соціальної легітимації підприємництва в українському суспільстві // Віче. — 2006. — № 21—22. — С. 44—47.

85. *Рахманов О. А.* Чи хотіли б ви відкрити власну справу? // Віче. — 2006. — № 23—24. — С. 44—46.

86. *Резнік В.* Приватизація в Україні як соціально-економічний процес: об'єктивні показники та суб'єктивні оцінки // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2006. — № 2. — С. 66—89.

87. *Резнік В.* Приватний підприємець як роботодавець: стан і динаміка соціальної легітимності // Українське суспільство 1994—2005: моніторинг соціальних змін. — К., 2005. — С. 242—251.

88. *Резнік О.* Особливості етнічної стратифікації в українському суспільстві // Українське суспільство 1994—2004: моніторинг соціальних змін. — К., 2004. — С. 54—63.

89. *Рудницька Т. М.* Трудовий потенціал українського суспільства в етнічному вимірі // Українське суспільство на порозі третього тисячоліття. Колект. монографія / Під ред. М. О. Шульги. — К.: Ін-т соціології НАН України, 1999. — С. 623—646.

90. *Ручка А.* Динаміка ціннісних пріоритетів громадян України // Українське суспільство 1994—2004: моніторинг соціальних змін. — К., 2004. — С. 416—427.

91. *Руценко І.* «Кримінальна революція» як соціетальний чинник // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2008. — № 3. — С. 194—210.

92. *Рывкина Р.* Переходное экономическое сознание в Российском обществе // Вопросы экономики. — М., 1997. — С. 71—83.

93. *Саєнко Ю.* Господарювання етнічне // Етнічний довідник. Поняття і терміни. <http://www.socd.univ.kiev.ua/PUBLICAT/SOC/YEVTUKH/index.htm>

94. *Сакада М. О., Шараєва Н. І.* Легітимність соціальна // Соціологія: короткий енциклопедичний словник / За заг. ред. В. І. Воловича. — К., 1998. — С. 283—284.

95. *Селеньи І., Эял Г., Тоунсли Э.* Построение капитализма без капиталистов. Образование классов и борьба элит в посткоммунистической Центральной Европе. — К.: Институт социологии НАН Украины, 2008. — 320 с.

96. *Симончук О.* Робітничий клас в Україні: хроніка втрат // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2005. — № 4. — С. 5—25.

97. *Сірий Є. В.* Ризик у підприємницькому середовищі: проблема дефініції // Український соціум. — 2006. — № 3—4(14—15). — С. 53—64.

98. *Сірий Є. В., Фареник С. А.* Соціологія підприємництва. — К.: Український центр духовної культури, 2000. — 258 с.

99. *Сковорода Г.* Разговор, называемый алфавит, или букварь мира // Сковорода Г. Повне зібрання творів у 2-х т. — Т. 1. — К.: Наукова думка, 1973. — С. 413—436.
100. *Смирнов А., Безנסко О., Тымкив К.* Страна земляков // Корреспондент. — 21 октября 2006. — № 41 (230). — С. 46—50.
101. *Смит А.* Исследование о природе и причине богатства народов. — М.: Изд-во социально-полит. литературы, 1962. — 677 с.
102. *Смолий В. А., Степанков В. С.* Богдан Хмельницкий. Хроніка життя та діяльності. — К.: Наукова думка, 1994. — 64 с.
103. *Суименко Е. И.* Образ предпринимателя в общественном мнении // Предприниматель Украины: эскизы к социальному портрету / Отв. ред. В. М. Ворона, Е. И. Суименко. — К.: ИС НАНУ, 1995. — С. 59—72.
104. *Суименко Е. И.* Процесс институционализации социально-экономических поведенческих формообразований // Проблемы розвитку соціологічної теорії. Трансформація соціальних інститутів та інституціональної структури суспільства. Наукові доповіді і повідомлення III Всеукраїнської соціологічної конференції / САУ, ІС НАНУ. — К., 2003. — С. 306—311.
105. *Суименко Е. И., Арсеев А. Г.* Социально-исторический тип современного украинского предпринимателя: императивы цивилизованности и удручающие реалии // Предприниматель Украины: эскизы к социальному портрету / Отв. ред. В. М. Ворона, Е. И. Суименко. — К.: ИС НАНУ, 1995. — С. 93—103.
106. *Суїменко Є. І.* Приватизаційний процес: діючий сценарій і пошуки альтернативи // Українське суспільство на порозі третього тисячоліття. Колективна монографія / Під ред. М. О. Шульги. — К.: Ін-т соціології НАН України, 1999. — С. 129—143.
107. *Туган-Барановский М. И.* Избранное. Русская фабрика в прошлом и настоящем. Историческое развитие русской фабрики в XIX веке. — М.: Наука, 1997. — 735 с.
108. *Тюрго А.* Избранные экономические произведения. — М.: Соцэ-кгиз, 1961. — 198 с.
109. Українська приватизація: групи інтересів, причини, шляхи подолання / О. Й. Пасхавер, Л. Т. Верховодова, К. М. Агєєва. — Центр економічного розвитку. — К., 2008.
110. *Хайек Ф. А.* Пагубная самонадеянность. Ошибки социализма. — М.: Новости, 1992. — 304 с.
111. *Христофорова О.* Ставлення населення України до підприємництва та ринкових відносин в умовах демократизації суспільства // www.dep.kiev.ua/confer/Conference%202000/Section%202/Khristoforova.pdf
112. *Шенелєв Л. Е.* Царизм и буржуазия во второй половине XIX века. — Л.: Наука, 1981. — 390 с.
113. *Шумпетер Й.* Капіталізм, соціалізм і демократія / Пер. з англ. В. Ружицького та П. Тарашука. — К.: Основи, 1995. — 528 с.
114. *Энтова Р. М.* Первоначальное накопление капитала // Большая Советская Энциклопедия. [В 30-ти т.] Гл. ред. А. М. Прохоров. —

3-е изд. — Т. 19. Отоми—Пластырь. — М.: «Сов. энциклопедия», 1975. — С. 362—363.

115. *Armstrong S. A.* Socializing For Modernization In a Multiethnic Elite // G. Guroff, F. V. Carstensen (eds.) *Entrepreneurship In Imperial Russia and the Soviet Union*. Princeton. New Jersey. — 1983. — P. 84—103.

116. *Blackwell W. L.* The Beginnings of Russian Industrialization, 1800—1860. Princeton, New Jersey. Princeton University Press. — 1968. — 423 p.

117. *Brockhaus R. H.* The Psychology of the Entrepreneur / Kent C. A. et al. (eds.) *Encyclopedia of Entrepreneurship*. Prentice-Hall. Englewood Cliffs, New Jersey. — 1982. — P. 43—49.

118. European Charter for small enterprise: <http://www.europa.eu.int/scadplus/leg/en/lvb/n26002.htm>

119. *Kets de Vries M. F. R.* The Entrepreneurial Personality: A Person At the Crossroads // *The Journal of Management Studies*. February, 1977. — P. 34—57.

120. *McClelland D. C.* The Achieving Society. — New York: Van Nostrand, 1961. — 512 p.

121. *Shapero A., Sokol L.* The Social Dimensions of Entrepreneurship / Kent C. A. et al. *Encyclopedia of Entrepreneurship*. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New Jersey, 1982. — P. 72—90.

122. USA Small Business Administration: <http://www.sba.gov/regulations/sbaact/sbaact.pdf>

123. *Waldinger R.* Immigrant Enterprise and the Structure of the Labour Market // Roberts B., Finnegan R., Gallie D. *New Approaches to Economic Life*. Manchester University Press, Manchester, 1985. — P. 213—228.

124. *Waldinger R., Aldrich H., Ward R.* Ethnic Entrepreneurs: Immigrant Business In Industrial Societies. Sage Publications. 1990. — 130 p.

125. *Ward R.* Ethnic Entrepreneurs in Britain and Europe // R. Coffee, R. Scase (eds.) *Entrepreneurship in Europe: The Social Processes*. — London: Croom Helm, 1987. — P. 83—104.

126. *Ward R., Jenkins R.* Ethnic Communities in Business. — Cambridge: Cambridge University Press, 1984. — 188 p.

Наукове видання

РАХМАНОВ Олександр

**СОЦІОКУЛЬТУРНІ ЧИННИКИ
ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІЇ
ПІДПРИЄМНИЦТВА
В УКРАЇНІ**

Монографія

Редактор *В. Шолудько*
Художник обкладинки *Т. Матвієнко*
Коректор *В. Антонюк*
Верстка *О. Полив'яний*

Підп. до друку 26.10.2010. Формат 60×84/16. Папір офсет. № 1.
Гарнітура Тип Таймс. Друк офсетний. Ум.-друк. арк. 10,70.
Обл.-вид. арк. 12,17. Наклад 300 пр. Зам. 10-3958.

Державний вищий навчальний заклад
«Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
03680, м. Київ, проспект Перемоги, 54/1

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру
суб'єктів видавничої справи (серія ДК, № 235 від 07.11.2000)

Тел./факс (044) 537-61-41; тел. (044) 537-61-44
E-mail: publish@kneu.kiev.ua

Гарантія відмінних знань

Видавництво КНЕУ, створене 1996 року, є провідним видавцем економічної літератури в Україні.

Видання КНЕУ — це книжки високої якості для студентів та викладачів вищих навчальних закладів, науковців та підприємців.

Видавництво вже випустило у світ понад 1000 найменувань підручників і посібників та регулярно забезпечує своїх читачів новими виданнями.

Якість понад усе

- Літературу видавництва КНЕУ розроблено відповідно до затверджених Міністерством освіти і науки України навчальних програм та вимог Болонської декларації.

- Процес випуску літератури видавництва включає повний цикл підготовки книжок — від розміщення заявки автором до отримання надрукованих примірників. Це гарантує актуальність матеріалів, адекватність їх сучасним умовам ведення бізнесу та перевірку на практиці.

- Видання КНЕУ дають змогу комплексно забезпечити навчальний процес і науковий розвиток студентів, аспірантів та викладачів. Оптиміальне поєднання теоретичних матеріалів з практичними прикладами робить видання корисними для працівників підприємств та підприємців.

Видавництво пропонує

- підручники
- навчальні посібники
- навчально-методичні посібники
- курси лекцій
- тренінгові технології
- монографії
- збірники наукових праць
- освітньо-кваліфікаційні характеристики
- освітньо-професійні програми

Основні напрями видань

Міжнародна економіка
Економіка підприємства
Статистика
Менеджмент. Маркетинг
Бухгалтерський облік. Аудит
Фінанси
Банківська справа. Інвестування
Економіка агробізнесу
Право
Точні науки
Суспільні та гуманітарні науки

Видавництво КНЕУ імені Вадима Гетьмана
04053, м. Київ, пл. Львівська, 14
тел.: (044) 537-61-44, e-mail: publish@kneu.kiev.ua

Реалізація книжок

ТОВ «Міжнародний інститут бізнес-освіти КНЕУ ім. В. Гетьмана»

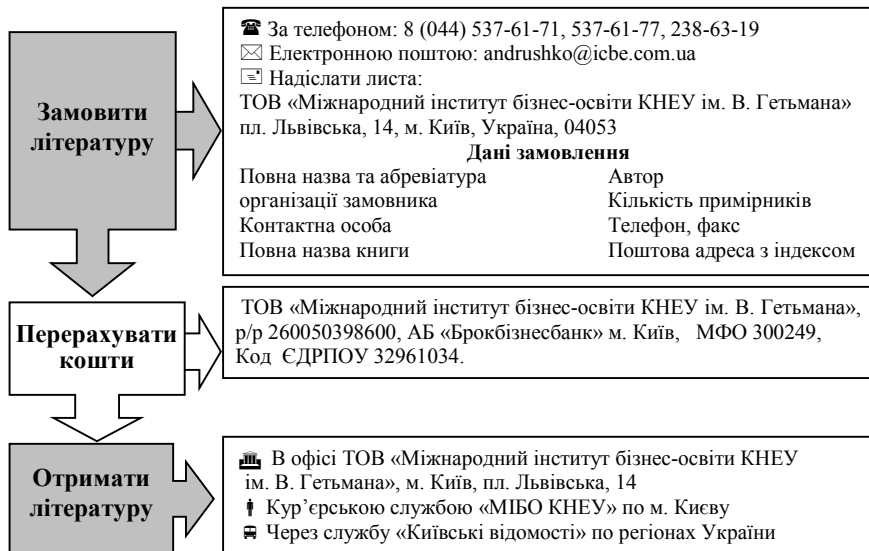
04053, м. Київ, пл. Львівська, 14
Тел./факс: (044) 537-61-71, 537-61-77

e-mail: andrushko@icbe.com.ua

www.icbe.com.ua

ОПТОВИЙ ПРОДАЖ

Як придбати літературу



Пропонуємо гнучку систему знижок та вигідні умови співпраці.

Забезпечуємо щотижневe розсилання прайсів та інформації про нові надходження електронною поштою.

Роздрібний продаж літератури в Києві

- пл. Львівська, 14
- просп. Перемоги, 54/1
- вул. Мельникова, 79/81
- вул. Дегтярівська, 49 Г
- Книжковий магазин «Знання», вул. Хрещатик, 44, тел.: 234-22-91
- Книжковий магазин «Сяйво», вул. Червоноармійська, 6, тел.: 235-43-66
- Книжковий магазин «Урожай», просп. 40-річчя Жовтня, 128, тел.: 258-31-87
- Книжковий магазин «Академкнига», вул. Стрітенська, 17, тел.: 272-35-82

Видавництво КНЕУ імені Вадима Гетьмана
04053, м. Київ, пл. Львівська, 14
тел.: (044) 537-61-44, e-mail: publish@kneu.kiev.ua

Реалізація книжок

ТОВ «Міжнародний інститут бізнес-освіти КНЕУ ім. В. Гетьмана»
04053, м. Київ, пл. Львівська, 14
Тел./факс: (044) 537-61-71, 537-61-77
e-mail: andrushko@icbe.com.ua
www.icbe.com.ua

АРК

ВАТ «Кримкнига»

м. Сімферополь, вул. Горького, 5
тел.: (0652) 27-54-87

Книжковий магазин «Буква»

м. Сімферополь, вул. Севастопольська, 6
тел.: (0652) 27-31-53
м. Євпаторія, вул. Фрунзе, 42
тел.: (06569) 331-44
м. Ялта, вул. Гоголя, 24
тел.: (0654) 32-37-41

ВІННИЦЬКА ОБЛ.

Магазин «Кобзар»

м. Вінниця, вул. Привокзальна, 2/1

ВОЛИНСЬКА ОБЛ.

ТОВ «Знання»

м. Луцьк, пр. Волі, 41
тел./факс: (03322) 423-98

Книгарня «Дім книги»

м. Луцьк, вул. Конякіна, 37-а
тел./факс: (0332) 73-01-59

ДНІПРОПЕТРОВСЬКА ОБЛ.

Бібколектор обласний

м. Дніпропетровськ, вул. Кірова, 22
тел.: (056) 778-38-39-ф, 778-25-37

Магазин «Ера»

м. Кривий Ріг, вул. Косіора, 42
тел.: (0564) 712367

Книжковий магазин «Дар»

м. Кривий Ріг, вул. Пухачевського, 75
тел.: (0564) 66-41-88
тел./факс: (0564) 66-01-68

ДОНЕЦЬКА ОБЛ.

ПП Ярошенко Н. М.

м. Донецьк, вул. Артема, 84
(приміщення обласної бібліотеки
ім. Н. Крупської)
тел.: (062) 343-88-07

СПД Дротенко

м. Донецьк, вул. Артема, 160
Книжковий ринок, м. Донецьк,
торговий комплекс «Маяк», місце 113
тел./факс: (0622) 22-68-79

ЖИТОМИРСЬКА ОБЛ.

«Світ книги»

м. Житомир, вул. Київська, 17/1
тел.: (0412) 47-27-52

ЗАКАРПАТСЬКА ОБЛ.

Книгарня «Книги»

м. Ужгород, пр. Свободи, 3
тел.: (0312) 61-36-95

Книгарня «Кобзар»

м. Ужгород, пл. Коротівчича, 1
тел.: (03122) 3-35-16

ТОВ «Букініст»

м. Ужгород, вул. Л. Толстого, 4
тел.: (03122) 3-72-18

ЗАПОРІЗЬКА ОБЛ.

ТОВ «ЛЕКТОС» ЛТД

м. Запоріжжя, пр. Леніна, 142
тел.: (0612) 13-85-53, (061) 220-09-96

ІВАНО-ФРАНКІВСЬКА ОБЛ.

Книгарня

м. Івано-Франківськ, пл. Ринок, 14
тел.: (03422) 2-47-82

ТОВ «Арка»

м. Івано-Франківськ, Вічевий майдан, 3
тел./факс: (0342) 50-14-02, (03422) 3-04-60

КІРОВОГРАДСЬКА ОБЛ.

«Книжковий світ»

м. Кіровоград, вул. Набережна, 11

ЛУГАНСЬКА ОБЛ.

Глобус-книга

м. Луганськ, вул. Советская, 58
тел./факс: (0642) 53-62-30

ФОП Гречишкін С. І.

м. Луганськ, вул. Леніна, 149-а
тел./факс: (0642) 58-95-28, 59-63-37

ЛЬВІВСЬКА ОБЛ.

Книгарня «Глобус»

м. Львів, пл. Галицька, 12
тел.: (0322) 74-01-77

ДКП «Бібліотечний колектор»

м. Львів, вул. Лисенка, 21
тел./факс: (0322) 75-79-86

ТОВ «Ноти»

м. Львів, пр. Шевченка, 16
тел./факс: (0322) 72-67-96



Можливість здобути західну університетську бізнес-освіту в Україні

Міжнародний християнський університет-Київ

Приватний вищий навчальний заклад,
створений як університет американського
типу на базі Міжнародного університету-
Відень (Австрія) та Київського національно-
го економічного університету імені Вадима
Гетьмана

Ліцензія МОН України
AB № 498488 від 17.12.09

Акредитовані напрями підготовки бакалаврів:

- менеджмент
- маркетинг
- міжнародна економіка

Мова навчання — українська й англійська.

Освітній рівень — бакалавр.

Диплом бакалавра державного зразка та міжнародний диплом бакалавра бізнес-адміністрування (BBA).

Термін навчання — 4 роки.

Форма навчання — денна.

Навчання платне.

МХУ-Київ наслідує традиції американських університетів щодо дисциплін, розкладу семестрів, системи оцінювання та поведінки.

Університет має міжнародне визнання і не має аналогів в Україні.

Випускник МХУ-Київ сьогодні:

- ✓ знає пріоритети, стиль та культуру західного бізнесу в поєднанні з обізнаністю щодо економічного та правового середовища в Україні;
- ✓ розуміє психологію західного підприємця та швидко адаптується в роботі із західними партнерами;
- ✓ вільно володіє діловою англійською мовою, що відкриває шлях до успіху в міжнародному бізнесі, та знає інші іноземні мови.

Випускники Міжнародного християнського університету-Київ працюють:

- у представництвах іноземних підприємств та організацій в Україні;
- представництвах українських фірм за кордоном;
- українських організацій та підприємствах, що мають ділові контакти із західними партнерами.

Адреса: 03680, м. Київ, просп. Перемоги, 54/1, каб. 136 (головний корпус Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана)

Тел./факс (044) 456-43-63; (044) 456-51-06

e-mail: office@icu.kiev.ua

www.icu.edu.ua