

УДК 334.012.64:316.323.72

## ПРОБЛЕМА СТАНОВЛЕННЯ СУЧАСНОГО ВІТЧИЗНЯНОГО МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ЯК СОЦІАЛЬНОГО ІНСТИТУТУ

Жиров Денис Андрійович – здобувач кафедри соціології управління Донецького державного університету управління

*У статті роль малого бізнесу розглядається одночасно як ознака певного рівня розвитку ринкових відносин в країні і як індикатор становлення правового громадянського суспільства. Констатується незадовільний стан українського бізнес середовища через відсутність комплексної державної програми підтримки та сприяння розвитку малого бізнесу.*

**Ключові слова:** мале підприємництво, соціальний інститут, правова свідомість, соціальна відповідальність, бізнес-середовище.

*В статье роль малого предпринимательства рассматривается одновременно как признак определенного уровня развития рыночных отношений в стране и как индикатор становления правового гражданского общества. Констатируется неудовлетворительное состояние украинской предпринимательской среды из-за отсутствия комплексной государственной программы поддержки и содействия развитию малого предпринимательства.*

**Ключевые слова:** малое предпринимательство, социальный институт, правовое сознание, социальная ответственность, бизнес-среда.

*The interest to a small business employment, as to the subject of social and economic reforms, always grows in the period of market relations development. The small business plays an important public role, being not only a sign of the definite market relations level of in the country, but being an index of lawful civil society at the same time. However, at present times the state of Ukrainian business is not on so high level because of absence of the complex state program on support and assistance of the small business.*

**Keywords:** small business, social institution, legal consciousness, social responsibility, business environment.

Вже два десятиріччя триває процес переходу українського суспільства від радянської моделі планової економіки до сучасної ринкової. Одним із найважливіших чинників, що стимулює та взагалі робить можливим таке якісне перевтілення, є мале підприємництво. Саме цей елемент стає одним із основних при формуванні сучасних соціально-економічних відносин.

Ще двадцять років тому функціонування малого підприємництва характеризувалося, щонайменше, небажанням влади та суспільства визнавати бізнес чинником економічного розвитку. Однак, з набуттям сучасною Україною статусу незалежної держави, вектор розвитку національної економіки кардинально змінився. Цілком природно, що виник певний дисонанс між буттям соціальних інститутів, що склалися протягом попереднього часу, та новими формами відтворюваних стосунків, що виникали та закріплювалися у суспільстві. Одним з природних наслідків цих процесів стало розповсюдження "тіньових" позаправових відносин практично у всіх сферах життєдіяльності суспільства.

Проте і сьогодні, коли у суспільстві вже усталилися основні компоненти ринкової економіки, мале підприємництво зберігає свою специфіку, зокрема широку розповсюдженість у означеному середовищі позаправових практик. Ми і досі не можемо сказати, що сучасне вітчизняне мале підприємництво цілком відповідає стандартам країн з розвинутою ринковою економікою та його потенціал використовується країною. Саме тому набуває актуальності дослідження становлення та стану сучасного малого підприємництва як соціального інституту, з'ясування його основних функцій, норм, цінностей (що розділяються основними акторами) та санкцій, що забезпечують їх дотримання.

Слід зазначити, що означена проблематика не є новою для наукового знання. Ще у XVIII ст. Р. Кантільон [1, с. 445-447] увів у науковий обіг поняття "підприємець". Вагомий внесок у розвиток теорії підприємництва також зробили Ж. Сей [2], А. Сміт [3]. Саме ці дослідники сформулювали систему поглядів на підприємництво як процес та на підприємця як суб'єкта дії. Одними з перших, хто звернувся до більш детального дослідження аспектів підприємництва, були М. Вебер [4], В. Зомбарт [5], Й. Шумпетер [6].

М. Вебер розглядав ідеальний тип підприємця. Мета його дослідження полягала в пошуку соціокультурних аспектів підприємницької діяльності, що були знайдені в протестантській етиці. В. Зомбарт намагався сформулювати зумовлюючий та стимулюючий такого роду діяльність показник – "дух підприємництва". Й. Шумпетер серед специфічних характеристик підприємництва відокремив інновацію як визначальну рису і функцію підприємницької діяльності.

Серед сучасних дослідників підприємництва слід відзначити П. Друкера [7], М. Фрідмена, Ф. Хайека [8]. Вони продовжували розглядати підприємницьку діяльність як інноваційну, пов'язану в умовах сучасного ринку з ризиком. Соціально-психологічну специфіку підприємництва досліджував Д. Макклелланд [9]. Для сучасної пострадянської соціології проблема вивчення сутності, природи та особливостей малого бізнесу поки що залишається недостатньо розробленою. В. Пилипенко [10, с.187-192], Ю. Пачковський [11, с.155], В. Радаєв [12, с.96-99], Є. Сірий [13, с.222] в своїх роботах звертають увагу на слабкість і нечіткість теоретичних підходів до визначення феномену підприємництва, його функцій, структурних компонентів, особливостей формування підприємницького прошарку в суспільстві. Для розкриття нашої теми найбільш доцільно звернутися до досліджень вітчизняних науковців Т. Заславської, М. Шабанової [14] та С. Макеєва [15].

Науковим нововведенням Т. Заславської є поняття "бізнес-сфера", під яким розуміються всі, хто зайняті в бізнесі, починаючи з класичних підприємств і закінчуючи найнятими робітниками. "Ця сфера охоплює всю сукупність суб'єктів продуктивної, комерційної або фінансової діяльності, здійснюваної на базі автономних рішень, що приймаються, і з метою здобуття прибутку".

Доповнила розробки Т. Заславської її колега М. Шабанова. Вона також характеризує підприємництво з точки зору діяльнісно-рольового підходу. М. Шабанова досліджує готовність підприємств до занурення у неправове поле, вимірює рівень їх дистанційованості від позаправових практик. Однією з рис прояву даного показника М. Шабанова вважає необхідність дотримуватися законів в сучасних умовах. За її словами, залишає надію той факт, що позаправова діяльність для підприємств в цілому ще не є принципом, і вони здебільшого мають установку на дотримання правових норм. Ця тенденція напряму залежить від становлення малого підприємництва як соціального інституту в контексті сучасного суспільства.

С. Макеєв, окрім іншого, в своїх дослідженнях акцентує увагу на двобічності зв'язку "підприємництво-суспільство". Вже не викликає сумніву той факт, що підприємництво є не тільки чинником стабільності вітчизняної економіки та основи особистого добробуту громадян, але й закладає основи правового громадянського суспільства та слугує індикатором становлення в суспільстві практик взаємодії, характерних для розвинених країн з ринковою економікою. Проте дослідник каже і про зворотній зв'язок, коли стан розвитку суспільства та виклики часу потребують від суспільних інститутів адекватних відповідей, що не завжди є запорукою їх функціонування в межах правового поля.

Між іншим, С. Макеєв зазначає, що примусові механізми інститутів під впливом часу лише закріплювались. Однак у сучасному світі індивіди переважно орієнтуються на особистісно-корисні цінності. Таким чином, якщо не виправдовується, то принаймні стає зрозумілою розповсюдженість ненормативних та позаправових стратегій у вирішенні різноманітних питань у середовищі підприємців.

Однак такий підхід не відображає стан інституту підприємництва у контексті сучасного вітчизняного суспільства. Якщо змінилися ціннісні орієнтації всього суспільства, та його інститути лише ретранслюють характерну соціальну картину, то окремі аспекти діяльності останніх перестають контрастувати з контекстом та втрачають здатність до поліпшення.

При дослідженні підприємництва виникає цікава ситуація: хоча малий бізнес функціонує, та досить успішно, він практично не виконує своїх соціальних та економічних функцій. Не викликає сумніву, що становлення малого підприємництва як соціального інституту ще далеко від свого завершення. Постає необхідність дослідження саме інституціональних засад малого бізнесу, тобто визначення повноцінності кожної з ознак соціального інституту стосовно сучасного бізнес-середовища. Отже, *соціальний інститут* – це постійно відтворювані стосунки людей, а також стійка сукупність індивідів, груп, закладів, діяльність яких націлена на виконання конкретних соціальних функцій, та яка регулюється певними нормами та правилами.

Розглядаючи вітчизняне мале підприємництво, в першу чергу, не можна однозначно стверджувати, що воно характеризується стійкими, відтворюваними та регульованими практиками взаємодії. Через нестабільне суспільне становище, однаково як і через відсутність чітких та стійких у часі нормативно-правових меж, підприємництво не може стандартизувати свою діяльність. Більш того, навіть якщо певна модель підприємницької поведінки стає відносно розповсюдженою стратегією, зовсім не обов'язково така дія є закріпленою на правовому рівні. Це підтверджують дані дослідження, що було проведено в 2008 році

серед представників малого бізнесу м. Донецька<sup>1</sup>. Більшість опитаних підприємців (66,4%) на словах виражають схильність до порушення закону: частина з них відповідає, що за наявних умов функціонування бізнесу подібні дії неминучі (33,6%), а інша частина висловлює схильність до порушень під тиском обставин (32,8%). Таким чином на думку більшості підприємців, в сучасних умовах розвитку економічних стосунків в Україні вести бізнес тільки законними методами дуже складно. Відсоток підприємців, які демонструють готовність дотримання законів (33,6%), також не виглядає оптимістично з огляду на те, що підприємці залишаються в межах правового поля переважно через можливі наслідки порушення.

Ці дані виявляють лише націленість суб'єкта на ту чи іншу модель поведінки. Тому до анкети було включено низку питань стосовно безпосередніх практик, які обираються підприємцями у відповідь на встановлення неприйнятних правил гри у бізнесі. Поєднання цих показників демонструє, що більшість підприємців (55,9%), незалежно від установок, на практиці не порушують закон. У відповідь на дії держави звертаються до позаправових методів 44,1% підприємців. Ці дані викликають занепокоєння, якщо врахувати, що порушником є майже кожен другий підприємець.

Проте підприємницька поведінка не є єдиним та автономним показником ступеню розвиненості інституту. З наведеного вище визначення бачимо, що однією з засад діяльності, та, власне, складових частин соціального інституту є певна стійка сукупність індивідів, груп, закладів, діяльність яких забезпечує виконання конкретних соціальних функцій. Навряд чи можна стверджувати, що вітчизняне мале підприємництво в цьому аспекті відповідає зазначеним вимогам.

Однією з засад функціонування будь якого соціального інституту є процес виховання та соціалізації його суб'єктів. Від рівня соціальної та правової культури підприємця напряму залежить його діяльність, особливості якої в сучасному бізнес-середовищі ми розглядали вище. Тобто запорукою правомірної та адекватної дії підприємця є його правове та економічне виховання, координація процесів реєстрації та роботи підприємства. Це підтверджують дані дослідження, згідно з якими більшість підприємців (63,9%) відчують погіршення існуючої системи державної підтримки малого бізнесу. Окрім того існує чималий відсоток респондентів, які підтверджують погіршення доступу до фінансово-кредитних (52,2%), матеріальних (44,9%), лізингових (34,6%) та інтелектуальних (25,4%) ресурсів.

Наслідками стагнації установ, відповідальних за розвиток та підтримку малого бізнесу, є ціла низка негативних чинників. По-перше це деформована правосвідомість, що впливає на фактичне дотримання підприємцями правових меж – 52,1% респондентів у відповідь на встановлення державою неприйнятних умов у бізнесі діятимуть поза межами правового поля.

По-друге, у підприємців формується специфічне розуміння соціальної відповідальності, яку вони схильні обґрунтовувати, в першу чергу, важливістю власної бізнес-діяльності, а не формами поліпшення якості життя міста в цілому: 84% опитуваних бачать свою цінність для міста та його мешканців у сплаті податків, 43,2% підприємців задовольняються тим, що надають товари та послуги, необхідні суспільству, 39,2% респондентів бачать користь власної діяльності у створенні робочих місць та подоланні безробіття.

По-третє, розвиток підприємництва в умовах трансформації соціально-економічних і нестабільності політичних відносин в Україні робить неминучою ситуацію порушення прав підприємців. Отримані в ході дослідження дані підтверджують усвідомлення 51,4% підприємцями порушення власних прав.

Таким чином, процес трансформації української економіки та суспільства потребує оптимізації діяльності соціальних інститутів, що в першу чергу стосується малого підприємництва як головного чинника економічного розвитку та становлення ринкових відносин. Цей процес складний та вимагає чималих зусиль з боку як владних органів, так і самих підприємців. Коротко оглянувши особливості функціонування вітчизняного малого підприємництва як соціального інституту можемо казати про певні тенденції. В першу чергу звертає на себе увагу той факт, що підприємницьке середовище характеризується розповсюдженістю позаправових практик, які можна сприймати або як залишкове явище періоду першого десятиріччя становлення незалежного українського суспільства, або як відповідь на теперішню нестабільність у державі.

Така специфіка підприємницької діяльності тісно пов'язана із станом установ, стимулюючих розвиток бізнесу та правове виховання його суб'єктів. Відчувається нестача як фізичних закладів – бізнес інкубаторів та інформаційних центрів, так і спеціальних банківських пропозицій для розвитку бізнесу, що в цілому складає нерозвиненість ринкової інфраструктури в суспільстві. Формується низка негативних наслідків, серед яких специфічне розуміння підприємцями соціальної відповідальності, порушення прав підприємців тощо.

<sup>1</sup> Дослідження «Вивчення стану, перспектив розвитку малого бізнесу в місті Донецьку» проходило в період з листопада по грудень. Було опитано 296 підприємців, вибіркова сукупність визначена методом квотного відбору за показниками – район розташування малого підприємства та тип його діяльності. Помилка вибірки складає  $\pm 5\%$ . Вибіркова сукупність розраховувалася на основі статистичних даних про стан та діяльність підприємств малого бізнесу у м. Донецьку за 2007 р. [16]

Це далеко не весь перелік проблем, з якими стикається вітчизняний підприємець в процесі своєї діяльності. Не викликає сумніву, що проблематика становлення малого підприємництва як соціального інституту потребує уваги як на теоретичному рівні, так і через конкретні обмірковані практичні дії.

**ЛІТЕРАТУРА:** 1. Энциклопедический социологический словарь / [ред. Г. В. Осипов]. – М. : ИСПИ РАН, 2003. – С.445-447 2. Сэй Ж.-Б. Трактат по политической экономии / Жан Батист Сэй ; [ред. М. К. Бункин, А. М. Семенов]. – М. : Дело. Акад. нар. хоз-ва при Правительстве Рос. Федерации, 2000. – 232 с. 3. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / Адам Смит. – М. : Эксмо, 2007. – 960 с. 4. Вебер М. Избранные произведения : пер. с нем. / Макс Вебер ; [ред. Ю. Н. Давыдов]. – М. : Прогресс, 2000. – 766 с. 5. Зомбарт В. Буржуа. Этюды по истории духовного развития современного экономического человека : пер. с нем. / Вернер Зомбарт. – М. : Наука, 2004. – 443 с. 6. Шумпетер Й. А. Капитализм, социализм и демократия : пер. с англ. / Йозеф Алоиз Шумпетер ; [ред. В. С. Автономов]. – М. : Экономика, 2005. – 539 с. 7. Друкер П. Ф. Бизнес и инновации / Питер Фердинанд Друкер. – М. : "Вильямс", 2007. – 432 с. 8. Хайек Ф. А. Цены и производство / Фридрих Август фон Хайек. – Челябинск : Социум, 2008. – 199 с. 9. Новікова О. Ф. Соціальна орієнтація економіки: механізми державного регулювання / Новікова О. Ф., Грінєвська С. М., Шамілева Л. Л. -- Донецьк : КІНД ІЕП НАН України, 2009. – 220 с. 10. Пилипенко В. "Сільські" реформи в оцінках населення / Валерій Євгенович Пилипенко ; [ред. В. Ворона, М. Шульга] // Українське суспільство 1992-2006. Соціологічний моніторинг – К. : Інститут соціології НАН України, 2006. – 636 с. 11. Пачковский Ю. Ф. Підприємництво у новітніх пошуках та інтерпретаціях / Ю. Ф. Пачковский. // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2003. – № 2. – С. 149-159. 12. Радаев В. В. Экономическая социология. Курс лекций : учебное пособие / Вадим Валерьевич Радаев. – М. : Аспект Пресс, 2008. – С. 96-99. 13. Сірий Є. В. Підприємливість і підприємництво та їх роль в економічній еволюції суспільства / Є. В. Сірий // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства: Збірник наук. праць. У 2 т. – Харків : Видавничий центр ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2006. – Т.2. – С. 218-224. 14. Заславская Т. И. Проблема институализации неправовых практик в сфере труда / Татьяна Ивановна Заславская, Марина Адриановна Шабанова ; [общ. ред. Т. И. Заславская] // Куда идет Россия? Формальные институты и реальные практики. – М.: МВШСЭН, 2002. – С.137-148. 15. Макеев С. А. Социальные институты: классические трактовки и современные подходы к изучению / Сергей Алексеевич Макеев // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2003. – №4. – С.5–20. 16. Результаты мониторинга состояния и перспектив развития предприятий малого бизнеса в городе Донецке / [ред. О. К. Михеевой]. – Донецк : ДонГУУ, 2008. – 57 с.