

СОЦІОЛОГІЯ

УДК 316.334.23

Гудзенко О. З.

кандидат соціологічних наук,
доцент кафедри соціології
Дніпропетровського національного
університету імені Олеся Гончара
(Дніпропетровськ, Україна),
E-mail: olesya-gudzenko@mail.ru

РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА: СОЦІОЛОГІЧНИЙ РАКУРС ПРОБЛЕМИ

***Анотація.** Інтерес до вивчення соціокультурних чинників підприємництва в Україні, звернення до його соціологічного аналізу зумовлені важливістю й необхідністю усвідомлення тієї ролі, яку підприємництво відіграє в трансформації сучасного суспільства, у становленні соціально-орієнтованого ринкового господарства і загалом у формуванні демократичного суспільства в Україні. Перспектива виходу з кризи, переходу до ринкового суспільства багато в чому залежить від активізації підприємницької діяльності. Але крім цієї важливої ролі, яку покликані відіграти підприємці в процесах трансформації українського суспільства, слід зазначити, що необхідним виявляється створення тих соціальних умов, за яких формування та функціонування підприємницької діяльності буде ефективним.*

***Ключові слова:** підприємництво, соціологічний вимір проблеми, агенти трансформації, умови ведення бізнесу, інноваційний потенціал.*

Постановка проблеми. Проблеми, пов'язані з підприємництвом, сьогодні є предметом інтенсивного вивчення не тільки в економіці, але й соціології. У рамках даної проблематики соціологію цікавлять культурно-історичні, соціокультурні аспекти підприємництва, а також можливість застосування сучасних теорій для вивчення такого роду діяльності [1, с.28]. Становлення ринкових відносин в Україні передбачає активний розвиток підприємництва, а саме створення сприятливих умов для формування та функціонування малого і середнього бізнесу. В ситуації трансформації економічної і політичної систем питання забезпечення підвищення ефективності функціонування на локальному рівні місцевої економіки, соціально-економічних та правових сприятливих умов для ведення бізнесу набуває ще більшої актуальності. Наскільки комфортними є існуючі соціокультурні, соціально-економічні та політичні умови ведення бізнесу в межах міста – це питання мабуть найважливіше та вирішальне при здійсненні підприємницької діяльності. Дійсно, доволі комфортний бізнес-клімат міста сприяє розвитку економіки і як результат розвитку місцевої інфраструктури. На жаль, сучасний стан українського суспільства визначається доволі низьким рівнем індексу легкості ведення бізнесу. Під комфортними умовами ведення бізнесу, як правило розуміють: легкість відкриття бізнесу, отримання дозвільних документів, реєстрація власності, вигідні умови отримання кредиту, тощо. Основою проблемної ситуації, що склалась є протиріччя між необхідністю розробки сучасного вектору розвитку підприємництва з урахуванням соціально-політичних, соціально-економічних та правових потреб підприємців та станом суспільної думки підприємців щодо місцевих умов розвитку бізнесу.

Аналіз наукових досліджень. Розгляд феномену підприємництва було здійснено такими вченими, як Р. Кантільон, Ф. Кене, А. Тюрго, Ж.-Б. Сей, А. Сміт, Д. Рікардо, А. Маршалл, Й. Шумпетер, Ф. Найт, Р. Коуз, Ф. Хайек та ін. Вагому роль у формуванні конструктивних досліджень щодо проблематики підприємництва відіграють наукові роботи вітчизняних соціологів: В. Ворони, Е. Суїменка, В. Пи-

липенка, А. Арсеенко, С. Донченко, О. Злобіної, В. Тихонович, О. Бондаренко, Є. Сірого, С. Фареник, Ю. Пачковського, Н. Комих, В. Ніколенко.

Мета статті полягає в дослідженні функціонування малого і середнього бізнесу в умовах сучасного українського суспільства.

Виклад основного матеріалу. Важливе значення для розвитку підприємницької діяльності в умовах сучасного міста мають питання взаємодії основних інститутів суспільства і підприємництва. Результати цієї взаємодії сприяють розвитку не тільки підприємництва, а також якісним трансформаціям українського суспільства. Тому з огляду на наслідки цієї взаємодії та невизначеність щодо напрямку подальшої трансформації української економіки вивчення цих питань є актуальною соціальною проблемою. Соціологічні дані дають змогу простежити основні тенденції розвитку інституту підприємництва в актуальних соціокультурних реаліях українського суспільства. Водночас розвиток українського підприємництва залежить від того наскільки сприятливі умови ведення бізнесу в просторі великого міста. З метою вирішення цієї проблеми кафедрою соціології Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара у співробітництві з Дніпропетровською міською радою в грудні 2014 р. було проведено соціологічне дослідження на тему «Стратегії розвитку малого та середнього бізнесу м. Дніпропетровська». Використовуючи метод експертного опитування вибіркова сукупність складала 150 підприємців малого та середнього бізнесу м. Дніпропетровська.

Одним із завдань дослідження було визначити громадську думку підприємців стосовно тих соціальних умов, які перешкоджають введенню бізнесу в цілому по Україні. Серед запропонованих умов можливим було відібрати декілька. Результати відображені на рис. 1. Отримані дані демонструють нам досить закономірну і передбачувану картину. Так, серед запропонованих умов, які перешкоджають введенню бізнесу, 69,3% опитаних вказали на нестійке економічне становище в державі. Досить високі показники серед таких умов як бюрократичні процедури (57,3%), слабка підтримка держави (53,3%) і корупція на місцях (55,3%). Підприємці вважають, що перешкодою є також несправедлива податкова політика (44,7%) і процвітання тіньового бізнесу (34,7%), не вигідні умови одержання кредиту (36,7%), а от такий показник як неможливість чи складність одержання кредиту досить низький (12,7%). Монополістично-олігархічний розвиток економіки та концентрація капіталу в великому бізнесі відзначають 28% і 15,3% відповідно. Незначні показники серед таких умов, як низький рівень конкурентоздатності підприємств (8%) та низький рівень професіоналізму персоналу (11,3%). Показовим є той факт, що тиск кримінальних елементів на ведення бізнесу відмітили лише 8,7% опитаних. Така умова як негативне ставлення населення до підприємців займає найнижчу позицію, і складає всього 4,7%. Це свідчить про позитивне ставлення населення до підприємницької діяльності.

Що стосується оцінки умов ведення бізнесу в цілому по країні в залежності від такого фактору як сфера діяльності, то дані свідчать про наступне. Суттєвих відмінностей відповідей на це питання серед представників різних сфер діяльності не виявляється. Однак, можемо відзначити, що такий фактор як процвітання тіньового бізнесу більше турбує представників зі сфери споживчо-побутових послуг, ніж інших і складає – 41,4%. Несправедлива податкова політика більший процент серед відповідей підприємців зі сфери виробництва – 53,5%. Підприємці зі сфери інформаційно-освітніх послуг зовсім не відмітили (0%) такий фактор як негативне ставлення населення до підприємців.

Якщо порівнювати отримані результати між суб'єктами підприємницької діяльності – фізичні та юридичні особи, то в цілому можемо відзначити певні закономірності. Обидві категорії підприємців (фізичні та юридичні особи) відзначили, що найважливішою перешкодою ведення бізнесу є нестійке економічне становище в державі – 71,0% і 66,7% відповідно. Однак, більшість підприємців,



Рис. 1. Основні перешкоди для ведення бізнесу в цілому по Україні.

які відносяться до категорії «фізичні особи» відмічають такі фактори як – слабка підтримка держави (55,9%), бюрократичні процедури на всіх рівнях управління (63,4%) та корупція на місцях (60,2%), тоді як «юридичні особи» відзначили такий фактор як несправедлива податкова політика (52,6%). Монопольно-олігархічний розвиток української економіки більш вагомий фактор для юридичних осіб (40,4%), ніж для фізичних – 20,4%. В цілому по іншим показникам суттєвих відмінностей не спостерігається.

Отже, відмітимо, що несприятливі умови ведення бізнесу в Україні частіше пов'язані з нестійким економічним становищем в державі, бюрократичними процедурами, слабкою підтримкою держави, корупцією на місцях. Більшість підприємців вважають, що економічна ситуація в державі призводить до збільшення адміністративних бар'єрів ведення бізнесу і це впливає на відчуття невпевненості у стабільності умов серед підприємців малого та середнього бізнесу. Значна більшість респондентів вважають, що існуюча система податків штовхає малий та середній бізнес до «тінізації».

Наступні питання стосовно тих місцевих умов, які є важливими для розвитку індивідуального бізнесу. Як видно з отриманих даних, більшість респондентів обирають відсутність корупційних схем (84%), прозорість ведення бізнесу (74%), сприятливий інвестиційний клімат (79,3%), спрощена процедура отримання дозвільних документів (88%), кваліфікована робоча сила (83,3%) і сприятлива транспортно-логістична розв'язка міста (72%). Серед важливих факторів розвитку бізнесу майже рівні позиції в організації виставок (44,7%), науково-інформаційна підтримка (41,3%) та наукові розробки (39,3%). Слід підкреслити, що кореляційні показники по сферам діяльності і суб'єктам підприємницької діяльності суттєво не відрізняються.

Підприємцям пропонувалося визначити, які перешкоди, негативно впливають на розвиток бізнесу. Так, наведенні данні свідчать, що основними перешкодами розвитку бізнесу є процедура отримання дозвільних документів (80,7%), наявність корупційних схем (79,4%), несприятливий інвестиційний клімат (67,3%). Слід зазначити, що ці перешкоди підприємці всіх сфер діяльності відмічають як основні, тобто суттєвих відмінностей при відповідях на це питання не відзначається. Третина опитаних підприємців відзначила, що відсутність центрів проведення виставок не суттєво впливає на ведення бізнесу 34,7%, 33% - відповіли, що відсутність таких



Рис. 2. Основні фактори розвитку бізнесу, в %

центрів перешкоджають ведення бізнесу, 31,3% - відмітили цей фактор як не значимий при організації своєї підприємницької діяльності. Відсутність наукових розробок як фактор перешкоди ведення бізнесу турбує лише 29,3%, тоді як відсутність кваліфікованої робочої сили – 60%.

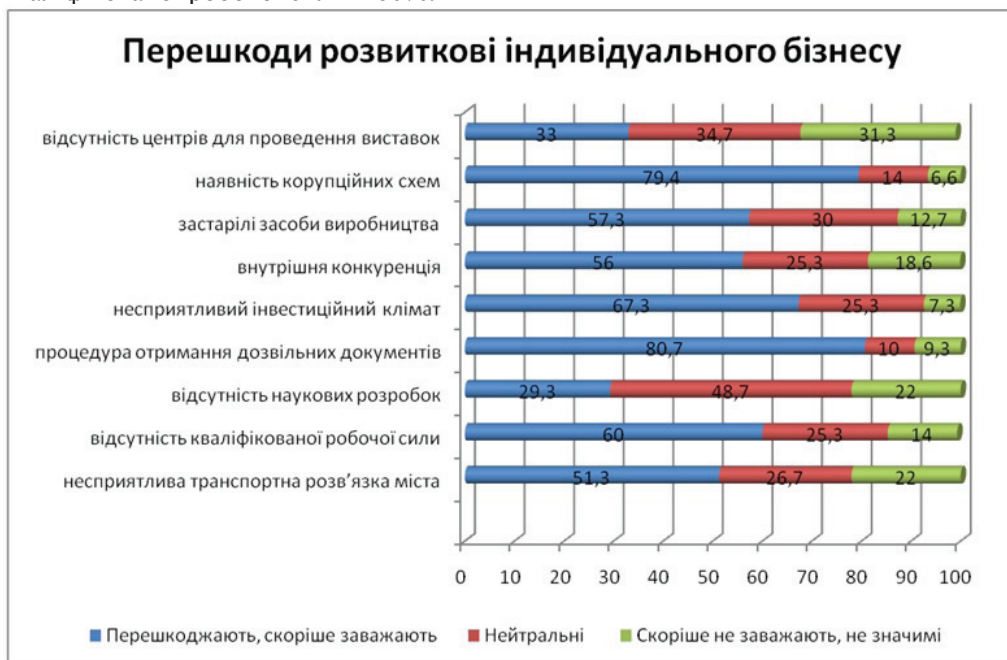


Рис. 3. Основні перешкоди розвитку бізнесу, в %

Нові соціокультурні реалії переходу від індустріальної економіки до економіки знань потребують необхідності формування в трудових колективах та і в суспільстві в цілому сприятливого інноваційного клімату. Вдосконалення інноваційної діяльності підприємства створює новий соціокультурний феномен – інноваційну культуру, яку визначають як історично стійку систему норм, цінностей, знань, умінь,

правил і способів створення інновацій у різних сферах життєдіяльності суспільства та окремих спільнот [2]. Формування інноваційної культури пов'язане з розвитком творчих, креативних здібностей персоналу, а також підтримкою керівництвом підприємства впровадження інноваційних проєктів. Найважливішою функцією інноваційної культури є збереження в інноваційній системі динамічного єдності старого, сучасного і нового, іншими словами, це вільне творіння нового з дотриманням принципу наступності. При високому рівні інноваційної культури суспільства в силу взаємної кореляції, взаємозалежності її частин, зміна однієї складової викликає швидкі зміни інших елементів. Саме тому актуальним виявляється дослідження інноваційної культури підприємств, які, в свою чергу, виступають активними агентами соціокультурних змін суспільства в цілому.

Ефективність інноваційної діяльності соціальних суб'єктів багато в чому визначається станом так званого інноваційного клімату суспільства, який, у свою чергу, залежить від характеру ставлення до нововведень з боку основних соціальних груп, з боку різних поколінь. Як правило, інновація веде до зростання конфліктності в суспільстві, що, в свою чергу, гальмує впровадження нововведень. Це явище позначається як інноваційна інерція (недієздатність) суспільства. В умовах інноваційної стагнації необхідним виявляється потужний організаційно-управлінський та правовий імпульс, щоб запрацювали механізми саморегулювання. Для цього потрібна інституціоналізація інноваційної культури, тобто перетворення її розвитку в організований, упорядкований процес з певною структурою відносин, правилами поведінки, відповідальністю учасників. Таким чином, в умовах сучасного суспільства інноваційна культура представляється об'єктивною необхідністю, оскільки саме інноваційна культура є основою, визначення напрямку, рівня і якості розвитку особистості і суспільства в цілому.

За такими змістовними параметрами, в ході проведеного соціологічного дослідження, експертам було запропоновано відповісти на низку запитань, які дали б змогу охарактеризувати інноваційний потенціал розвитку малого та середнього бізнесу в м. Дніпропетровську. Перш ніж визначити рівень наявного інноваційного потенціалу підприємства,

Стосовно розширення масштабів підприємства та джерел цього процесу, експерти визначили, здебільшого, що вони планують розширення, але пізніше - 46,7%, та значний відсоток підприємств не планують здійснювати розширення підприємства - 33,3% респондентів. Слід зазначити, що розширення планують підприємці, в основному представники споживчо-побутової сфери господарства - 27,6%. За віком, це представники вікової групи до 35 років - 17,8%. Найменш активні в плануванні розширення підприємства - представники вікової групи 51 і старше. Серед підприємців цієї вікової групи категорично відповіли «ні» - 45,9% респондентів. Експерти, представники сфери інформаційно-освітніх послуг, яка є домінуючою при економіці знань, здебільшого планують розширення свого підприємства, але пізніше - 54,5% та 31,8% - ні, взагалі не планують. В загалом, підприємці обирають позицію відповіді: «так планую розширення підприємства, але пізніше» - 46,7%, що пов'язано, на нашу думку, з нестабільністю поточної економічної ситуації в країні, неможливістю планувати розвиток підприємства на перспективу, навіть короткострокову. Розширення підприємства експерти планують за рахунок збільшення обсягів виробництва - 31,4%, збільшення чисельності працівників - 34,3%.

Наступним значимим елементом інноваційної діяльності підприємств та показником розгортання економіки знань є присутність на підприємствах відділу наукових досліджень або впровадження інновацій. Дані свідчать, що майже 83% підприємств такого відділу не мають, 10% підприємств відзначають, що немає такого відділу, але планується його створення, лише 7% відповістих зазначили, що такий відділ в них є. Але, надають певну надію на можливі покращення інноваційної політики на підприємствах, поступові дії підприємців щодо впровадження відділів інновацій

у сфері виробництва – 11,6% та планування створення відділів по впровадженню інновацій в сфері інформаційно-освітніх послуг – 18,2%.

Важливим елементом розвитку інноваційної культури підприємства є підвищення кваліфікації та освітній розвиток підприємців. Тільки 37,3% опитаних підприємців приймали участь в освітніх заходах по підвищенню своєї кваліфікації (участь у конференціях, вебінарах, семінарах, виставках, тренінгах з приводу впровадження інноваційних технологій виробництва, послуг і продукції). За частотою участі у заходах показники теж не є високими: 19,6 % - постійно приймають участь названих заходах, а 41,1% лише раз на рік. Серед основних причин низької активності в отриманні додаткових знань, стосовно бізнесу та підвищення кваліфікації: велике навантаження на роботі – 31,2%, нестабільна фінансова ситуація організації – 25,5 % експертів. Слід відмітити, що інноваційна спрямованість бізнесу досить помірна, та не має чітко визначеної тенденції, а розвиток сфери економіки знань знаходиться на рівні започаткування.

Висновок. Таким чином, можна зазначити, що створення на місцевому рівні сприятливих умов функціонування підприємництва є актуальною проблемою, яка потребує якісного і комплексного підходу до її вирішення. Зазначенні в роботі дані соціологічного дослідження засвідчили про досить низький рівень інноваційної культури підприємців, що в свою чергу, передбачає актуалізацію впровадження ефективних технологій розробки цього напрямку на рівні державного регулювання економічною сферою.

БІБЛІОГРАФІЧНІ ПОСИЛАННЯ:

1. Комих Н. Г. Габітус підприємництва: сутність та евристичні можливості / Н. Г. Комих // SOCIOПРОСТІР: Міждисциплінарний збірник наукових праць з соціології та соціальної роботи, №1'10. – С.28-30

2. Поскрязов А. А.. Инновационная культура и креативность / А. А. Поскрязов [Електронний ресурс]. – Режим доступа: http://www.sociology.mephi.ru/docs/innovatika/html/innovacionnaya_kultura.html (дата звернення 30.01.2015) – Назва з екрана.

REFERENCES:

1. Komykh, N.G. 'Gabitus pidpryyemnystva: sutnist ta evrystychni mozhlyvosti' [Business habit: the nature and heuristic possibilities], *SOCIOPROSTIR: Mizhdystsyplinarnyy zbirnyk naukovykh prats z sotsiologiyi ta sotsialnoyi roboty [SOCIOSPACE: Interdisciplinary scientific research journal of sociology and social work]*, №1'10. pp.28-30

2. Postriakov, A.A. *Innovatsionnaya kultura i kreativnost* [Innovative culture and creativity], available at: http://www.sociology.mephi.ru/docs/innovatika/html/innovacionnaya_kultura.html (Accessed 17 January 2015)

Гудзенко О. З., кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии Днепропетровского национального университета имени Олеся Гончара (Днепропетровск, Украина), E-mail: olesya-gudzenko@mail.ru

Развитие предпринимательства в условиях украинского общества: социологический ракурс проблемы.

Аннотация. Интерес к изучению социокультурных факторов предпринимательства в Украине, обращение к его социологическому анализу обусловлены важностью и необходимостью осознания той роли, которую предпринимательство играет в трансформации современного общества, в становлении социально-ориентированного рыночного хозяйства и в целом в формировании демократического общества в Украине. Перспектива выхода из кризиса, перехода к рыночному обществу во многом зависит от активизации предпринимательской деятельности. Но кроме этой важной роли, которую призваны сыграть предприниматели в процессах трансформации украинского общества, следует отметить, что необходимым оказывается создание тех социальных условий, при которых формирование и функционирование предпринимательской деятельности будет эффективным.

Ключевые слова: предпринимательство, социологическое измерение проблемы, агенты трансформации, условия ведения бизнеса, инновационный потенциал.

Gudzenko O. Z. PhD in sociology, associate professor of the Department of sociology Oles Honchar Dnipropetrovsk national university (Dnepropetrovsk, Ukraine), E-mail: olesya-gudzenko@mail.ru

The development of entrepreneurship in terms Ukrainian society: sociological angle problems.

Abstract. *Interest in the study of socio-cultural factors of business in Ukraine, appeal to his sociological analysis due to the importance and necessity of understanding the role that business plays in the transformation of modern society in the development of socially-oriented market economy in general and in the formation of a democratic society in Ukraine. The prospect of recovery, transition to a market society is largely dependent on the activation of entrepreneurship. But in addition to this important role entrepreneurs play called processes of transformation of Ukrainian society, it should be noted that the necessary turns creating the social conditions under which the formation and operation of business activities will be effective.*

Problems related to the business, is now the subject of intense study, not only in economy, but also sociology. Within this perspective sociology interested in cultural and historical interest, socio-cultural aspects of the business, and the ability to apply modern theories to study this kind of activity. The formation of market relations in Ukraine provides active business development, namely the creation of favorable conditions for the formation and operation of small and medium businesses. In a situation of economic and political transformation of the issue of improving the functioning at the local level of the local economy, socio-economic and legal enabling environment for doing business is even more important. How comfortable are the existing socio-cultural, socio-economic and political conditions of doing business in the city - is perhaps the most important question and crucial in the implementation of business activity. Indeed, quite comfortable business climate promotes the development of the economy and as a result the development of local infrastructure. Unfortunately, the current state of Ukrainian society is defined by relatively low index of ease of doing business. Under comfortable conditions of business are generally understood: ease of starting a business, obtaining permits, registering property, getting favorable loan conditions, and so on. The basis of the problem situation that has developed is the contradiction between the need to develop modern vector entrepreneurship development based on socio-political, socio-economic and legal needs of businesses and the state of public opinion on local business conditions, business development.

Key words: *business, sociological dimension of the problem, the agents of transformation, the business environment, innovation potential.*