

АКАДЕМІЯ НАУК УКРАЇНИ

ІНСТИТУТ СОЦІОЛОГІЇ

На правах рукопису

БОНДАРЕНКО Ольга Валеріївна

СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ ФЕНОМЕН ПІДПРИЄМНИЦТВА:  
ДОСВІД СОЦІОЛОГІЧНОЇ ІНТЕРПРЕТАЦІЇ

Спеціальність 22.00.03 - економічна соці-  
ологія та соціологія праці

А в т о р е ф е р а т  
дисертації на здобуття наукового ступеня  
кандидата соціологічних наук

Київ - 1994

Дисертація є рукописом

Робота виконана в Інституті соціології АН України

Науковий керівник - доктор економічних наук,  
професор БОРОНА В.М.

Офіційні опоненти:

1. Доктор філософських наук, професор  
МОКЛЯК Микола Миколайович
2. Кандидат філософських наук  
СТЕПАНЕНКО Віктор Петрович

Провідна організація - кафедра загальної та економічної  
соціології Київського державного  
економічного університету, м.Київ

Захист відбудеться "27" травня 1994 р. на засіданні  
спеціалізованої вченої ради Д.01.08.01 по захисту дисер-  
тацій на здобуття наукового ступеня доктора соціологічних  
наук при Інституті соціології АН України за адресою:  
252021, м.Київ, вул.Шовковична, 12.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Інституту  
соціології АН України.

Автореферат розісланий "25" квітня 1994 р.

Вчений секретар  
спеціалізованої вченої ради Д.01.08.01.,  
кандидат філософських наук

І.Е.Бекешкіна

## I\_ ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми дослідження. Одним з найбільш цікавих питань, що стоять перед соціологічною думкою України на сучасному етапі, уявляється питання про зміст суспільних змін, що відбуваються. Сучасні соціально-економічні та духовні процеси перетворять вигляд суспільства. Покинчено з ізольованістю економіки, зруйнований ще зовсім недавно міцний каркас єдиної ідеології, здобули рухомість політичні структури. Ці та інші зміни в остаточному підсумку все більш упевнено реформують до принципової динамічності засади культури, ще зовсім нещодавно жорсткі та однозначні. Будується нова категоріальна модель світу. У свідомості людей відбувається переоцінка цілої низки смислових настанов, які раніш здавались очевидними і такими, що само собою розумілися. З'являються нові орієнтири та механізми діяльності. З неусвідомлених, неявно функціонуючих структур людського розуміння та способу дії вони поступово стають усвідомлюваними загальними поведінковими моделями і здобувають статус фундаментальних життєвих форм, на які спрямоване суспільне та індивідуальне усвідомлення. Народжується зовсім нова сфера детермінації та стимулювання людської активності. Нова суспільна атмосфера породжує попит до заповзятливості, стрименою якості людської активності стає підприємницька діяльність.

В цій роботі здійснений аналіз природи та фундаментальних змістовних характеристик підприємницької діяльності з боку їх обумовленості соціокультурною ситуацією сучасної епохи, проведений у розрізі параметрів та акцентів індивідуальної свідомості.

Соціокультурна ситуація у якості вихідного фоку розвитку підприємництва подана у розрізі двох взаємопов'язаних підходів: з точки зору рекомендацій, які може дати розгляд численого історико-філософського матеріалу, з відповідним виходом на соціологічні параметри, запропоновані у якості найбільш суттєвих, а також принциповий вихід на індивідуальний життєвий світ людини як носія свідомості свого історичного та соціально-економічного часу. З другого боку, обмеження дослід-

ження лише культурологічними рамками видається недостатнім. Даний підхід доповнений розглядом специфічного розрізу суспільної реальності, що дає принципову картину індивідуального буття людини. Світ, у якому індивідуальне життя не потрібне, де "місця мені принципово немає" /за словами М.М.Бахтіна/, культура поза індивідуального вчинка приречена на загнивання. Підприємницька активність людини перш за все пов'язана з висвітленням себе прийдешнім індивідуальним сенсом, який, у свою чергу, виступає формою відбиття в індивідуальній свідомості об'єктивних характеристик суспільної реальності.

Указані обставини визначають соціально-практичну та науково-теоретичну актуальність вибраної теми дисертаційного дослідження.

Ступінь наукової розробки проблеми. Внаслідок причин історичного характеру вітчизняна соціологічна література не розглядала питання, пов'язані з природою та механізмами підприємницької діяльності. Уявлення про неї далеко не повні й не можуть визнаватися задовільними. Існує ціла низка важливих теоретичних моментів, які до цього часу практично не розроблялись. Серед них: проблема значення та значущості особистої ініціативи як елемента ринкової свідомості, розгляд механізмів як таких, що пробуджують у людини зацікавленість у підприємницькій діяльності, визначення місця цієї потреби у структурі потреб особи, обґрунтування умов, за яких вона детермінується і стимулюється та інше.

У вітчизняній соціології та політекономії актуальні функціонально-економічні, соціально-психологічні та соціокультурні аспекти підприємницької діяльності довгий час залишались поза увагою теорії. Протягом багатьох десятиліть переважав ухил до ототожнювання підприємницької функції і капіталістичної експлуатації найманої праці, доказу неспроможності підприємця як специфічного суб'єкта господарської діяльності. Врешті-решт це спричинило заперечення ролі заповзятливості у економічному розвитку, вилучення відповідної термінології з наукового обігу. Зараз ситуація змінилася. З'являється все більше наукових праць з проблем підприємництва. Це - аналіз суттєвих характеристик заповзятливості /Омаров А.Н./, вивчення соціально-пси-

хологічних аспектів цільорациональної поведінки суб"єктів підприємницької активності /Наумова Н.Ф./, розгляд проблем історії підприємництва /Арсеєнко А.Г./, аналіз механізмів підприємницької мотивації /Шилипенко В.Є/ та інш.

У контексті запропонованого дослідження є суттєвим той факт, що публікації останніх років /маються на увазі публікації Гуревича А.Я., Віблера В.С., Наумової Н.Ф., Гайдена П.П. та інш./ мають стійку тенденцію перенесення акценту уваги авторів на так звані суб"єктивні сторони історичного процесу. У центрі картини світу у цих публікаціях – проблема людської особистості, її оцінка суспільством та її самосвідомість і самооцінка. Все частіше і наполегливіше запроваджується думка, що суспільна наука майбутнього століття має бути насамперед культурологічно та психологічно орієнтованим знанням. Вона має перетворитись у науку про Личину, – до того ж це провідне поняття соціальної історії та історії соціології /"личина"/ має з'явитись звільненим та очищеним від всіляких модних барв і кольорів, за якими воно часто опиняється захованим. Подібно тому, як неможливо зрозуміти соціальний розвиток, ігноруючи структуру особи, яка властива певній соціальній системі, так саме неможливо зрозуміти суспільство на рівні зчеплення необхідних йому видів діяльності, лишаючи збоку питання про "можливі людські світи", за словами В.С.Стьопіна, поза людського змісту соціальності.

Основною метою дослідження є розкриття феномену підприємництва як соціокультурного явища західної цивілізації з метою опису ситуації що існує на Україні в плані оцінки народження у нашій державі соціально-економічної та соціально-психологічної фігури підприємця.

Реалізація основної мети дослідження передбачає вирішення наступних завдань:

- розгляд та аналіз численного матеріалу історико-соціологічного, історико-філософського, культурологічного характеру в плані позначення найбільш суттєвих, принципових параметрів підприємництва як суспільного явища;

- формулювання основних рис та характеристик соціокультурної постаті підприємця у історико-культурному та соціально-психологічному аспектах;

- соціологічна інтерпретація особистості суб"єкта підприємницької діяльності і формулювання основного твердження про форму детермінації підприємницької активності на рівні індивідуальної свідомості як такої, що підлягає емпіричній перевірці;

- аналіз наслідків конкретного соціологічного обстеження /соціально-психологічне опитування/, проведеного автором, з метою визначення відповідності /або невідповідності/ особистості підприємця України обгрунтованому раніш соціокультурному типу підприємця за критерієм, що запропонований у якості основного.

Теоретичнов базов дослідження, його основним методологічним джерелом є перш за все праці визначних вітчизняних та закордонних теоретиків соціології та філософії господарства, таких як М.Вебер, Е.Дюркгейм, С.М.Булгаков та інші. Автор спирався на соціологічні та соціально-філософські ідеї, стосовно предмету дослідження, які викладені у публікаціях Гуревича АЯ Біблера В.С., Ядова В.О. та інших, а також використовувались методичні принципи дослідження, які сформульовані сучасними західними соціологічними та філософськими теоріями /Д.Мак-Мелланд, Дж.Аткінсон, Х.Хекхаузен та інші/. Возглядаючи поставлені проблеми, автор враховував і використовував праці з філософії, культурології, логіки, психології, мистецтвознавства та інш., що торкаються питань спілкування та діяльності /Бахтін М.М., Кон І.С. і інші/, психологічної інтерпретації людського "Я" /Вайнцвайг П., Ніцше Ф. і інші/, підвалин людської активності /Баткін Л.М., Наумова Н.Ф., Шкаратан О.І. і інші/. Використовувались наслідки конкретних соціологічних досліджень радянських та українських соціологів з питань, що зацікавили автора.

Емпіричнов базов роботи стали матеріали проведених автором у 1991-1992 роках соціологічних досліджень серед суб"єктів підприємницької активності України.

Предметом дослідження є історико-культурний і соціально-психологічний механізми влаштування у світі та у суспільстві суб"єкта підприємницької активності /підприємця/, а також умови і фактори, що впливають на цей процес прямих або побічно.

Об'єктом дослідження виступили різні соціальні групи населення України, які в той або іншій мірі займаються підприємницькою діяльністю.

Наукова новизна роботи полягає у тому, що в ній досліджені питання, що торкаються опису сучасної соціокультурної ситуації на Україні на предмет виявлення у ній засад та передумов з'явлення і функціонування історико-культурної та соціально-психологічної постаті суб'єкта підприємницької активності /підприємця/. А саме:

- питання про виявлення у суспільній реальності України елементів підприємництва та підприємницької діяльності інтерпретовано як проблема співвідношення тих або інших конкретних проявлень підприємництва у нашій країні з "класичним" типом підприємця, виробленим західною культурою ХVІ-ХХ століть;

- проведений аналіз підприємництва як історико-культурного феномена і визначено, що носієм якостей суб'єкта підприємницької активності може виступати тільки індивід, що має статус самостійної та самодостатньої культурної одиниці у оточуючій його культурній реальності; виявлено, що найбільш суттєвим фактором з'явлення у суспільній реальності історико-культурної фігури підприємця є усвідомлення окремою людиною своєї виділеності по відношенню до оточуючого її культурного та соціально-економічного світу, свого положення "сам на сам" в ній; встановлено, що основними критеріями соціально-психологічного портрету підприємця, які розкривають систему суб'єктивних зв'язків такої особистості з навколишнім світом, є потреба у самовираженні та самореалізації, самоствердженні себе як самодостатнього автора свого індивідуально-особистісного життєвого світу;

- на емпіричному матеріалі /за допомогою спеціально складеної автором анкети/ досліджені теоретично поставлені у роботі питання принципової відповідності підприємця України "класичному" типу підприємця, виробленому західною цивілізацією останніх п'яти століть, у історико-культурному та психологічному аспектах;

- з'ясована проблема відповідності "класичної" моделі суб'єкта підприємницької активності західної культури до соціально-економічного та психологічного портрета підприємця Украї-

ни, знайдені теоретичні основи такого з'ясування; встановлено, що підприємець України в цілому відповідає історико-культурному та соціально-психологічному типу постаті суб'єкта підприємницької діяльності, який західна цивілізація вважає "класичним".

Теоретичне значення дослідження полягає у тому, що головні його ідеї та висновки розширюють наукові уявлення про стан справ у нашій країні з питань підприємництва та підприємницької активності, про форми та механізми реалізації підприємницької активності у сучасній Україні. Вони можуть бути використані вітчизняними дослідниками тих або інших питань підприємництва та підприємницької діяльності в Україні.

Практичне значення роботи полягає у тому, що її результати можуть бути використані під час розробки теоретичних та практичних питань з проблем підприємницької діяльності та підприємницької культури в цілому; у діяльності соціологічних та психологічних служб підприємств та фірм; у навчальному процесі закладів освіти при вивченні окремих тем з філософії, прикладної соціології, теорії культури, різних спецкурсів та факультативів; у практичній діяльності усіх тих, хто має безпосереднє відношення до підприємницької сфери суспільного життя.

Реалізація результатів дослідження та їх апробація. Основні положення та висновки дослідження були викладені у докладах та повідомленнях на науково-практичній конференції "Виховний потенціал трудового колективу та шляхи його підвищення" /м.Запоріжжя, вересень 1991р./, на 2-ій Всеукраїнській науково-практичній конференції "Профспілковий та робітничий рух на Україні у період становлення державності та ринкових відносин" /м.Київ, грудень 1992р./, на Всеукраїнській науково-методичній конференції "Сучасні проблеми підготовки інженерних кадрів" /м.Запоріжжя, травень 1993р./, а також у публікаціях автора.

Структура та обсяг дисертації. Робота складається з вступу, двох розділів, що містять два підрозділи кожен, висновку та списку використаної літератури. Загальний зміст дисертації викладено на 130 сторінках машинописного тексту, список літератури складає 122 найменування.

## II. ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

Проведений у дисертаційній роботі аналіз феномену підприємництва показав, що сучасний стан історико-культурного та соціально-економічного розвитку України характеризується суттєвим зрушенням культурних та економічних ацентів у розумінні підприємницької сфери суспільства. Змінюється статус у суспільстві самого поняття "підприємець", наповнюється усе глибшим змістом соціальна та психологічна суть особи підприємця, істотно розширюються культурні та соціально-економічні межі охоплення суспільства підприємницькою активністю.

У першому розділі дисертації /що має назву "Історія, культура, підприємництво. Уведення у проблему"/ вихідна проблема дисертаційного дослідження – проблема співвідношення елементів підприємництва на Україні до класичних уявлень про підприємницьку активність Заходу – розглянута у плані аналізу принципних рис та особливостей, які описують вихідні принципи соціокультурної ситуації підприємництва у цілому, а також основні історико-культурні характеристики суб'єкта підприємницької діяльності /підприємця/.

"Підприємництво як соціокультурний феномен. Вихідні твердження" – у цьому першому підрозділі першого розділу дисертації означені основні принципні риси підприємництва як соціокультурного феномена, як специфічної історико-культурної сфери суспільної реальності.

Заповзятливі люди, у розумінні ідеї індивідуальної та діяльнісної своєрідності, існували завжди і усюди, починаючи від цивілізацій давнини. Але це не означає, що за кожної історичної епохи такі люди цінували у собі саме цю свою особисту оригінальність і унікальність, або що суспільство обпиралось на індивідуальну незалежність та самостійність як на фундаментальну свою характеристику. Лише промислова доба створила нову соціокультурну ситуацію, у якій принцип абсолютної індивідуальної самодостатності людини знаходить загальні підстави і створює нову соціальність. На історичній сцені вперше з'явилось безпередумовне "Я", людина вперше виявилась доведеною до цяточного, абсолютного центру активності. Прийняття принципу, згідно якому окрема людина цінна просто у якості такої, а не тому,

що вона частка чогось, не в силу почесного представництва, причетності і таке інше, - цей принцип перевернув увесь колишній світ, що проіснував тисячоліття. Виникає ситуація самостояння культурного індивіда, який наділений безмежною повнотою самодостатності.

З народженням людського "Я", з становленням індивідуальності у розумінні Нового часу, у західній культурі пов'язані якісні зміни соціокультурної парадигми. Вони утілились у різні логічні, культурні, соціальні та інші проекції, що змінилися, між індивідом та суспільством, між людиною та світом. Так чинилося народження феномена підприємництва. Так, підприємець - це і здатність до самостійних неординарних дій, і економічна компетентність, і готовність йти на ризик та брати відповідальність на себе, і багато іншого. Але розглядаючи постать підприємця у культурологічному аспекті, слід визначити: перш за все, підприємець самостійний та самодостатній діяч /у першу чергу, у сфері економіки/; специфічне самостояння культурної особистості, здатної і готової до дії, поклавшись лише "на себе", виходячи лише "із себе".

Як тільки виникає таке самостійне безпередумовне людське "Я", як тільки окремість, автономність індивіда історично визнається с/моцінним життєвим станом, покладається початком, у людини змінюється відношення до себе, до своєї діяльності, до світу в цілому, - все це є передумовою і служить історико-культурним фоном становлення та розвитку потреби у підприємницькій діяльності за реальним життям людей.

Другий підрозділ першого розділу дисертації /"Кут зору - ХХ століття: до феноменології ХХ століття. Психологічний аспект підприємництва"/ - у цьому підрозділі описані основні моменти, які характеризують сучасну соціокультурну ситуацію у ХХ столітті і справляють суттєвий вплив на, перш за все, психологічний портрет суб'єкта підприємницької діяльності /підприємця/.

Індивідуальний життєвий світ - це важливе поняття комплексного розгляду дійсності - у останній час все більш цікавить дослідників /про що було написано вище/. Акцентування уваги на те, що історико-культурний підхід до людини повинен бути одночасно підходом психологічним, сучасна соціальна думка

пов'язує це з особливостями соціокультурної ситуації, що виникла у ХХ столітті.

Людська діяльність, практика виробництва суспільних благ знаходяться у тісній залежності від неявних верств історико-культурного світу. Явно виражена та структурно сформована економічна /ринкова/ діяльність, зі своїми чітко зафіксованими соціальними та економічними відносинами, нормами і зв'язками, при більш пильному розгляді виявляє деякі неявні верстви, у першу чергу психологічно орієнтовані, які справляють принципово суттєвий вплив на раціонально прозорі та очевидні форми економічної практики. У сфері економічних процесів неявно, але значуще, присутня культурно-смысловая, з акцентом на індивідуальний "життєвий світ" окремого представника культури, цілісність світу. У центрі уваги виявляється саме суб"ективне буття людини, людська суб"ективність, що взята як особливий вид реальності. Людська суб"ективність, що розуміється таким чином, стає тією специфічною реальністю, яка як би виділена із усієї решти світу, що приносить сенс до цього світу. З'являється усвідомлення двох рівнозначних іпостасей людського буття – соціально значуща активність та суб"ективно відчувана "екзистенційна" цінність індивідуального життя. До того ж суб"ективна реальність людського буття є у той же час єдиною змістовною інтонацією світу, абсолютним джерелом суті і значення світу для людини; це сфера абсолютного, що специфічно розуміється.

Ця зміна "метафізики" світу означає і іншу суть людської орієнтації у світі: розкриття справжніх вимірів людського буття здається можливим не тільки і не стільки у "зовнішній" об"єктивізованій сфері суспільної реальності, а у власне індивідуальній зоні людського існування. Вирішальною сферою діяльності людей стає діяльність, яка спрямована на себе, самодіяльність. Така "на-себе-дія"<sup>1</sup> є осередком нових форм соціальності.

Знаходжуючи "початок координат" у самому собі, людина-діяч як самоцінна точка опори та точка відрахунку для усієї сукупності життєвої поведінки /і перш за все суб"ект підприємниць-

<sup>1</sup> Емблер В.С. От наукоучення к логике культуры: Два философских введения в XXI век. – ЯМ., 1990. – С.274.

кої діяльності, підприємець/ оточує себе відповідною психологічною атмосферою, - реальний життєвий світ людини формує ідею індивідуального самовираження та самореалізації як принципово присутніх у соціально-психологічному портреті підприємця ХХ століття.

Другий розділ дисертації /"Підприємець України: історико-культурний та соціально-психологічний портрет суб"єкта підприємницької активності України"/. У цьому розділі вихідна проблема дисертаційного дослідження /проблема співвідношення елементів підприємництва на Україні до класичних уявлень про підприємницьку активність у західній культурі/ досліджена на фактичному матеріалі. Для цього використані деякі дані інформаційного характеру, що узяті переважно з офіційних документів, дані преси, основні підсумки соціологічних досліджень, проведених у останні роки на території бувшого Радянського Союзу, а також підсумки спеціально проведеного автором соціально-психологічного опитування, респондентами якого виступили члени спільного підприємства "Таврія-Магна", що функціонує у складі Запорізького виробничого об'єднання "АвтоАЗ", члени декількох малих підприємств, що працюють під егідою Запорізького виробничого об'єднання "Радіоприлад", а також слухачі Міжнародного інституту менеджмента, м.Київ.

Перший підрозділ другого розділу дисертації /"Соціокультурні основи виділеності суб"єкта підприємницької діяльності. Історико-культурний тип підприємця"/ - у ньому проаналізована культурологічна позиція людини, принципово націленої на підприємницьку діяльність, у специфічних соціологічних координатах шкали "невиділеність-виділеність" /соціокультурний критерій виділеності окремої людини по відношенню до оточуючого її культурного та соціально-економічного простору, а також відповідні форми усвідомлення цього стану, раніш був запропонований автором як принципово істотний для ідентифікації особистості суб"єкта підприємницької активності/ та поданий аналіз змістовних компонентів цієї позиції емпіричного суб"єкта підприємницької діяльності на Україні.

Якщо поставити питання однозначно: "Чи існує у підприємця України усвідомлення феномена своєї життєдіяльності як

саца гуч /причини самого себе/? Чи є розуміння ними причинно-наслідкових зв'язків між усвідомленням негарантованості своєї навіть і формальної присутності у світі та потреб у підприємницькій діяльності?", - то, певне, прийдеться дати негативну відповідь. Усвідомлення своєї соціокультурної позиції "сам на сам" з світом для підприємця України у явному вигляді не присутнє /хоча елементи такого усвідомлення є/. Та і звідки воно візьметься? Не можуть люди, що довгий час жили у атмосфері жорсткої однозначної духовності, що були "гвинтиками" механізму єдиної тотальної ідеології, за історично короткою термін радикально змінитися.

Український підприємець вже усе більш чітко усвідомлює, про що свідчать наслідки соціологічного опитування, проведеного автором, поведінковий та екзистенційний "дискомфорт" від неможливості повноцінного життя в умовах знаходження "поміж двох стільців": поміж наслідуванням суспільній системі та прагненням бути самостійним автором своєї діяльності. Характеризуючи себе в плані поведінкових координат у сфері підприємницької діяльності, переважала більшість респондентів позитивно оцінили твердження, що описують високий соціально-економічний статус підприємця у суспільстві, суттєву важливість для себе мотивів, що спонукають їх до підприємницької активності, основи самоцінності своєї особистості як невід'ємної характеристики свого "Я" і таке інше.

Незважаючи на виявлені факти невідповідності реального історико-культурного портрета українського підприємця його класичній моделі /що, втім, пояснюється специфікою попередньої історії нашого суспільства/, є всі підстави стверджувати, що у своїх глибоких основах свій статус у світі українським підприємцем розуміється у повній відповідності з тими характеристиками, які західна культура вважає класичними. Історико-культурний, соціально-економічний зріз виділеності українського підприємця у суспільній реальності сучасної України відповідає /з поправкою на низку перекручень, які дісталися у спадщину від недавньої історії/ уявленням про соціокультурний статус у суспільстві та світі підприємця західної цивілізації.

Другий підрозділ другого розділу дисертації /"Людський життєвий світ як самодетермінація. Соціально-психологічний тип підприємця"/.

Соціокультурні параметри середовища, що формують історико-культурний тип підприємця /які були досліджені у попередньому підрозділі/ відповідно формують певні характеристики свідомості та самосвідомості підприємця. Вони є у широкому сенсі наслідком самостійної діяльності принципово самостійного людського "Я", що розуміється: параметрами соціально-психологічного комфорту принципово автономної діяльності людини. Форми проявлення цієї об'єктивно обумовленої соціально-психологічної орієнтації на автономну трудову діяльність з максимальною особистісною самореалізацією, принципі її внутрішньої цілісності стосовно реального психологічного портрета українського підприємця і були досліджені у даному підрозділі.

Підприємництво - не тільки економічний або соціокультурний, але й психологічний феномен, оскільки воно пов'язане з формуванням специфічної системи цінностей та мотивації. Переважну увагу у цій системі більшість дослідників підприємницької активності поділяють таким чинникам, як готребі у досягненні та схильність до ризику, а також особливий об'єктивний "мажорант" суб'єктивного індивідуально-особистісного життєвого світу підприємця<sup>1</sup>.

Здатність до ризику - і не тільки у економічній, але також у соціальній та психологічній сферах - характеристика тільки підприємця. Вона пов'язана не з професійно-функційними моментами діяльності, а сполучена з вмінням людини зберігати здатність та психологічну стійкість у будь-якій ситуації невизначеностей ринку. Пошук ризикових ситуацій та вміння їх вирішувати для підприємця мають самодостатню цінність. З результатів анкетного опитування у структурі мотивів діяльнос-

<sup>1</sup> Дивись, наприклад: Задорожних И.Е. Инновационное предпринимательство // Социол.исследов. - 1991. - № 3. С.132-142.

ті мотив готовності до ризику для українського підприємця займає суттєве місце.

Мотив до досягнення, як один із фундаментальних спонук до підприємницької активності, для підприємців України виражений більш слабо. Перш за все, це пов'язано з неадекватним тлумаченням поняття "успіх". Підприємець повинен бути знайомий з успіхом, а тривалий час нашої історії не було самого уявлення про індивідуальний успіх /або він оцінювався за шкалою суспільних успіхів/, і у свідомості людини, отже і серед підприємців, вірогідно, ще не відбулося остаточного чіткого розмежування цього поняття у сторону індивідуальної шкали успіхів. Згідно "формули успіху" Др.Аткінсона, чим краще вірогідність успіху, тим вище рівень спонук до нього у зв'язку з його цінов; мотивація лише підсилюється у наслідок неуспіху, підприємця не зупиняє страх чергової поразки. Ця залежність досить вірогідно прослідкується у суб'єкта підприємницької активності України.

Особливе місце у структурі психологічного портрета підприємця займає "керування" індивідуально-особистостним, психологічним станом. Прибуток - не єдиний збудник підприємницької активності. Все більш ваги /у порівнянні з грошовою винагородою/ набуває індивідуально-психологічне "бачення" суті справи, міра причетності людини індивідуально-особистостній суттєвій канві здійснювальних неш дій, здатність людини іти не "від ситуації", а "від себе". Підприємець так організує та обсталяє свої діяльність, щоб усе зроблене ним було визнано "своїм". Наслідки опитування українського підприємця дозволяють констатувати, що об'єктивний малюнок індивідуально-особистостного життєвого світу респондентів - це психологічна позиція та "поза" у світі та у суспільстві саме суб'єкта підприємницької діяльності.

Переворієнтація економіки України на ринковий шлях розвитку і роздержавлення власності супроводжується з'явленням у культурологічному, соціально-економічному та соціально-психологічному просторі нашої держави культурної та соціально-економічної одиниці суб'єкта підприємницької активності, тобто носія якостей суб'єкта такої економіки.

Основні положення дисертації висвітлені у наступних публікаціях пошукувача:

1. Социально-психологические аспекты эффективности совместного предпринимательства. - Запорожье, 1991. / Деп.рук. ИНИОН АН СССР № 44887 от 02.07.92, 0.3 п.л.
2. Предпринимательство в структуре потребностей личности // Воспитательный потенциал трудового коллектива и пути его повышения: Тезисы докладов на научно-практ.конференции.- Запорожье, 1991.
3. Соціокультурний феномен підприємництва: досвід соціологічної інтерпретації /до ситуації на Україні/ // Профспілковий та робітничий рух на Україні під час становлення державності та ринкових відносин: Тези доповідей 2-ої Всеукраїнської науково-практ.конференції. - Київ, 1992.
4. Методические рекомендации на тему: "Современная западная философия" /для студентов и аспирантов технических вузов/. - Запорожье, 1993, 1.5 п.л.
5. Предприниматель Украины: социально-психологический портрет субъекта предпринимательской деятельности промышленных предприятий города Запорожья. - Запорожье, 1993. / Деп.рук. ГНТБ Украины № 1105-1к93 от 07.06.93, 0.4 п.л.
6. Изучение феномена предпринимательства в курсе философии технического вуза // Современные проблемы подготовки инженерных кадров: Тезисы докладов Респ. научно-метод.конференции. - Запорожье, 1993.



Спеціальні заходи з організації навчання і виховання спеціалізованих фахівців.

1. Соціально-педагогічне виховання спеціалізованих фахівців підприємств міста. - Запоріжжя, 1991. / Док. з'яв. МСОН АН УРСР в 44807 от 01.07.92, 0-3 в.л.
2. Підприємство і культура робітника: 2 доповіді // Дослідницький проект "Культура підприємств і міста" на запрошення: Тисяч робітників на науково-педагогічні конференції. - Запоріжжя, 1991.
3. Соціокультурні функції підприємства: нова організаційна інтеграція / до з'явилі на Укр. ін-ті // Професійна та педагогічна діяльність спеціалізованих фахівців на підприємстві: збірник вісника. Тисяч доповідей 2-ї Конференції: науково-педагогічні конференції. - Київ, 1991.
4. Новітні тенденції розвитку міста: "Спеціалізований фахівець" / Як спеціалізований фахівець впливає на розвиток міста. - Запоріжжя, 1993, 1-2 в.л.
5. Підприємство України: соціально-педагогічний портрет суб'єкта підприємств міської держави України: міської держави міста Запоріжжя. - Запоріжжя, 1993. / Док. з'яв. Ін-т України в 1807-1808 от 07.05.93, 0-3 в.л.
6. Науково-педагогічні проблеми виховання спеціалізованих фахівців // Підприємство: проблеми підготовки спеціалізованих фахівців: Тисяч доповідей ІІІІІ науково-педагогічних конференцій. - Запоріжжя, 1993.

457895

Ав 30.490

Подписано и печати 11.02.1994г. Формат бумаги 60x84/16

---

г. Запорожье, ООП Облстата, зак. №288, тир. 100 экз.