

НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ НАУК УКРАЇНИ  
ІНСТИТУТ СОЦІОЛОГІЇ

На правах рукопису

НЕЛЬГА ТЕТЯНА ОЛЕКСАНДРІВНА

МОДЕЛІ ТА ЗРАЗКИ МОТИВАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ  
ДІЯЛЬНОСТІ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ СОЦІОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ

Спеціальність 22.00.04 - соціальна структура,  
соціальні інститути та спосіб життя

А В Т О Р Е Ф Е Р А Т

дисертації на здобуття вченого ступеня  
кандидата соціологічних наук

Київ - 1995

ЛННБ України ім.В.Стефаніка

АВ 32.30



00754779 (\$)

Робота виконана в Інституті соціології НАН України.

Науковий керівник: - доктор філософських наук  
Танчер В.В.

Офіційні опоненти: - доктор економічних наук Врублевський В.К.  
- кандидат соціологічних наук Якубова Д.М.

Провідна установа: - Інститут філософії НАН України,  
відділ соціальної філософії.

Захист відбудеться "19" травня 1996 року на засіданні спеціалі-  
зованої вченої ради Д.01.08.01 по захисту дисертація на здобуття  
вченого ступеня доктора соціологічних наук при Інституті соціоло-  
гії НАН України за адресою: 252021, м.Київ, вул.Шовковична, №12.

З дисертацією можна ознайомитися в бібліотеці Інституту соціології  
НАН України.

Автореферат розіслано "17" квітня 1996 року.

Вчений секретар  
спеціалізованої вченої  
ради Д.01.08.01  
кандидат педагогічних  
наук

Афонін Е.А.

ЛННБ ім. В. Стефаніка  
АН України

Актуальність теми дослідження зумовлена перш за все тим, що проблема мотивації підприємницької діяльності (як і сам феномен цієї діяльності) - одна з нових, а тому й маловивчених проблем, які постають перед сучасною українською соціологією. Хоча за останні десятиріччя проблема мотивації праці неодноразово досліджувалася у роботах вітчизняних вчених, підприємництво ніколи не було предметом наукового аналізу.

Особливо актуальною робить тему також те, що праця підприємця, слід визнати, істотно відрізняється від праці робітника або фермера, службовця чи вченого. І взагалі, підприємництво навряд чи можна віднести до виду професійної діяльності. Це скоріш спосіб життя, специфічна активно-продуктивна діяльність, яка здійснюється в багатьох галузях економіки та фінансів, торгівлі та виробництва, інформації та дозвілля і яка пов'язана з ризиком. В той же час це - діяльність творча, яка потребує певних особистісних якостей. Отже, вона під силу далеко не кожному. Очевидна необхідність відповідного наукового аналізу цих якостей, а також мотивів та цілей підприємницької діяльності.

Українське суспільство вступає у полосу ринкових реформ, які не можна уявити без активізації підприємництва. Однак дуже важливо показати, що підприємництво, у всякому разі, легальне, почало розвиватися під час розпаду СРСР та після нього, що супроводжується крахом планової "соціалістичної економіки", кризою суспільства у всіх його сферах - від державного керівництва до ідеології та культури.

Мабуть, поки що рано говорити про підприємців як про якийсь особливий клас: підприємництво зараз перебуває у стадії формування. Але вже визнаним фактом є те, що в нас існує зростаюча верства людей, які присвятили себе бізнесу та називають себе підприємцями. Цілком зрозуміло, що нові бізнесмени України - це (як, проте, і всюди) вихідці із різних

верств населення, які отримали різну освіту, пройшли різний "допідприємницький" життєвий шлях і мають різні ціннісні настанови. Однак - і це дуже актуально і важливо відзначити - одна з головних рис, яка відрізняє українських підприємців від підприємців Західної Європи та Америки полягає в тому, що всі вони, а не тільки якась їх частина, є бізнесменами в першому поколінні. Тому вони проторують шлях бізнесу на вітчизняному ґрунті, не спираючись на традиції, які вже склалися, на уявлення про ділові якості, які вже вироблені, а створюючи практично нову відповідну соціокультурну підставу: нову ідеологію, нові ціннісно-орієнтаційні настанови, і, нарешті, новий тип ділової людини.

Виходячи з цього, головний акцент в даній дисертації зроблено на мотивації діяльності підприємця, а точніше - на дослідженні питання про те, яку ця мотивація має під собою соціально-культурну підставу, в чому полягає особливість певної моделі підприємницької мотивації. Проблема полягає в тому, що, через брак досвіду ринкової економіки, в нашому суспільстві немає й підприємницького клімату, так би мовити, цивілізованого духу підприємництва.

Зрозуміло, не можна стверджувати, що в колишньому СРСР була відсутня усяка ділова ініціатива взагалі. В той час існували навіть певні форми підприємництва, однак - в викривленому вигляді, як "тіньовий бізнес". У всякому разі, підприємство завжди було пов'язане з порушенням існуючих законів та ідеологічних штампів.

Тому актуальним стає вивчення того, наскільки ситуація змінилась за останні роки, що являє собою сучасний "легальний" підприємець нового покоління, яким є соціально-культурний фон, а також мотиви підприємницької діяльності і як сучасний тип підприємця співвідноситься з класичними типами, про які писали філософи та соціологи минулого. Нарешті, слід було б встановити й те, наскільки наш сучасний підприємець близький до типу підприємця в країнах з розвинутою ринковою економікою.

Ступінь розробленості проблеми. У світовій науковій

літературі термін "підприємць", який запровадив Р.Контільон, відомий ще з 17 сторіччя. Тоді він означав "купець", "абанторист", "хазяїн", "роботодавець". Пізніше, у 18 сторіччі, засновник фізіократичної школи Ф.Кене відводить головну роль фермерам як основному продуктивному класу і саме їх називає підприємцями. А.Тюрго називає підприємцями мануфактуристів, хазяїв-фабрикантів та капіталістів. Ж.-Б.Сей зображає підприємця вже як центральну фігуру капіталістичного виробництва. Помітний внесок у розвиток теорії підприємництва зробили англійські економісти А.Сміт та Д.Рікардо.

На початку нашого сторіччя видатний економіст Й.Шумпетер, розробляючи свою економічну теорію, зображає підприємця як головну діючу особу у ринковій економіці, як створювача "нових комбінацій".

В.Зомбарт і М.Вебер розглядають підприємця та підприємництво з історико-соціологічної точки зору. В.Зомбарт, наприклад, вивчає цей феномен в історичному аспекті, а М.Вебер - в соціо-культурному. Зробили свій внесок у розвиток теорії трудової мотивації і вітчизняні вчені. Так, М.Туган-Барановський та С.Булгаков розробили теорію мотивації економічної поведінки. Із сучасних іновених досліджувачів підприємництва слід виділити в першу чергу Ф.Хайека та Б.Селігмена.

У радянський час проблема підприємництва, котра поставала як синонім проблеми експлуатації людини людиною, розглядалась в науковій літературі скоріш в ідеологічних, ніж в дійсно наукових позиціях і була невід'ємним атрибутом "загниваючого" капіталізму. Однак проблема мотивації праці досліджувалась досить широко. Серед вчених, які розробляли цю проблему, слід назвати В.І.Ковальова, В.А.Ялова. Проблема мотивації праці широко освітлювалась і в роботах А.Г.Здравомислова, Е.Р.Подмаркова, Н.Ф.Наумової, В.І.Тарасенка, А.О.Ручки, М.О.Сакади. В історико-соціологічному і культурному аспектах проблему підприємництва розглянуто в останній час такими вченими як А.І.Агєєв, А.Г.Арсеєнко, Ю.М.Пахомов, Є.І.Суїменко. Необхідно також відзначити важливість прикладних досліджень цієї проблеми, які були здійснені російськи-

ми, українськими та білоруськими соціологами: В.М.Вороною, В.Є.Пилипенком, В.Є.Гімпельсоном, Л.В.Бабаєвою та іншими.

Мета та завдання дослідження. Основною метою дисертаційної роботи є вивчення моделей та зразків мотивації підприємницької діяльності, порівняння їх один з одним, розгляд їх з урахуванням історичного досвіду, релігійних та культурних традицій, а також культурних, економічних, політичних та моральних факторів, під впливом яких формується сучасний український підприємець. Виходячи з поставленої мети, в дисертації сформульовано такі завдання:

- здійснити історико-соціологічний аналіз формування проблеми мотивації підприємницької діяльності, показати, яким бачили підприємця та мотиви його діяльності вчені різних країн та часів, як і чому змінювалось це бачення;

- показати, як змінювалися мотиви підприємницької діяльності з бігом часу;

- порівняти історичні передумови формування мотивації підприємницької діяльності у Європі та Америці з історичними передумовами в Росії та Україні, дати порівняльний аналіз російських та українських історичних і культурних передумов формування у населення схильності до підприємництва;

- визначити соціальні умови, історичні та національні фактори, які впливають на формування мотивації підприємницької діяльності у сучасного українського бізнесмена;

- відтворити соціальний портрет українського підприємця на підставі конкретних емпіричних даних;

- дати соціологічну інтерпретацію моделей та зразків мотивації підприємницької діяльності з точки зору умов її формування, культурного середовища та психокультурних факторів.

Як емпіричний матеріал використані результати соціологічних досліджень, проведених у 1992 - 1995 роках Інститутом соціології НАН України серед підприємців, у тому числі і за участю автора, а також доробки російських та білоруських вчених.

Наукова новизна дисертації полягає у розробці нового підходу до вивчення мотивації підприємницької діяльності, який базується на взаємодії моделей та зразків останньої. В рамках даного підходу отримано такі нові результати:

- на основі вивчення історико-соціологічної літератури у межах відомих науці економічної та соціально-економічної моделей підприємницької діяльності виділено чотири зразки мотивації підприємницької поведінки:

- 1) зразок Зомбарта;
- 2) зразок Шумпетера;
- 3) зразок Вебера;
- 4) східнослов'янський зразок;

- на основі даних соціологічних та соціально-психологічних досліджень зарубіжних та вітчизняних вчених в'ясовано, що загальною тенденцією динаміки мотивації підприємницької діяльності є перехід від економічної до соціально-економічної моделі, або перехід від орієнтації на матеріальні цінності (на отримання прибутку) до орієнтації на цінності самореалізації та особистої свободи (тобто - на зміст підприємницької діяльності);

- емпірично виявлено, що основними (за їхньою ієрархією) мотивами підприємницької поведінки вітчизняних бізнесменів є:

- 1) можливість діяти самостійно;
- 2) можливість реалізації своїх здібностей;
- 3) можливість отримувати високі прибутки;

- доведено, що підприємництво, з огляду на мотива та умови його функціонування, є і вид трудової діяльності, і спосіб життя водночас.

Теоретична значимість роботи полягає в дослідженні історико-соціологічних факторів становлення мотивації підприємницької діяльності як соціокультурного феномену з урахуванням історичних, традиційних, релігійних, економічних передумов її формування.

Практична значимість роботи полягає в тому, що її теоретичні та практичні висновки можуть бути використані у державному управлінні, а також соціологами в подальшій роботі.

Апробація результатів дослідження. Основні положення дисертаційної роботи були викладені автором у статті "Українське підприємництво: історичні передумови та соціокультурні детермінанти", яка надрукована у журналі "Філософська і соціологічна думка", №7-8, 1994 рік, а також в матеріалах науково-практичних конференцій: "Соціокультурний аспект підприємництва" (Львів, 1992), "Історико-соціологічний аналіз формування підприємницьких орієнтацій в соціальної поведінці" (Київ, 1993), "Особливості формування соціальної групи підприємців" (Харків, 1994), "Молодежь и предпринимательство" (Чернівці, 1994).

Структура дисертаційної роботи зумовлена характером мети та завдань дослідження. Дисертація складається із вступу, трьох розділів, закінчення та списку основної використаної літератури.

#### ЗАГАЛЬНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У "Вступу" розкрито актуальність теми, ступінь розробленості основної проблеми, сформульовані мета та завдання дослідження, показано теоретичні здобутки автора, новизну, підкреслена теоретична та практична значимість роботи.

Перший розділ "Аналіз змісту та взаємозв'язку основних понять дослідження" починається із з'ясування історичних особливостей становлення змісту поняття "підприємництво". Тут підкреслюється, що підприємництво, протягом свого історичного розвитку, наполегливо переборювало сильну негативну реакцію на себе як на діяльність паразитичну, антисоціальну і, навіть, аморальну. При цьому особливо цікавим є те, що підприємництво, що народилося в "низах" суспільства, спочатку зустрічало опір перш за все феодально-аристократичних та феодально-церковних кіл. Пізніше, коли аристократи збуржуа-

зались та закапіталізувались, а підприємництво легітимізувалось, піднялось "наверх", опір йому почали чинити вже "низи" - з числа пролетарів та люмпенів, натхненних ідеологією зрівняльної справедливості. Свого апогею ця ідеологія досягла в колишньому СРСР та в інших країнах з подібною ідеологічною орієнтацією.

Щоб дати загальне визначення підприємництва, необхідно урахувати визначення як класиків економічної та соціологічної думки, так і сучасних дослідників. У дисертації підприємництво розглядається як специфічний вид діяльності, націлений на виробництво продукції або надання послуг з метою здобуття прибутку. Щодо підприємця, то ним вважається людина, яка здійснює підприємницьку діяльність на свій страх та ризик, під свою особливу відповідальність, створюючи при цьому "нові комбінації", маючи передумовою творчий підхід до справи. Підприємець - лідер, генератор нових ідей, який сам ставить перед собою завдання та шукає шляхи для їх найкращого виконання.

З урахуванням визначень різних авторів у дисертації поставлено знак тотожності між поняттями "підприємець" та "бізнесмен". При цьому мається на увазі хазяїн та організатор. Менеджером названо директора та адміністратора.

У другому розділі "Історико-соціологічний аналіз мотиваційних моделей та зразків підприємницької діяльності" в'ясовується, що слід розуміти під моделями та зразками.

Під моделлю якої-небудь діяльності звичайно розуміють деякий об'єктивно сформований, специфічний для одного або й декількох суспільств певної епохи, визнаний ними стандарт. Але поняття моделі діяльності несе на собі відбиток значної абстрактності. Тому у дисертації робиться спеціальний наголос на тому, що конкретно діяльність втілюється в зразки поведінки. Зрозуміло, що цих зразків існує стільки ж, скільки є різновидів відповідного роду діяльності. Разом з цим у межах останньої запропоновано розрізняти такі зразки поведінки, що тільки но з'являються, що вже ствердилися та такі, що починають зникати. І саме зразки поведінки, що ствердилися, у певних умовах, постають для цих умов у якості прикладів

для наслідування. Тобто зразок розглядається у дисертації як вужчий за модель. Образно кажучи, зразок поміщено усередину моделі.

В українській науковій літературі останніх років існує розподіл мотивації підприємницької діяльності на дві моделі - економічну та соціально-економічну, які характеризують рівень соціально-історичної зрілості самої цієї діяльності (А.Арсенко, В.Селіванов,Є.Суїменко). У економічній моделі мотивації підприємництва за основу взято розвиток виробництва, експлуатацію ресурсів, індивідуальні матеріальні інтереси, мінімізацію участі уряду у бізнесі. Причому бізнес постає у цій моделі як замкнута система. У соціально-економічній моделі особливий наголос зроблено на якості трудового життя, на консервації ресурсів, на задоволенні суспільних інтересів та на активному залученні держави до вирішення соціальних проблем. Бізнес тут постає як відкрита система. Однак чітких хронологічних меж між економічною та соціально-економічною моделями мотивації підприємництва не зафіксовано.

В розділі показано, якою бачили мотивацію підприємницької діяльності класики економічної та соціологічної думки - В.Зомбарт, М.Вебер, Й.Шумпетер, М.Туган-Барановський, С.Булгаков та деякі інші. У зв'язку з цим відповідно виділено чотири зразки мотивації підприємницької поведінки: зразок В.Зомбарта, зразок Й.Шумпетера, зразок М.Вебера та східнослов'янський зразок (М.Туган-Барановський, С.Булгаков, Н.Бердяєв).

При цьому перші три зразки розглянуто як такі, що належать до економічної та соціально-економічної моделей. Точніше кажучи, зразок підприємницької поведінки Зомбарта розглянуто в межах класичної економічної моделі, а зразки Вебера та Шумпетера - в межах соціально-економічної моделі. Що до східнослов'янського зразку, то він, напевне, може бути віднесений і одночасно і до економічної, і до соціально-економічної моделей підприємницької діяльності. Справа в тому, що в нашій країні не існувало сталих підприємницьких традицій (хоча, зрозуміло, існувала господарсько-трудова етика). Тому розглядання східнослов'янського зразку обмежено лише мораль-

но-етичними оцінками.

Отже, у дисертації зроблено особливий наголос на тому, що зразок - це не тільки конкретна, але й стала підприємницька поведінка усередині історично визначеної моделі підприємницької діяльності. Розглянуто також типові зразки підприємницької поведінки, причому особливу увагу приділено її спонукальним мотивам.

Підприємницьку діяльність природно пов'язувати в капіталізмом. Але так само природним є розуміння того, що сам капіталізм зазнав істотної еволюції від своїх початкових форм до сьогоденного стану "громадянського суспільства", "відкритого суспільства" тощо. Відповідних змін зазнали, зрозуміло, й форми та зміст підприємницької діяльності, а разом з ними - і мотивація цієї діяльності. При цьому слід визнати, що всі ці зміни досить докладно простежені в західній соціологічній літературі. Мова йде про різні погляди, кожний з яких містить у собі раціональне зерно та відповідає одній з двох вищезгаданих моделей підприємницької діяльності.

В цьому розділі відзначається, що в тій чи іншій мірі всі вищевиділені групи мотивів мали місце завжди. Однак за "відправний пункт" взято положення, згідно з яким на різних етапах розвитку суспільства та виробництва один чи декілька видів мотивів можуть переважати, а інші - відступати на другий план, або й зовсім зникати.

Згідно із зразком мотивації підприємницької поведінки В.Зомбарта, прагнення індивіда до збагачення постає як головний мотив. Прагнення до зростання добробуту, вважав він, спостерігалось завжди і у всіх народів. Після всебічної характеристики зразка мотивації підприємницької поведінки, описаного В.Зомбартом, зроблено деякі висновки.

По-перше, за теорією Зомбарта, спонукую до підприємництва є прагнення до збагачення. По-друге, підприємництво зародилося серед нижчих верств суспільства і спочатку не було справою, гідною пошани. Нарешті, по-третє, у "чистому" вигляді підприємництво існувало тільки до кінця XIX сторіччя.

Наступний зразок мотивації підприємницької поведінки -

це зразок Й. Шумпетера. Суть цього зразку коротко зводиться до того, що суб'єктивно-особистісне прагнення індивіда до самоствердження та самореалізації складає стрижень підприємницької діяльності. Шумпетер пропонує групу мотивів підприємницької діяльності: мрія та воля утворити свою приватну імперію, бажання боротьби та прагнення до успіху, радість творчості.

Підприємницька діяльність, за Шумпетером, не може здійснюватися у чистому вигляді, бо підприємець обов'язково є ще ким-небудь. Виходячи з цього, Шумпетер виділяє чотири типи вдалих підприємців: фабрикант-комерсант, "капітан індустрії", директор, і, нарешті, засновник.

У дисертації особливий наголос робиться на тому, що за Шумпетером підприємець як такий може з'явитися тільки у економіці, що розвивається. Потім функція підприємця поступово втрачає своє значення, тому що людство все більше звикає до нововведень, і нові комбінації сприймаються легше. Тому чим далі функції підприємця все рідше потребують наявності надзвичайних якостей.

Подальший аналіз мотиваційних зразків підприємницької поведінки логічно підводить до концепції М. Вебера. Вона спирається на ту ідею, що капіталістичний дух формувався на основі раціональної етики аскетичного протестантизму. У своєму дослідженні "Протестантська етика" Вебер прямо пов'язує підприємницьку діяльність індивіда з його віросповіданням. При цьому прагнення до підприємництва, до прибутку, притаманне всім людям - представникам всіх професій. Однак це не має нічого спільного з капіталізмом, з капіталістичним духом. Капіталізм ототожнюється у Вебера з прагненням до наживи в межах безперервно діючого раціонального капіталістичного підприємства.

Саме на Заході, за Вебером, виникла організація вільної праці, причому - у країнах, де переважає протестантська віра. Переважно протестанти виявляють схильність до економічного раціоналізму. "Дух капіталізму", за Вебером, - це особливий уклад життя, особливі норми моралі, згідно з якими чесний труд, спрямований на особисте збагачення, є не тільки

добročесність, але й обов'язком. Це - спосіб життя.

У даному розділі висловлюється згода з класиком у тому, що збагачення як моральна вимога може мати місце, але все ж не всюди і не завжди (у всякому разі - не на ранніх етапах розвитку капіталізму). Разом з тим звертається увага на те, що хоч протестантська мораль ставить працю на перше місце серед усіх критеріїв моралі, але праця посідає одне з перших місць і в інших релігіях. До того ж настанова "труд заради Бога" зустрічається не тільки у протестантів: агадаємо, наприклад, щоденну фізичну працю православних монахів (тут, зрозуміло, мова може йти лише про працю, не націлену на особисте збагачення). А праця, спрямована на підтримку власного життя, є моральною майже у всіх народів та в усіх основних релігіях.

Отже, робиться висновок у дисертації, прагнення до збагачення як моральна норма життя може мати місце на більш високому ступені розвитку капіталізму, але поряд з прагненням до збагачення як такого.

Нарешті, у цьому розділі розглядається ще один зразок мотивації підприємницької поведінки - східнослов'янський. Це обумовлено розумінням того, що через ряд економічних, політичних, соціокультурних та психологічних причин вітчизняне підприємництво помітно відрізняється від європейського та американського.

Російсько-український зразок підприємницької поведінки в дисертації представлено концепціями трьох найвідоміших дослідників в цій галузі - М.Туган-Барановського, С.Булгакова, М.Бердіаєва. Тут мова не йде власне про підприємницьку діяльність, а простежено, яком була соціологічна теорія економічної поведінки взагалі в Росії та Україні.

Наприклад, видатний український економіст та соціолог М.Туган-Барановський головний акцент у своїй творчості ставить на ідеях свободи та самореалізації особистості. Не дивлячись на те, що Туган-Барановський був прихильником соціалізму, він був противником придушення особистості та розчинення її в колективі.

Інший дослідник - видатний російський мислитель С.Бул-

гаков - намагався, як показано у дисертації, затвердити моральну обумовленість політичної економії та придати їй християнське вимірювання. Життя, за Булгаковим, - це перш за все господарський процес, а господарство - це "боротьба за життя в ворожих силах природи з метою захисту, затвердження та розширення, у прагненні ними оволодіти, приручити їх, зробитися їх хазяїном". Суб'єкт господарської діяльності, за Булгаковим - економічна людина, "economic man". Вона є центральним поняттям економічної науки. На формування світогляду економічної людини істотно впливає віросповідання. В людській душі існує зв'язок між релігією та господарською діяльністю. Економічна наука повинна розкрити цей зв'язок. Автор вважає, що християнський тип економічної людини існує поряд з іншими духовними типами: типом православним, католицьким та протестантським з різними його розгалуженнями (пуританським, лютеранським, реформатським, квакерським тощо).

Таким чином, у дисертації, при окресленні східнослов'янського зразка мотивації підприємницької поведінки, показано, що тут у центрі господарського життя знаходиться економічна людина, яка вільна у своєму виборі. Праця та багатство не тільки морально виправдані, але й необхідні. Праця також є обов'язком людини перед Богом. Тут можна провести паралель між християнською політекономією Булгакова та протестантською етикою Вебера. Однак різниця між православ'ям та протестантизмом полягає в тому, що протестантизм передбачає індивідуальну відповідальність за свої дії, особистий "контакт" людини з Богом. Православна ж церква вимагає колективного сповідання усім миром, тому у православної людини традиційно знижена особистісна відповідальність.

Простежуючи характер зміни мотивів підприємницької діяльності в період капіталізму, слід визнати, відзначено у дисертації, що капіталізм розвивається нерівномірно. Тому прямі аналогії між українським та, наприклад, західноєвропейським підприємництвом навряд чи правомірні.

Сьогодні Україна найтіснішими економічними та культурними узами пов'язана перш за все з Росією. З урахуванням цієї обставини у другому розділі здійснено порівняльний аналіз

передумов та мотивів підприємницької діяльності в Україні та Росії. При цьому малося на увазі, що в обох країнах, безумовно, в однаковій мірі відтворяться багато чого з розглянутих мотиваційних зразків підприємницької поведінки. Однак головний акцент зроблено на тому, що поряд зі спільністю історичних доль Україна та Росія мають такі риси самобутності: які всеж-таки виключають прями аналогії.

Виходячи з цього, проаналізовано, якою є схильність до підприємництва на вітчизняному ґрунті. Мова йде про схильність, про соціокультурні передумови підприємництва, яке виростає з національних традицій кожного народу, його релігії, культури, різня економічного розвитку.

До ХХ сторіччя Росія та Україна, особливо Україна, були переважно аграрними країнами, а підприємництво в колишньому Радянському Союзі існувало переважно у вигляді тіньового бізнесу. Відповідно, на низькому рівні знаходилася підприємницька культура. Відносно цього в сучасній науковій літературі існує кілька думок. Наприклад, сучасний український соціолог Ю. Пахомов не згоден з тим, що "стихийний колективізм" був властивий усім слов'янам. В Росії, підкреслює він, спостерігалась зрівняльно-передільна громада, де культивувалася зрівняльність та ненависть до багатіїв. Тому найсправедливішим вважався принцип "зрівнялівки". Це було пов'язано із деспотичним характером державного управління, а також із православною релігією, яка культивувала покірність та зневагу до рокоші. Земля належала колективу, а не індивіду. Звідси - утриманські настрої, суспільна пасивність.

Відзначається також, що про наявність зрівняльної громади в Росії писав ще М. Вебер в "Історії господарства". Громадське господарство було особливістю російського села. Земельні наділи розподілялись за кількістю ідців в кожній родині, причому вони надавались у тимчасове користування і через кілька років перерозподілялись. Ніхто не міг вийти з громади без загальної згоди, але кожний, хто вийшов, міг повернутися назад. Однак Вебер підкреслює, що громада була характерною тільки для російського села, її ніколи не було в Україні та Білорусі.

В Україні, незважаючи на історичну близькість з Росією, ситуація була інакшою. Зрівняльно-передільної громади в Україні не існувало. Обмеженість земельних площ вела до удосконалення способів господарювання, що при відсутності тиску ззовні сприяло формуванню справжнього господаря. До того ж відчувався в Україні вплив Заходу: він привносив традиції індивідуалізму. Були сильними в Україні також традиції козацтва, які культивували свободу особистості. З огляду на це робиться той висновок, що історичні передумови формування сильних спонук до підприємницької діяльності є більш сприятливими в Україні, ніж у Росії.

Нарешті, у другому розділі підсумовується, що однією з важливих передумов розвитку мотивації підприємництва в Україні є сполучення двох факторів: з одного боку, православної релігії з її опорою на общинну свідомість, а з іншого - суто українських індивідуалістичних традицій. Багатство в таких умовах не заважало бути справжнім християнином. Тому з концепцією Вебера, екстрапольованою на наші вітчизняні умови, як відзначається у дисертації, можна погодитись лише наполовину: з одного боку, праця, мотивована прагненням до збагачення, зустрічає розуміння та схвалення і у певній частині нашого суспільства. Це при тому, що більшість соціальних мазів, тобто значна частина суспільства, ставиться до підприємництва негативно. З іншого боку, має місце також трудова діяльність, мотивована виконанням світського та православно-християнського морального обов'язку. І ця праця у свідомості певної частини суспільства стоїть окремо від праці як підприємницької діяльності.

У третьому розділі "Конкретно-соціологічний аналіз мотивів підприємницької діяльності" йдеться про те, що соціальне середовище, або соціальні умови останніх десятиріч колишнього СРСР, в яких жив, ріс та виховувався сьогоденний бізнесмен, не сприяли формуванню в нього ділових якостей, та й не сприяють досі (мається на увазі офіційна сторона справи: радянська освіта, стан масової свідомості тощо). Це було пов'язане з тим, що протягом довгих років в нашій країні панувала настанова на "чесну та безкорисливу працю на благо

суспільства", тому забезпечити собі гідний рівень життя людина, яка мала набір якостей, які вважаються діловими, практично не мала можливості. Підприємництво в колишньому Радянському Союзі було загнаним у підпілля і існувало лише у вигляді "гіньового бізнесу" (або у вигляді заповзятливості), тому підприємницькі кола були, по суті справи, кримінальними формуваннями.

Даяться взнаки також результати комуністичного виховання та задогматизованої освіти, яка базувалась на протиставленні капіталістичного "аду" та соціалістичного "раю". І як результат - для багатьох трудівників навіть сьогодні працювати на приватному або акціонерному підприємстві означає "гнути спину на капіталіста". Цікаво, що за результатами соціологічного дослідження, проведеного Інститутом соціології НАН України влітку 1993 року серед підприємців, на питання "Як ви вважаєте, чи можна сьогодні досягти успіху у приватному бізнесі, не порушуючи діючого законодавства?", більше половини респондентів (53,9%) відповіли "ні, не можна", і 36,7% - "можна, але прибуток при цьому буде значно меншим". Гадається, що ці цифри красномовно говорять самі за себе та характеризують умови, в яких розвивається вітчизняний бізнес.

Не можна, однак, стверджувати, підкреслюється в дисертації, що в нас зовсім не було раніше підприємництва або його елементів. Можна сказати, що в "епоку соціалізму" там, де повинно було розвиватися підприємництво, розвивалася заповзятливість. І дійсно, директору підприємства, який уболівав душею за своє виробництво та любив свою справу, необхідно було мати чимало таланту та спритності, щоб не тільки виконати державний план, але й якимось чином наситити своїм товаром місцевий ринок або поліпшити виробництво. Тоді підприємницька діяльність слугувала доповненням до традиційного господарювання. Звертається увага й на притаманну багатьом радянським керівникам "заповзятливість зі знаком мінус", яку вони були змушені виявляти в ситуаціях, коли було необхідно корегувати плани, приховувати ресурси, підвищувати ціни на продукцію, давати хабарі.

У громадській свідомості, відзначається у дисертації, закріпився образ підприємця як рвача, готового на все заради вигоди. Слово "підприємець" часто асоціюється зі словом "мафіози" (що, як відомо, далеко не завжди є помилковим). Тому як дуже важливе постало завдання розглянути культурний рівень соціального середовища, з якого вийшов сьгоднішній український бізнесмен, а також культурний та освітній рівні самого бізнесмена, рівень його ділової етики.

Отже, до серпня 1991 року стан підприємництва у республіках колишнього СРСР, у всякому разі, в Росії, Україні та Білорусі, був приблизно однаковий. Одна з його важливих особливостей може бути коротко схарактеризована так: якщо у певної частини нових бізнесменів могли сформуватися ділові якості, то ділова етика - ні. І дійсно, щоб вести "справу" у радянський час, потрібна була не просто заповзятливість, а "суперзаповзятливість". І натурально припустити, що ділова етика разом з культурою підприємництва розвивалась обернено пропорційно суперзаповзятливості. Як результат, в ділових людей виробилася "вовча" хватка, прагнення до нечесного ведення справ, звичка порушувати узгодження. При цьому дисертаційним дослідженням виявлено досить симптоматичну обставину, а саме: всі ті риси, які громадська думка сприймає як суто негативні, певною частиною бізнесменів трактується не тільки як позитивні, але й як необхідні для підприємницької діяльності. Не дивно, що наша людина, коли вона потрапляє на Захід, тобто в середовище з розвиненими традиціями та культурою підприємництва, продовжує діяти тими ж методами, які вже стали її другою натурою.

Задля наочного показу культурного та освітнього рівня вітчизняних бізнесменів, у дисертації розглянуто та порівняно результати двох соціологічних досліджень на одну тему, проведених у 1992 та 1993 роках Інститутом соціології НАН України.

Під час дослідження 1992 року респондентам було запропоновано оцінити якості, властиві вітчизняним бізнесменам, з якими їм доводилось зустрічатися. 64,5% опитаних вважає, що така риса, як інтелігентність, властива меншості підприєм-

ців. В той же час, надмірність та чванливість також властиві меншості (так вважають 48,3%). Більшість бізнесменів відзначили, що кожен з них хоча б іноді змушений був зраджувати своїм морально-етичним принципам. Не дуже високо оцінюють респонденти ум та професійну компетентність підприємців: 46,7% та 42,4% відповідно відзначили, що ці риси властиві лише половині бізнесменів. Більшості ділових людей властиві рішучість та прагнення до переборення труднощів задля досягнення своєї мети (так вважають відповідно 46,7% та 45,6% респондентів).

Високою є також ініціативність підприємців в роботі: 52,1% вважають, що вона властива більшості їх колег. Однак, при цьому, така риса, як працелюбність, відступає на другий план: 44,6% (найвищий показник) приписують її лише половині бізнесменів. Ще нижчі показники морально-етичних якостей: готова чесно вести справи тільки половина підприємців (на думку 41,9% опитаних), орієнтована при цьому на якісну роботу лише меншість (так вважають 41,3%), а готова надати безкорисливу допомогу й зовсім незначна меншість (на думку 63,7% опитаних бізнесменів).

Викликає подив і те, що одна з головних особливостей підприємницької діяльності - здатність до розумного ризику - властива підприємцям в дуже помірному ступеню: 36,2% приписали її більшості, та по 27,7% відповідно - половині та меншості. А взагалі, великий ризик, пов'язаний з відсутністю в нашій країні соціальних гарантій, на думку підприємців, займає перше місце у низці рис, які відносяться до негативних сторін підприємницької діяльності. Не дуже високим є і прагнення ділових людей до влади (мається на увазі влада у професійних та ділових колах): 25,0% приписали цю рису більшості, та по 30,4% відповідно - половині та меншості.

Незважаючи на те, що бізнесмени приписали один одному невисоку професійну компетентність, більшість з них (81,1% серед опитаних) - люди з вищою освітою. Звідси у дисертації робиться припущення, що підприємець - це людина, яка не знайшла роботу за фахом, або незадоволена нею. Накаль, поки що рідко зустрічаються люди, які реалізують у діловому світі

знання, що вони їх набули у вузі. Отож, всі ці дані було отримано навесні 1992 року.

Через рік, влітку 1993 року Інститутом соціології НАН України було проведено аналогічне дослідження серед підприємців.

Як виявилось, картина стала гіршою. Тепер 61,2% підприємців вважає, що чесність у справах властива меншості, а 22,0% - половині їх колег. Знизилася оцінка рівня професійної компетентності: більше половини респондентів (55, %) приписали її меншості підприємців. Проте, робиться припущення у дисертації, до факту зниження самооцінок професійної чесності та професійної компетентності можна підійти із іншого боку, а саме: розглянути цей факт або як реалізм самооцінок, що підвищився, або як подолання первісної ейфорії підприємцями України, або ж як зростання рівня вимогливості до себе, зумовлене зростанням ділової активності. Те ж саме стосується деяких інших показників. Меншості бізнесменів (на думку 54,4% опитаних) властива готовність піти на великий ризик. Якщо в 1992 році 63,7% відзначили, що готовність надати безкорисливу допомогу властива меншості, то у 1993 році цей негативний показник зріс ще на 10% і тепер складає 73,0% (при тому, що 12,1% респондентів вважають, що ця риса не властива взагалі нікому).

Як і в 1992 році більшість наших респондентів (74,1%) мали вищу освіту, 13,6% - вищу освіту з науковим ступенем, 8,0% - середню спеціальну, і тільки 0,3% - загальну середню освіту.

Нарешті, у дисертації розглянуто моральні настанови бізнесменів. Це, по-перше, мотиви підприємницької діяльності, тобто те, що спонукає людину нею займатися, і, по-друге, система цінностей, якими керується підприємець у роботі та в житті.

У визначенням Шумперера, як вже відзначалось, існують три групи мотивів: мрія та воля створити свою приватну імперію, бажання боротьби та прагнення до успіхів, радість творчості. Стосовно українських умов це може бути бажання підвищити рівень свого матеріального добробуту а також знайти

своє місце в житті. В російській науковій літературі (В.Автономов) існує думка, згідно з якою підприємці розрізняються за двома групами: перша - це позитивно мотивовані підприємці, які "від добра шукають добра". Друга група - "підприємці мимоволі" - звільнені, молодь, ті, що не можуть знайти роботу, тобто люди, для яких бізнес - єдиний реальний спосіб існування. В окрему групу виділяються вихідці з "тіньової економіки".

Проаналізовано класифікацію підприємців (В.Гімпельсон) і за ознакою шляхів приходу у підприємництво (що прямо співвідноситься з мотивацією). Згідно з нею, перший тип підприємців - це люди, які прийшли у легальний бізнес з підпільного. В одному випадку - це тільки реєстрація з виплатою податків. В інших - відмивання грошей, отриманих у кримінальний спосіб. Другий тип - це спеціалісти високого класу, в основному, фізики та математики, яким набридла бюрократична система державних закладів, які хотіли та вміли думати своєю головою та робити своїми руками. Це люди з хорошою освітою, ерудицією, здатністю до логічного мислення, готовністю до розумного ризику. Третій тип - представники колишньої партійної номенклатури. Нарешті, четвертий тип підприємців - "червоні директори", які знаходились на найвигіднішому старті для підприємницької діяльності. У дисертації відзначається, що хоч у В.Гімпельсона йдеться про російських підприємців, однак, його класифікація повністю підходить також і для характеристики українських підприємців.

Далі, оскільки що в наш час одним з головних мотивів підприємницької діяльності є матеріальна зацікавленість, то є сенс погодитись із В.Автономовим: дійсно, існує певна кількість людей, яким нікуди більш іти, як у комерційні структури. Однак, у такому випадку, мова може йти не про прагнення до багатства як мотивації підприємницької діяльності, а про прагнення звести кінці з кінцями. Тоді мотивом виступає звичайне виживання. Щодо позитивно мотивованих підприємців, то це, мабуть, люди, які вже мають первісний капітал, не турбуються про своє фізичне виживання, але, головне - це те, що підприємництво для них - це їхня стихія. У

дисертації мають на увазі саме ці люди.

Отже, за даними 1992 року, для більшості підприємців (72,9%) найважливішим у житті є досягнення успіху, а "робити гроші" - лише для 5,2%. Так, на питання "Що більш за все вас приваблює в підприємницькій діяльності?" на першому місці (75,0%) стоїть відповідь "Можливість діяти самостійно", на другому (59,4%) - "Проявлення своїх здібностей", на третьому (58,3%) - "Можливість займатися цікавою справою", і лише після цього, на четвертому місці (36,5%) - "Високі прибутки". Таким чином, саморалізація для бізнесмена є важливішою, ніж зростання прибутків, хоча є підстави припустити, що ті, для кого високі прибутки - головне, є "підприємцями мимовалі".

У 1993 році діловим людям було знов запропоноване питання "Що більш за все вас приваблює у підприємницькій діяльності?". Більшість респондентів (73,1%), як і в попередньому році, відзначили "Можливість діяти самостійно", на другому місці стоїть альтернатива "Можливість реалізації своїх здібностей" (50,4%). Далі йде відповідь "Можливість отримувати високі прибутки" (44,8%). "Можливість займатися цікавою, улюбленою справою" стоїть на четвертому місці - 33,3%. Як можна бачити, третя та четверта альтернативи "помінялися місцями" порівняльно з 1992 роком. Цікаво також те, що варіант "Відносно легка праця" обрали лише 0,5% опитаних (найнижчий показник). Це говорить або про те, що більшість підприємців націлена на те, щоб заробляти, а не "отримувати", або про те, що праця підприємця виявилася не такою вже легкою. Респондентам було запропоновано відзначити не більше трьох варіантів, тому загальний результат перевищує 100%.

У 1992 році було проаналізовано, наскільки ділова людина задоволена реалізацією своїх життєвих цінностей. Так, доходами своїх підприємств, особистими доходами більшість бізнесменів задоволена лише частково (46,2%, 42,5% відповідно). Проте можливість впливати на людей більшість все-таки задоволена (32,3% та 46,7% відповідно). Оцінюючи різні сторони своєї життєдіяльності, підприємці вказують на можливість здійснювати самостійну діяльність як на таку, яка при-

носить найбільш поєне задоволення (41,0% задоволених повністю).

У 1998 році стан не змінився. Як і раніше, підприємці задоволені розміром прибутків своїх підприємств лише частково. 40,7% задоволені можливістю виявляти свої здатності. У всьому іншому найвищі показники - у графі "часткове задоволення".

Отже, робиться підсумок, поки що в Україні знаходяться на низькому рівні як умови розвитку підприємницької діяльності, так і власне підприємництво. Причини полягають в наслідках комуністичного минулого, у відсутності достатнього історичного досвіду підприємництва, а відтак - у відсутності культури ділових відносин та ділової етики. Тому у дисертації зроблено висновок, що в нас можуть існувати усі чотири шumpетерівських типи підприємців: і фабрикант-комерсант (частіше комерсант, бо вкладати капітал у виробництво в нашій країні через ряд причин не вигідно); і капітан індустрії (знов-таки у сфері комерції); і директор (в наших умовах - менеджер); і засновник.

Різними є також і мотиви підприємницької діяльності. З одного боку, як писав Зомбарт, для періоду становлення капіталізму головним рушійним мотивом підприємництва є прагнення до збагачення. Як показано у дисертації, даний мотив в українських бізнесменів присутній у повній мірі, і, якщо займає не перше місце, то й далеко не останнє. З іншого боку, у дослідженні доведено, що присутні й такі шumpетерівські мотиви, як бажання боротьби та прагнення до успіху, які в умовах України тотожні бажанням реалізувати свої здібності та знайти своє місце в житті. Це, як було в'ясовано, - головні рушійні мотиви українського підприємництва. Але що стосується веберівських мотивів, підкреслено у дисертації, то про підприємницьку діяльність та збагачення як обов'язок перед Богом говорити не можна. Як було вже зазначено, обов'язком є лише праця, а збагачення - її природний і, зрозуміло, бажаний наслідок.

У "закінченні" підсумовано найважливіші теоретичні висновки всієї дисертаційної роботи.

1. Констатується, що сфера приватних виробничо-ділових відносин в Україні еволюціонує від "тіньового" до легального бізнесу, від заповзятливості до власне підприємництва.

2. З'ясовано, що орієнтація на матеріальні результати (на збагачення) не постає як домінуюча і вирішальна. Тобто метаморфози українського зразку мотивації підприємницької поведінки відбуваються як перехід від економічної до соціально-економічної моделі.

3. Зафіксована наявність в Україні всіх чотирьох шumpетерівських типів підприємств. При цьому виявлене певне "протиріччя" між морально-психологічними настановами українського підприємця, які більш відповідають зомбартівському зразку, та мотивами його підприємницької поведінки, які більш тяжіють до шumpетерівського зразку.

4. Ставлення до підприємництва як до богопотрібної справи, тобто виявів веберівського зразку мотивації, серед українських бізнесменів не спостерігається.

Головний зміст дисертації відображено в наступних публікаціях:

1. Українське підприємництво: історичні передумови та соціокультурні детермінанти. // Філософська і соціологічна думка. 1994. - №7-8 (0,5 д.а.).

2. Соціокультурний аспект підприємництва. Львів, 1992, (0,2 д.а.).

3. Історико-соціологічний аналіз формування підприємницьких орієнтацій в соціальній поведінці. Київ, 1993, (0,2 д.а.).

4. Особливості формування соціальної групи підприємців. Харків, 1994, (0,2 д.а.).

5. Молодежь и предпринимательство. Чернівці, 1994, (0,2 д.а.).

*Бразун*  
Нельга Т.А. Модели и мотивы мотивации предпринимательской деятельности: сравнительный социологический анализ.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата социологических наук по специальности 22.00.04 - социальная

структура, социальные институты и образ жизни.

В диссертации исследуются и сравниваются модели и образцы мотивации предпринимательской деятельности Зомбарта, Шумпетера, Вебера и восточнославянский образец. Автор исследует историко-социологические факторы формирования предпринимательской деятельности как социокультурного феномена с учетом исторических, религиозных, экономических предпосылок. С конкретно-социологической точки зрения исследуются основные личностные черты украинского предпринимателя, мотивы его деятельности. На основе конкретных социологических данных сравниваются предпосылки формирования предпринимательства в Украине с аналогичными факторами в Западной Европе и Америке.

Nelga I. Motivation models and patterns of entrepreneur activity: comparative and sociological analysis.

Dissertation is submitted in fulfilment of the requirements for the degree of candidate of sociological science 22.00.04 - social structures, social institutes and way of life. Institute of sociology; NAS of Ukraine, Kiev, 1995.

Motivation models and patterns of entrepreneur activity are investigated and compared among themselves in dissertation. Sombart's, Schumpeter's, Weber's and Eastern Slav pattern are analysed. Taking into consideration the historical, traditional, religious and economic preconditions the author investigates the historical and sociological factors of formation of business activity as a socio-cultural phenomenon. The principal personal traits of ukrainian businessman and the motives of his activity are investigated from the specific sociological point of view. The author reviews the preconditions of formation of business in Ukraine, comparing them with the analogical preconditions in the Western Europe and USA.

Ключові слова: моделі, аравки, мотивація підприємницької діяльності, підприємницька псеведінка.

К УОУ-100. РЛЧ 32

Лей -





AB 32.305  
**AB 32.305**