Зміст

Вступ

1. Підприємець у громадянському суспільстві

2. Соціальний портрет підприємця

Висновок

Використана література

Вступ

Становлення демократичного суспільства в Україні є складним процесом й обумовлений багатьма факторами. Зміна соціальної структури суспільства призвела до появи нових соціальних верств і груп, які визначають громадян сучасного й майбутнього суспільства. Не останнє місце тут займає підприємництво, як особлива соціальна група, що робить великий вплив на населення. У першу чергу це пов'язано з економічним життям суспільства.

Процеси ці протікають досить суперечливо й з великими економічними й соціальними витратами. Досить сказати, що й сьогодні немає однозначного відношення до підприємців, хоча саме підприємництво все-таки вже прийнято більшістю населення.

Одна із ключових проблем розвитку демократичного суспільства це взаємодія підприємців з різними верствами населення й, у першу чергу, соціально активними групами. Але для того, що б правильно оцінити цю взаємодію необхідно вирішити два найважливіші методологічні завдання: що таке демократичне суспільство й дати адекватне визначення поняттям підприємець і підприємництво, визначити його соціально-економічну особу стосовно сучасної України з урахуванням її традицій й активного впливу західних країн.

Перефразовуючи відомий вираз, можна сказати, що підприємець в Україні більше, ніж підприємець. Суспільна думка розділилася на дві крайні позиції. З однієї сторони в ньому бачать джерело всіх бід й убогості населення, з іншої представляють його як рятівника суспільства, функції якого виходять далеко за рамки чисто економічних відносин. Якщо на заході, у розвинених країнах, підприємцеві приділяється досить вузька область суспільних інтересів, і звичайно, у першу чергу, економічна сфера, і то далеко не вся, то в Україні, підприємництво стає центром ледве не всіх соціально-економічних відносин. Зрозуміло, що ці крайні точки зору навряд чи є адекватним відбиттям реальних процесів, що відбуваються в суспільстві. Все це вимагає ретельного наукового вивчення даного процесу, що й визначає актуальність поставленої проблеми.

**1. Підприємець у громадянському суспільстві**

Громадянське суспільство саме по собі є гарантією захисту від сваволі й диктатури з боку держави. Досвід розвитку багатьох країн на різних континентах свідчить, що "... у країнах, де склалися класично розвинені громадянські суспільства, там безболісно протікають будь-які соціально-економічні й політичні процеси". Громадянське суспільство не тільки сприяє руйнуванню монопольного положення держави, але й урівноважує державну владу владою численних недержавних утворень і не в останню чергу підприємницькими структурами. І величезна роль у здійсненні антимонопольної політики належить соціально активній й економічно вільній особистості. Саме "підприємець сьогодні бореться з падінням виробництва й створює багатства “майбутньої” України, вирішує питання підвищення зайнятості й проблеми виходу з економічної кризи".

Таким чином, можна сказати, що громадянське суспільство має як внутрішні резерви активізації свого розвитку, зокрема - численна верства підприємців, так і зовнішні її джерела - у ролі держави, її структурних утворень.

Розвиток підприємницьких відносин визначає диференціацію суспільства, відбувається подальший поділ праці, ріст конкуренції й т.п. Але все-таки джерелом становлення цивільного суспільства необхідно вважати в першу чергу - розвинену й соціально-активну особистість.

Держава, цивільне суспільство й підприємницька верства являють собою якусь діалектичну єдність, вони діють відповідно до принципу додатковості й представляються природними з погляду суспільного розвитку - їхнє прагнення до оптимального співвідношення й погодженості дій. У противному випадку незмінно виникають відносини антагонізму, що приводять до руйнівних для суспільства і його соціально-економічних структур наслідків.

Але й фактична відсутність державної влади приводить до анархії, щонайменше, на сучасному етапі.

Інтерес до вивчення підприємництва в нашій країні сьогодні виріс значно. І це обумовлюється розвитком ринкових відносин, побудовою цивільного суспільства й відповідних змін у системі соціальних відносин. Палітра визначень поняття "підприємництва" досить широка: від повсякденного визначення, де підприємцем може вважатися будь-хто, працюючий у недержавному секторі економіки, до "піднесеного", де підприємництво визначається як "такий вид діяльності, у якому вдало сполучаються наука, мистецтво, поезія, зліт творчої думки, ступінь помірного ризику, спорт і спосіб життя ділової людини". Всі ці визначення, так чи інакше демонструють відмінні риси самого явища підприємництва, підприємницького поводження, є характеристиками соціального портрета підприємця й мотивацій його діяльності. На підставі відомих у науковій літературі визначень може бути складений деякий збірний образ підприємця, але навряд чи він буде повним.

**2. Соціальний портрет підприємця**

Складання соціального портрету підприємця представляється можливим здійснити за допомогою аналізу численних публікацій, присвячених цій темі й матеріалів соціологічного дослідження.

Деякі автори схильні зараховувати підприємців до представників "особливої соціальної групи, що має свої цінності", що є не цілком правомірним. Наведені різними авторами характеристики підприємця різноманітні й деякі з них несуть однакове значеннєве навантаження. Тому для зручності аналізу необхідно їх якимось чином згрупувати.

По-перше, необхідно вказати, що практично будь-яка література по підприємництву звертає увагу на деякий особливий "дух підприємництва", що, на нашу думку, найбільшою мірою пов'язаний з їхньою вираженою схильністю до лідерства.

До характеристик лідерства відносять такі риси, як: прагнення до самостійності, автономності, незалежності, до досягнень у трудовій діяльності, до кар'єри й влади, а також рішучість і впевненість у собі. При цьому відзначають також й особливі ділові якості - "особливу енергетику" підприємця: це, безсумнівно, ініціативність і заповзятливість, ділова активність, уміння діяти в умовах недоліку інформації (автори називають це особливим "чуттям", що виробляється в самому процесі підприємницької діяльності), наполегливість й уміння брати відповідальність на себе.

Особливі інтелектуальні здатності підприємця характеризуються в такий спосіб: гнучкість мислення й аналітичний склад розуму, уміння думати, генерувати ідеї, у тому числі комерційні, це творчо мисляча людина, що володіє кмітливістю й широтою світогляду, що вміє знаходити нестандартні рішення.

Як схильність до підприємницької діяльності відзначаються також й особливі психологічні характеристики особистості: сприйнятливість до змін, схильність до новаторства, інноваціям, ризику й одночасно стабільність до стресів.

І останню групу особливих якостей підприємця становлять так звані комунікативні здатності, до них відносять: уміння розуміти людей і вибудовувати з ними взаємини, тобто й бути комунікативними, уміння підбирати собі компаньйонів і виконавців і також вибудовувати відносини в інтересах справи. Деякі автори вказують також на важливість такої поведінкової характеристики, як агресія, інші ж, навпроти, вважають характерним прагнення до співробітництва.

Економічні характеристики: прагнення до примноження багатства, до інновацій і їхнього здійснення, а також праці з метою зростання сукупної вартості капіталу.

Соціальні характеристики: ініціативність, організаторський талант, включаючи вміння здійснювати організацію й реорганізацію соціально-економічних механізмів, готовність ризикувати.

Психологічні характеристики: присутність творчого початку й прагнення до новизни, до самостійності, бажання чого-небудь досягти.

Підприємець по-західному - це новатор, реформатор і революціонер у способах виробництва. Головна відмінність вітчизняного й закордонного підприємця може полягати в тому, що прагнення до примноження багатства не є головною метою діяльності. І це можна побачити, аналізуючи значимість для українського підприємця тих або інших цінностей. Згодом ми зможемо здійснити аналіз і найбільш характерних рис підприємця, співвідносити їх з тими, які в остаточному підсумку визначають успіх їхньої діяльності.

З розвитком підприємництва багато хто пов'язують надії на поліпшення ситуації в країні. Частка респондентів, що вважали, що розвиток підприємництва відродить нашу економіку й приведе до достатку товарів і послуг, склала відповідно 87% й 79%. Це дозволяє говорити про перелом у свідомості людей: підприємницьким структурам стали довіряти.

Проте населення тривожить процес розшарування, що підсилився з розвитком підприємницької діяльності, поділ суспільства на багатих і бідних, що може послужити причиною соціальних конфліктів. Найбільше схильні побоюватися розшарування суспільства люди старшого віку (79%), респонденти, що належать до вікової групи 40-54 року (82%), і працівники державного сектора економіки (78%). 70% експертів також вважають неминучим наслідком підприємницької діяльності соціальне розшарування. Найменше викликає тривогу можливість економічної залежності країни від Заходу в результаті розвитку підприємництва.

Таким чином, у цей час страх перед розшаруванням суспільства на багатих і бідних є однією з найважливіших тенденцій у суспільній думці. Хоча цей процес є природним і неминучим, в очах людей він небезпечний і негативно позначається на багатьох сторонах життя суспільства. Це пов'язано із демографічними проблемами: падінням народжуваності, високою смертністю внаслідок падіння рівня життя більшої частини населення. Безумовно, пов'язано й з економічним аспектом: безробіття, страйки й т.д. Позначиться й на культурно-моральній атмосфері: зниження престижу утворення, рівня загальної культури, зниження цінностей духовно-моральних якостей, поява егоїзму, індивідуалізму й т.д. Розшарування на бідних і багатих приведе на думку респондентів до росту злочинності, соціально-психологічної напруженості, непевності у майбутньому й так далі.

Однак намагатися зупинити процес розшарування суспільства шляхом обмеження доходів, непомірних податків не має сенсу. Подібні дії можуть лише унеможливити розвиток підприємництва, погасити приватну ініціативу.

Незважаючи на критичність, неприйняття частиною населення підприємництва й підприємців, люди здебільшого не вірять у можливість ліквідації підприємницької діяльності, та й не хочуть цього. 45% опитаних вважають, що, з огляду на сьогоднішню обстановку в країні, підприємництво буде розвиватися високими темпами. 39% вважають, що підприємництво буде розвиватися повільно. Лише 2,5% населення вважають, що підприємництво поступово стихне, а з експертів цієї позиції не дотримується ніхто.

Хоча підприємництво усе більше набирає чинність, проте, воно стикається із чималими труднощами й потребує підтримки з боку органів влади й керування. При проведенні політики підтримки підприємництва важливо враховувати, у яких сферах економіки вона потрібна найбільше. На думку самих підприємців, варто підтримувати насамперед інтелектуальне виробництво (інформатика, наука, мистецтво) - 64%. Потім виробництво засобів виробництва (39%) і інші виробляючі галузі (будівництво, виробництво предметів споживання, сировинні - усе по 33%). Найменше, на думку експертів, потребують підтримки не виробляючі галузі економіки - сфера обслуговування (14%), торгівля (12%), фінанси (12%).

За даними опитування, кожен третій (31%) бажає зайнятися підприємницькою діяльністю, а 14% уже займаються нею. Тобто майже половина населення бере активну участь або готова взяти активну участь у ринкових відносинах.

Насамперед, найбільш імовірний резерв поповнення робочої чинності приватного сектора становлять молоді люди у віці до 30 років (45%), що служать (44%), молодь (62%), з незакінченою вищою й середньою фаховою освітою (40%).

Працівники приватного сектору проявляють найбільшу задоволеність місцем своєї роботи (61%). При цьому 21% працівників державного сектора й 26% працівників колективного хотіли б працювати в приватному секторі. У найближчому майбутньому варто очікувати відтік робочої чинності в приватний сектор економіки (особливо за рахунок колективного сектора), що буде значно поповнюватися за рахунок молоді (57% молоді виразили бажання працювати в приватному секторі економіки).

Очевидно, що чим захищеніще будуть себе почувати працівники недержавного сектора в правовому, фінансовому й іншому аспектах, тим інтенсивніше піде наповнення ринку робочої чинності в приватному секторі.

Як показує дослідження, більшість опитаних хотіли б займатися підприємницькою діяльністю, при цьому віддають перевагу малому бізнесу. Трохи менше тих, хто хотів би брати участь у середньому бізнесі, і зовсім небагато - у великому. Треба відзначити, що зі зменшенням доходів зростає кількість тих, хто не бажає брати участь у бізнесі взагалі. Майже третина опитаних (31%) назвала головною причиною, що заважає їм зайнятися підприємництвом, недолік початкових коштів. Отже, соціальну базу бізнесу звужує той факт, що переважна більшість членів суспільства не має тих стартових капіталів, без яких почати власну справа неможливо. Тому малий бізнес як основа підприємницької діяльності є перший етап на шляху до розширення бізнесменом своєї справи, що потребує найбільшої підтримки.

Велике значення мають соціально-психологічні мотиви підприємницької діяльності. Якими ж мотивами керується підприємець у своїй діяльності, навіщо він нею займається, і що він очікує отримати? При відповіді на це питання необхідно враховувати дві точки зору: думка підприємців про самих себе, й погляд з боку, тобто непідприємців.

Самі підприємці основними цілями бізнесу вважають реалізацію своїх творчих здатностей, економічну волю й зміцнення національної економіки. Ніхто з респондентів не вважає своєю метою отримати владу над людьми, і лише 7% відзначають збагачення як мету. Ці дані говорять про те, що гроші аж ніяк не самоціль для підприємців, хоча й виступають важливим мотивом їхньої ділової активності. Найбільше ці люди прагнуть знайти матеріальну й моральну незалежність від держави. Однією зі складових незалежності є для них гідний рівень життя.

Однак більшість опитаних "не підприємців" (56%) уважають, що основною метою підприємництва є збагачення, у той час як реалізацію творчих здатностей відзначають лише 7%. Тільки 6% думають, що метою підприємців є зміцнення національної економіки, і 3% - ріст матеріального благополуччя народу. Таким чином, опитані вважають підприємців людьми, яких хвилює насамперед власне матеріальне благополуччя, все-таки інші цілі в них залишаються на другому плані. Але при оцінці самих себе, відповідаючи на запитання про те, яка мета була б головною для них, якби вони були підприємцями, значно менше число з них відзначають мету збагачення (28%) і більше - такі мети, як реалізація своїх творчих здатностей (21%), зміцнення національної економіки (11%), ріст матеріального благополуччя народу (10%).

Багато з людей думають, що для них основною метою підприємницької діяльності була б реалізація своїх творчих здатностей, але чомусь відмовляють у цьому бізнесменам. У цілому, образ бізнесмена у свідомості людей - це образ егоїстичної людини, що прагне винятково власну вигоду й нагромадження багатств.

Цікаво відзначити, що є відмінності в оцінках тих або інших цінностей відносно їх значимості в самих підприємців й у населення.

Населення вважає, що для підприємців найбільш значимими повинні бути "гроші", тоді як у дійсності вони перебувають на 8-10 місці. На першому ж місці виступає "мати надійних друзів", до речі, населення цю цінність поставило на 4-і місце.

2-3-4-і місця підприємці відвели "чесності" й "незалежності в діях і судженнях". Цікаво відзначити, що 8-10-і місця для підприємців нарівні з такою цінністю, як "гроші", зайняли відповідно: "любов", "творчість", "прагнення до знань". Населення ж їх оцінює по-іншому, а саме: якщо "прагненню до знань" було відведено навіть більше значиме місце - 7-е, то "любов" вони поставили на 16-е місце, а "творчість" - і зовсім на 18-е.

У цілому подібність в оцінках у підприємців і населення спостерігається відносно таких цінностей, як: "повага навколишніх" - 5-6-і місця, "цікава професія" - 7 й 5-е місця, "родина й родинні зв’язки" - 12-13-і й 11-12-і місця, "цікаве життя" - 14-14-і й 13-і місця, "спорт і фізична досконалість" - 14-15-і місця для обох категорій, "влада" - 19-і місце, "служіння суспільству" - 20-і й 21-і місця й "прихильність нормам релігійної моралі" - тут спостерігається повна єдність - і ті, і інші визначили для даної цінності останнє - 22-і місце.

Помилковою виявилася оцінка населення наступних цінностей: "гарним, модним і дорогим речам" населення відвело 8-10-і місце, так само як й "порядності". Підприємці ж їх оцінюють по-іншому: першу із цих цінностей вони поставили по значимості на 20-і місце, а "порядність" зайняла 5-6-і місце - нарівні з "повагою навколишніх". Те ж саме повною мірою можна віднести й до важливості оцінювання "здоров'я": населення відвело йому 2-3-е місце, а самі підприємці лише 12-13-і місце. Для них більш важливим здалося оцінювання "сексу", якому в даній шкалі підприємці відвели 11-і місце, а населення - 14-15-і місце.

Такі дослідження демонструють у цілому високу значимість для підприємців цінностей, пов'язаних з їхньою самоактуалізацією; так звані "традиційні" займають проміжне місце й найнижче - ті, які можуть бути визначені як "мішура", зовнішній блиск й ті, які поневолі впадають в око населенню.

Цим, зокрема, розуміється й розходження в оцінках у самих підприємців і населення - у відношенні того, як перші розпоряджаються одержуваним прибутком. Важливими статтями витрати коштів підприємцями населення вважають: витрату на придбання яких-небудь товарів для себе й своєї родини - 46,7% і на розваги - 30%. Підприємці ж на цей рахунок мають іншу думку - відповідно - 20% й 13,3%. Меншу відмінність можна спостерігати відносно таких статей витрат, як "добродійність" (на неї вказали 10% опитаних підприємців й 6,7% населення) і "вкладення грошей закордоном" відповідно (20% й 16,7%).

Відмінності є й за іншими показниками: по наявності робочого й вільного часу в підприємця, а також по співвідношенню трудових витрат й одержуваних доходів.

Третина опитаного населення порахувала, що в підприємців досить багато вільного часу, тоді як тільки 1/15 частина підприємців згодна з ними. Робочий день підприємця в цілому досить великий, більша їхня частина приділяє роботі від 8 до 12 годин (53,3%), до 8 годин трудиться тільки - 6,7%, 13,3% - підприємців проводить у роботі в середньому 12-16 годин на добу, а 26,7% - взагалі більше 16 годин.

Більшість підприємців так чи інакше вважають власні заробітки розмірними прикладеним зусиллям, причому 53,3% указують на їхню відповідність, а 40% на те, що доходи могли б бути й вище. Опитані ж з населення дотримуються безсумнівно іншої думки: тільки 23,3% порахували можливим припустити, що підприємці заробляють менше, чим повинні б були, 40% можуть погодитися із сумірністю трудових витрат і доходів і практично стільки ж, 36,7%, переконані, що за таку їхню роботу підприємці не повинні одержувати настільки багато.

Таким чином, можна констатувати існування реальної роз'єднаності між населенням і підприємцями. До речі, відношення населення до підприємництва, обумовлене цією роз'єднаністю, могло бути й краще. Але все-таки воно сьогодні не може вважатися негативним: 40% населення ставиться до підприємців цілком доброзичливо, і майже стільки ж - 36,6% - нейтрально, дуже добре їх сприймає - 16,7% і неприязно - 6,7%, у тому числі ворожості не було висловлено зовсім. Самі підприємці оцінюють свою "братію", звичайно, більш позитивно: 26,7% дуже добре ставляться до підприємців, половина - просто доброзичливо, інші ж виразили нейтральне відношення.

**Висновок**

Можна сказати, що ця роз'єднаність населення і підприємців двостороння; ні населення, ні підприємці не проявляють бажання до зближення, хоча для успішного розвитку підприємництва їхні контакти необхідні. Спробуємо підбити маленький підсумок вищесказаному, починаючи з відповіді на питання: чи особлива група - підприємці?

Всі вищезгадані риси характеру, трактуються як відмінні риси підприємця, по суті, можуть вважатися властивими будь-якій людській істоті. Мова може йти лише про ступінь їхньої розвиненості, у тому числі про прагнення до лідерства. Більш уважне їхнє дослідження дозволяє побачити, що практично будь-яка риса характеру може, якщо не повинна бути - розвиненою. Виключення можуть становити або особливі характеристики психологічної структури особистості, або якісь аномалії, що мають органічну природу.

Підприємницька діяльність, праця досить нелегка, що потребує мобілізації всіх людських здібностей і зусиль. Взагалі саме цей компонент найбільш важливий у підприємництві, що до того ж здобуває інший значеннєвий зміст. Підприємницька праця в першу чергу спрямована на задоволення особистих інтересів. Але "думаючи про власну вигоду, підприємець незмінно вирішує завдання суспільного розвитку", тому що саме "служіння суспільству приносить прибуток". І сама зміна спрямованості діяльності робить підприємницьку працю привабливою.

Можна сказати, що виведений у результаті дослідження вигляд типового підприємця це в деякому змісті людина майбутнього, це "громадянин суспільства", побудовою якого ми сьогодні також стурбовані, що це - "елемент майбутнього в сьогоденні". І таке оцінювання представляється більш правомірним, чим твердження, що підприємці - це представники особливої групи.

**Використана література:**

1. Голубев А. М. Предпринимательство в социальной структуре гражданского общества. – М.: Изд-во РГУ, 2001.

2. Иванов В. Н. Политическая социология. - М.: Норма, 2001.

3. Муртин Г. Н. Социология предпринимательства. - М.: Изд-во Альянс-медиа, 2002.

4. Радаев В. В. Экономическая социология. Курс лекций. – М.: Экономика, 2000.