

## ТРУДОВІ ВІДНОСИНИ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

*У статті розглядаються питання сучасного стану трудових відносин в українському соціумі, зокрема приділена увага питанню розвитку підприємницької діяльності, виокремлено ряд аспектів особливостей розвитку сучасних трудових відносин, акцентується увага на необхідності достатнього наукового дослідження галузі сучасного українського бізнесу, визначені чинники мотивації підприємницької діяльності.*

**Актуальність питання.** Ставлення до праці формується під впливом сукупності об'єктивних факторів у вигляді загальних (у масштабах країни) і специфічних (у рамках конкретного підприємства) умов трудової діяльності, а також суб'єктивних факторів: очікувань і рівня претензійності працівника, його ціннісної орієнтації, інформованості. Взаємодіючи, об'єктивні і суб'єктивні фактори відношення до праці складають важливий соціологічний фактор виробничої праці [1: 40]. Практика історичного розвитку суспільства доводить, що усвідомлення індивідом значущості своєї автономності, прав і свобод в економічній сфері буде розширюватися. Сьогодні ми є свідками того, як зникають штучно вимальовані авторитети, авторитарні і необгрунтовані рішення, а із пасивних виконавців, якими була що донедавна переважна більшість керівників підприємств, установ і організацій, а також просто здібних до підприємництва осіб, формується верства активних людей, підприємців. Їх соціальний і майновий рівень різний, але це вже не пасивні, бездіяльні люди у велетенській машині, якою є держава [2: 150].

**Мета** нашого дослідження полягає в тому, щоб на основі конкретних факторів сучасного українського соціуму показати основні мотивації, проблеми і труднощі розвитку підприємницької діяльності в Україні.

Відношення до праці, суть якого в реалізації трудового потенціалу працівника під впливом свідомих потреб і сформованої зацікавленості, виявляється у ступені його прагнення проявити власні сили, знання, досвід і сукупність здібностей для досягнення якісних і кількісних результатів праці [1: 40]. Пригадаємо слова Андрія Шептицького "Нехай будучі покоління візьмуть у свої руки торгівлю і виробництво. Бо завжди бідним є той народ, який не має власного виробництва і в якому торгівлю ведуть чужинці" [3: 43]. Івана Франка "...Лише та людина, яка вільно розпоряджається якоюсь річчю, може продавати її іншому" [4: 71].

Визначення підприємництва як добра ще донедавна суперечило нашим раніше усталеним оцінкам, 15 років тому цей термін викликав якщо не зневагу, то принаймні злу іронію. В уяві людей бізнесова діяльність ніяк не інтерпретувалась з чесністю, справедливістю. Спроба окремих людей зробити свій вибір на користь підприємництва, наприклад, негайно засуджувався сформованою майже за три чверті століття суспільною думкою. Потрібна була не абияка воля людини, щоб перебороти не тільки суспільні стереотипи, але і саму себе [2: 151].

Дослідник В. Волошин зазначає, що пострадянська, суто економічна переоцінка всіх цінностей, утвердження нігілізму, особливо в економічній сфері, як форми теоретично-практичного ставлення до дійсності, морально травмують людину, спотворюючи її внутрішній, духовний світ і відповідно створюючи несприятливі умови формування і реалізації духовного потенціалу громадян. У таких умовах створити високоефективну економіку проблематично [5: 126]. Харківський науковець Н. Г. Комих виокремлює, що формування теоретичних уявлень про підприємництво сягнула за тисячоліття і тісно пов'язане з соціальними, економічними, політичними процесами в суспільстві. Теорії підприємництва, які формувалися за часів становлення індустріального суспільства, мають монофункціональний і дескриптивний характер. При аналізі феномена підприємництва приділялась увага перш за все економічним рисам, а соціальні характеристики вважались невинувато вторинними. Більшість теорій тільки пояснювала явище підприємництва, а не піднімала питання соціального управління підприємством, технології успішного підприємництва. У постіндустріальний період розвитку економіки відбувається сплеск дослідницької рефлексії проблем підприємництва. Постать підприємця і його діяльність стає однією з центральних в суспільстві як така, що пов'язана з самореалізацією, інноваційними процесами, отриманням прибутку [6]. Сучасне підприємництво в Україні має таку структуру: по-перше це великі мега-гіганти на кшталт Криворіжсталі та інших великих підприємств. По-друге, установи рангом нижче, сюди відносимо заводи та господарства, які раніше належали державі, а нині мають приватного власника та забезпечують виробництво та зовнішнє споживання а також експорт продуктів будівництва, харчування, одягу. Такі підприємства мають змогу встановлювати цінову політику на той чи інший вид товару в країні (фактично беручи на себе функції державної регулятивної політики в економіці).

Третьою ланкою є більш дрібні підприємства, за зразок наведемо приклад власників мереж маркетів і магазинів. Четвертою ланкою є підприємці середньої ланки, власники одного невеликого підприємства, магазину, бутіка, агентства. П'ята ланка – люди, які займаються своїм невеликим бізнесом – продавці на ринках і т. п. Шляхи становлення підприємництва в Україні мають свої особливості в порівнянні з етапами становленням приватної власності в інших країнах: першими варто назвати осіб, що вже під час розпаду Радянського Союзу мали певні важелі влади, саме цей клас сьогодні належить до української фінансової еліти, маючи владу і вплив, ними була вчасно здійснена приватизація серйозних державних підприємств. Інша категорія підприємців, та, що активувалася в перші роки після розпаду СРСР та активно включилася у підприємницьку діяльність і досягла на сьогодні певних успіхів. У сучасному українському суспільстві постійно виникають нові приватні організації, власники одних досягають успіху та успішно розвиваються, інші, зіткнувшись з труднощами, припиняють підприємницьку діяльність зовсім.

Сьогодні вживане в сучасній українській соціально-філософській літературі поняття "підприємництво" трактується неоднозначно. Підприємництво розглядається в різних іпостасях: як явище, процес, соціальний інститут, вид поведінки і діяльності. Усі існуючі трактування підприємництва пропонується розділити на дві великі групи. Перший підхід – універсальний, за яким підприємництво ототожнюється з бізнесом, справою. Другий підхід – цілефункціональний, який дозволяє більш чітко визначити сутнісні ознаки підприємництва за його функціями в суспільстві. Аналіз запропонованих підходів показав, що "підприємництво" і "бізнес" поняття не однопорядкові, що унеможливує їхню взаємозаміну. Поняття "бізнес" – ширше за "підприємництво". Воно може включати, або не включати підприємницьку функцію, пов'язану з інновацією і креативом. Підприємництво – це явище, яке іманентно присутнє в суспільстві та передбачає наявність соціально-економічної активності індивіда, має інноваційний характер, ставить за мету отримання прибутку або капіталізацію доходу, пов'язане з ризиком, невизначеністю, творчим самовдосконаленням, самореалізацією особистості, здійснюване у взаємодії з економічними, політичними, соціальними і культурними інститутами в рамках загальноприйнятих у конкретній культурно-історичній ситуації норм ведення бізнесу, формує певну модель особистості і субкультури [6]. Основний же вид і найбільш чисельний сучасного українського бізнесу – це комерційна діяльність, закупка оптового товару і подальший продаж оптом чи вроздріб і з встановленням своїх цін на товар. Слід визнати, що ця значна маса посередників, яка отримує прибутки на різноманітних операціях, але ця комерційна діяльність ніяк не сприяє насиченню ринку високоякісним та доступним для населення товаром [7: 14].

Серед представників різних соціально-професійних груп населення найбільш лояльно ставляться до розвитку приватного підприємництва керівники, спеціалісти технічного профілю, підприємці, дрібні бізнесмени, фермери. Найбільш негативне ставлення до розвитку даної інституції демонструють працівники сільськогосподарських та непрацюючі пенсіонери. З точки зору зайнятості населення найбільш негативне ставлення до підприємницької діяльності спостерігаємо серед громадян, які на даний час не працюють (Таблиця 2). Серед вікових категорій населення, найбільш підтримують розвиток підприємницької діяльності громадяни віком до 30 років. Нахил до зрівняльної психології і негативне ставлення до підприємницької діяльності особливо притаманний представникам старшого віку (Таблиця 3) [2: 153]. Соціологічні дослідження підтверджують, те, що серед безробітних є високим рівень соціального утримання і чим вищим є цей рівень, тим більше людина вважає, що ті, що знаходяться при владі дбають лише про власні інтереси [8: 254] і з тим більшим упередженням ставляться до підприємців, які займаються власною справою і отримують прибуток (Таблиця 1).

У сучасних умовах підприємницька діяльність – це не лише засіб отримання доходу та самовираження, а й найоптимальніша можливість реалізації енергійною людиною природної свободи [2: 155]. Тієї свободи, про яку писав Григорій Сковорода, адже людині для того, щоб відчувати себе щасливою необхідно відчувати себе "на своєму місці", а не виконувати свої робочі обов'язки як щоденне рабство.

За принципом антропосоціальної відповідності підприємництво в процесі розвитку набуває певних ознак і специфічних соціокультурних рис відповідно типам соціальності – доіндустріально-традиційного, індустріально-капіталістичного, постіндустріального, в якому відбувається його формування. Визначається, що українське підприємництво в процесі формування не пройшло певних етапів за типами соціальності в повній мірі. Специфіка українського соціуму полягає в тому, що особливості і характеристики кожного типу соціальності (доіндустріально-традиційної, індустріально-капіталістичної, постіндустріальної) в умовах сучасного українського суспільства змішалися. Наприклад, за цільовою спрямованістю діяльність індивіда в індустріальному суспільстві – це економічний успіх, матеріальна винагорода. Для постіндустріального суспільства економічна винагорода є недостатньою. Для індивіда, що здійснює підприємницьку діяльність в умовах української

реальності, важливими є ці два показники: і отримання прибутку, і можливість самореалізуватися. З таких позицій пояснюється специфіка стадії первинного накопичення капіталу, приватизаційні процеси, які в Україні частково пов'язані з кримінальними структурами і стали причиною формування в суспільстві прошарку псевдопідприємців, метою яких є не інноваційна творча підприємницька діяльність на благо суспільства, а отримання прибутку будь-яким шляхом. Виходячи із специфіки соціальних і культурних проявів у сфері господарювання різних країн, розглядаються соціокультурні контексти, що характеризують культурні і ментальні особливості підприємницької активності: європейський, східний, англо-американський, українське підприємництво за географічним розташуванням, історичним генезисом та факторами ставлення до підприємництва і схильністю підприємців до патерналізму є близьким до європейського контексту [6].

**Висновки.** У способах ведення підприємницької діяльності сьогодні спостерігаємо два чітких типів поведінки. Підприємці старшого покоління (вікова категорія від 35 років) – консерватори у своєму ставленні до праці, керуються традиційними методами у своїх ділових зв'язках, у пошуку партнерів по справі, підприємці молодшого покоління (до 35 років) значно більш комунікабельні, активні у використанні новітніх технологій (заключення договорів в он-лайн, Інтернет-бізнес майданчики купівлі та продажу, інтернет-магазини, салони і т.д.). Ми спостерігаємо виникнення цілих віртуальних маркетів, специфіка яких у тому, що потенційний покупець з'ясовує характеристики та робить покупку необхідного йому товару не встаючи з домашнього крісла, або робочого місця, що значно економить час потенційному покупцю та заощаджує кошти на оренду/купівлю і штат офісного/магазинного персоналу потенційному підприємцю. Цілі сучасних українських підприємців загалом мають індивідуалізований характер, пріоритетними є загальнолюдські традиційні цінності, такі як стабільність, благополуччя, родина, здоров'я. Отримання прибутку та реалізація творчого креативу є головними мотивами підприємницької діяльності.

Таблиця 1.

**Ставлення населення до розвитку приватного підприємництва залежно від років дослідження**

Ставлення до розвитку підприємництва	Роки дослідження					
	1994	1996	1998	2000	2002	2004
Повністю не схвалюють	15,3	13,1	13,6	9,3	12,2	10,6
Скоріше не схвалюють	15,6	14,2	13,3	13,0	10,6	12,7
Не в змозі визначитись	25,0	26,6	27,6	25,0	28,7	29,5
Скоріше схвалюють	21,4	22,4	21,2	25,1	33,0	34,0
Повністю схвалюють	22,4	23,7	24,1	26,7	15,2	13,2

Таблиця 2.

**Ставлення населення до розвитку приватного підприємництва залежно від сектору зайнятості**

Ставлення до розвитку підприємництва	Сектор зайнятості			
	Державний	Приватний	Державний і приватний	Не працює
Повністю не схвалюють	7,5	4,7	10,3	15,3
Скоріше не схвалюють	10,8	7,4	10,3	16,9
Не в змозі визначитись	28,0	27,6	41,4	30,6
Скоріше схвалюють	41,6	37,2	31,0	27,8
Повністю схвалюють	12,0	23,2	6,9	9,5

Таблиця 3.

**Ставлення населення до розвитку приватного підприємництва залежно від віку та статті респондентів**

Ставлення до розвитку підприємництва	Стать		Вік		
	Чоловіки	Жінки	До 30 років	30-54	53 і старші
Повністю не схвалюють	9,8	11,1	3,9	7,6	19,5
Скоріше не схвалюють	10,3	14,6	4,4	11,6	20,1
Не в змозі визначитись	29,1	29,8	25,3	29,9	31,9
Скоріше схвалюють	33,9	34,1	43,6	38,4	21,0
Повністю схвалюють	16,8	10,3	22,9	12,5	7,6

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Лукашевич М. П. Социология труда / Лукашевич М. П. – К.: МАУП, 2001. – 320 с.
2. Герасимчук А. А. Соціологія бізнесу / Герасимчук А. А., Козловець М. А., Саух І. В. – Житомир.: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2006. – 280 с.
3. Бліхар В. Проблема матеріального буття народу в духовній спадщині Андрія Шептицького // Тези звітної наукової конференції філософського факультету / Відп. за випуск В. Мельник. – Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2005. – С. 38 – 48.
4. Франко Іван. Економічні праці (1878-1887) / Т. 44. Кн. 1 [Упоряд. та комент. А. Л. Перковського, Н. О. Тимочко, Є. А. Шаблія, П. В. Юрченка; Ред. Т. І. Дерев'янкін, А. П. Перковський]. – 1984. – 694 с. (АН УРСР. Ін.-т економіки, Ін.-т літ. ім. Т. Г. Шевченка).
5. Волошин В. В. Некоторые аспекты духовного кризиса и задачи современного туризма // Вісник Донецького інституту туристичного бізнесу. Донецьк: 1999. – № 3. – С. 126 – 129. (Сер. "Підприємництво, менеджмент та маркетинг (в туристичній сфері)).
6. Комих Н. Г. Соціокультурний контекст становлення та розвитку підприємництва в Україні : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. соціол. наук : спец. 22.00.04 – спеціальні та галузеві соціології. – Харків: – 2006. – Режим доступу до журналу : [http://tourlib.net/aref\\_others/komyh.htm](http://tourlib.net/aref_others/komyh.htm)
7. Сухачов С. Я. Трудові відносини як фактор розвитку етносоціальних процесів // Етносоціальні процеси на Правобережній Україні: минуле й сучасне. – 1998. – Київ. Житомир.: Поліграфічний центр Житомирського педінституту, 1998. – С. 69 – 72.
8. Кліманська М. Психологічні особливості соціального утримання у безробітних // Тези звітної наукової конференції філософського факультету / Відп. за випуск В. Мельник. – Львів.: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2005. – 268 с.

Матеріал надійшов до редакції 30.03. 2010 р.

#### ***Кучин Я. Г. Трудовые отношения современного украинского общества.***

*В статье рассматриваются вопросы современного состояния трудовых отношений в украинском социуме, в частности уделено внимание вопросу развития предпринимательской деятельности, выделен ряд аспектов особенностей развития современных трудовых отношений, акцентируется внимание на необходимости достаточного научного исследования отрасли современного украинского бизнеса, выделены факторы мотивации предпринимательской деятельности.*

#### ***Kuchin Ya. G. The Labour Relations in Modern Ukrainian Society.***

*The article highlights the current state of labour relations in the Ukrainian society, in particular attention is paid to business development. A number of aspects of peculiarities of the modern labour relations development are identified in the paper. The need for adequate research of the modern Ukrainian business is emphasized in the article. The paper highlights the factors motivating business.*