

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ОДЕСЬКА ЮРИДИЧНА АКАДЕМІЯ»

Серія: Навчально-методичні посібники

Микола ЯЦЕНКО

Ольга КАРЕТНА

СОЦІОЛОГІЯ ЕКОНОМІКИ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА
НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ ПОСІБНИК

Освітньо-професійна програма «Соціологія»
підготовки здобувачів вищої освіти ступеня бакалавра
у Національному університеті «Одеська юридична академія»,
галузь знань – 05 «Соціальні та поведінкові науки»,
спеціальність – 054 «Соціологія»

Одеса 2024

УДК 316.334.23 (073)
Я927

*Рекомендовано Навчально-методичною радою
Національного університету «Одеська юридична академія»
(протокол №3 від 25.12.2023 р.)*

Укладачі:

Яценко М.А. – кандидат соціологічних наук, доцент, доцент кафедри соціології Національного університету «Одеська юридична академія»,

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8957-5139>

Каретна О.О. – кандидат політичних наук, доцент, доцент кафедри соціології Національного університету «Одеська юридична академія»,

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7408-7546>

Рецензенти:

Каменська Т.Г. – доктор соціологічних наук, професор, професор кафедри суспільних комунікацій та регіональних студій Одеського національного університету імені І.І. Мечникова

Горбаченко С.А. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри кібербезпеки Національного університету «Одеська юридична академія»

Я927 Соціологія економіки та підприємництва: навчально-методичний посібник для здобувачів вищої освіти [Електронне видання] / М.А. Яценко, О.О. Каретна; Національний університет «Одеська юридична академія». – Одеса, 2024. – 81 с. – Режим доступу: <http://dspace.onua.edu.ua/handle/11300/27260>

Навчально-методичний посібник призначений для надання допомоги здобувачам вищої освіти, які вивчають дисципліну «Соціологія економіки та підприємництва».

У навчально-методичному посібнику викладено зміст навчальної дисципліни за темами лекцій та практичних занять, практичні завдання з курсу, перелік тем для самостійної роботи, питання для перевірки знань з навчальної дисципліни, перелік тем доповідей, презентацій та список рекомендованої літератури.

Навчально-методичний посібник підготовлено відповідно до освітньо-професійної програми вищої освіти за спеціальністю 054 «Соціологія», а також рекомендовано використовувати у навчальній роботі при підготовці фахівців за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти.

УДК 316.334.23 (073)
© Яценко М.А., Каретна О.О. 2024

I. ВСТУП

Навчальний курс «Соціологія економіки та підприємництва» – одна з основних галузевих соціологічних теорій, що вивчає соціальні проблеми економіки, економічну поведінку індивідів та їх соціальних спільнот як специфічних соціальних інститутів. Курс «Соціологія економіки та підприємництва» виступає в якості базового навчального курсу для цілої групи галузей соціологічного знання, в межах яких аналізуються різноманітні соціально-виробничі проблеми та соціальні закономірності економічної діяльності.

Цей курс представляє собою нову міждисциплінарну область знань, побудовану на синтезі економічної та соціологічної теорій, де мова йде про використання евристичної методології, призначеної для надання економічній політиці соціальних орієнтирів. Вирішення цієї соціально-економічної проблеми вимагає використання нової парадигми економічної теорії, а саме – парадигми мотивованої поведінки в соціальній організації.

Метою викладання навчальної дисципліни «Соціологія економіки та підприємництва» є розкриття її місця, специфіки та сучасного стану розвитку, визначення її функцій, зв'язку з іншими соціально-гуманітарними дисциплінами; формулювання основних положень науки, методологічних засад соціологічного аналізу сучасних економічних явищ та процесів.

Вивчення навчальної дисципліни «Соціологія економіки та підприємництва», творче засвоєння її основних положень і категорій позитивно вплине на процес формування у здобувачів вищої освіти всебічних знань про сучасний світовий соціально-економічний процес, сприятиме підвищенню їх загальнокультурної та фахової підготовки.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Соціологія економіки та підприємництва» є:

- надання студентам необхідного мінімуму знань про основні категорії сучасної соціології економіки;
- ознайомлення студентів з основними етапами розвитку історії та теорії зарубіжної і вітчизняної економ-соціологічної думки, основними науковими підходами в її межах, сучасними проблемами та тенденціями подальшого розвитку тощо;
- формування у здобувачів вищої освіти поняття про економіку як соціальну систему, ознайомлення з основними історичними типами соціально-економічних систем, господарськими ідеологіями, сучасними соціальними характеристиками економіки тощо;

- показати вплив економічної культури на економічну поведінку, формування нового економічного мислення;
- розкрити соціальну сутність праці, соціальні механізми формування високомотивованої трудової поведінки;
- розкрити сутність підприємницької діяльності, теорії походження підприємництва, роль культури та соціальної відповідальності підприємництва;
- вироблення необхідних світоглядних критеріїв оцінки поточних економічних процесів та явищ, здібності застосовувати соціологічний підхід при їх аналізі, а також в своїй професійній діяльності.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

знати:

- теоретичні основи соціології економіки;
- основні методи економіко-соціологічного аналізу;
- загальні питання моделювання національної економіки.

вміти:

- досліджувати та використовувати знання про стан економічної свідомості та мислення;
- розкривати особливості прояву людського фактору на макро- і мікрорівні;
- використовувати теоретичні та практичні знання для вирішення економічних проблем регіону.

На вивчення навчальної дисципліни відводиться:

- 120 годин / 4 кредити ECTS.

Підсумковою формою контролю є екзамен.

II. ЗАГАЛЬНІ МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВИВЧЕННЯ КУРСУ

Навчальна дисципліна «Соціологія економіки та підприємництва» є однією зі складових програми підготовки бакалавра у галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки», за спеціальністю 054 «Соціологія».

Для сучасної української соціологічної науки дисципліна «Соціологія економіки та підприємництва» має як теоретичне значення, так і в галузі проведення конкретних емпіричних соціологічних досліджень.

Успішне вивчення курсу «Соціологія економіки та підприємництва» передбачає освоєння здобувачами лекційного матеріалу, його закріплення та поглиблення на практичних заняттях, самостійне вивчення нормативної, навчальної та наукової літератури.

Основним видом навчальних занять є лекції, призначені для засвоєння теоретичного матеріалу.

Лекція – усний виклад інформації, побудований за строго певною логічною структурою, підпорядкованою задачі максимально глибоко і зрозуміло розкрити задану тематику. Основне призначення лекції: допомога у освоєнні фундаментальних аспектів; спрощення процесу розуміння науково-популярних проблем; поширення відомостей про нові досягнення сучасної науки. Функції лекційної подачі матеріалу: інформаційна (повідомляє потрібні відомості); стимулююча (викликає інтерес до предмета повідомлення); виховна; розвиваюча (оцінює різні явища, активізує розумову діяльність); орієнтуюча (допомагає скласти уявлення про проблематику, літературні джерела); що пояснює (формує основу наукових понять); переконує (підтверджує, наводить докази).

Лекція є теоретичною основою практичних занять, подальшого самостійного вивчення здобувачами курсу.

Самостійну роботу здобувача над лекцією умовно поділяють на три основні етапи:

1) підготовка до лекції, що відбувається заздалегідь і передбачає ознайомлення з рекомендованою навчальною літературою за конкретною темою, що її викладатимуть на лекції;

2) сприйняття і конспектування лекції, що полягає в засвоєнні усного матеріалу і його коротких записів (конспектуванні). При конспектуванні необхідно в результаті «переробки» інформації виділити основну думку лектора і стисло її викласти.

3) подальша робота над лекцією, що передбачає додаткове доопрацювання конспекту на основі самостійного вивчення рекомендованої нормативної, навчальної та наукової літератури.

Успіх лекції залежить від: – глибини змісту лекції, від активності здобувачів, їхньої мотивації, готовності аудиторії до сприйняття лекційного матеріалу, зворотній зв'язок лектора і аудиторії, яка може бути організована як лінійна (враховуються слухові ефекти - шум, репліки і т. д.), нелінійна, яка передбачає спостереження за поведінкою аудиторії (жести, міміка і т. д.), яскравості мови та емоційності, правильності темпу мови викладача, ставлення здобувачів до особи викладача

Практичні заняття – сприяють виробленню у здобувачів вищої освіти умінь і навичок застосування знань, отриманих на лекції та в ході самостійної роботи. Практичні заняття повинні розвивати у здобувачів уміння правильно користуватися науковою літературою, підвищувати знання та культуру їхньої мови.

Під час проведення практичних занять викладач використовує такі форми: вільне обговорення питань плану заняття в академічній групі; індивідуальна співбесіда з кожним здобувачем; виконання письмових робіт; заслуховування доповідей з найбільш складних питань і їх подальше колективне обговорення в групі тощо.

Важливими формами навчальних занять є індивідуальні навчальні заняття, консультації.

Індивідуальні навчальні заняття організовують з окремими здобувачами з метою підвищення рівня їх підготовки та розкриття індивідуальних творчих здібностей.

Практичні заняття є також одним із видів поточного контролю за успішністю освоєння здобувачами навчального матеріалу. На кожному занятті викладач оцінює ступінь підготовки здобувача з теми. Підсумкові оцінки вносяться до журналу академічної групи.

Самостійна робота здобувача - запланована навчальна, навчально - дослідницька, науково-дослідна робота здобувачів, що виконується у позааудиторний час за завданням викладача, але без прямої участі викладача. Самостійна робота є важливим видом навчальної та наукової діяльності здобувачів.

Самостійна робота здобувачів відіграє вирішальну роль у ході всього навчального процесу та долучає здобувачів вищої освіти до наукової творчості, пошуку та вирішення актуальних сучасних проблем. Самостійна робота включає: чітке планування змісту та обсягу самої роботи; організацію, контроль та аналіз результатів самостійної роботи; необхідне навчально-

методичне та матеріально-технічне забезпечення. До видів самостійної роботи віднесені підготовка презентації в рамках теми практичного заняття.

Форми самостійної роботи здобувачів передбачають: вивчення та систематизація офіційних державних документів, законів та нормативних актів, вивчення довідкових матеріалів з використанням інформаційно-пошукових систем, вивчення навчальної, наукової та методичної літератури, матеріалів періодичних видань, статистичних даних; участь у роботі студентських конференцій, гуртках, комплексних наукових дослідженнях, підготовці доповідей.

Методика активізації навчального процесу

1. З метою активізації процесу навчання пропонується метод креативної дискусії під час лекцій та практичних занять. Це розвиває творчі здібності здобувачів, а також вдосконалює здатність до аналізу, порівняння та аргументування своєї точки зору.

2. Ефективною є робота за методикою «альтернативних груп». Викладач пропонує питання з актуальної проблеми, члени однієї групи знаходять аргументи «за», члени другої групи – «проти». Наприкінці здійснюється резюме лідерами кожної групи. Викладач пропонує свій висновок та висловлює рекомендації щодо вирішення поставленої проблеми.

Критерії оцінювання знань здобувачів:

Оцінка виставляється за національною чотирибальною шкалою: «відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно». При оцінці за основу слід брати повноту і правильність виконання завдань.

1. Оцінка «5» (відмінно) ставиться в тому разі, коли відповідь здобувача правильна, повна, послідовна, логічна; здобувач впевнено володіє фактичним матеріалом з усього курсу, вміє застосовувати його щодо конкретно поставлених завдань.

2. Оцінка «4» (добре) ставиться в тому разі, коли відповідь правильна, послідовна, логічна, але здобувач допускає у викладі окремі незначні пропуски фактичного матеріалу вміє застосувати його щодо конкретно поставлених завдань.

3. Оцінка «3» (задовільно) ставиться у тому разі, коли здобувач володіє більшою частиною фактичного матеріалу, але викладає його не досить послідовно і логічно, допускає істотні пропуски у відповіді, невірно формулює основні теоретичні положення та причинно-наслідкові зв'язки.

4. Оцінка «2» (незадовільно) ставиться в тому разі, коли здобувач виявляє незнання більшої частини фактичного матеріалу або здобувач відмовляється відповідати на поставлені питання.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

100-бальною шкалою	Шкала за ECTS	За національною шкалою	
		Екзамен	Залік
90-100	A	Відмінно	Зараховано
82-89	B	Добре	
74-81	C		
64-73	D	Задовільно	
60-63	E		
35-59	Fx	Незадовільно	Не зараховано
1-34	F		

III. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

№№	Теми	Лекції	Семінари	Самостійна робота студентів
1	Соціологія економіки як наука	2	2	10
2	Основні етапи розвитку соціології економіки	4	4	10
3	Соціально-економічна структура суспільства	2	2	10
4	Соціальні засади економічної поведінки	2	2	10
5	Економічна культура як регулятор економічної поведінки	2	2	10
6	Праця як соціально-економічний процес	2	2	10
7	Соціологія споживання	2	2	10
8	Соціологія підприємництва	4	4	10
	Всього 120 годин:	20	20	80

IV. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОГО КУРСУ

ТЕМА 1. СОЦІОЛОГІЯ ЕКОНОМІКИ ЯК НАУКА

Об'єкт та предмет економічної соціології. Поняття соціології та соціології економіки. Мета та завдання соціології економіки. Структура основних категорій соціології економіки. Основні функції соціології економіки. Основні завдання соціології економіки.

Лекція 1. Соціологія економіки як наука.

1. Поняття, об'єкт та предмет соціології економіки.
2. Мета, завдання і функції соціології економіки.
3. Категорії соціології економіки.

План-конспект

Соціологія економіки – це наука про закономірності побудови соціальних відносин та економічної поведінки людей, які знаходяться під впливом соціальних норм та інститутів у процесах виробництва, розподілу, обміну та споживанні матеріальних та духовних благ.

Об'єкт соціології економіки – це складна система соціально-економічних процесів, що динамічно розвиваються, які виникають у просторі взаємодії економіки та соціальної сфери. Іншими словами – це розвиток економіки як соціального процесу.

Предмет соціології економіки – це соціальний механізм регулювання економічних відносин, під яким розуміється стійка структура взаємодії соціальних суб'єктів з приводу виробництва, розподілу, обміну та споживання матеріальних благ та послуг, а також структура типів економічної поведінки цих суб'єктів.

Метод соціології економіки характеризується двома особливостями: міждисциплінарністю і розглядом досліджуваних явищ із позицій соціального механізму регулювання економічних відносин і процесів. Міждисциплінарність як принцип дослідницької діяльності в соціології економіки передбачає: розгляд досліджуваних об'єктів з урахуванням їхньої подвійної, економіко-соціальної природи; використання економічної та соціальної інформації; застосування спеціальних методів аналізу, які дають змогу «стикувати» економічну та соціальну інформацію (наприклад,

соціологічне моделювання, метод соціологічної експертизи економічних перетворень, метод вибіркового обстеження домогосподарств тощо).

Серед **основних завдань соціології економіки** як науки виокремлюють:

1. Дослідження соціальних механізмів, що впливають на розвиток економіки та регулюють економічну діяльність індивідів, соціальних спільнот і груп.
2. Вивчення особливостей мотивації поведінки суб'єктів економічної діяльності.
3. Дослідження конкретних соціокультурних умов функціонування і трансформації економіки.
4. Розкриття взаємодії економіки з іншими підсистемами суспільства, динаміки його соціально-економічної структури.
5. Виявлення соціальних ролей суб'єктів економічної діяльності, їхнього соціального статусу та соціальної мобільності.
6. Аналіз основних трудових цінностей населення, їхньої динаміки та ролі у формуванні економічної поведінки.
7. Виявлення соціальних функцій економіки в розвитку сучасного суспільства, формуванні соціальних цілей суб'єктів господарської діяльності.
8. Формування найоптимальніших напрямів соціально-економічної політики держави, що ґрунтуються на принципах соціального партнерства та гуманізації економічних відносин.
9. Прогнозування соціальних наслідків технологічного прогресу і змін, що відбуваються під його впливом, в економічній системі тощо.

Основні функції соціології економіки:

1. Пізнавальна (гносеологічна) функція має на меті вивчення особливостей соціально-економічних процесів на певному історичному щаблі розвитку суспільства, відповідає на запитання: «Якими є соціально-економічні процеси в суспільстві, в якому ми живемо»?
2. Пояснювальна функція дає наукове розуміння причин, що породжують ті чи інші соціально-економічні явища і процеси (економічне піднесення чи криза, інфляція, безробіття, бідність тощо), відповідає на запитання: «Чому в суспільстві відбуваються саме ці, а не інші соціально-економічні процеси»?
3. Оцінююча (аксіологічна) функція здійснює оцінку економічних і соціальних процесів, що розвиваються в суспільстві, соціальних інститутів, що діють у ньому, з погляду відповідності їхнім інтересам

і потребам людей, передусім економічним; відповідає на запитання: «Чи забезпечують соціальні інститути, що діють у суспільстві, соціально-економічні процеси, що розвиваються в ньому, нормальний добробут різних груп населення?»

4. Прогностична функція являє собою побудову ймовірних прогнозів і сценаріїв соціально-економічних трансформацій у більш-менш довгостроковій перспективі, відповідає на запитання: «Які соціально-економічні зміни можливі в найближчому і віддаленому майбутньому?»
5. Управлінська функція пов'язана з тим, що, виявивши тенденції та закономірності соціально-економічного розвитку, визначивши прогностичні варіанти тих чи інших змін в економіці та соціальній сфері суспільства, соціологія економіки спроможна сприяти вдосконаленню управління соціально-економічними процесами, відповідає на запитання: «Як ефективніше управляти соціально-економічними процесами?»
6. Прикладна (соціотехнічна) функція пов'язана з перетворенням структур і форм організації економічної діяльності на основі прикладних соціологічних досліджень і практичних рекомендацій за їхніми результатами. Проблематика досліджень і соціотехнологій охоплює такі питання, як: кадрова політика, виробнича плінність, трудова адаптація, мотивація праці, роль психосоціальних чинників продуктивності праці та якості продукції, формування міжособистісних відносин.

Ієрархічна структура **основних категорій соціології економіки** виглядає наступним чином:

1. економічна сфера і область соціальних відносин;
2. соціальні механізми регулювання економічних відносин і процесів;
3. категорії, які конкретизують зміст соціальних механізмів — економічна свідомість і економічне мислення, економічна поведінка, соціально-економічні стереотипи, економічні інтереси, економічна культура, соціально-економічна нерівність та інші.

Побудова категоріального апарату дає можливість розробити методики побудови систем показників, які пов'язані з описом і поясненням досліджуваних явищ через моделювання цих явищ або через відповідні соціально-економічні закони.

План практичного заняття №1

Проблемні питання

1. Поняття соціології та соціології економіки.
2. Об'єкт і предмет соціології економіки.
3. Мета і завдання соціології економіки. Призначення у суспільстві, функції соціології економіки.
4. Категорії соціології економіки.

Теми рефератів, доповідей та презентацій

1. Економічна теорія та економічна соціологія: різниця підходів.
2. Предметна сфера соціології економіки.
3. Соціологія економіки на службі виробництва.
4. Н. Смелзер. «Соціологія економічного життя».
5. Е. Дюркгейм. «Метод соціології».

Рекомендована література

2, 4, 8, 13, 15, 16, 18, 19.

ТЕМА 2. ОСНОВНІ ЕТАПИ РОЗВИТКУ СОЦІОЛОГІЇ ЕКОНОМІКИ

Соціокультурні та соціально-економічні причини та умови виникнення соціологічного знання. Витоки та підстави зародження і розвитку економіко-соціальної думки (О. Конт, Г. Спенсер, А. Сміт).

Перші кроки у використанні соціолого-економічного знання на практиці (Р. Оуен та С. Сташиц).

Класичний етап розвитку соціології економіки (К. Маркс, М. Вебер, Е. Дюркгейм, Т. Веблен, В. Парето).

Основні теорії і концепції соціології економіки ХХ століття (індустріальна соціологія Е. Мейо та Д. Макгрегора; соціальна стратифікація і мобільність П. Сорокіна; організований капіталізм В. Зомбарта; структурно-функціональний аналіз Т. Парсонса, Р. Мертона, Д. Мура; «франкфуртська школа» (Г. Маркузе, М. Хоркхаймер, Е. Фромм) та інші).

Особливості розвитку вітчизняної соціології економіки.

Лекція 2. Основні етапи розвитку економіко-соціологічної думки.

1. Умови виникнення та підстави зародження соціально-економічної думки.
2. Класичний етап розвитку соціології економіки.
3. Основні теорії та концепції соціології економіки у ХХ столітті.
4. Становлення і розвиток вітчизняної соціології економіки.

План-конспект

1. Умовами є реальна соціокультурна ситуація ХІХ століття – розвиток і вдосконалення капіталістичних суспільно-економічних відносин.

Причини звернення до соціології економіки. Необхідність узагальнення практичного досвіду та емпіричних знань з соціально-економічних питань життєдіяльності суспільства, що накопичились. Потреба суспільства у розумінні та використанні принципів аналізу реальних економічних процесів крізь призму співвідношення соціальних та економічних цілей. Також причиною є зацікавленість у можливості використання теоретико-концептуального знання на практиці. Бажання передбачати варіанти майбутнього соціально-економічного розвитку, моделей розвитку економіки на мікро- та макрорівнях.

Підстави соціології економіки. Витоки соціології у глибині століть, у перших розуміннях мислителів античності про суспільство та історію людства.

Соціально-економічні передумови: в цілому це поступальний, прогресивний розвиток економіки, який не виключав тимчасові спади і кризи виробництва. Зокрема, становлення капіталістичного способу виробництва, яке вимагало нових знань і підходів до соціальної та економічної діяльності.

Соціально-політичні передумови: особливе положення політики і управління соціальною і економічною сферами. Соціологічне знання знадобилося для більш ефективного впливу на суспільство (демократичного, ліберального тощо).

Соціокультурні передумови: людина, пізнаючи світ та себе, намагається пізнати інших та суспільство. Вдосконалюючись та перетворюючи природу, людина намагається покращити умови життя, що змусило її аналізувати розвиток суспільства і процесів у ньому. Інтелектуальний потенціал людини здатен синтезувати знання, викласти його у теоретичному вигляді.

2. У витоків соціології економіки стоять теорії О. Конта, Л. Кетле, П. Прудона, Г. Спенсера.

Соціологічні ідеї **К. Маркса** (1818-1883) і його роль у розвитку соціології економіки. Праці: «Капітал», «До критики політичної економії», «Німецька ідеологія», «Економічні рукописи 1857-1859» та інші.

Вчення про існування матеріальних об'єктивних відносин у суспільстві. Матеріалістичне розуміння історії. Аналіз протиріч капіталізму. Твердження про об'єктивні закони розвитку суспільства. Закон додаткової вартості. Закон переваги економіки над іншими сферами життя. Суспільна свідомість визначається суспільним буттям. Суспільство розвивається від індивідуалістичних до колективних форм життєдіяльності. Закон невідповідності рівня розвитку виробничих сил характеру і рівню розвитку виробничих відносин (ВС – ВВ). Закон зміни суспільно-економічних формацій. Обґрунтування ролі пролетаріату як творця соціалістичного суспільства. Вчення про класову боротьбу як засіб переходу до соціалізму і комунізму.

Теорія **М. Вебера** (1864-1920). Праці: «Місто», «Історія господарства», «Господарство і суспільство», «Протестантська етика і дух капіталізму» та інші.

«Позитивна критика матеріалістичного розуміння історії». Заперечення об'єктивного змісту законів суспільного розвитку і соціальних понять. Замість дослідження суспільства необхідно вивчати логіку утворення понять. Соціологія вивчає поведінку індивідів чи групи індивідів. Соціологія повинна

бути «розуміючою», оскільки дії індивідів усвідомлені. Категорія соціальної дії – центральна. Типи соціальної дії: цілераціональна, цінніснараціональна, афективна, традиційна. Проблема раціональності історичного процесу. Сформулював основні концепції сучасного індустріального суспільства. Типологія панування (харизматичне, традиційне, легальне). Теорія соціальних організацій, яка побудована на раціональному типі соціальних дій. Аналіз господарської діяльності суспільства. У суспільно-економічному і соціально-культурному розвитку першорядну роль грають духовно-культурні фактори: християнська ідеологія та релігійна мораль, які формують відношення людини до життя, економіки, праці.

Вчення **Т. Веблена** (1857-1929). Праці: «Теорія дозвільного класу», «Теорія ділового підприємництва» та інші.

Критичний аналіз теорії корисності. Вартість у грошовому і виробничому відношеннях не рівнозначна. Економічна доцільність не враховує людського фактору, тому ігнорується соціальний статус і престиж особистості. Основна проблема суспільного розвитку – відставання духовно-культурного рівня людей від рівня і потреб сучасних технологій і технічного прогресу. Слабка культура, психологічна невідповідність, недостатні знання, страх перед технічною могутністю відштовхує людей від виробництва, тобто гальмують прогрес.

Друга проблема – наявність дозвільного класу. Протиріччя інтересів індустрії та бізнесу. Споживацький спосіб життя є соціальним регулятором економічного розвитку суспільства. Аналіз конфліктів у суспільстві: вони виникають як економічні відносини між людьми, які невірно розуміються. Концепція випереджаючого техніко-економічного розвитку суспільства. Позитивна роль технократичного (бюрократичного) механізму управління суспільством.

3. Наприкінці XIX – початку XX століть складається сучасна теорія соціології економіки, її ідеї і концепції описують і пояснюють основні проблеми соціально-економічного розвитку суспільства з різних точок зору.

До основних напрямків західної соціології економіки відносяться: емпіричний напрям (Е. Дюркгейм, Ч. Бут, Ф. Ле Пле); формалістичний (М. Вебер, Г. Зіммель), натуралістичний (Л. Гумплович, А. Шеффле), психологічний (Г. Тард, Л. Уорд, Ч. Кулі), технократичний (Е. Капп, П. Енгельмейер).

Емпіричний напрям. Пошук відповідей на гострі соціальні проблеми (урбанізація, пролетаризація, індустріалізація тощо) змусив вчених вивчати суспільство емпірично. Одним з перших Ч. Бут зробив спробу спостереження і вивчення причин хронічної бідності, проблем сімейного

бюджету. Ле Пле, досліджуючи сім'ю, стверджував, що це – клітина суспільства, в ній виявляються наслідки економічних проблем суспільства. Вивчення джерела існування, організації життя, бюджету, типології сім'ї. Сформулював оригінальний закон: «Якщо більша доля витрат йде на харчування, то залишається мало шансів для просування по службових сходах».

Найбільш яскравим прикладом емпіричного напрямку у США виступала «Чиказька школа» соціології. Емпіричними методами вивчалось життя різних соціальних шарів, соціальне співробітництво і патологія, соціальна екологія. Розробка і використання методів включеного спостереження і опитування, моделей вибірки.

Е. Дюркгейм (1858-1917). Основні праці: «Про поділ суспільної праці», «Правила соціологічного методу». Факти суспільного життя визначаються «колективними уявленнями». Мета соціології полягає не у зборі соціальних фактів, а у їх описі. Розподіл праці – професійний розподіл праці. Солідарність – природний засіб розподілу праці. Форми солідарності – механічна та органічна. Специфічні форми розподілу праці: аномія, соціальна нерівність, неадекватна організація розподілу праці.

Формалістичний напрямок. Г. Зіммель (1858-1918). Основна праця: «Філософія грошей». Засновник формальної соціології. Предмет соціології – форми соціальної взаємодії людей, які зберігаються при всіх змінах у суспільстві. Форми соціальних зв'язків: соціальні форми, соціальні процеси, соціальні типи, соціальні моделі розвитку. Проблеми панування і підпорядкування, функції соціальних груп в економічному житті, специфіка виробничих сил. Теорія творчої розумової праці. Теорія взаємовідносин між робочим класом та іншими соціально-економічними групами.

Натуралістичний напрямок. Ототожнення економічного життя суспільства з натуральним, природним процесом протікання життя. Географічний детермінізм (В. Кузен, К. Хаусхофер): розвиток народів і держав зумовлений географічними умовами. Біоорганічний напрямок: все у соціальному житті є нічим іншим як біологічні форми (расизм, соціалдарвінізм). Реакційний і необ'єктивний характер оцінки суспільного розвитку.

Структурно-функціональний аналіз суспільства. Т. Парсонс (1902-1979). Основні праці: «Структура соціальної дії», «Соціальна система», «Суспільства: еволюціонування та порівняльні перспективи». Структурно-функціональний аналіз суспільства. Суспільство як система яка складається з ряду елементів: дія, ситуація, орієнтація на ситуацію, соціальна система, культурна система, світ особистості тощо.

Індустріальна соціологія. Динаміка виробництва змушує соціологів вивчати трудову діяльність, пропонувати більш ефективні програми виробничої діяльності, управління економікою. Фактори підвищення продуктивності праці.

Е. Мейо (1880-1949). Засновник індустріальної соціології. Ідея створення науки про управління – менеджмента. Теорія «людських відносин». Вплив міжособистісних відносин і стилю керівництва на продуктивність праці. Вивчення закономірностей впливу на групову трудову поведінку.

Д. МакГрегор (1906-1964). Розвиток теорії «людських відносин» – вчення про засоби управління. Дві концепції організації управління: «Теорія «Х» і «Теорія «Y».

Теорія соціальної стратифікації і мобільності. **П. Сорокін** (1889-1968). Основні праці: «Структурна соціологія», «Соціальна стратифікація і мобільність». Концепція культурних суперсистем: історична реальність як ієрархія інтегрованих культурних і соціальних систем з пріоритетом системи цінностей. Засновник теорії соціальної стратифікації і мобільності.

«Франкфуртська школа». Напрямок соціології, який досліджує проблеми економіки і політики. Основні представники М. Хоркхаймер, Т. Адорно, Г. Маркузе, Ю. Габермас, Е. Фромм. Синтез ідей марксизму, фрейдизму, буржуазно-ліберальних теорій.

Ю. Габермас (нар. 1929). Ідеї помірною буржуазного лібералізму. Емансипація у сучасному суспільстві. Виступає проти технократизму і позитивізму. «Нейтралізація» протиріч шляхом політичних дискусій, економічної вигоди. Вчення про «взаємне визнання».

М. Хоркхаймер (1895-1973). Основні праці: «Діалектика просвітництва» (разом з Т. Адорно), «Критична теорія». Критика капіталістичних відносин. Пояснення причин стагнації і кризи індустріального суспільства під впливом масової культури. Вагомим недоліком індустріального суспільства вважав встановлення тотального управління і зведення до мінімуму свобод і ініціативи людей.

4. Видатний соціолог М.М. Ковалевський (1851-1916). Одним із центральних понять його концепції була соціальна солідарність. У розширенні сфер солідарності він убачав основу соціального прогресу, у тому числі й у виробничо-економічній, трудових сферах.

Важливим для дослідження соціально-економічних процесів у трудовій сфері є його виступи проти монізму в соціології, визнання впливу одного чи кількох факторів на соціальне життя. Такий підхід створював передумови для дослідження економічної дії як соціального явища, зумовленого взаємодією

сукупності факторів і явищ. Відповідно і результати такої діяльності мали розцінюватись за сукупним соціальним ефектом.

І.Я. Франко (1856-1916). Соціально-економічну діяльність він розглядає в контексті й взаємозв'язку з усією людською діяльністю. Вважаючи працю основою існування людства і його соціального прогресу, в дослідженні «Про працю» він наголошує, що, будучи основою людського добробуту й щастя, праця не вичерпує всієї різноманітності людського життя. Плідною є думка про вплив поділу праці на життя людського суспільства. Поширюючи цей вплив на всі сфери життєдіяльності, автор вважає, що поділ праці разом із станом освіти та економічним господарюванням, складають основу політичної влади в державі. Зaslугою великого мислителя було віднесення в окрему галузь суспільних знань науки, що дістала в нього назву «суспільна економіка».

З критичних позицій сприймав марксистські погляди видатний український економіст і соціолог **М.І. Туган-Барановський** (1865-1919). Поділяючи погляди неокантіанства, він указував на однобічність визначення життя суспільства тільки за характером способу виробництва. На його думку, такою основою є господарська діяльність як сукупність людських дій щодо створення матеріальних умов для задоволення людських потреб.

Господарська діяльність виступає основою людської діяльності, оскільки цього вимагає задоволення всіх потреб людини. Тобто наука, політика, мистецтво мають свої матеріальні основи, що створюються господарюванням. Тому господарювання є основою всякої діяльності і посідає в ній центральне місце. Проте, застерігає вчений, соціальне життя не збігається з господарюванням. Частка останнього в діяльності тим менша, чим на задоволення більш високих потреб ця діяльність спрямована. Зі зростанням потреб у процесі історичного розвитку суспільства роль господарювання поступово зменшуватиметься при зростанні значення інших форм діяльності. При цьому інші види діяльності - духовна, інтелектуальна тощо – не є жорстко залежними від господарської діяльності, а мають своє самостійне значення в суспільстві.

Б.О. Кістяківський (1868-1920). Він виступав проти монополізації ролі виробничо-економічної діяльності в соціальному житті суспільства. На його погляд, економічні відносини не можуть пояснити динаміку соціального життя. Основним недоліком «економічного матеріалізму» (так він називає марксизм) є методологічний монізм – прагнення всі соціальні зміни вивести з однієї-єдиної причини – класової боротьби. Поняття класу в марксистському розумінні не може претендувати на статус соціологічної категорії, оскільки має перехідний і обмежений характер.

Своєрідність поглядів на поняття класу, соціальної групи притаманна і **В.К. Липинському** (1882-1931). Він розумів клас як органічний колектив працівників, пов'язаних загальною традицією, духовною і навіть фізичною спільністю людей. Не висуваючи відношення до власності як головну класоутворювальну ознаку, він по-своєму розумів і промисловий клас, до якого відносив і робітників, і промисловців-капіталістів, не визнаючи за ними важливого місця в соціальній структурі. Усяку форму людської діяльності (у тому числі політичну, трудову) В.К. Липинський вимагає розглядати з позицій знання людської природи як об'єкта цієї діяльності. У розробленій ним політичній антропології характеристики політичних типів людей зумовлені наявністю в суспільстві основних форм поділу праці: війна («воїн» і «не воїн»), виробництво («продуктант» і «непродуктант») та ідеологія (варіанти поєднання зазначених типів). Ідея про відповідність типу особистості (поєднання задатків, здібностей і якостей) певному роду діяльності актуальна й сьогодні в соціоніці, соціології кар'єри й менеджменті персоналу.

Зі зміною політичної ситуації у **кінці 50-на початку 60-х** років ХХ століття змінюється ставлення до соціологічних наук. Зокрема, створюється перший соціологічний підрозділ у складі інституту філософії – сектор праці й побуту робочого класу. У 60-80-ті роки активізувалась соціологічна робота в Україні: створювалися служби соціального розвитку, широко вивчалися й проводилися соціологічні дослідження проблем, пов'язаних із плинністю кадрів, конфліктами, адаптацією молоді на виробництві, мотивацією та дисципліною праці, згуртуванням колективу і міжособистісними відносинами, профвідбором, профорієнтацією тощо.

Розквіт прикладної соціології прийшовся на кінець **70-х і початок 80-х** років. На цей час сформувалася розгалужена система заводських соціологічних служб.

Одна з перших праць того періоду «Актуальні проблеми соціології праці» була написана українським соціологом Є.І. Суїменко у співавторстві з Д.П. Кайдаловим, в якій економічно-виробничі відносини розкриті в широкому соціальному їх сенсі. У цьому виданні продовжуються традиції гуманістичного підходу – аналіз ролі праці в суспільстві; розгляд проблем зміни праці в нерозривному зв'язку з усебічним розвитком особистості, формуванням культури трудової поведінки й культури відносин у трудовому колективі.

У 70-ті роки розпочалися дослідження проблем діалектики праці в соціалістичному суспільстві (В.А. Буслинський, В.Й. Коцюбинський, В.Л. Осовський, В.А. Піддубний, М.Ф. Рибачук, Л.В. Сохань, І.П. Стогній, Є.І. Суїменко та ін.), а також дослідження змін характеру й форм праці під впливом

науково-технічного прогресу (Є.М. Герасимов), формування потреби в праці (О.В. Нельга).

У цих працях соціально-економічні проблеми розглядались в рамках скоріше соціології праці. В той же час у них домінував погляд на економічно-трудова діяльність як таку, що здійснює вплив на всі інші сфери суспільства, а її результати не обмежуються прагматичними економічними ефектами.

Тоді ж з'являються роботи, які започаткували соціологію економіки в Україні. Йдеться про одеських соціологів **І.М. Попову** («Стимулювання трудової діяльності як засіб управління», 1976 рік) та **В.С. Панюкова** («Стійкість кадрів у промисловості (теорія і методи соціального управління)», 1976 рік). В рамках дослідження взаємодії соціальної й економічної сфер життєдіяльності суспільства І.М. Попова показує обмеженість розподільчого трактування соціального. Адже найбільшою мірою специфіка соціального показує зв'язок останнього з певними умовами й засобами розширеного відтворення людей. Відповідно, соціальна сфера – це сфера підтримки життя, задоволення різноманітних потреб завдяки засвоєнню засобів життєдіяльності та існування. Тобто мова йде про привласнення засобів і умов відтворення людини як суб'єкта суспільних відносин, відтворення індивіда як суб'єкта праці, про перетворення загальнолюдської природи індивіда, формування у нього здібностей до різноманітної діяльності (сфера, в котрій відбувається це привласнення, є соціальною). Відносини (між людьми, групами людей, людиною й суспільством), завдяки яким здійснюється це присвоєння, називаються соціальними.

Аналізуючи взаємодію соціальної структури суспільства та економіки, «позаекономічні» чинники соціальної диференціації, І.М. Попова зазначає, що більш глибоке розуміння «соціального» і «соціальних відносин» складається з того, що останні розглядаються і як відносини між групами, що утворюють соціальну структуру. Роль, яку відіграє ця структура в організації суспільного виробництва, зумовлена місцем групи у складній системі власності, що функціонує завдяки реальним господарським механізмам володіння, користування і розпорядження різними складовими власності.

У колі наукових інтересів В.С. Панюкова лежать теоретичні й методологічні питання дослідження інтегральної якості трудових організацій у промисловості – їхньої стійкості. Він одним із перших поставив під сумнів доцільність використання як такої характеристики поняття «стабільність кадрів», обґрунтовуючи його невідповідність динамічності соціально-економічної системи суспільства другої половини ХХ століття.

Розроблена ним концепція стійкості кадрів представлена у вигляді соціально-економічної системи, що об'єднує як елементи комплектування

кадрів, заводську орієнтацію, потенціальну мобільність, внутрішньозаводську мобільність і плинність кадрів. Саме така система дозволяє поєднати розвиток промисловості з інтересами колективів та комплексним задоволенням потреб трудящих.

Одним із перших В.С. Панюков запропонував авторську модель і теоретичну концепцію соціології ринку.

У 80-ті роки з'являється ряд робіт, підготовлених відділом соціальних проблем управління Інституту філософії АН України (керівник К.К. Грищенко). Значною подією в економічній соціології того часу стала праця А.О. Ручки та М.А. Сакади «Стимулювання й мотивація праці на промисловому підприємстві» (1988) та монографія Е.А. Гансової «Соціально-економічне управління (інтегративний аспект соціального пізнання)» (1988).

90-ті роки для економічної соціології були роками плідного та інтенсивного розвитку. В цей період розпочались систематичні дослідження в цій галузі, що пов'язано зі створенням в 1993 році в Інституті соціології НАН України відділу економічної соціології.

Помітним явищем в українській соціології став навчальний посібник «Економічна соціологія» за редакцією **В. Ворони** і **В. Пилипенка**. Автори систематизовано висвітлили наукові знання про соціальні чинники економічного життя суспільства, соціальну спрямованість його господарської діяльності, соціальні інститути й механізми їхнього функціонування в розвитку економіки, економічну поведінку на рівні особистості й економічно значимих соціальних спільнот. До того ж, у посібнику викладено підходи щодо оцінки соціально-історичних типів економіки, розглянуто існуючі теорії управління, проаналізовано розвиток вітчизняного підприємництва тощо.

Для 90-х років характерним є звільнення соціологічних досліджень від політизованості і заідеологізованості, розвиток методологічної бази соціології економіки, виокремлення нових, пов'язаних із ринком праці напрямів у дослідженнях, введення до наукового вжитку нових соціологічних даних, розширення методів соціологічного дослідження соціально-економічних процесів. Актуалізуються дослідження соціально-економічних проблем праці в контексті соціологічного осмислення економічної реформи, а також проблеми підприємницької діяльності, типологізації і характеристики суб'єктів ринкових відносин, аналіз стану виробничо-економічної сфери в Україні.

План практичного заняття №2

Проблемні питання

1. Передумови зародження соціально-економічної думки (О. Конт, Г. Спенсер, А. Сміт).
2. Класики соціології економіки (К. Маркс, Е. Дюркгейм, М. Вебер, Т. Веблен, Г. Зіммель, В. Парето).
3. Індустріальна соціологія (Е. Мейо, Д. Макгрегор).
4. Соціальна стратифікація і соціальна мобільність (П. Сорокін, П. Блау, О. Дункан).
5. Теорія організованого капіталізму В. Зомбарта.
6. Структурно-функціональний аналіз (Т. Парсонс, Р. Мертон, Д. Мур).
7. Франкфуртська школа.
8. Етапи розвитку вітчизняної соціології економіки.

Теми рефератів, доповідей та презентацій

1. М. Вебер «Протестантська етика і дух капіталізму».
2. Т. Веблен «Теорія ділового підприємництва».
3. К. Маркс «До критики політичної економії».
4. Т. Парсонс «Структура соціальної дії».

Рекомендована література

2, 4, 8, 10, 11, 13, 15, 16, 18, 19.

ТЕМА 3. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА СТРУКТУРА СУСПІЛЬСТВА

Поняття соціально-економічної структури суспільства. Головні ознаки соціальної структури. Основні функції соціальної структури. Класовий підхід до структури суспільства. Соціальна нерівність і соціально-економічна стратифікація. Історичні типи стратифікації. Концепція соціальної мобільності. Соціально-трудова мобільність. Сутність, типи, види, фактори соціально-економічної мобільності. Міграція як вид соціально-трудової мобільності.

Лекція 3. Соціально-економічна структура суспільства

1. Поняття соціально-економічної структури суспільства. Класи як основний елемент соціально-економічної структури суспільства.
2. Соціально-економічна стратифікація.
3. Соціально-трудова мобільність.
4. Міграція як вид соціально-трудової мобільності

План-конспект

Майже всі соціальні регулятори економічної діяльності функціонують за допомогою різних компонентів соціальної структури – це група менеджерів, споживачів, найманих працівників, підприємців тощо. Кожна з цих груп становить важливий елемент соціальної структури. Одночасно кожен з них виконує певну роль у соціальній та економічній сферах суспільства – організує виробництво товарів і послуг, виробляє своєю працею ці товари і послуги, купує їх на ринку, продає на ньому свою робочу силу або управляє економічною діяльністю корпорацій, банків тощо. А економічна діяльність усіх цих та інших соціальних груп, що існують у суспільстві, зміст і спрямованість цієї діяльності, її кінцевий результат – товар, послуга, управлінське рішення чи економічна інновація, що детермінуються місцем і роллю соціальних груп і спільнот в стратифікаційній структурі суспільства. Отже, для соціології економіки велике значення має з'ясування соціальної структури суспільства.

Соціально-стратифікаційна структура суспільства – це сукупність різних за чисельністю, соціальному становищу в системі суспільних відносин щодо стійких форм соціальних груп, спільнот, їх соціальних позицій і взаємодій між ними.

У разі гранично широкого розуміння соціальної структури, як свого роду анатомії суспільства, виділяють такі її види, як: соціально-демографічна, соціально-класова, соціально-етнічна, соціально-професійна, соціально-конфесійна та ін.

Головними ознаками соціальної структури виступають:

- соціальне положення елементів в суспільній системі з приводу володіння владою, доходом, соціальним престижем тощо;
- вертикальна і горизонтальна впорядкованість елементів структури щодо одне одного, заснована на нерівному володінні цими благами;
- взаємозв'язок елементів структури через обмін ресурсами, інформацією, спільність цінностей і тощо;
- соціальна активність елементів структури у громадському, в тому числі економічному, житті.

Центральними **структуроутворюючими елементами** суспільства виступають соціальні спільноти, соціальні групи, класи, верстви, соціальні статуси і ролі, соціальні інститути, соціальні організації, соціальні цінності, норми.

Під **соціальною структурою** суспільства розуміють сукупність його соціальних складових й те, що поєднує їх, утримує від розпаду, впорядковує і надає структурні певної конфігурації і зв'язків між ними.

Соціальні спільноти включають в себе як масові об'єднання людей (натовп, телевізійна аудиторія), так і соціальні групи, що мають більш глибокі соціальні зв'язки. У якості природно-історичних спільнот виступають рід, плем'я, сім'я, громада, народність, нація.

У залежності від соціально-утворюючих критеріїв виділяють такі типи спільнот, як: соціально-демографічні, соціально-територіальні, соціально-професійні, етносоціальні, конфесійні тощо.

Соціальна група – це сукупність людей, які об'єднані загальною соціально-значущою ознакою. Згідно широко поширеній визначенням американського соціолога Р. Мертон соціальна група – це сукупність людей, які:

- 1) певним чином взаємодіють між собою,
- 2) усвідомлюють свою приналежність до групи,
- 3) вважаються її членами з точки зору інших людей.

Елементом соціальної структури виступає також **соціальний клас**. Незважаючи на різницю підходів, поняття соціального класу в загальному вигляді пов'язано зі ставленням людей до засобів виробництва, характером привласнення благ в умовах ринкових відносин.

Соціальний прошарок включає в себе безліч людей з будь-якою загальною статусною ознакою свого становища, що усвідомлюють себе пов'язаними один з одним цієї спільністю.

Соціальний статус людини (групи людей) визначається його положенням, соціальною значимістю в суспільстві, виходячи з важливості для суспільства виконуваних ним функцій. Статус буває приписаний (даний акт народження) і набутий (досягнутий в процесі життя).

Очікувану від людей поведінку, обумовлену їх статусом, називають соціальною роллю. Для кожної особистості притаманний свій рольовий набір, що включає ряд соціальних ролей, що впливають із соціальних статусів даної особистості (статус жінки чи чоловіка, сина чи дочки, статус студента, спортсмена, бухгалтера, банкіра і тощо).

Соціальна структура – якісна визначеність суспільства. Її зміна відображає корінні зрушення в суспільній системі, у тому числі – в економіці. Місце суб'єктів економічної діяльності в соціальній структурі суспільства, їх соціальні ролі, інтереси, характер активності істотно впливають на розвиток економіки.

Виділяють такі **основні функції соціальної структури** у розвитку економіки:

1. Промислова і перерозподільча. Суть цієї функції в підтримці адекватних пропорцій суспільного розподілу праці, ефективної галузевої диференціації, гармонійного розвитку різних секторів економіки.

Через зміну соціального престижу певних соціально-економічних і професійних груп населення, пріоритетів у підготовці фахівців для тих чи інших галузей економіки та інші соціальні механізми стає можливим приводити соціальну структуру в більшу відповідність з потребами соціально-економічного розвитку.

2. Інтеграційна. Дана функція соціальної структури виражається у забезпеченні єдності інтересів різних груп, прошарків, класів суспільства. Суб'єктів господарської діяльності об'єднують соціальні цінності та норми, інтереси, статусні позиції, взаємодії в рамках певних соціальних інститутів і організацій.

3. Інноваційна. Її суть полягає у сприянні науково-технологічному оновленню економіки: підвищення технічного рівня своєї продукції; вдосконалення форм організації виробництва; впровадження ресурсозберігаючих і екологічнобезпечних технологій тощо. Від того, наскільки суб'єкти господарської діяльності орієнтовані на нововведення, впровадження новітніх досягнень науки і техніки, соціальна структура може бути інноваційно-орієнтованою чи інноваційно-гальмуючою. В результаті вона

буде відповідно або сприяти впровадженню досягнень науково-технічного прогресу, надавати економіці позитивний динамізм, або гальмувати науково-технічний прогрес, приводити економіку в стан стагнації.

У будь-якому суспільстві фундаментальним фактором людського життя є природна і соціальна нерівність людей. Природна нерівність зумовлена фізіологічними і психічними відмінностями (за статтю, віком, росту, кольору волосся, темпераментом, рівнем інтелекту тощо). Соціальна нерівність породжується соціальними відмінностями, які пов'язані з несхожістю виконуваних в суспільстві функцій, різними можливостями у володінні ресурсами і винагородами, відзнаками в укладі життя, в соціальних позиціях тощо.

Диференціація людей та їх груп на соціальні страти, які характеризуються нерівністю в області доходів, освіти, професії, участі у владних структурах тощо, називається **соціальною стратифікацією**.

П. Сорокін виділяв три основні типи соціальної стратифікації, стверджуючи, що необхідно розрізняти соціальні верстви за трьома критеріями:

- 1) рівень доходу (багаті і бідні);
- 2) політичний статус (що мають владу і не мають її);
- 3) професійні ролі (вчителі, інженери, лікарі тощо).

Розвиваючи ці ідеї, **Т. Парсонс** доповнив дані ознаки стратифікації новими суттєвими критеріями:

а) якісними характеристиками, якими люди володіють від народження (етнічна приналежність, статево особливості, родинні зв'язки, інтелектуальні та фізичні особливості особистості;

б) рольовими характеристиками, обумовленими тим набором ролей, які індивід виконує в суспільстві (посада, рівень знань, професійної підготовки тощо);

в) характеристиками володіння, виражають наявність у індивідів і їх груп власності, матеріальних і духовних цінностей, привілеїв тощо.

Узагальнення названих критеріїв у єдину багатовимірну модель дозволяє представити процес соціальної стратифікації як багатопланового розшарування людей і груп у суспільстві за ознаками володіння власністю, владою, визначеними рівнями освіти та професійної підготовки, етнічними ознаками, статевими характеристиками, соціокультурними критеріями, політичними позиціями, займаними людьми соціальними статусами, виконуваними ними ролями. Тобто стратифікація означає, що соціальні відмінності між людьми набувають характеру ієрархічного ранжирування. Це своєрідний вертикальний зріз соціальної структури суспільства.

Соціальна нерівність викликає сприйняття людьми соціальних явищ і процесів у вимірах так званого «соціального простору». Соціальний простір в корені відрізняється від геометричного або фізичного простору.

Виявом змісту параметрів соціального простору виступають терміни: «вищі і нижчі класи», «просування по соціальних сходах», «близькість за соціальним станом», «соціальна дистанція» тощо. У цілому параметри соціального простору ділять на номінальні (горизонтальні) і рангові (вертикальні). Номінальні параметри вказують на соціальну неоднорідність людей, в той же час не володіють якими-небудь суттєвими соціальними перевагами по відношенню один до одного. Рангові параметри вказують на нерівне становище людей у соціальному просторі.

П. Блау відносив до номінальних параметрів: стать, расу, віросповідання, місце проживання, район діяльності, політичну орієнтацію, мову; а до рангових: освіта, дохід, спадкове або накопичене багатство, престиж, влада, походження, вік, адміністративну посаду, інтелігентність.

Сучасний французький соціолог **П. Бурдьє** становище людини в соціальному просторі визначає двома диференціюючими параметрами:

- «обсягами капіталу», тобто сукупністю статусних, економічних, політичних, культурних та інших ресурсів;
- «структурою капіталу», тобто питомою вагою різних його видів.

У соціології мають місце різні підходи до виділення критеріїв стратифікації. К. Маркс використовував фактично один економічний критерій – ставлення до власності. За ступенем володіння власністю він виділяв клас власників (рабовласники, феодали, буржуазія) і клас, позбавлений власності (раби, пролетаріат), або клас, що володіє обмеженою власністю (селяни).

М. Вебер, визнаючи важливість економічного критерію, вважав його недостатнім для аналізу соціальної стратифікації. Він виділяв три базові підстави соціальної стратифікації:

- відмінності у власності, що породжують економічні класи;
- відмінності у ставленні до влади, породжують політичні партії;
- розбіжності в «почесті» (престиж), породжують статусні групи чи страти.

У сучасному йому суспільстві **М. Вебер** виділяв основні класи, під якими розумів будь-яку групу людей, які мають один і той же класовий статус. Крім класів, М. Вебер виділяв у суспільстві страти, під якими розумів великі групи, які характеризуються:

- специфічним стилем життя, що включає тип заняття, професії;
- успадковані від народження престижним становищем у суспільстві;
- придбаною політичною чи ієрархічною владою.

Розрізняють найважливіші і додаткові ознаки соціального шару. До найважливіших ознак, які диференціюють належать:

- пов'язані з економічним становищем (наявність приватної власності, величина доходів, рівень матеріального добробуту);
- пов'язані з поділом праці (сфера діяльності, характер праці, рівень освіти і кваліфікації);
- пов'язані з обсягом владних повноважень (організація праці, види і форми управлінської діяльності);
- пов'язані з соціальним престижем (авторитет, вплив, ролі).

Додатковими ознаками виступають:

- статеві характеристики;
- етнонаціональні якості;
- релігійна приналежність;
- характер сімейних відносин, родинні зв'язки;
- місце проживання.

В результаті стратифікація представляється як природна характеристика будь-якого суспільства, що включає:

- 1) систему ознак,
- 2) соціальну структуру конкретного суспільства;
- 3) переміщення шарів у вертикальних і горизонтальних вимірах.

Дохід, влада, престиж та освіта визначають сукупний соціально-економічний статус, тобто стан і місце людини в суспільстві. У такому разі статус виступає узагальненим показником стратифікації. При найбільш загальному підході до аналізу соціально-економічної стратифікації часто виділяють три основні рівні: вищий, середній і нижчий. Розподіл населення за даними рівнями можливо за всіма критеріями стратифікації: величиною економічного благополуччя, освіти та професійної кваліфікації, соціального престижу, близькості до влади тощо.

Г. Зіммель визначав важливу роль у стабільності ієрархічної структури суспільства питомої ваги і ролі в ньому середнього шару або класу. Хоча ще Аристотель зазначав, що стабільним є суспільство, в якому переважають люди, які ведуть однаковий спосіб життя. Займаючи проміжне становище в соціальній ієрархії, середній клас виконує роль своєрідного амортизатора, що гасить протиріччя частково крайніх полюсів соціальної диференціації суспільства і знижує їх протистояння. Чим вище питома вага середнього класу в чисельності населення, тим більший вплив він може чинити на соціально-економічну політику держави, на формування громадської думки, базових соціальних цінностей.

З поняттями соціальної нерівності та соціально-економічної стратифікації пов'язане явище бідності. Бідні верстви суспільства відчують не тільки матеріальні труднощі і злигодні, а й ущемлення свого соціального статусу, обмежені соціальні можливості. Виділяють абсолютну і відносну бідність. Під **абсолютною бідністю** розуміється такий стан, коли індивід не завжди здатний задовольняти навіть мінімальні фізіологічні потреби, що забезпечують йому біологічне виживання. Критерієм абсолютної бідності виступає поріг бідності (прожитковий мінімум, рівень малозабезпеченості, бюджет прожиткового мінімуму тощо). Виділяють три ступені абсолютної бідності: 1) злидні – становище людей, які не мають фізіологічним мінімумом засобів та життя; 2) нужду, коли бракує коштів на найпростіші фізіологічні потреби, але не вистачає на елементарні соціальні потреби; 3) незабезпеченість або помірну бідність, коли забезпечений поріг бідності, але немає достатку. Під **відотною бідністю** розуміється неможливість підтримувати гідний рівень життя або стандарт життя, прийнятий в даному суспільстві. Відносна бідність показує, з одного боку, низький рівень достатку в порівнянні з рівнем життя інших членів суспільства, з іншого – низький рівень порівняно зі стандартом гідного життя. Індивіди, сім'ї, соціальні групи вважаються бідними, якщо їхні ресурси для підтримки умов життя, праці і відпочинку значно нижчі тих, які має середня сім'я. В результаті вони виключені із звичайного стилю життя, загальноприйнятих моделей поведінки, звичок і типів діяльності. У суспільстві може бути ліквідована абсолютна бідність, але завжди зберігається відносна бідність. У соціології виділяють також первинну і вторинну бідність. Первинна бідність має місце в тих сім'ях, які при максимально раціональному використанні наявних ресурсів все одно залишаються за порогом бідності.

План практичного заняття №3

Проблемні питання

1. Соціально-економічна структура суспільства.
2. Класовий підхід до структури суспільства.
3. Соціально-економічна стратифікація.
4. Історичні типи стратифікації.
5. Теорія соціальної мобільності.
6. Міграція як вид соціально-трудової мобільності.

Теми рефератів, доповідей та презентацій

1. Перспективи та напрями розвитку середнього класу в Україні.
2. Стратифікаційна модель сучасної України.
3. Правове регулювання міграції.

Рекомендована література

1, 2, 3, 4, 8, 10, 11, 13, 15, 16, 17, 18, 19, 28, 29, 30, 31.

ТЕМА 4. СОЦІАЛЬНІ ЗАСАДИ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОВЕДІНКИ

Економічна свідомість як здатність і форма відображення людьми економічних стосунків. Економічне мислення та його типи. Мотивація економічної поведінки. Поняття «потреба» та її типологія.

Лекція 4. Соціальні засади економічної поведінки.

1. Економічна свідомість та економічна поведінка.
2. Механізми мотивації економічної поведінки.

План-конспект

Одним з видів суспільної свідомості виступає **економічна свідомість** як здатність і форма відображення (ідеального відтворення) людьми економічних відносин. Вона включає сукупність поглядів, ідей, уявлень індивідів і спільнот людей, що безпосередньо відображають економічну дійсність, що виражають ставлення суб'єктів до різних аспектів економічного життя.

Економічна свідомість безпосередньо пов'язана з економічними інтересами певних соціально-економічних груп населення, включених в структуру господарських процесів і явищ, впливає на економічну поведінку суб'єктів.

Економічна свідомість матеріалізується в конкретно-історичній діяльності людей, втілюється в економічній політиці, управлінні економікою, методах організації виробництва, обміну, споживання тощо.

Важливими критеріями стану економічної свідомості виступають:

- науковість, тобто ступінь відображення в неї економічних законів;
- реалістичність, тобто ступінь врахування в неї конкретної соціально-економічної практики.

Зміст економічної свідомості пов'язаний з науковим пізнанням економічної дійсності, свідомим використанням соціально-економічних законів. Разом з тим стосовно економіки існують погляди і уявлення людей, які породжені їх практичним досвідом, і які не завжди збігаються з науковими висновками. Більше того, у своїй повсякденній практиці люди, як правило, керуються «буденною свідомістю» або економічним мисленням.

Економічне мислення включає в себе погляди і уявлення, які породжені практичним досвідом людей, їх участю в економічній діяльності, в яку вони вступають в повсякденному житті. Первинна характеристика економічного мислення – це калькуляція витрат і вигод, на якій ґрунтується

економічна поведінка. Воно відображає економічну реальність переважно в емоційній, а не в раціональній формі. В результаті в суспільстві формується певний економічний менталітет, тобто певні умонастрої, склад і здатність мислення, настрої, що впливають на мотивацію і результативність економічної діяльності. Коли певні погляди стають незаперечними і виводяться суспільством зі сфери критичного осмислення, ми говоримо про **«Ефект стереотипізації»** суспільної свідомості, який є закономірним наслідком розвитку масової свідомості. Однак специфіка та наслідки його виникнення багато в чому залежать від того, як розвивається соціальна система: переважно природним чином в руслі дії об'єктивних соціально-економічних законів або в умовах централізованого управління, атрибутом якого виступає моноідеологія. Наприклад, «авторитарне» середовище формує соціальні стереотипи, що пригнічують ініціативність («начальству видніше», «ініціатива карається» тощо).

Виділяють такі типи економічного мислення як державницький, ринковий і соціально-ринковий.

В економічній соціології для опису активності людей у сфері виробництва, розподілу, обміну та споживання різних благ і послуг широко використовується поняття «економічна поведінка». Воно дозволяє фіксувати спрямованість економічної активності людей, яка здійснюється з метою задоволення їх потреб у вигляді того чи іншого способу добування і споживання благ. **Економічну поведінку, таким чином, ми можемо визначити як ряд цілеспрямованих дій людини, орієнтованих у своїй сукупності на реалізацію певної моделі господарської активності.**

Під мотивацією економічної поведінки розуміється сукупність рухомих сил, що спонукають суб'єкта (суб'єктів) здійснювати господарські дії. Такі сили змушують людей свідомо чи неусвідомлено робити ті чи інші вчинки. Зв'язок між цими силами і діями людини опосередкований складною системою взаємодій.

Мотивація додає економічній діяльності соціальну спрямованість, орієнтовану на досягнення певних цілей, задає межі та форми економічної поведінки. Розуміння соціальних механізмів мотивації має важливе практичне значення для ефективного управління господарською діяльністю, вмілого використання людського фактору в економіці.

Всяка економічна активність людей здійснюється для реалізації тих чи інших потреб. **Потреба** – це необхідність суб'єкта господарської діяльності в придбанні та використанні різних благ для свого нормального функціонування.

Мотив – це складний соціально-психологічний феномен, що спонукає людину до свідомих активних дій і вчинків, а службовець є для них причиною (підставою).

Виступаючи вихідним елементом механізму мотивації, потреби лише тоді стають побудником поведінки економічних суб'єктів, коли усвідомлюються ними. Тоді потреба набуває конкретну форму інтересу до тих чи інших видів діяльності. **Економічний інтерес** – це усвідомлення суб'єктом господарської діяльності своєї потреби.

Носіями різних потреб та інтересів виступають індивіди, соціальні групи, класи, шари, трудові колективи, населення регіонів, галузі, суспільство в цілому. Інтереси окремих працівників або соціальних груп можуть не співпадати з колективними або громадськими інтересами.

На формування мотиву економічної поведінки може вплинути стимул. Під **стимулом** розуміється якесь конкретне благо, значуще, бажане для людини, яка виступає зовнішнім об'єктом його прагнення. Стимул – це актуалізована потреба.

При виникненні стимулу у вигляді натурального або грошового блага суб'єкт проводить свого роду калькуляцію корисності цього блага з точки зору дійсної потреби в ньому і масштабу витрат, пов'язаних з одержанням цього блага. Його економічний інтерес в цьому випадку буде складатися в максимізації корисності при мінімізації витрат на шляху до досягнення даного блага.

Стимулювання – це орієнтація практики управління на фактичну структуру ціннісних орієнтацій і інтересів працівника, на більш повну реалізацію його трудового потенціалу. Як управлінський вплив на працівника стимулювання припускає наявність певного набору благ (стимулів), отримати які працівник може лише за умови виконання певних дій.

Можливість реалізації для господарюючого суб'єкта свого інтересу може бути обмежена відсутністю свободи вибору можливих альтернатив економічної поведінки. У цьому випадку інтерес, як джерело мотивації, може приймати форму примусу.

Примус – це безальтернативне підпорядкування суб'єкта зовнішнім по відношенню до нього обставинами. Виділяють наступні види примусу:

- позаекономічний, що виражає відносини безпосереднього панування і підпорядкування, особистої залежності суб'єкта від інших людей, адміністративних, військових та інших органів;
- економічний, в основі якого лежить одностороння залежність людини від матеріальних умов існування;

- технологічний, породжений вузькою професійною кваліфікацією працівника, його односторонньою залежністю від умов праці та виробництва;
- ідеологічний, заснований на маніпулюванні почуттям морального, партійного, релігійного боргу суб'єкта економічних відносин.

Джерелом мотивації можуть також виступати **соціальні норми**, тобто правила, стандарти поведінки, що виникають під впливом певних соціальних цінностей, що регулюють взаємодії між людьми. Соціальні норми освоюються індивідом в ході соціально-історичної практики і стають внутрішнім елементом спонукання до дій.

Для правильного розуміння тенденцій і перспектив розвитку суспільства необхідно враховувати **економічні інтереси** соціальних груп і класів. Поряд з особистими та груповими економічними інтересами існують й економічні інтереси суспільства в цілому. Вони вбирають в себе в інтегрованому і узагальненому вигляді як інтереси окремих індивідів, так і інтереси різних груп і спільнот, але не зводяться до їх простої суми. У них існує неповторний зміст, пов'язаний із забезпеченням цілісності у розвитку економіки країни, високої ефективності суспільного відтворення, забезпеченням гідного рівня життя населення, соціальним захистом нужденних тощо.

План практичного заняття №4

Проблемні питання

1. Економічна свідомість.
2. Економічне мислення та його типи.
3. Економічна поведінка.
4. Мотивація економічної поведінки.
5. Потреби та їх типи.

Теми рефератів, доповідей та презентацій

1. М. Вебер про типи соціоекономічної раціональності.
2. Т. Веблен про соціальну обумовленість економічного поведінки.
3. Форми примуса до господарської діяльності: їхня зміна та співіснування.

Рекомендована література

2, 3, 4, 6, 7, 8, 10, 11, 13, 15, 16, 18, 19.

ТЕМА 5. ЕКОНОМІЧНА КУЛЬТУРА ЯК РЕГУЛЯТОР ЕКОНОМІЧНОЇ ПОВЕДІНКИ

Поняття, сутність та функції економічної культури суспільства. Рівні та структура економічної культури. Базові елементи економічної культури. Особливості формування і розвитку української економічної культури.

Лекція 5. Економічна культура як регулятор економічної поведінки.

1. Соціологічна інтерпретація економічної культури.
2. Особливості економічної культури.
3. Функції економічної культури.

План-конспект

Економічна культура як частина загальної культури суспільства являє собою сукупність економічних знань, професійних навичок, господарських ролей, норм, символів, традицій, необхідних для здійснення економічної діяльності. **Економічна культура** – це спосіб взаємодії економічної свідомості та економічного мислення, що регулює участь індивідів і соціальних груп в економічній діяльності і ступінь їх самореалізації в тих чи інших типах економічної поведінки.

Економічна культура тісно пов'язана з правом, моральністю, релігією. Її найважливішою рисою є історична стійкість, повторюваність, свого роду інерційність. Культура не може виникнути (або змінитися) відразу, одномоментно. Також вона не може швидко зникнути.

Економічна культура – це проекція культури (у її широкому розумінні) на сферу соціально-економічних відносин. Саме проекція, а не частина загальної культури, оскільки у сфері економіки працює вся культура, всі її елементи так чи інакше виявляються і функціонують тут. Наприклад, чесність, справедливість – це загальнокультурні норми. Але вони ж є дуже важливими феноменами економічної поведінки: ми говоримо про справедливу зарплату, про чесну, сумлінну працю тощо. Таким чином, **економічна культура – це сукупність соціальних цінностей і норм, які є регуляторами економічної поведінки і виконують роль соціальної пам'яті економічного розвитку:** сприяють (або заважають) трансляції, відбору та оновленню цінностей, норм і потреб, що функціонують у сфері економіки та орієнтувальних її суб'єктів на ті чи інші форми економічної активності.

Особливості економічної культури як механізму, що регулює індивідуальне економічну поведінку:

1) взаємодія цінностей і норм суспільного масштабу і соціальних норм, що виникають з внутрішніх потреб економіки;

2) економічні інтереси, соціальні стереотипи і соціальні очікування як канали даної взаємодії;

3) орієнтація економічної культури на управління економічною поведінкою соціальних суб'єктів (окремих індивідів, соціальних груп, трудових колективів).

В якості соціального механізму економічна культура регулює економічну поведінку за допомогою виконання **трансляційної, селекційної, інноваційної та інтеграційної функцій.**

Трансляційна функція економічної культури – передача з минулого в теперішнє, із сьогодення в майбутнє цінностей, норм, мотивів поведінки.

Селекційна функція економічної культури – це збір з успадкованих цінностей і норм тих, які необхідні для вирішення завдань розвитку суспільства.

Інноваційна функція економічної культури – оновлення соціальних цінностей і норм шляхом вироблення нових і запозичених прогресивних цінностей з інших культур.

Інтеграційна функція економічної культури – здійснюється, з одного боку, через соціалізацію молодих поколінь, трансляцію їм укорінених в економічній культурі цінностей і зразків поведінки, з іншого – завдяки існуючим економічним цінностям, ідеалам, нормам, традиціям, звичкам економічна культура спричиняє певний консенсус у суспільстві, узгодження між різними суб'єктами економічного процесу.

Чим більш розвинені і більш повно здійснюються названі функції в процесі регулювання економічної поведінки соціального суб'єкта, тим успішніше проявляє себе економічна культура як соціальний механізм даного процесу.

План практичного заняття №5

Проблемні питання

1. Визначення економічної культури.
2. Сутність економічної культури.
3. Компоненти економічної культури.
4. Основні функції економічної культури.

Теми рефератів, доповідей та презентацій

1. Індивідуалізм як особлива риса української економічної культури.
2. Економічна культура і стилі господарства.
3. Етнічні фактори в економічній культурі суспільства.

Рекомендована література

2, 3, 4, 6, 7, 8, 10, 11, 13, 15, 16, 18, 19.

ТЕМА 6. ПРАЦЯ ЯК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ПРОЦЕС

Соціальний характер праці. Праця в історичній перспективі. Економічний і соціологічний погляди на працю: компаративний аналіз. Об'єкт та предмет соціології праці. Основні функції соціології праці. Специфіка соціалістичного підходу до вивчення праці.

Лекція 6. Праця як соціально-економічний процес

1. Соціальний характер праці.
2. Праця в історичній перспективі.
3. Економічний і соціологічний погляди на працю: компаративний аналіз.
4. Об'єкт та предмет соціології праці. Функції соціології праці.

План-конспект

Праця є основною та неодмінною умовою життєдіяльності людей. Впливаючи на навколишнє природне середовище, змінюючи і пристосовуючи її до своїх потреб, люди не тільки забезпечують своє існування, але й створюють умови для розвитку і прогресу суспільства. Процес праці – явище складне і багатоаспектне. Основні форми його прояву – це витрати людської енергії, взаємодія працівника з засобами виробництва та виробнича взаємодія працівників один з одним. Роль праці у розвитку людини і суспільства полягає в тому, що в процесі праці створюються не тільки матеріальні і духовні цінності, призначені для задоволення потреб людей, а й розвиваються самі працівники, які здобувають навички, розкривають свої здібності, поповнюють і збагачують знання. Творчий характер праці знаходить своє вираження в появі нових ідей, прогресивних технологій, більш досконалих і високопродуктивних знаряддя праці, нових видах продукції, матеріалах, енергії, які, в свою чергу, ведуть до розвитку потреб. У процесі праці між носіями живого праці виникають трудові відносини. Їх можна розглядати в двох аспектах: функціональному та соціологічному

Функціональний аспект трудових відносин передбачає виявлення необхідної чисельності працівників, пропорцій їх професійного та кваліфікованого складу на основі необхідних витрат часу на виготовлення певного продукту праці, трудомісткості виготовлення продукції тощо.

Соціологічний аспект трудових відносин означає виявлення рівності-нерівності між учасниками процесу праці, соціального становища окремих суб'єктів і груп працівників, їхніх інтересів, мотивів, трудової поведінки тощо.

Праця виступає не тільки економічним, але й фундаментальним соціальним фактором, що визначає всі життєві прагнення сучасного суспільства. Працею обумовлені економічна діяльність і соціальна структура, найважливіші фактори соціалізації особистості, культура суспільства, спосіб життя людей, рівень їх матеріального благополуччя тощо. Взаємодіючи між собою в процесі праці, люди вступають в широку мережу соціально-трудова відносин. Завдяки їм здійснюється розподіл результатів економічної діяльності (економічна функція трудових відносин), надається можливість працівникам брати участь у справах підприємства (демократична функція), забезпечуються умови суб'єктам для їх інтеграції в суспільне життя (соціальна функція). Серед різноманіття соціально-трудова відносин виділяють їх характерні типи і види.

До основних типів соціально-трудова відносин відносять:

1. Патерналістські відносини. Вони характеризуються сильно вираженою регламентацією з боку держави або адміністрації підприємства.
2. Партнерські відносини засновані на договірному регулюванні з урахуванням інтересів всіх сторін.
3. Конкурентні відносини виражають прагнення отримати односторонні переваги без врахування інтересів іншої сторони.
4. Солідарні відносини припускають спільну відповідальність і взаємну допомогу, засновану на спільності інтересів сторін.
5. Субсидіарні відносини означають прагнення суб'єктів до особистої відповідальності за свої дії і досягнення своїх цілей.
6. Дискримінаційні відносини засновані на свавіллі, протиправному обмеженні прав суб'єктів соціально-трудова відносин.
7. Конфліктні відносини виражають загострення протиріч суб'єктів соціально-трудова відносин.

Соціальна сутність праці виражається, перш за все, через суспільні функції і форми праці, а також соціальна якість праці. **Основні суспільні функції** праці:

1. Створення суспільного багатства (матеріального і духовного).
2. Реалізація потенційного суспільного багатства (природних корисних копалин, інтелектуального потенціалу суспільства).
3. Розвиток, самовираження і самоствердження особистості.

Соціальна якість праці полягає у впливі трудової діяльності працівника на його соціальні ролі, соціальний стан, інтереси, освітній та професійно-

кваліфікаційний рівень, інші соціальні характеристики. Такий вплив обумовлено впливом знарядь праці, технології, умов праці, форм організації праці та інше.

Характер праці показує спосіб з'єднання виробника з засобами виробництва, що обумовлюється пануючими в даному суспільстві відносинами власності. Так, в рабовласницькому суспільстві раб та засіб праці поєднувалися як власність рабовласника. І це породжувало особисту залежність працівника від того, хто привласнював результати його праці. У капіталістичному суспільстві працівник може з'єднуватись із засобами праці, продаючи свою робочу силу і залишаючись особисто вільним. Таким чином, праця за своїм характером може бути рабською, панською, найманою.

Ставлення до праці – це характеристика типу духовного зв'язку індивіда з предметом, засобами і продуктом праці, а також з виробничим середовищем. Його основними елементами виступають:

- мотиви і орієнтації трудової поведінки;
- реальна або фактична трудова поведінка;
- вербальна трудова поведінка (оцінка працівниками своєї трудової ситуації).

Серед показників ставлення до праці виділяють об'єктивні (відповідальність, сумлінність, ініціативність, дисциплінованість тощо) і суб'єктивні (загальна задоволеність роботою, часткова задоволеність окремими елементами процесу праці: заробітної платою, умовами праці, взаємовідносинами в колективі тощо).

На ставлення до праці впливає ряд факторів: виробничих і невиробничих. До виробничих чинників відносять: оплату та умови праці; організацію праці; виробничу самостійність; взаємини в колективі тощо. Серед невиробничих факторів ставлення до праці виділяють: рівень життя працівників; освітній і професійний рівень працівників; стаж трудової діяльності; розвиненість соціальної інфраструктури, стан трудової моралі тощо.

Поняття зміст праці висловлює виробничо-технічну сторону з'єднання працівника із засобами праці, характеризує процес праці як взаємодію людини з природою (знаряддями і предметами праці). **Зміст праці** є сукупністю виконаних працівником дій та їх співвідношення, склад конкретних трудових функцій. Розрізняють такі трудові функції працівника: енергетична; технологічна; контрольно-регулююча; управлінська; інформаційна. Використовуючи ручну техніку, людина здійснювала обмін речовин з природою за допомогою опосередкованої функції; машинна техніка дозволила людині здійснювати обмін речовин з природою за допомогою регулюючої

функції; сучасна науково-технічна революція дає йому можливість контролювати внутрішній механізм явищ і предметів природи за допомогою контролюючої функції.

Змістовність праці – це насиченість його розумовою діяльністю, вираз складності, різноманітності виконуваних трудових функцій, інтелектуально-психологічна характеристика праці.

Головним фактором, що впливає на зміну структури трудових функцій, виступає науково-технічний прогрес. Під його впливом змінюються зміст і змістовність праці.

Умови праці – це сукупність соціально-економічних, техніко-організаційних, соціально-гігієнічних та соціально-психологічних умов, що впливають на здоров'я і працездатність людини, її ставлення до праці, ступінь задоволеності працею, на ефективність виробництва, рівень життя та розвитку особистості.

Задоволеність працею – це оціночне ставлення людини або групи людей до власної трудової діяльності, різним її аспектам, найважливіший показник адаптації працівника на даному підприємстві.

Існує цілий ряд досить конкретних значень задоволеності працею, що відображають її роль, функції, наслідки в соціально-економічному житті, в організації та управлінні.

1. В результаті вивчення оцінних відносин людей до благополуччя в побуті, соціально-економічній системі, соціальному клімату встановлено, що робота і кар'єра мають для них найбільше значення поряд з такими цінностями, як здоров'я, особисте життя, повноцінне дозвілля, часто займаючи в цьому рейтингу першу позицію. Одним словом, задоволеність працею є, насамперед, соціальною задоволеністю, найважливішим показником якості життя індивідів і груп, населення, нації. Питання «як живемо?» та «як ми працюємо?» багато в чому співпадають для одних людей в молодості, для інших – в зрілому віці.

2. Задоволеність працею має функціонально-виробничу значимість. Вона впливає на кількісні та якісні результати роботи, терміновість і точність виконання завдань, обов'язковість щодо інших людей. Ставлення до праці може ґрунтуватися на самооцінці працівником своїх ділових якостей і показників. При цьому самозадоволення і самонезадоволеність в залежності від конкретного випадку можуть позитивно і негативно впливати на працю.

3. Турбота роботодавця про задоволеність людей їх працею визначає деякі суттєві типи управлінської поведінки, трудових відносин взагалі. Роботодавець часто скептично ставиться до виробничо-економічного ефекту всяких заходів щодо гуманізації праці та їх фінансування вважає

нераціональним. Кошти на такі цілі зазвичай витрачаються під тиском профспілок, робочих мас чи правових інстанцій.

4. Задовільні, з точки зору працівника, характер і умови праці – це найважливіший фактор авторитету керівника. Для працівників та адміністрація краща, яка здатна зробити кращою їхню працю.

5. Задоволеність працею часто є індикатором плинності кадрів і необхідності відповідних дій по її запобіганню.

6. Залежно від задоволеності працею підвищуються або знижуються вимоги і претензії працівників, у тому числі й щодо винагороди за працю (задоволеність може знижувати критичність щодо оплати праці).

7. Задоволеність працею є універсальним критерієм пояснення, інтерпретації різних вчинків окремих працівників і трудових груп. Вона визначає стиль, спосіб, манеру спілкування адміністрації з трудовим колективом. Інакше кажучи, відрізняється поведінка задоволених і незадоволених людей, розрізняється також управління задоволеними і незадоволеними людьми.

План практичного заняття №6

Проблемні питання

1. Особливості соціального характеру праці.
2. Праця в історичній перспективі.
3. Порівняння соціологічного та економічного поглядів на працю.
4. Зміст, умови та задоволеність працею.
5. Об'єкт, предмет та функції соціології праці
6. Особливості соціалістичного підходу до праці.

Теми рефератів, доповідей та презентацій

1. Праця як форма сумісної діяльності людей, певні відношення між ними.
2. Сутнісні характеристики трудового колективу як соціальної спільноти.

Рекомендована література

2, 3, 4, 7, 8, 10, 11, 13, 15, 16, 18, 19, 24.

ТЕМА 7. СОЦІОЛОГІЯ СПОЖИВАННЯ

Споживач як об'єкт дослідження. Споживання як соціальна поведінка. Структура споживання. Споживчий стандарт. Соціально обумовлені аксіоми споживання. Економічні детермінанти споживання (Т. Веблен, Д. Дьюзенберрі). Макроекономічна функція споживання Д. Кейнса. Соціальні детермінанти споживання. Адаптивність економічної поведінки. «Снобістський ефект» та «ефект Веблена» в поведінці споживача. Соціологія вподобань. Вільний час і споживання. Реклама як детермінанта споживання. Від виробництва товару до виробництва торгової марки. Споживання як колективна поведінка. Загальні риси колективного споживання. Споживча поведінка і соціальний статус. Мода як особливий тип споживання.

Лекція 7. Соціологія споживання

1. Споживання як вид соціально-економічної поведінки.
2. Аксіоми споживання.
3. Престижне споживання та демонстративне ледарство.
4. Соціальні детермінанти споживання.
5. Вплив вільного часу, реклами та моди на споживчу поведінку людини.

План-конспект

Об'єктом дослідження соціології економіки є не процес технологічного (виробничого) споживання, а споживання приватних осіб, у якому акт купівлі та акт споживання розглядаються з погляду стереотипів поведінки споживачів як єдине ціле.

Споживач як об'єкт дослідження повинен при цьому мати такі властивості:

- 1) певну купівельну спроможність у вигляді необхідної суми грошей;
- 2) можливість вибору між покупкою товару або відмовою від неї;
- 3) при бажанні зробити покупку;
- 4) мати можливість вибору між багатьма запропонованими до продажу товарами.

Хоча будь-яке окреме споживання (акт покупки) – це найбільшою мірою особистий вчинок, проте **спосіб споживання** – це переважно систематична соціальна поведінка, що стабілізується в рамках певних соціальних структур, які відрізняються одна від одної в різних соціальних системах.

Споживання в масштабі народного господарства можна спостерігати не тільки у формах окремих структур, а й у вигляді типових моделей. Поняття «модель споживання» важко піддається науковому тлумаченню і визначенню. Так називають «аксіому поведінки споживачів» або логічне вираження процесу пристосування людей до існуючих умов життя у формі певного способу споживання. По суті, це гіпотеза про те, що люди шляхом придбання матеріальних благ не тільки задовольняють свої особисті потреби, але й символічно позначають свої успіхи в досягненні певного рівня доходу, що давав би їм підстави бути зарахованими до соціальної верстви з високим рівнем споживання. Кожний специфічний рівень споживання, що на тривалий час визначається сімейним доходом, є стандартом споживання.

Споживчий стандарт – орієнтовна величина, що характеризує фактичну поведінку споживача, це комплекс оцінок і орієнтирів, за якими визначається рівень споживання. Під цим розуміють гіпотетичну суму витрачених із сімейного бюджету коштів на придбання на ринку товарів і послуг, які піддаються кількісному вимірюванню й грошовій оцінці. Стандарт споживання покладено в основу стандарту життєвого рівня, останній, однак, не є величиною постійною (хоча і має назву «стандарт»), а сам є величиною похідною, залежною від рівня освіти, величини доходу. Життєвий рівень є формою способу життя, споживчої поведінки, яка містить якісні компоненти, що не піддаються вимірюванню.

Економсоціологи протягом багатьох десятиліть відзначають прагнення споживачів домогтися наближення до самостійно встановленого стандарту споживання. Виходячи з аналізу цього явища, соціологи обґрунтували ряд висновків, що дістали назву споживчих аксіом або **аксіом споживання**:

- 1) уподобань (преференцій);
- 2) зобов'язуючого споживання;
- 3) пластичності (гнучкості) споживання;

Вперше детермінанти, що визначають поведінку споживачів та причини споживчих переваг, були досліджені в працях родоначальника американського інституціоналізму

Т. Веблена і Д. Дьюзенберрі. Обидва дослідники підкреслювали особливе значення суспільних норм, правил і звичок у формуванні поведінки різних соціальних верств споживачів.

Економіко-соціологічною наукою встановлено, що екзогенні (зовнішні) і ендогенні (ті, що знаходяться всередині самої сфери споживання) детермінанти впливають на два змінних фактори: спроможність споживати і готовність до споживання. Основою детермінанту індивідуального споживання є користь, очікувана індивідом від даного блага. Ядром

споживчого синдрому була і залишається воля до виживання, що знаходить вираження в прагненні задовольнити, в першу чергу потреби, пов'язані з інстинктами людини, незалежно від об'єктивно сформованих умов.

Оскільки кожне придбання споживчого блага залежить, як правило, від купівельної спроможності споживача, то воно головним чином (або винятково) детерміноване економічно. Це означає, що причиною придбання найчастіше є дохід, який знаходиться в розпорядженні споживача. Такого висновку дійшов ще в 1857 році німецький економсоціолог **Е. Енгель**. Він установив кореляцію між динамікою доходу споживача і частиною його витрат на придбання товарів першої необхідності (питома вага витрат на харчування є функцією доходу, що зменшується в міру зростання доходу).

Соціальні детермінанти споживання або тісно пов'язані з економічними факторами і перебувають під їх впливом, або мало пов'язані з ними і залишаються відносно самостійними.

Будь-яке особисте споживання за своїм способом та рівнем (відносної частки, що залишається на заощадження) є ознакою будь-якої соціальної належності, або ознакою культурно-соціальної системи, у якій живе споживач. При цьому в соціальній системі, що охоплює значну кількість населення, не буває однорідної (гомогенної) культури споживання, вона складається з одночасно існуючих периферійних культур, субкультур і контркультур. До того ж споживчі звички, способи споживання відрізняються також і всередині периферійних культур.

У міру виникнення окремих культурно-освітніх прошарків населення (що відрізняються між собою за рівнем освіти) з'являються різні способи (стилі) життя, що демонструють початок нового явища – зростання в структурі споживання питомої ваги благ, не пов'язаних із задоволенням перших життєвих потреб, наприклад, витрат на потреби освіти та культури. У такий спосіб поступово виникають і розвиваються станово-специфічні структури споживчих переваг.

Чітко соціокультурну визначеність має такий фактор споживання, як рівень домагань. Об'єктивно рівень домагань являє собою суму рольових вимог до індивіда, а суб'єктивно даний рівень є сумою очікувань особи в даному соціальному просторі, яка матеріалізується у вигляді показника купівельної спроможності, що набуває форми перспективного попиту. З поліпшенням економічно обґрунтованих прогнозів щодо підвищення життєвого рівня індивіда підвищується рівень його споживчих домагань. Однак навіть і тоді, коли ці очікування не виправдовуються, у більшості випадків спостерігається стійкість підвищеного рівня споживчих домагань.

Рівень домагань у сучасному суспільстві в міру змін у доходах та соціальному статусі зазнає реструктуризації. В індустріально розвинених країнах останніми десятиліттями істотним компонентом споживчих домагань найманих робітників стала вимога скорочення робочого тижня замість збільшення заробітної плати, при цьому ці домагання поступово задовольняються.

На поведінку споживача значно впливає його оточення, спеціальне середовище, що має значення незалежного змінного фактору. Це насамперед соціальні групи (малі групи), які складають середовище спілкування споживача. З одного боку, вони впливають на учасників, що входять до складу групи, а з іншого – поведінка її учасників має стимулюючий вплив на споживчу поведінку інших груп, будучи зразком для порівняння та орієнтації. Поведінка споживачів у будь-якому соціальному просторі тим самим є поведінкою реактивною і взаємозалежною.

Специфічними формами детермінації споживчої поведінки є такі явища, як супутній ефект, снобістський ефект й ефект Веблена, коли мова йде про форми споживчого попиту. У їх основу покладено факт про те, що така поведінка частково або повністю ґрунтується не на самих властивостях блага, що здобувається, а зовсім на інших мотивах.

У міру скорочення робочого тижня (цей процес в індустріально розвинених країнах почався ще в другій половині ХІХ ст.) найманих працівників вільний час став зростаючою за своїм значенням детермінантою споживчої поведінки. Вона впливає на структуру поведінки споживачів, на ранжирування їхніх переваг.

Збільшений обсяг вільного часу привів до якісного перетворення споживчої поведінки, оскільки збільшення його обсягу пов'язане зі збільшенням доходу та зростанням частки доходу, що залишається після задоволення найбільш насущних життєвих потреб. В умовах посилення тенденції до позитивної кореляції між величиною вільного часу і розміром доходу спостерігається не тільки процес заміни (субституції) частини доходу додатковим вільним часом, але також формування нових структур переваг у процесі споживання. Причини очевидні: оскільки вільний час здебільшого стає часом, відведеним на споживання (насамперед товарів повсякденного попиту й послуг), то передумовою для такого споживання має бути можливість мати велику кількість вільного часу. Для його заповнення виникають нові блага, спеціально призначені для проведення дозвілля. Великого значення набуває насамперед попит на послуги, пов'язані з подорожами в зарубіжні країни. У високорозвинених країнах споживачі на іноземний туризм витрачають від чверті до половини своїх доходів. З'явився

термін «інвестиції в дозвілля», тобто капіталовкладення на придбання вілл, будинків і дач у регіонах масового відпочинку та іноземного туризму.

Проводячи вільний час, людина може виконувати роль, багато в чому пов'язану з її роллю споживача, причому ця роль найчастіше протягом короткого часу обумовлена оточенням, що супроводжує її в період дозвілля. На відміну від професійних рольових функцій, його поведінка у вільний час має чітко виражений суб'єктивний характер, що вкладається в рамки концепції тієї тимчасової ролі, яку індивід собі вибрав на період відпустки. Вона часто не відповідає справжньому соціальному статусу споживача (так, високооплачуваний службовець банку подорожує «автостопом» і ночує в дешевих кімнатах, а офіціантка в закордонній поїздці грає роль «світської дами»).

Торгова **реклама** має стратегічну мету виробників (продавців) – збільшити обсяг попиту на який-небудь продукт або групу продуктів.

Адресат, до якого звернені рекламні заклики, може їх сприймати в ході пізнавального (когнітивного) процесу або несвідомо, і тоді ці заклики досягають мети. Але він може їх відкинути або не розпізнати їх зміст, що може бути результатом невдало вибраного рекламного тексту або символів, і тоді мету реклами не буде досягнуто.

У випадку, коли рекламні заклики адресатом сприйняті, він стає учасником процесу соціалізації, перетворюючись на соціалізовану особистість. Якщо в реципієнта відносно рекламованого блага вже раніше склалися оцінні уявлення, то ці уявлення або зміцнюються, або в адресата настає переоцінка уявлень щодо даного блага, що позначається на ставленні адресата до ціни та може привести до зміни споживчих переваг.

Реклама намагається не просто задовольнити поточні потреби, а викликати до життя довгострокові, «укорінені» потреби в товарі, пропонованому рекламою. У такий спосіб досягається схильність адресатів реклами до придбання певного блага, а це створює можливість довгострокової видозміни структури споживання в напрямку, бажаному для виробників товарів і послуг.

Однак реклама намагається не тільки продукувати нові потреби, але й спонукає окремі групи споживачів відмовитися від задоволення давно вкоріnenих, звичних потреб. У результаті таких зусиль деякі блага економічно знецінюються, вони в очах споживача старіють, вважаються такими, що виходять з ужитку, їх «старіння» обумовлене не втратою ними фізичних властивостей, але «обґрунтоване» психологічно, зусиллями реклами, коли з її допомогою позитивні уявлення споживача про користь блага А переносяться

на благо Б, що спричинює падіння споживчого попиту на перше й підсилення попиту на друге з названих благ.

Таким чином, **соціальна роль реклами** чітко виявляється в зміні структури переваг у споживчому попиті. Нерідко тільки реклама здатна перемістити ті чи інші блага на більш високий щабель споживчих переваг, тому що лише вона здатна надати цим благам такого привабливого іміджу.

Необхідно підкреслити роль реклами у формуванні однорідної (гомогенної) соціальної системи. Вона займає особливо важливе місце в уніфікації не тільки способу споживання, його структури, але й в уніфікації напрямку думок, звичок і менталітету. Реклама сприяє посиленню соціального контролю над людьми, спонукує індивіда додержуватися моди не тільки в споживанні, але й у суспільно-політичному житті.

Класичним зразком престижного й «змагального» споживання може бути мода. Крім прагнення до підвищення престижу, «модне» споживання обумовлене також іншими мотивами (естетичними, намірами встановити соціальний контроль у звичаях).

Предметом модного споживання є виріб моди, тобто очевидна новинка, тому модні вироби надають руху процесу морального старіння багатьох традиційних благ. В основу його покладено властиву природі людини потребу варіювати людськими потребами.

Суб'єктивні наміри (інтенції) споживачів модних виробів полягають, як правило, у їхніх спробах або піднятися на вищий рівень соціальної ієрархії (потік вертикального переміщення), або вирівнятися серед інших (за віком) у соціальному аспекті (потік горизонтального переміщення). В обох випадках чітко простежується спроба самоствердження (самопозначення) шляхом виділення індивіда (дистанціювання) з нижчої соціальної верстви і переходу до вищої, або закріплення у вищій верстві шляхом доведення способу споживання до рівня, що відповідає його оточенню. На цій підставі окремі соціологи (К. Лоренц) називають предмети модного споживання «оптичними орієнтирами»: вони повинні бути для тих, хто споживає ці предмети, бути показником належності споживача до даної (вищої) соціальної верстви протягом певного часу й допомагати йому «закріпитися» в складі цієї соціальної верстви.

Звідси випливає, що мода є типово соціальним феноменом, тому що благо набуває характеру модного блага (виробу) шляхом формування про нього відповідної або станово-специфічної суспільної думки. Оскільки товар стає модним товаром у результаті певного соціального процесу і має якості модного доти, доки його з наочною очевидністю споживає зростаюча кількість людей. Однак він втрачає корисність і свою комерційну вартість (незалежно

від ступеня його зношеності і наявності корисних властивостей) у міру його масового придбання й очевидного наслідування в споживанні цього товару «іншими». Втрата вартості (зменшення оцінки вартості) модного виробу настає особливо тоді, коли ті, що вважаються «нижчими» в соціальній стратифікації, стають споживачами модних виробів, імітують спосіб споживання вищих верств.

План практичного заняття №7

Проблемні питання

1. Визначення поняття споживання.
2. Споживання у економічній теорії.
3. Споживання і соціальна диференціація.
4. Споживання і простір стилів життя.
5. Суспільство споживання.

Теми рефератів, доповідей та презентацій

1. Споживчий стандарт та його компоненти.
2. Споживання та соціальний статус людини.
3. У чому є специфіка економічного та економіко-соціологічного підходів до аналізу споживання.
4. Які тенденції характеризують сучасне суспільство споживання?

Рекомендована література

2, 4, 8, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 18, 19.

ТЕМА 8. СОЦІОЛОГІЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Економічні трактовки підприємницької функції. Вихідне визначення підприємництва та його основні види. Соціологічний підхід. Портрет підприємця (Й. Шумпетер). Історичні та соціальні коріння підприємницького духу (М. Вебер, В. Зомбарт). Підприємець, міщанин і бюрократ. Середньовічне та капіталістичне підприємництво.

Соціологічний підхід до проблеми підприємництва. Соціальний портрет сучасного підприємця. Маргінальність підприємницьких груп. Етнічне підприємництво. «Нова хвиля» підприємництва. Підприємництво та кризи. Підприємництво як вид ідеології.

Лекція 8. Соціологія підприємництва

1. Соціальна роль підприємництва.
2. Підприємництво як функція.
3. Психологічний портрет підприємця.
4. Історичні типи підприємництва.
5. Підприємництво як ідеологія.

План-конспект

Розпочнемо з визначення підприємництва як функції. Проблема підприємництва спочатку була висвітлена політичною економією як проблема пояснення джерел економічного зростання та природи прибутку (сам термін введений **Р. Кантільоном** в XVIII ст.). З того часу сформувалося декілька принципово відмінних підходів до підприємницької функції.

Перше трактування поняття підприємця присутнє в працях класиків політичної економії (**Ф. Кене, А. Сміт**), – вони розглядають підприємця як власника капіталу. При цьому у Ж. Тюрго, а пізніше у німецьких істориків (**У. Рошер, Б. Гільдебранд**) підприємець вже не тільки управляє своїм капіталом, але й виконує власницькі функції разом з особистою продуктивною працею.

З часом підприємця перестають ототожнювати з капіталістом. Друге трактування розглядає підприємця як організатора-виробництва, який не обов'язково обтяжений правами власності. Такий підхід співпадає з поглядами **Ж.-Б. Сей і Дж. Мілля**.

Функціональне розмежування між власником і підприємцем проводить **К. Маркс**. Визначення підприємця як менеджера затверджується в роботах неокласиків (**А. Маршалла і Ф. Візера**).

Нейтральність по відношенню до володіння власністю стає звичним елементом більшості теорій підприємництва – класичних (**Й. Шумпетер**) і сучасних (**А. Коул, П. Дракер**).

Що ж до змісту підприємницької функції, то для неокласиків вона полягає в пристосуванні виробництва до умов ринку, що змінюються, у відновленні порушеної рівноваги, ефективнішому використуванні наявних ресурсів і задоволенні виникаючого попиту. Організація оголошується четвертим чинником виробництва. А підприємництво служить по суті якимсь вбудованим елементом саморегульованого механізму цін.

Третє трактування підприємницької функції пов'язує її з несенням тягара ризику і невизначеності в процесі економічного розвитку (**Р. Кантільон, Дж. Тюнен, Г. Мангольт**). Цей елемент стає центральним в концепції підприємництва **Ф. Найта**. Із його точки зору, люди, що беруть на себе тягар прорахованого ризику і непрорахованої невизначеності, а також гарантуючі більшості їх заробітну платню, одержують право управляти діяльністю цієї більшості і привласнювати відповідну частину доходу.

Четверте визначення підприємницька функція одержує в рамках інституційної економічної теорії (**Р. Коуз, О. Уільямсон**). Тут підприємець стає суб'єктом, що скоює вибір між контрактними відносинами вільного ринку і організацією фірми в цілях економії транзакційних витрат.

Підприємництво виявляється особливим регулюючим механізмом, відмінним від цінового механізму і механізму державного регулювання, а в чомусь альтернативним їм обом.

Якщо маршалловський підприємець-менеджер володіє всією повнотою необхідної інформації, то в баченні представників нової австрійської школи (**Л. Мізес, Ф. Хайек**) підприємець діє в умовах принципової неповноти цієї інформації. Він, тим самим, виступає вже не просто як «балансувальник» ринків, але як їх активний перетворювач і творець. Таким чином, в п'ятому трактуванні (крім згаданих учених, її дотримуються **Г. Шмоллер, Й. Шумпетер, П. Дракер**) підкреслюється активний, інноваційний характер підприємництва не тільки у виборі з наявних альтернатив розподілу ресурсів, але в створенні нових ринкових можливостей.

Основою останнього напрямку стала концепція **Й. Шумпетера**, на якій ми зупинимося докладніше з причини її особливої популярності серед економістів і соціологів. Пояснюючи джерела економічного розвитку, Шумпетер протиставляє себе неокласикам, виводячи з процесу кругообігу капіталу принципову необхідність особливої підприємницької функції, яка полягає в здійсненні організаційно-господарської інновації або, дослівно, «нових комбінацій чинників виробництва» (функції несення ризику Шумпетер

особливого значення не додає). Підприємці по Шумпетеру не утворюють особливої професії або окремого класу. Йдеться саме про функцію, що здійснюється періодично різними суб'єктами. У кожній господарській сфері вона то з'являється, то зникає, змінюючись більш рутинними діями. При цьому підприємець не обов'язково сам винаходить «нові комбінації». Він здійснює їх часто імітуючи при цьому чужий господарський досвід.

Слідуючи за Шумпетером, сформулюємо загальне визначення підприємництва: це здійснення організаційної інновації в цілях отримання прибутку (іншого додаткового прибутку). Підприємництво, таким чином, конституюють три необхідні елементи:

- організаційна дія;
- ініціація змін;
- грошовий прибуток як мета і критерій успіху.

Існує ще півтора-два десятки змінних, які утворюють багатоманітні видові відмінності підприємницької діяльності. Так, підприємництво може бути пов'язане з власністю на капітал, супроводжуватися трудовою (управлінської або виконавської) активністю або навпаки.

Підприємницькі акції можуть проводитися зверху по існуючих адміністративних каналах або ініціюватися знизу неформальними лідерами. Підприємці можуть виступати як спеціально навчені професіонали (випускники елітарних бізнес-шкіл), так і «любителі», що не мають ніякої професійної підготовки. Підприємницькі дії можуть ґрунтуватися на розрахунках і на чистій інтуїції. Одні з них направлені на ефективне пристосування, імітацію наявних зразків організації в нових умовах; інші – на пізнання прихованих від більшості людей господарських можливостей; треті – на активне формування цих нових умов, зокрема, винахід абсолютно нових організаційних форм.

Якими ж **особистими якостями** повинні володіти люди, здатні виконувати непросту підприємницьку функцію? Економісти, насамперед, звертають увагу на психологічний склад людини, тип характеру. При цьому підкреслюються дуже різні властивості:

- інтелект і націленість на нове знання (І. Кирцнер);
- уява і винахідливість (Дж. Шэкль);
- особиста енергія і воля до дії (Й. Шумпетер, Ф. Візер);
- поєднання розуму і фантазії (В. Зомбарт).

Які мотиви рухають підприємцем на цьому тернистому шляху? Мотив прибутку, як ми вже говорили, обов'язковий. Але прибуток не є самоціллю і не розглядається як джерело особистого споживання. Навпаки, підприємницька діяльність виробляє неприязнь до всякого роду гедонізму.

Прибуток важливий в першу чергу як критерій успіху: зароблені гроші показують, наскільки добре реалізований задуманий підприємницький проект. Сам же підприємець, по Шумпетеру, прагне, кінець кінцем, до свободи і самореалізації.

У шумпетерівських описах підприємництво виступає як акт творчої діяльності, а вигляд підприємця не чужий відчайдушного героїзму. Він несе в собі риси гумільовського пасіонарія. І точно також нез'ясовними виявляються витoki цього особливого психологічного типу, якщо не відносити до таких дію космічної енергії. На допомогу закликане поняття біологічної схильності окремих індивідів і груп: через посилення на генетичний код знімаються проблеми дії соціального середовища, а соціальні проблеми зводяться до відмінностей психологічних якостей.

І тут з економістами солідарні професійні психологи. Серед психологічних пояснень найбільшу популярність придбала **концепція Д. Макклелланда**, що пов'язує феномен підприємця з підвищеною потребою в досягненні (need for achievement). Це «щось в крові», що являється сильнішим за природну ліню і важливішим за просте жадання наживи і суспільного визнання. Поступово в психологічні пояснення вводяться соціальні параметри. Помічається, що підприємці відносно частіше є вихідцями з великих сімей. Грає роль і характер самої сім'ї. Так, наприклад, досить оригінально портрет підприємця як маргінала і нон-конформіста вимальовується в «реактивній моделі» психодинамічних сил, що складають підприємницьку особу. Багато з цих сил – родом з дитинства, вони народжуються в результаті придушення особових якостей підлітка авторитарним батьком. Жорсткий зовнішній контроль поступово виробляє неприйняття всякої влади і організації, утрудняє соціальну адаптацію. Підприємницький порив є імпульсивною реакцією, вибухом пригнічених емоцій. Труднощі вбудовування в сталу соціальну структуру спонукають потенційного підприємця до створення власного світу, в якому компенсуються дитячі фрустрації і вимушений інфантилізм. З цих же соціопсихологічних причин підприємець виявляється поганим менеджером, схильним до авторитаризму, нетерпимості, втрати чітких орієнтирів. І якщо він не залишає вчасно створене їм дітище, його чекає майже неминучий крах.

Підприємницьку дію характеризує особлива раціональність, яка пов'язана з роботою з явно неповним знанням і активним освоєнням нової інформації, тісно переплетена з інтуїтивними засадами. Підприємець менш інших схильний до ощадливості, до точності в калькуляції прибутку і витрат, і більш схильний до розмаху (нове не дається дешево і часто відштовхує стандартну калькуляцію). Тут менше формалізму, регламентації і більше

організаційної творчості. Підприємця також виділяє спокійне відношення до ризику. Винагорода його праць менш гарантована, більш схильна до коливань залежно від успіху або краху починань. Підприємець, віддаючись служінню ідеї, ризикує сім'єю та залученою в справу корпорацією.

Підприємницька натура не тільки мобільніша, але і більш холодніша, а часом не дуже строга відносно ділової моралі.

Силует сучасного підприємця вимальовується в Новий час з появою нових економічних суб'єктів, для яких стародавнє жадання багатства з'єднується з підприємством, приймає форму непереборного прагнення до прибутку на капітал, як універсальної господарської стратегії. Порівнюючи з традиційним добуржуазним суб'єктом, вони володіють не тільки особистою незалежністю, але також володіють підкріпленими на законодавчому рівні, можливостями капіталізації власності.

Разом з досягненням інституційної стабільності та юридичної захищеності, підприємництво все більше спеціалізується й одночасно знаходить цивілізоване обличчя. Дух ризику і авантюризму, який раніше потрібен навіть для звичайної торгової справи, тепер межує з духом стійкого розвитку і раціонального використання можливостей ринку.

За свідченням **В. Зомбарта**, ранньокапіталістичний підприємець розміряє свою активність із задоволенням природних людських потреб. Він дорожить спокоєм і далекий від того, щоб вбивати себе роботою. Витоки конкуренції пригнічуються, комерційна реклама знаходиться під строгою заборонаю. І лише у сучасного підприємця справа здатна повністю поглинути життя, обернувши все оточуюче в інструмент приросту капіталу.

По мірі завоювання господарського і соціального простору відбуваються серйозні зрушення в соціальній базі підприємництва. У ранньобуржуазних суспільствах більшість творців нових підприємств були не тільки їх власниками, а й досить часто самотійно працювали на них власноруч. Але якщо таке «золоте століття» коли-небудь й існувало, то воно залишилося у далекому минулому. Підґрунтям для перелому, який відбувається в провідних західних країнах (десь раніше, десь пізніше) в першій третині нинішнього століття є наростаюче акціонування капіталу, а також поява товариств з обмеженою відповідальністю у середині XIX століття.

Сімейні фірми все частіше поступаються місцем корпораціям, власність яких розділена серед тисяч і сотень тисяч вкладників. Починаючи з **1930-40-х** років ця власність все більш знеособлюється і концентрується в руках різного роду юридичних осіб. Спостерігається зменшення числа і частки незалежних власників. Розрив між крупним і дрібним бізнесом невблаганно

розширюється. Одночасно «розколюється» і фігура молодого буржуазного підприємця.

У результаті цього, з одного боку з'являється засновник дрібної фірми, який формально зберігає за собою позиції незалежного власника. Його підприємство стикається з жорсткими проблемами виживання. Свобода ухвалення господарських рішень на перевірку виявляється обмеженою, а інновації часто просто не під силу через брак ресурсів. До того ж в цій сфері концентруються далеко не найосвіченіші шари, принаймні, до сплеску технологічного підприємництва в 1970-ті роки. Тут наймані робітники рекрутують багато в чому з вторинного ринку праці. Будучи затисненою між трьома крупними силами – державою, крупним капіталом і організованою найманою працею, – ця «обмежена група» дрібних власників (міських і сільських) виштовхується у все більш консервативну політичну позицію. З іншої сторони знаходяться організатори великого виробництва. Власники великих капіталів (не говорячи вже про основну масу дрібних рантиє – утримувачів однієї-двох стодоларових акцій) «звільняються» від проблем реальної організації. Багато прерогатив в ухваленні господарських рішень переходять в руки менеджерів, які, займаючи своє місце в раціонально збудованій бюрократичній ієрархії, вимушені підкорятися корпоративному інтересу. Персональна відповідальність менеджера в значній мірі розмивається бюрократичною колегіальністю, а мотив витягання прибутку відступає перед мотивами стійкості фінансових показників і особистого кар'єрного просування. Вслід за дрібним власником, організатор великого виробництва починає втрачати підприємницькі риси.

Крім змін в соціальній базі підприємництва, відбувається також розмежування підприємницької функції. Замість однієї фігури з'являються декілька:

- фінансист (постачальник капіталу);
- «винахідник» технічної або маркетингової ідеї (постачальник нового знання);
- експерт з юридичною або економічною освітою, який пропонує організаційно-правові форми для створення або трансформації підприємства (постачальник організаційної схеми);
- менеджер, що вибудовує структуру внутрішніх і зовнішніх зв'язків нового підприємства (постачальник управлінських технологій).

План практичного заняття №8

Проблемні питання

1. Економічна і соціологічна трактовки підприємницької діяльності.
2. Історичні типи підприємництва.
3. Види і форми підприємництва.
4. Підприємництво як вид ідеології.

Теми рефератів, доповідей та презентацій

1. Підприємництво та «дух капіталізму» в творах М. Вебера.
2. Й. Шумпетер про творчу роль підприємця-новатора.
3. Мале підприємництво та його роль в сучасному господарчому житті.
4. Молодь та підприємницька діяльність в сучасній Україні.

Рекомендована література

2, 4, 5, 8, 9, 13, 15, 16, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27.

VI. ПИТАННЯ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ З КУРСУ

1. Соціологія економіки як наука, її об'єкт та предмет дослідження.
2. Категорії соціології економіки.
3. Функції соціології економіки.
4. Взаємозв'язок соціології та економічної теорії.
5. Основна проблематика економіко-соціологічних досліджень.
6. Основні етапи розвитку соціально-економічної думки.
7. Соціологічний зміст вчення А. Сміта.
8. Соціоекономічні аспекти матеріалістичного вчення К. Маркса.
9. Внесок М. Вебера в економічну соціологію.
10. Вчення Т. Веблена.
11. Творчість Е. Дюркгейма та його внесок у розвиток соціології економіки.
12. Внесок «Чиказької школи» у розвиток емпіричного напрямку соціології економіки.
13. Формалістичний напрямок розвитку соціології економіки (Г. Зіммель).
14. Натуралістичний напрямок розвитку соціології економіки.
15. Соціологічна концепція економічного розвитку Й. Шумпетера.
16. Теорія «людських відносин» Е. Мейо.
17. Теорія мотивації Д. МакГрегора.
18. Теорія соціальної стратифікації і мобільності (П. Сорокін).
19. Структурно-функціональний підхід до соціально-економічного аналізу суспільства (Т. Парсонс).
20. Франкфуртська школа.
21. Соціологія економіки в Україні на межі 19-20 століть (М.М. Ковалевський, І.Я. Франко, Б.О. Кістяківський, В.К. Липинський).
22. Внесок М.Г. Туган-Барановського в розвиток методології економічної соціології.
23. Соціологія економіки в Україні (друга половина 20 століття).
24. Поняття соціально-економічної структури суспільства.
25. Зміст поняття соціальної стратифікації.
26. Критерії статусних позицій.
27. Основні функції соціальної структури у розвитку економіки.
28. Соціальна мобільність та соціальне розшарування.
29. Теорія соціального простору П. Бурдьє.
30. Маргінальність у соціологічному та економічному розумінні.
31. Зміст поняття «середні верстви».

32. Роль еліт у соціально-економічній структурі суспільства.
33. Поняття абсолютної та відносної бідності.
34. «Економічне» як соціальний феномен.
35. Економічна та соціальна дія.
36. Мотивація економічної поведінки.
37. Теорема про раціональність.
38. Людина економічна та людина соціологічна: спільне й відмінне.
39. Поняття, сутність та функції економічної культури суспільства.
40. Базові елементи економічної культури.
41. Основні функції економічної культури.
42. Ідеальні типи економічних культур.
43. Особливості формування і розвитку української економічної культури.
44. Масова економічна свідомість та її особливості на сучасному етапі розвитку суспільства.
45. Соціальний характер праці.
46. Праця в історичній перспективі.
47. Економічний і соціологічний підходи до трактування праці.
48. Об'єкт, предмет та функції соціології праці.
49. Специфіка соціалістичного підходу до вивчення праці.
50. Людина в управлінні трудовою діяльністю.
51. Соціально-економічний закон розподілення праці.
52. Теорія розподілу праці, обміну та грошей А. Сміта.
53. Сутність, показники, типи і соціальна структура трудового конфлікту.
54. Причини трудових конфліктів.
55. Вирішення трудових конфліктів.
56. Основні підходи до трактування власності в соціальній науці.
57. Трактатування власності в християнській філософії та соціальній етиці.
58. Ставлення до інституту власності у пострадянських країнах.
59. Ринок як соціальний інститут та соціальна система.
60. Відмінні ознаки високорозвинутих ринків.
61. Гроші та їх соціальний зміст.
62. Соціальні функції грошей.
63. Загальне поняття організації, її основні риси.
64. Ключові соціологічні підходи до аналізу організації.
65. Соціологічний портрет господарчої організації.
66. Основні види господарчих організацій.
67. Бюрократизм як форма сучасної господарчої організації.

68. Споживання та його структура.
69. Споживач та його вподобання.
70. Соціально обумовлені аксіоми споживання.
71. Соціальні та економічні детермінанти споживання.
72. Макроекономічна функція споживання Д. Кейнса.
73. «Снобістський ефект» та «ефект Веблена» в поведінці споживача.
74. Соціологія вподобань.
75. Вільний час і споживання.
76. Реклама як детермінанта споживання.
77. Споживання як колективна поведінка.
78. Загальні риси колективного споживання.
79. Споживча поведінка і соціальний статус.
80. Мода як особливий тип споживання.
81. Суспільство споживання.
82. Перша трактовка підприємництва (Р. Кантільон).
83. Портрет підприємця (Й. Шумпетер).
84. Історичні та соціальні коріння підприємницького духу (М. Вебер, В. Зомбарт).
85. Середньовічне та капіталістичне підприємництво.
86. Соціологічний підхід до проблеми підприємництва.
87. Соціальний портрет сучасного підприємця.
88. Основні мотиви заняття підприємництвом.
89. Основні якості особистості підприємця.
90. Маргінальність підприємницьких груп.
91. Етнічне підприємництво.
92. «Нова хвиля» підприємництва.
93. Основні види підприємницької діяльності.
94. Підприємництво та кризи.
95. Підприємництво як вид ідеології.
96. Господарська ідеологія: поняття та риси.
97. Ключові соціологічні підходи до аналізу господарських ідеологій.
98. Лібералізм як господарська ідеологія.
99. Консерватизм як господарська ідеологія.
100. Основні положення соціалістичної господарської ідеології.

VII. ЗРАЗКИ ТЕСТОВИХ ЗАВДАНЬ

Визначте, що є об'єктом вивчення економічної соціології?

1. мотиваційна поведінка індивіда в умовах соціальної організації;
2. економіка соціальних процесів;
3. соціальні аспекти економіки;
4. взаємодія соціальної та економічної сфер суспільного життя, і відповідно – соціальних та економічних процесів.

Представниками «класичного етапу розвитку економічної соціології» є:

1. Н. Смелзер;
2. П. Сорокін;
3. П. Блау;
4. Р. Сведберг;
5. М. Грановеттер;
6. К. Маркс;
7. М. Вебер;
8. Т. Веблен;

Предмет економічної соціології – це:

1. соціальні механізми регулювання економічних відносин;
2. економічна дія як форма соціальної дії;
3. основні поняття економічної теорії, що вживаються для аналізу господарських відносин;
4. соціальні аспекти економіки.

Соціальний інститут це:

1. ієрархічно організована структура соціальної нерівності, що існує в певному суспільстві в певний історичний період;
2. місце людини в суспільстві, яке вона посідає як представник великої соціальної групи (професії, статі, віку, верстви, конфесії тощо);
3. відносно стійкі і систематичні відносини між соціальними суб'єктами і соціальними явищами;
4. сукупність цінностей та уявлень, що складає визначений зразок поведінки, поділяється членами соціальної групи і є необхідним для здійснення спільних дій.

Представниками «теорії людських відносин» є:

1. К. Маркс;
2. Е. Мейо;
3. Д. Макгрегор;
4. Р. Сведберг;
5. М. Грановеттер.

Специфічними категоріями економічної соціології є:

1. колектив, особистість, група, мотивація, ідентифікація, конформізм, взаємодія тощо.
2. соціальна група, соціальна структура, соціальна організація, соціальна мобільність, соціальна роль, соціальний престиж тощо.
3. соціальний механізм регулювання економіки, економічна свідомість, економічне мислення, економічна культура, економічний інтерес, економічна поведінка тощо.
4. характер та умови праці, організація праці, відношення до праці.

Соціальна норма це:

1. ієрархічно організована структура соціальної нерівності, що існує в певному суспільстві в певний історичний період;
2. місце людини в суспільстві, яке вона посідає як представник великої соціальної групи (професії, статі, віку, верстви, конфесії тощо);
3. сукупність засобів, за допомогою яких суспільство, або соціальна група досягає соціально необхідної поведінки своїх членів;
4. стійка форма організації сукупних відносин людей, які складаються шляхом стихійної еволюції або доцільних цілеспрямованих дій;

Представниками „Теорії соціальної стратифікації та мобільності” (традиція статусних досягнень) є:

1. П. Сорокін;
2. П. Блау;
3. О. Дункан;
4. Р. Сведберг;
5. Т. Веблен;
6. Д. Макгрегор.

Соціальний механізм регулювання економічних відносин – це:

1. структура, створена з управлінських груп, які здатні до саморегуляції активності і не перебувають в об'єктивно заданих умовах, що обмежують їхній суб'єктивний потенціал;
2. система взаємодії соціально-професійних груп і працівників, яка впливає на формування потреб та інтересів членів цих груп, а також на умови їх функціонування та результати праці;
3. стійка структура взаємодії соціальних суб'єктів з приводу виробництва, розподілу, обміну та споживання матеріальних благ та послуг, а також структура типів економічної поведінки цих суб'єктів;
4. сукупність управлінських груп, що займають відповідне місце в об'єктивно заданій ієрархії управління і відрізняються управлінським статусом.

Представниками «структурного функціоналізму» є:

1. Т. Парсонс;
2. Р. Мертон;
3. Н. Смелзер;
4. К. Девіс;
5. Д. Мур;
6. Р. Сведберг;
7. М. Грановеттер;
8. К. Маркс.

Економічна сфера – це:

1. цілісна підсистема суспільства, що відповідає за виробництво, розподіл, обмін і споживання матеріальних благ і послуг, необхідних для життєдіяльності людей;
2. галузь відносин між соціальними групами, що займають різне соціально-економічне становище у суспільстві, різняться роллю в суспільному розподілі праці, відношенням до засобів виробництва, джерел і розмірів доходів;
3. зміна соціальних об'єктів у часі, а також закономірності, що виникають при зміні їхніх станів;
4. стійка форма організації сукупних відносин людей, які складаються шляхом стихійної еволюції або доцільних цілеспрямованих дій.

Соціальний статус – це:

1. ієрархічно організована структура соціальної нерівності, що існує в певному суспільстві в певний історичний період;
2. місце людини в суспільстві, яке вона посідає як представник великої соціальної групи (професії, статі, віку, верстви, конфесії тощо);
3. сукупність засобів, за допомогою яких суспільство, або соціальна група досягає соціально необхідної поведінки своїх членів;
4. послідовна зміна явищ соціального буття, соціальні зміни в динаміці.

Представниками «нової економічної соціології» є:

1. Т. Парсонс, Р. Мертон, П. Смелзер, К. Девіс, Д. Мур
2. П. Сорокін, П. Блау, О. Дункан
3. Р. Сведберг, М. Грановеттер
4. К. Маркс, М. Вебер, Т. Веблен
5. Е. Мейо, Д. Макгрегор

Соціальна стратифікація – це:

1. ієрархічно організована структура соціальної нерівності, що існує в певному суспільстві в певний історичний період;
2. місце людини в суспільстві, яке вона посідає як представник великої соціальної групи (професії, статі, віку, верстви, конфесії тощо);
3. сукупність засобів, за допомогою яких суспільство, або соціальна група досягає соціально необхідної поведінки своїх членів;
4. послідовна зміна явищ соціального буття, соціальні зміни в динаміці.

М. Вебер виділяв такі типи людських дій:

1. цілераціональні;
2. цінніснорациональні;
3. афективні;
4. суб'єктивні;
5. традиційні.

Соціальні процеси – це:

1. цілісна підсистема суспільства, що відповідає за виробництво, розподіл, обмін і споживання матеріальних благ і послуг, необхідних для життєдіяльності людей;
2. галузь відносин між соціальними групами, що займають різне соціально-економічне становище у суспільстві, різняться роллю в

суспільному розподілі праці, відношенням до засобів виробництва, джерел і розмірів доходів;

3. зміна соціальних об'єктів у часі, а також закономірності, що виникають при зміні їхніх станів;
4. сукупність цінностей та уявлень, що складає визначений зразок поведінки, поділяється членами соціальної групи і є необхідним для здійснення спільних дій.

Соціальний закон – це:

1. ієрархічно організована структура соціальної нерівності, що існує в певному суспільстві в певний історичний період;
2. місце людини в суспільстві, яке вона посідає як представник великої соціальної групи (професії, статі, віку, верстви, конфесії тощо);
3. стійка форма організації сукупних відносин людей, які складаються шляхом стихійної еволюції або доцільних цілеспрямованих дій;
4. відносно стійкі і систематичні відносини між соціальними суб'єктами і соціальними явищами.

Вкажіть, які функції виконує економічна культура:

1. інноваційну;
2. економічну;
3. комунікативну;
4. політичну;
5. трансляційну.

Структуру основних категорій економічної соціології представляють як багаторівневу ієрархію, яка включає в себе три рівні. До першого рівня належать категорії:

1. економічна сфера і галузь соціальних відносин;
2. соціальний механізм регулювання економіки;
3. економічна свідомість і економічне мислення; соціально-економічні стереотипи; економічні інтереси, економічна поведінка, економічна культура.

Економічні відносини – це:

1. відносини між індивідами та групами людей з приводу матеріальних речей, обставин і проблем виробництва, розподілу і споживання матеріальних благ і послуг;

2. різновид суспільних відносин, пов'язаних з особливою діяльністю людей і їх взаємодією, направлених на забезпечення матеріальних потреб людини, а також на досягнення нею певних соціальних переваг і цілей;
3. сукупність форм організації економічного життя людей.

Структуру основних категорій економічної соціології представляють як багаторівневу ієрархію, яка включає в себе три рівні. До другого рівня належать категорії:

1. економічна сфера і галузь соціальних відносин;
2. соціальний механізм регулювання економіки;
3. економічна свідомість і економічне мислення; соціально-економічні стереотипи; економічні інтереси, економічна поведінка, економічна культура.

Які основні функції включає в себе підприємництво?

1. ресурсну;
2. мотиваційну;
3. управлінську;
4. інноваційну;
5. регулювальну;
6. ризикову.

Структуру основних категорій економічної соціології представляють як багаторівневу ієрархію, яка включає в себе три рівні. До третього рівня належать категорії

1. економічна сфера і галузь соціальних відносин;
2. соціальний механізм регулювання економіки;
3. економічна свідомість і економічне мислення; соціально-економічні стереотипи; економічні інтереси, економічна поведінка, економічна культура;

Розрізняють такі групи економічних відносин:

1. виробничі відносини;
2. розподільчі відносини;
3. купівля-продаж;
4. відносини обміну;
5. споживацькі відносини.

Кого вважають засновником американської індустріальної соціології:

1. Т. Веблена;
2. Е. Мейо;
3. П. Сорокіна;
4. Д. Макгрегора.

Соціальні взаємодії у сфері праці – це:

1. форма зв'язків, що реалізується в обміні умінням, досвідом, навичками, знаннями, вербальними та конкретними діями;
2. відносини між окремими людьми, соціальними групами, що беруть участь в економічному, політичному і духовному житті, мають різні соціальний статус, спосіб життя, джерела і рівні доходів, особистого споживання тощо;
3. взаємодії, які виникають між учасниками трудового процесу на основі поділу та кооперації праці у зв'язку з необхідністю обміну діяльністю та її продуктами для досягнення кінцевої виробничої мети;
4. взаємодія робітника і капіталіста, фермера із земельним власником тощо.

Автором концепції постіндустріального суспільства вважають:

1. Дж. Гелбрейта;
2. Е. Тоффлера;
3. Ф. Броделя;
4. Д. Белла;
5. К. Маркса.

Мета соціології праці – це:

1. дослідження соціально-трудова процесів усіх рівнів і сприяння розробці рекомендацій щодо їх управління, прогнозування та планування, спрямованих на створення оптимальних умов функціонування трудових колективів, соціально-професійних груп, окремих працівників;
2. дослідження системи взаємодії соціально-професійних груп і працівників, яка впливає на формування потреб та інтересів членів цих груп, а також на умови їх функціонування та результати праці;

3. дослідження структури взаємодії соціальних суб'єктів з приводу виробництва, розподілу, обміну та споживання матеріальних благ та послуг, а також структура типів економічної поведінки цих суб'єктів;

Автором теорій управління «X» та «Y» вважають:

1. У. Оучі;
2. Д. Макгрегора;
3. Д. Мерсера;
4. М. Вебера;
5. Ф. Хаєка.

Праця – це:

1. доцільний процес створення споживчих вартостей, матеріальних і моральних цінностей, необхідних для задоволення людських потреб;
2. прояв соціальної активності щодо навколишнього світу;
3. соціально-економічний спосіб поєднання працівника із засобами виробництва, спосіб включення індивіда у трудову сферу.

Головними ознаками соціальної структури виступають:

1. соціальне положення елементів у суспільній системі з приводу володіння владою, доходом, соціальним престижем, освітою тощо;
2. вертикальна і горизонтальна упорядкованість елементів структури відносно один одного, яка заснована на нерівному володінні цими благами;
3. взаємозв'язок елементів структури через обмін ресурсами, інформацією, спільність цінностей тощо;
4. соціальна активність елементів структури у суспільній, в тому числі економічній сфері;
5. соціальна неактивність елементів структури у суспільній, в тому числі економічній сфері.

Економічна культура – це:

1. система норм і цінностей, які визначають повсякденне життя людини;
2. система цінностей, що впливає на діяльність та поведінку людини у сфері соціоекономічних відносин;
3. система цінностей спілкування.

Характер праці– це:

1. доцільний процес створення споживчих вартостей, матеріальних і моральних цінностей, необхідних для задоволення людських потреб;
2. прояв соціальної активності щодо навколишнього світу;
3. соціально-економічний спосіб поєднання працівника із засобами виробництва, спосіб включення індивідуальної праці до суспільної і залежить від того, на кого людина працює.

Оберіть основні функції соціальної структури:

1. розподільча та перерозподільча;
2. інтеграційна;
3. інноваційна;
4. дестабілізуюча;
5. просвітницька.

Економічна свідомість – це

1. достатньо складна і системна складова свідомості, вищий рівень психічного відображення економічних відносин людиною, що формує реакцію і відповідну поведінку людини;
2. система норм і цінностей, які визначають повсякденне життя людини;
3. система цінностей, що впливає на діяльність та поведінку людини у сфері соціоекономічних відносин.

Зміст праці – це:

1. розподіл функцій на робочому місці і сукупність виконуваних операцій, обумовлених технікою, технологією, організацією виробництва і професійною майстерністю працівника через їх співвідношення і взаємозв'язок;
2. доцільний процес створення споживчих вартостей, матеріальних і моральних цінностей, необхідних для задоволення людських потреб;
3. прояв соціальної активності щодо навколишнього світу;
4. соціально-економічний спосіб поєднання працівника із засобами виробництва, спосіб включення індивідуальної праці до суспільної і залежить від того, на кого людина працює.

Оберіть типи соціальної стратифікації, які виділяв П. Сорокін:

1. економічна;
2. політична;
3. культурна;

4. професійна;
5. потенційна.

Оберіть чотири форми примусу до господарської діяльності:

1. позаекономічний примус;
2. економічний примус;
3. культурний примус;
4. технологічний примус;
5. ідеологічний примус.

Оберіть типи потреб за А. Маслоу:

1. фізіологічні;
2. космічні;
3. соціальні;
4. безпеки;
5. паталогічні;
6. самовираження;
7. поваги.

Економічна ментальність – це

1. сукупність розумових і поведінкових навичок, соціальних установок, уявлень та звичок людей у сфері економічної активності, об'єднаних у деяку цілісність, що має певний внутрішній зміст;
2. достатньо складна і системна складова свідомості, вищий рівень психічного відображення економічних відносин людиною, що формує реакцію і відповідну поведінку людини;
3. система норм і цінностей, які визначають повсякденне життя людини;
4. система цінностей, що впливає на діяльність та поведінку людини у сфері соціоекономічних відносин.

Інституційний аспект економічної культури – це

1. цінності і соціальні норми, які функціонують у рамках економіки, але суть цих норм і цінностей визначає їхній зміст у тих або інших соціальних інститутах: у політиці, праві, ідеології, в науці, моральності, сім'ї, релігії тощо.
2. особисті якості працівника і фіксує цінності, норми, переваги та інші риси свідомості суб'єктів економіки;

Трудова поведінка – це:

1. комплекс взаємопов'язаних дій, які чинять люди в системі конкретного соціуму для задоволення своїх найбільш значущих потреб;
2. комплекс певних послідовних вчинків людини, які зумовлені виконуваними ролями і чинними нормами в межах конкретної трудової організації та спрямовані на перетворення предметів праці з метою досягнення відповідного результату;
3. чітко визначені за змістом, часом і простором цілеспрямовані операції та функції.

Особистісний аспект економічної культури – це

1. цінності і соціальні норми, які функціонують у рамках економіки, але суть цих норм і цінностей визначає їхній зміст у тих або інших соціальних інститутах: у політиці, праві, ідеології, в науці, моральності, сім'ї, релігії тощо.
2. особисті якості працівника і фіксує цінності, норми, переваги та інші риси свідомості суб'єктів економіки.

Трудова діяльність це:

1. комплекс взаємопов'язаних дій, які чинять люди в системі конкретного соціуму для задоволення своїх найбільш значущих потреб;
2. комплекс певних послідовних вчинків людини, які зумовлені виконуваними ролями і чинними нормами в межах конкретної трудової організації та спрямовані на перетворення предметів праці з метою досягнення відповідного результату;
3. чітко визначені за змістом, часом і простором цілеспрямовані операції та функції.

До якого з зазначених типів (видів) соціальної мобільності належить трудова міграція:

1. географічна мобільність;
2. вертикальна мобільність;
3. горизонтальна мобільність;
4. міжпоколінна мобільність.

Хто першим дав наукове визначення підприємництву?

1. А. Сміт;

2. Р. Кантильйон;
3. Ж.-Б. Сей;
4. Й. Шумпетер;
5. М. Вебер.

Мобільність як деперсоніфікований процес характеризується:

1. обсягом, інтенсивністю і напрямом найважливіших потоків руху, певним соціальним механізмом, рушійними силами, прямими наслідками для суспільства;
2. одностороннім розглядом цієї проблеми: або в економічному, або в соціальному плані;
3. нерівномірним вивченням окремих форм соціальної мобільності при майже повній відсутності досліджень, які вивчають цей процес загалом;

Хто є прихильником трактування сутності підприємницької діяльності «Підприємець – це організатор виробництва (менеджер), не обов’язково наділений правами власності»?

1. Ж.Б. Сей и Дж. С. Мілль, А. Маршалл, К. Маркс, Й. Шумпетер, Л. Вальрас, К. Менгер, Ф. Візер, А. Коул, П. Дракер та ін.
2. Р. Коуз, О. Уільямсон;
3. Ф. Кене, А. Сміт;
4. Г. Шмоллер, Ф. Тоссіг, Й. Шумпетер, П. Дракер та ін.
5. Ж. Тюрго, В. Рошер, Б. Гільдебранд;
6. Р. Кантильйон, Дж. Тюнен, Д. де Тресі, Г. Мангольт та ін.

Хто є прихильником трактування сутності підприємницької діяльності «Підприємець – це той, хто несе тягар ризику та невизначеності в процесі економічного розвитку»?

1. Ж.Б. Сей и Дж. С. Мілль, А. Маршалл, К. Маркс, Й. Шумпетер, Л. Вальрас, К. Менгер, Ф. Візер, А. Коул, П. Дракер та ін.
2. Р. Коуз, О. Уільямсон;
3. Ф. Кене, А. Сміт;
4. Г. Шмоллер, Ф. Тоссіг, Й. Шумпетер, П. Дракер та ін.
5. Ж. Тюрго, В. Рошер, Б. Гільдебранд;
6. Р. Кантильйон, Дж. Тюнен, Д. де Тресі, Г. Мангольт та ін.

Інтенсивність мобільності – це:

1. число індивідів, що змінюють соціальні позиції в вертикальному і горизонтальному напрямку за певний період часу;
2. об'єктивні фактори, які діють на цей процес, а також суб'єктивне відношення (мотиви мобільності) працівників до зміни статусу, групи;
3. соціальні норми поведінки, кадрова політика, яка завдяки відповідним принципам і критеріям значною мірою контролює пересування індивідів.

VII. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

ОСНОВНІ ДЖЕРЕЛА

1. Єлісеєва Л.В. Роль соціального капіталу в економічному розвитку: монографія / НАН України, ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України». Київ, 2019. 356 с.
2. Івасюк Ю. Б. Економічна соціологія: Конспект лекцій: Навчальний посібник для студентів вищих закладів освіти. Львів: Новий Світ-2000, 2020. 116 с.
3. Міщук. Г.Ю. Інноваційні засади управління людськими ресурсами: можливості, виклики, пріоритети досягнення соціально-економічної безпеки: колективна монографія / Г.Ю. Міщук, О.І. Дяконенко, О.І. Іляш та ін.; за наук. ред. д.е.н., проф. Г.Ю. Міщук. Рівне : НУВГП, 2020. 408 с.
4. Рахманов О.А. Соціологія економіки [Електронний ресурс] : навч. посіб. / О.А. Рахманов; М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана». - Електрон. текстові дані. - Київ : КНЕУ, 2019. 169 с.
5. Рахманов О.А. Соціологія підприємництва [Електронний ресурс] : навч. посіб. / О.А. Рахманов; [редкол.: С.О. Цимбалюк (голова), Л.В. Щетініна та ін.] ; М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана». - Електрон. текстові дані. - Київ : КНЕУ, 2019. 154 с.
6. Управління сталим розвитком: підручник [В.П. Бех, Ю.В. Бех, М.В. Туленков, А.А. Кравченко, Л.М. Макаренко, О.Г. Рябека, Н.В. Крохмаль, В.В. Чепак, Я.О. Чепуренко] ; за заг. ред. В.П. Бека, М.В. Туленкова. Київ : Каравела, 2018. 538 с.
7. Цевух Ю.О. Ринок праці, міграція та соціально-економічний розвиток Європейського Союзу та України : навч.-метод. посіб. / Ю.О. Цевух ; Одес. нац. ун-т ім. І.І. Мечникова. Одеса : Одес. нац. ун-т ім. І.І. Мечникова, 2021. 138 с.

ДОПОМІЖНІ ДЖЕРЕЛА

8. Атаманюк Р. Ф., Атаманюк Е. А. Соціальна економіка: навчальний посібник. Львів: Новий Світ-2000, 2020. 203 с.
9. Варналій З.С. Основи підприємництва. К.: Знання-Прес, 2003. 285с.
10. Ворона В. Соціологічні нариси політеконома. Київ: Інститут соціології НАН України, 2020. 400 с.
11. Глобальна економіка: навчальний посібник / І.І. Вініченко, О.В. Гончаренко, С.В. Васильєв, К.М. Дідур. Київ: ТОВ «ДКС центр», 2019. 234 с.

12. Гусєва О.Ю., Воскобоєва О.В., Хлевицька Т.Б. Соціальна відповідальність бізнесу: навчальний посібник. Київ. Державний університет телекомунікацій, 2020. 222 с.
13. Економічна соціологія: хрестоматія / уклад. В.Г. Городяненко, В.В. Ніколенко. Дніпропетровськ : ЛПРА, 2014. 328 с.
14. Комерційна реклама і споживання: соціологічний дискурс: монографія / Н.В. Коваліско. О.І. Герус. Львів, Ліга-Прес 2017. 173 с.
15. Лукашевич М.П. Соціологія економіки: підручник / М.П. Лукашевич. – К.: Каравела, 2016. 280 с.
16. Матвєєв С.О., Лясота Л.І. Економічна соціологія: Підручник. Суми: ВТД «Університетська книга», 2006. 184 с.
17. Музиченко-Козловська О. В. Соціально-економічний розвиток регіону: практикум: навчальний посібник. Beau Bassin: GlobeEdit, 2022. 114 с.
18. Назарова Г.В., Гончарова С.Ю., Сотнікова Ю.В., Аграмакова Н.В. Соціальна економіка: навчальний посібник. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. 285 с.
19. Основи економічної соціології: навч.-метод. Посібник / Н.В. Коваліско, А.І. Кудринська. Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2016. 442 с.
20. Пачковський Ю.Ф. Психологія підприємництва: навч. посібник. К.: Каравела, 2006. 408с.
21. Пачковский Ю.Ф. Соціопсихологія підприємницької діяльності та поведінки. Львів: Світ, 2001. 272с.
22. Пилипенко В.Є. Реформи. Підприємництво. Культура. К.: Стилос, 2001. 151 с.
23. Пилипенко В.Е., Шевель І.М. Соціологія підприємництва. К.: Європа, 1997. 104 с.
24. Сіренко Н. М., Лункіна Т. І., Бурковська А. В. Соціальна відповідальність: навч. посіб. Миколаїв : МНАУ, 2021. 216 с.
25. Сірий Є.В. Підприємництво як предмет теоретико-соціологічного осмислення: моногр./ Є.С. Сірий.-К.: Агенство» Україна», 2008. 392с.
26. Сірий Є.В. Соціологія підприємництва /Є.В. Сірий, С.А. Фареник. К.: Український центр духовної культури, 2000. 258с.
27. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін. Посібник / А.А. Свинчук, А.О. Корнецький, М.А. Гончарова, В.Я. Назарук, Н.Є. Гусак, А.А. Туманова. К: ТОВ «Підприємство «Ві Ен Ей», 2017 188 с.
28. Яценко М.А. Гендерні особливості формування людського капіталу / М.А. Яценко // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики. Вип. 83. Запоріжжя: Класичний приватний університет, 2019. С. 216-224.

- 29.Яценко М.А. Освіта як фактор розвитку соціального капіталу / М.А. Яценко // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики. Вип. 81. – Запоріжжя: Класичний приватний університет, 2019. С. 90-98.
- 30.Яценко М.А. Каретна О.О. Довіра як складова соціального капіталу. Міжнародна наукова конференція «Феномен соціальної консолідації у Центральній-Східній Європі: нові реалії та виклики». Одеса, 2023. С. 48-50.
- 31.Яценко М.А. Структура соціального капіталу // М.А. Яценко // Інтеграційний розвиток особистості та суспільства: психологічний і соціологічний виміри: матеріали II міжнарод. наук.-практ. конф. (м. Одеса, 12 червня 2020 року) / за ред. д. ю. н., проф. Аракелян М. Р.; Національний університет «Одеська юридична академія». Одеса: Видавничий дім «Гельветика», 2020. 316 с. С. 305-308.

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ В ІНТЕРНЕТІ

1. <http://www.sau.in.ua> – Портал Соціологічної асоціації України.
2. <https://i-soc.com.ua/> – Інститут соціології НАНУ.
3. www.ukrstat.gov.ua – Державна служба статистики України.
4. <https://www.kiis.com.ua> – Київський Міжнародний інститут соціології.
5. <https://razumkov.org.ua> – Український центр економічних та політичних досліджень ім. О. Разумкова.
6. <https://socis.kiev.ua/ua/> – Центр соціальних та маркетингових досліджень «СОЦИС».
7. <http://www.nbuv.gov.ua> – Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського.
8. <http://www.asanet.org> – American Sociological Association.
9. <http://www.europeansociology.org> – European Sociological Association.
10. <http://www.isa-sociology.org> – International Sociological Association.
11. <http://www.annualreviews.org/loi/soc> – Annual Review of Sociology.

ЗМІСТ

I. Вступ.....	3
II. Загальні методичні рекомендації щодо вивчення курсу.....	5
III. Тематичний план навчальної дисципліни.....	9
IV. Програма навчального курсу.....	10
Тема 1. Соціологія економіки як наука.....	10
Тема 2. Основні етапи розвитку соціології економіки.....	14
Тема 3. Соціально-економічна структура суспільства.....	24
Тема 4. Соціальні засади економічної поведінки.....	32
Тема 5. Економічна культура як регулятор економічної поведінки.....	37
Тема 6. Праця як соціально-економічний процес.....	40
Тема 7. Соціологія споживання.....	46
Тема 8. Соціологія підприємництва.....	54
V. Питання для перевірки знань з курсу.....	61
VI. Зразки тестових завдань.....	64
VII. Список рекомендованих джерел.....	77

Навчальне видання

Яценко Микола Анатолійович
Каретна Ольга Олександрівна

СОЦІОЛОГІЯ ЕКОНОМІКИ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА

Навчально-методичний посібник

Освітньо-професійна програма «Соціологія»
підготовки здобувачів вищої освіти ступеня бакалавра
у Національному університеті «Одеська юридична академія»,
галузь знань – 05 «Соціальні та поведінкові науки»,
спеціальність – 054 «Соціологія»

Електронне видання

В авторській редакції

Формат 60x84/16. Ум-друк. арк. 3,5.