

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»**

Кафедра соціології і публічного управління

**КОНТЕНТ ЛЕКЦІЙ
з навчальної дисципліни
«Соціологія економіки»**

Харків – 2023

Тема 1. Соціологія економіки як наука

- 1. Предмет соціології економіки**
- 2. Соціологія економіки і її місце в системі соціального та гуманітарного знання: економічна теорія та економічна соціологія**
- 3. Методи соціології економіки**

Економічна соціологія являє собою галузеву соціологічну дисципліну, частина соціологічної науки, і її об'єкт і предмет можна визначити на основі конкретизації об'єкта і предмета соціології в цілому, виявивши особливості.

Об'єктом соціологічної науки, тобто частиною реальності, на яку спрямований її дослідницький інтерес, є суспільство як сукупність різноманітних форм спільної життєдіяльності, об'єднань, асоціацій і взаємодій людей.

Предмет науки являє собою специфічне відтворення реальності, тобто її об'єкта, на абстрактно-теоретичному рівні, особливу «оптику», сукупність специфічних питань, які задаються цією науковою для виявлення саме тих аспектів реальності, які для неї значущі.

Науки, які мають схожі об'єкти, можуть істотно різнятися саме предметами дослідження. Предмет соціології складають ті специфічні аспекти життя суспільства, на які спрямована дослідницька діяльність соціологів.

Від визначення предмета науки багато в чому залежить характер її предметного поля і використовуваних методів, оскільки передбачає концентрацію дослідницького інтересу на одних аспектах соціальної реальності і абстрагування від інших. Однак слід брати до уваги, що складність, багатогранність і динамізм суспільства породжує і рухливість, і багатогранність предметних областей соціології. Сучасні дослідники уникають однозначних і жорстких визначень предмета соціології, оскільки вони можуть обмежувати її пізнавальні можливості, враховувати при розгляді значущі проблеми соціального життя. У той же час за специфікою предметних областей виділяються галузеві соціологічні дисципліни, зосереджені на окремих сферах соціальної діяльності або інститутах. До таких дисциплін належить і економічна соціологія, яка, в свою чергу, включає в себе такі предметні області, як соціологія підприємництва, соціологія праці, соціологія організацій, соціологія ринку та ін. Набір галузевих соціологічних дисциплін постійно змінюється у зв'язку з трансформаціями проблемних полів науки і ускладненням соціальної реальності. При цьому їх предмети продовжують залишатися дискусійними і рухливими.

Об'єктом економічної соціології є економіка, господарське життя суспільства, економічна діяльність людей.

Та ж реальність є і об'єктом економічної теорії, що вивчає «діяльність людей в процесі виробництва, розподілу, обміну та споживання економічних благ в умовах альтернативності цілей і можливостей використання рідкісних ресурсів».

Принципові відмінності між науками слід шукати в їх предметах і методах, особливості підходу до вивчення об'єкта, специфічної «оптиці», яка застосовується для виявлення його найбільш істотних з точки зору даної науки характеристик.

Економіка абстрагується від впливу держави, церкви, культурних і освітніх систем на господарську діяльність або розглядає їх як зовнішнє середовище, в якій господарська діяльність здійснюється.

Економічна соціологія розглядає всі ці соціальні чинники як внутрішні передумови економічної діяльності, існування і розвитку економічних інститутів, соціально-економічної динаміки.

З позицій реалістичного підходу (К. Маркс, Е. Дюркгейм, Т. Парсонс) економіка розглядається як елемент або підсистема в цілісній системі суспільства, пов'язана з іншими підсистемами - соціальної, культурної, політичної, впливає на них і під владна їх впливу.

В теорії К. Маркса економічні інтереси детермінують в кінцевому рахунку (а не безпосередньо) політичні, культурні та інші відносини. У відомій праці «До критики політичної економії» він писав: «У суспільному виробництві свого життя люди вступають в певні, необхідні, від їхньої волі не залежні відносини - виробничі відносини, які відповідають певному етапу розвитку їхніх матеріальних продуктивних сил. Сукупність цих виробничих відносин становить економічну структуру суспільства, реальний базис, на якому надбудована юридична і політична надбудова і якому відповідають певні форми суспільної свідомості».

Спосіб виробництва матеріального життя обумовлює соціальний, політичний і духовний процеси життя взагалі. Не свідомість людей визначає їх буття, а, навпаки, їх суспільне буття визначає їх свідомість. На певному ступені свого розвитку матеріальні продуктивні сили суспільства приходять у суперечність з існуючими виробничими відносинами, або - що є тільки юридичним виразом останніх - з відносинами власності, всередині яких вони досі розвивалися. З форм розвитку продуктивних сил ці відносини перетворюються в їх кайдани. Тоді настає епоха соціальної революції. Зі зміною економічної основи більш-менш швидко відбувається переворот в усій величезній надбудові. При

розгляді таких переворотів необхідно завжди відрізняти матеріальний, з природничуточністю констатуючий переворот в економічних умовах виробництва - від юридичних, політичних, релігійних, художніх або філософських, коротше - від ідеологічних форм, в яких люди усвідомлюють цей конфлікт і борються за його вирішення. Як про окрему людину не можна судити на підставі того, що сам він про себе думає, точно так же не можна судити про подібну епоху перевороту по її свідомості. Навпаки, ця свідомість пояснюється суперечностями матеріального життя, існуючим конфліктом між суспільними продуктивними силами і виробничими відносинами ... Базис суспільства як спосіб виробництва визначає процеси, що відбуваються в політичній і культурній надбудові ».

В теорії структурного функціоналізму Т. Парсонса економіка як підсистема суспільства функціонально пов'язана з іншими його підсистемами - соціальною, культурною, політичною - і виконує функцію адаптації. Колега і співавтор Т. Парсонса, Н. Смелзер в роботі «Соціологія економічного життя» підкреслив, як взаємодію, так і предметне розмежування економіки і економічної соціології, які «задають різні питання» про економічну поведінку.

Соціологічний підхід ширше економічного, він заснований на дослідженнях «соціальних змінних», що діють в «економічній сфері» життя суспільства. До «економічної сфери» Смелзер відносить: виробництво, розподіл, обмін і споживання, а до «соціальних змінних», що діють в цій сфері, - спільноти і групи, ролі і статуси, організації, форми влади, ринки (праці, послуг), колективні дії, цінності, мотиви.

Таким чином економічна соціологія являє собою «додаток до загальної системи відліку, змінних і пояснювальних моделей соціології до дослідження комплексу різних видів діяльності, що стосуються виробництва, розподілу, обміну та споживання обмежених матеріальних ресурсів».

Саме з роботами Т. Парсонса пов'язані переклад на англійську мову і публікація в США, а по суті, введення в науковий апарат американських соціологів основних робіт М. Вебера.

Сьогодні у визначенні предмета економічної соціології переважають номіналістичні інтерпретації суспільства і діяльнісний підхід, тому він виявляється через поняття «економічна дія», «економічна діяльність», «економічна поведінка». Ці поняття близькі, і деякі дослідники ототожнюють їх або фіксують увагу на різних смислових аспектах. Поняття «дія» сходить до наведеного вище визначення соціальної дії М. Вебера та передбачає

усвідомлену, доцільну активність суб'єкта. Поняття «діяльність» акцентує свідому, доцільну творчу активність, спрямовану на задоволення різноманітних потреб. Діяльність включає мету, засоби, процес, нормативний порядок і умови здійснення, а також кінцевий результат (втілену мету).

Під економічною діяльністю розуміється індивідуальна і групова доцільна активність, спрямована на виробництво, розподіл і споживання благ в умовах використання рідкісних ресурсів.

Можна виділити різні форми економічної діяльності - виробничу, трудову, підприємницьку, господарсько-організаційну і т.д.

Під поведінкою розуміється сукупність спостережуваних дій, вчинків людей, які не завжди можуть бути усвідомлені і доцільні, оскільки початкова мотивація, що передбачалися сенс, цілі, нормативні орієнтації не завжди отримують реальне втілення і зовнішнє вираження. Поняття «поведінка» акцентує увагу дослідників на процесах адаптації до соціальної реальності (рольова поведінка).

Під економічною поведінкою розуміють сукупність дій, мотивовану економічними інтересами що передбачає визначення бажаного балансу між витратами і вигодами.

Говорячи про економічну діяльність, соціологи мають на увазі свідому виробничу, споживчу, обмінно-розподільну, організаційну активність, спрямовану на задоволення потреб в умовах рідкості доступних благ, здійснювану на основі соціально оформленіх мотивів і цілей, в контексті нормативних порядків, які визначаються формальними і неформальними правилами .

Суб'єктами економічної діяльності є як індивіди, котрі вступають у соціальні відносини, об'єднані мережевими зв'язками, так і колективи і організації, що представляють собою системи соціальних відносин, а також держави.

У роботах, присвячених господарської етики світових релігій, М. Вебер розглядав господарську діяльність людей як діяльність, орієнтовану на цінності і інститути конкретних товариств - на протестантські, індуїстські, конфуціанські релігійні цінності, на такі сформовані соціальні інститути, як держава, професійні корпорації, сім'я, форми власності і т.д. Це дало йому можливість проаналізувати конкретні історичні форми господарського життя як продукт обумовлених культурою «картин світу», як результат цілісного «життєвого поведінки» людей в контексті соціальних структур та інститутів.

Введена М. Вебером типологія соціальної дії дозволила йому ввести варіативність самого поняття раціональності, інтерпретувати його як цілерациональне, тобто орієнтоване на досягнення цілей найбільш ефективними засобами, і ціннісно раціональне, тобто орієнтоване на реалізацію цінностей, значущих соціокультурних зразків поведінки. Відповідно, господарські дії людей стало можливо пояснювати як їх чисто економічною доцільністю, так і прагненням відповідати нікому ціннісному зразком, реалізовувати приписаний культурою етос. Ця типологія ще доповнюється традиційною дією, що дозволяє пояснити економічну поведінку що склалася в суспільстві стійкими стереотипами, і афектними діями, що відображають нерідку в реальному житті емоційно обумовлену поведінку.

Економічна соціологія вивчає нормативні, ціннісні, інституціональні, групові особливості дій індивідуальних і колективних економічних акторів, тобто соціокультурні аспекти виробничої, трудової, підприємницької, організаційної та іншої діяльності, орієнтованої на максимізацію прибутку і оптимізацію витрат.

Предмет економічної соціології - соціальний зміст (передумови, мотиви, нормативні рамки, соціальні наслідки і т.д.) економічної дії, соціальної природи економічних інститутів, форми включення культурних і владних відносин в господарську діяльність.

Безумовно, таке визначення предмета економічної соціології носить попередній характер і для його уточнення слід визначити місце економічної соціології серед інших соціальних і гуманітарних дисциплін, перш за все прояснити відміну її предметної області від предметної області економічної теорії.

В якості предмету аналізу, економічної соціології притаманні:

- *Поведінка індивідів в системі зв'язків соціально-економічного характеру,*
- *їх настрої,*
- *погляди,*
- *інтереси,*
- *думки,*
- *стереотипи тощо.*

Для соціологів представляє інтерес:

- *механізм взаємодії цих груп між собою і з соціумом в цілому,*
- *які протиріччя і проблеми з'являються при функціонуванні та розвитку цих груп,*
- *ймовірні перспективи їх подальшого функціонування.*

Економічна соціологія вивчає особистість, як об'єкт і суб'єкт економічних взаємин. В області економіки між собою взаємодія не мономірні «економічні індивіди», а особистості, яким властиві не тільки економічні ролі, але, також, велика кількість ролей соціальних. Економічна соціологія займається дослідженням економіки з позицій того, як в ній знаходять своє задоволення соціальні потреби людей.

2. Економічна соціологія і її місце в системі соціального та гуманітарного знання: економічна теорія та економічна соціологія

Американський соціолог П. Бергер визначив соціологію як науку про «людину в суспільстві» і «суспільство в людині». Принципове значення для виявлення предмета соціології взагалі і будь-якої галузевої соціологічної дисципліни має використовувана нею модель людини, ті її уніфіковані властивості, які вона розглядає як значущі і від яких абстрагується, відволікається.

Формування економічної науки зажадало формування моделі «економічна людина» - *homoeconomicus*, а в соціології сформована модель «соціологічний людина» - *homosociologicus*.

Економіка, вивчаючи певні дії людини в суспільстві, абстрагується від соціальних зв'язків, культурних цінностей, моральних норм, ідеологічних та релігійних переконань, владних відносин, традицій, емоційних реакцій і т.д. Її цікавить «економічна людина» як суб'єкт:

- 1) ізольований, атомізований, що розглядається поза зв'язків з суспільством, іншими людьми, соціальними групами (родинними, етнічними, професійними і т.д.), соціальними інститутами (державою, сім'єю, церквою і т.д.);
- 2) орієнтований виключно на економічний інтерес - на максимізацію прибутку, рентабельність, ефективність; з його мотивації повністю виключені всі неекономічні чинники, такі, наприклад, як міркування релігійної віри, патріотизму, лояльності і т.д.;
- 3) абсолютно раціональний щодо своїх економічних дій, завжди прораховує найбільш ефективний шлях досягнення цілей; на нього не впливають ні випадковості, ні афекти, ні підсвідомі або не до кінця усвідомлені, ірраціональні інтуїції;

4) егоїстичний, орієнтований виключно на свої власні інтереси і цілі (в тому числі і чисто гедоністичної властивості) і не приймає до уваги міркування солідарності, моралі і боргу, честі і совісті, а також інтереси і цілі ні інших людей, ні суспільства;

5) незалежний, що знаходиться поза відносин панування і підпорядкування, поза владою, який реалізує тільки власні інтереси і цілі;

6) абсолютно інформований і кваліфікований, завжди володіє повною інформацією і знаннями, необхідними для прийняття правильного рішення;

7) статичний, абстрагований від історичного розвитку.

Ясно, що в реальному житті така людина не існує, це абстракція, створена шляхом логічного доведення до абсолюту ряду властивостей зайнятої в економіці людини. Така абстракція необхідна для зручності пізнавальної діяльності в економічній науці, однак за її межами вона позбавляє нас можливості досліджувати значущі аспекти економічного життя суспільства. Адже реальний учасник господарства - підприємець, менеджер, найманий працівник, продавець, покупець і т.д. - ніколи не буває повністю ізольований від суспільства і від інших людей. Він є громадянином держави, має родинні та дружні зв'язки, релігійні, політичні та моральні переконання, дотримується традицій і звичаїв, норми поведінки того суспільства, в якому живе, дотримується певних смаків, естетичних уподобань, відчуває любов і ненависть, радість і гнів,

Перш ніж зайнятися господарською діяльністю, людина будь-якого суспільства опановує професійні навички, а для цього освоює мову і норми культури свого суспільства, входить в контакт з державними органами та іншими органами влади, займає вільну нішу в уже сформованих господарських зв'язках і грає відведену їй роль. Якщо розглядати учасника господарського життя виключно як «економічну людину», то неможливо зрозуміти, чому ми іноді вважаємо за краще дорогий товар дешевому, відмовляємося від високооплачуваної роботи на користь менш вигідної, але більш зручної і цікавої, чому підприємець добровільно витрачає частину прибутку на благодійні потреби, чому найманий працівник не обов'язково підвищує продуктивність праці заради більш високої заробітної плати і т.д.

Все це змушує нас подивитися на соціальну природу економічного дії, її соціальні мотиви і наслідки. Таким чином, економічне життя і економічні дії людей розглядаються як соціально обумовлені і потрапляють в предметну область соціології, а суб'єкт економічної діяльності розглядається як «соціологічна людина».

«Соціологічний людина», на відміну від «економічної людини», являє собою продукт соціальних відносин, її дії засновані на цінностях, нормах, традиціях, вироблених суспільством.

«Соціологічний людина», крім економічного інтересу, керується моральними, релігійними, культурними, естетичними та іншими мотивами;

в своїх діях вона орієнтується на оцінки і думки інших людей, на соціальні групи, до яких належить,

на необхідність підтримувати і оптимізувати зв'язки та інтегруватися в існуючі інституційні структури.

Таким чином, «соціологічна людина» не атомізована і не егоїстична, її дії спрямовані на інших.

Крім того, вона встроєна в ієрархічні і владні відносини, змушена комусь підкорятися і в свою чергу панує над кимось.

«Соціологічна людина» завжди знаходиться в системі диференційованих соціальних груп і співтовариств, володіє специфікою, зумовленою класовою, етнічною, конфесійною та іншою приналежністю.

Особливе питання представляє інформованість «соціологічної людини», яка може бути обмежена як відсутністю або обмеженістю доступу до необхідної для прийняття рішень інформації, так і відсутністю необхідної для інтерпретації та використання інформації кваліфікації, які перешкоджають її сприйняттю соціокультурної зумовлені інформаційними «шумами». Тому люди нерідко діють не стільки на основі раціонального вибору оптимального рішення, скільки інтуїтивно, або на основі сформованих звичок, традицій, досвіду, або навіть емоційно - наприклад, фінансова поведінка людей, їх поводження з грошима нерідко обумовлено не тільки раціональним розрахунком, але і « пристрастями ».

Ще одна важлива відмінність «соціологічної людини» від «економічної людини» полягає в тому, що вона завжди розглядається в контексті розвитку, становлення, відповідного розвитку тих соціальних груп, до яких вона належить, і тих форм діяльності, якими вона зайнята.

Тому для економічної соціології найважливішою проблемою аналізу є дія носіїв різних господарських ролей і функцій в їх історичному становленні, наприклад, історична еволюція типів підприємництва, господарських організацій, найманої праці.

Узагальнимо відмінності базових абстракцій людини в економічній теорії та соціології

економічна людина

- ✓ *Ізольована, атомізована*
- ✓ *Орієнтована виключно на економічний інтерес*
- ✓ *Раціональна - досягає мети найбільш ефективними засобами*
- ✓ *Егоїстична - орієнтований на себе*
- ✓ *Незалежна - розглядається поза контекстом владних відносин*
- ✓ *Інформована і кваліфікована - має всю повну необхідної інформації і здатний її адекватно інтерпретувати*
- ✓ *Статична, абстрагована від історичного розвитку*

соціологічна людина

- ✓ *Завжди включена в контекст соціальних відносин*
- ✓ *Орієнтована на реалізацію норм і цінностей*
- ✓ *Раціональність множинна - досягає мети соціально схвалюваними засобами*
- ✓ *Альтруїстична - орієнтована на цілі і цінності інших людей і груп*
- ✓ *Включена в системи владних відносин, підпорядковується і керує*
- ✓ *Інформованість обмежена як неповним доступом до інформації, так і недоліком кваліфікації її інтерпретувати*
- ✓ *Формується в процесі історичного розвитку спільнот і колективів*

Проблема полягає в тому, що якщо модель «економічна людина» представляє нам раціонального егоїста, орієнтованого виключно на максимізацію власного прибутку, то модель «соціологічний людина» створює абстракцію залежного від суспільства, від оцінок і думок інших людей, механічно виконує норми і розділяє пропоновані цінності пасивного «соціального робота».

У реальному житті люди поводяться інакше, ніж умоглядні моделі, створені вченими, а завдання соціологів складаються в дослідженні саме реальності. Тому предметом їхньої уваги становить відхилення від моделей, що складаються в тому, що людина не тільки слідує соціальним нормам, але, як правило, вільно їх інтерпретує або навіть діє всупереч цим

нормам. Люди не просто приймають нав'язувані їм цінності, а їх оцінюють і вибирають. В процесі адаптації до соціальної реальності людина не просто «програє» ролі, а вибирає їх відповідно до власних схильностей, зумовлених як особистими особливостями, так і, що важливо для соціологів, своїм габітусом (П. Бурдье «систему місцьних придбаних схильностей»;), обумовленим соціальною історією. Люди не тільки діють раціонально, але і вибирають різні типи раціонального дії, по-різному оцінюючи свої можливості, цілі, ресурси дії. Все це ставить перед соціологами специфічні завдання типологізації взаємозв'язків соціального і економічного, аналізу форм їх взаємопереходів.

Крім того, в рамках феноменологічної соціології, соціального психоаналізу і ряду інших напрямків були зроблені висновки про те, що поведінка людини в суспільстві далеко не завжди раціонально: він орієнтується не тільки і не стільки на чітко усвідомлені цілі і адекватні шляхи їх досягнення, а на нечітке «буденне знання», на звичні стереотипи, на емоційну, моральну атмосферу навколо, на поведінку інших людей. Все це вносить в модель «соціологічна людина» елемент ірраціональності, невизначеності, спонтанності, який теж представляє інтерес для соціолога. З такими коригуваннями «соціологічна людина» вже постає як носій дій з ненавмисними наслідками, які не прораховують ні з позицій економічної цілерациональності, ні соціальної ціннісної раціональності.

3. Методи економічної соціології

Застосувані методи і підходи визначаються цілями, які ставлять перед собою дослідники. У найзагальнішому вигляді за програмними цілями досліджень роботи соціологів можна розділити на академічні, орієнтовані на приріст знання, і прикладні, спрямовані на вирішення конкретних практичних завдань і виконувані на замовлення. Дослідження соціологів мають на меті в першу чергу описати соціальну реальність, і пояснити її явища і процеси, і це відповідає статусу соціології як позитивної (О. Конт) і емпіричної науки. Набагато рідше соціологи ставлять перед собою завдання передбачення, прогнозування розвитку, а деякі принципово відмовляються від нього, подібно до М. Вебером, який описав типологію підприємництва і пояснив причини виникнення різних історичних типів, але принципово утримався від прогнозу їх історичного майбутнього.

Економічна соціологія використовує весь багатий і різноманітний набір методів, використовуваних соціологічною наукою, включаючи як теоретичні, так і емпіричні методи дослідень і збільшення знань.

До перших відносяться загальнонаукові методи синтезу, порівняння, узагальнення, класифікації, типологізації, історико-генетичного аналізу, а також індуктивний метод побудови висновків.

Для отримання емпіричних даних використовується, як і в економічній науці, вторинний аналіз статистичних даних. Однак особливість економічної соціології, на відміну від економічної науки, полягає в розробці спеціальних вибіркових методів, орієнтованих на специфіку конкретних проектів. Серед них найбільш поширені кількісні методи, що спираються на формалізований математичний апарат обробки даних.

До них відносяться в першу чергу анкетні опитування, на основі яких соціологи отримують кількісні дані, що дозволяють оцінити і описати тенденції соціальних процесів, їх масштаби, а також складати прогнози їх розвитку.

На відміну від економічної теорії соціологи застосовують якісні методи - глибинні інтерв'ю, фокус-групи, включене спостереження, дискурс-аналіз та ін.

Слід зазначити, що ці методи є «м'якими», не використовують математичних методів, в значній мірі припускають інтерпретації дослідника. Отримувані з їх допомогою дані дозволяють виявляти специфіку соціальних явищ і процесів, смисли дій людей, думки і оцінки, що впливають на характер їх дій, хоча і не дають можливості оцінити кількісні характеристики - поширеність, частоту, тенденції розвитку тих чи інших фактів.

Яскравим прикладом застосування якісних методів в економічній соціології є роботи сучасної американської дослідниці В. Зелізер, яка використовує якісний аналіз текстів - журнальних статей, листів, щоденників і т.д. - при вивченні ринків страхування життя, соціальних значень грошей, навіть прийняття рішення про народження дитини. Методи включеного спостереження використовуються при дослідженнях різних форм економічної поведінки - трудового, фінансового, організаційного.

Оскільки сучасне наукове знання має тенденцію до зростання рухливості міждисциплінарних кордонів, в економічній соціології нерідко використовуються методи і підходи інших гуманітарних наук - соціальної антропології, соціальної психології, історії.

Ще М. Вебер у своїх дослідженнях соціокультурних і духовних передумов становлення капіталістичного підприємництва користувався аналізом текстів та історичними типологіями різних форм господарських дій.

Німецький соціолог В. Зомбрат також активно використовував підхід, нині розглядається як ранній варіант феноменологічного, і методи аналізу різноманітних документів - щоденників, історичних хронік, філософських трактатів.

У дослідженнях сучасного американського вченого М. Аболафії за допомогою спостережень і глибинних інтерв'ю описуються інтерпретації ринків і відповідних ролей біржовими маклерами.

Тема 2. Історичний розвиток соціології економіки

- 1. Теоретичний етап розвитку економічної соціології.**
- 2. Емпіричний етап розвитку економічної соціології**
- 3. Економічна соціологія в останній третині ХХ початку ХХІ століття**

Економічної соціології притаманні два основних етапи розвитку - теоретичний і емпіричний.

1. Теоретичний етап розвитку економічної соціології.

Теоретичний етап розвитку економічної соціології, його ще називають класичний етап (середина XIX - початок 20-х років ХХ ст.) Становлення економічної соціології - це етап її теоретичної підготовки, формування вихідної методології. До характерних особливостей теоретичного (класичного) етапу відносять:

-розробку основоположних принципів вивчення реальних суспільних процесів під кутом взаємозв'язку економіки і суспільства;

-постановку і теоретичний аналіз ряду важливих проблем, що лежать на стику економіки і суспільства;

-більш широке просування в теоретичних поглядах соціологічного погляду на природу економічних процесів як альтернативи супротивному економічному погляду на розвиток економіки.

Великий внесок у розвиток економічної соціології в цей період внесли ідеї Е. Дюркгейма (1858-1917), П. Ж. Прудона (1809-1865), Дж. Р. Коммонса (1862-1945), Г. Зіммеля (1858-1918), В. Зомбтарта (1863-1941) та ін. Однак, найбільш яскравими представниками цього етапу є німецький економіст і філософ К. Маркс, німецький економічний історик і

соціолог М. Вебер, американський соціолог-економіст Т. Веблен. Їх заслуга полягає в тому, що вони розробили соціологічну альтернативу чисто економічному погляду на розвиток економіки.

Карл Маркс(1818-1883) - один з найвпливовіших мислителів XIX ст. Вершиною наукової діяльності Маркса став його знаменитий твір "Капітал" (1867), а головним внеском в розвиток соціологічної думки став *аналіз соціальної структури, заснований на переконанні, що суть історичного процесу - боротьба за контроль над власністю і багатством*. Ця боротьба, за Маркском, обумовлена поділом праці, в результаті якого утворюються класи, що мають протилежні інтереси. Сутнісна природа класів змінюється в різні періоди історії в залежності від пануючого способу економічного виробництва. Таким чином, вважав Маркс, в умовах капіталізму існує конфлікт між тими, чия праця використовується для створення багатства, і власниками засобів виробництва. У роботі "Німецька ідеологія" (1846) Маркс використовував терміни "продуктивні сили", "виробничі відносини", "поділ праці", оперуючи якими виявилося можливим виділити чотири різні формациї, що охоплюють всю людську історію: примітивний комунізм, античне суспільство, феодалізм і капіталізм . Витоки виникнення нових формаций в надрах старих Маркс пояснював протиріччями, що розвиваються в силу обмежень, нав'язуваних розвитку продуктивних сил станом виробничих відносин. Ці суперечності виявляються в боротьбі за привласнення додаткової вартості між класами, створеними певною організацією поділу праці. Згідно з економічною теорією К. Маркса, у міру розвитку капіталізму, з одного боку, буде проявлятися тенденція до кристалізації суспільних відносин між двома, і тільки двома, класами - капіталістами і пролетаріатом; з іншого боку, двом, і лише двом, класам відкрита можливість створення політичного і ідея створення соціального устрою суспільства. Якщо пролетаріат в боротьбі проти буржуазії об'єднується в клас, якщо шляхом революції він перетворює себе в пануючий клас і скасовує старі виробничі відносини, то з цими відносинами він знищує класи взагалі, а тим самим і своє панування як класу. За К. Маркском, на місце старого буржуазного суспільства з його класами і класовими суперечностями приходить асоціація, в якій вільний розвиток кожного є умовою вільного розвитку всіх. Внесок Маркса в розвиток соціологічної думки зберігає свій вплив до цих пір.

Макс Вебер(1864-1920) - німецький економічний історик і соціолог, видатний дослідник, який зробив величезний внесок у розвиток соціологічної теорії. Вебер зробив велике порівняльне дослідження світових релігій, щоб простежити ставлення між

релігійними ідеалами і економічним розвитком. Головне питання, на який він намагався відповісти, - як впливають релігійно-етичні установки на характер і форми мотивації економічної діяльності. Найбільш відомий його твір - "Протестантська етика і дух капіталізму" (1905). Вебер вважав, що такі складні поняття, як капіталізм, релігія, держава та ін., можуть бути глибоко осмислені тільки на основі аналізу поведінки індивідів. Він вважав, що соціологу потрібно досліджувати мотиви вчинків людей і значення, які вони надають власній поведінці і діям інших. Отримуючи достовірні знання про поведінку особистості в соціальному контексті, дослідник може глибше зрозуміти соціальну поведінку різних соціальних спільнот. Веберовська теорія соціальної дії створює ідеально-типові конструкції, що визначаються "інтересами епохи" - традиційністю, харизматичною, раціональністю. Вебер виділив чотири види соціальної дії: традиційну дію, здійснювану тільки тому, що вона виконується завжди; емоційну дію, ту що диктуються емоціями; ціннісно-раціональну дію, що переслідує конкретні цінності; цілерациональну, або інструментальну дію. Найбільш чистим емпіричним зразком цілерациональної дії Вебер вважав економічну поведінку індивіда. Економічне дію, що представляє перш за все форму раціональної поведінки, орієнтовану на отримання вигоди, Вебер співвідносив з більш широкою сферою владних орієнтацій. Він розробив три типи підстави влади: 1) авторитет, традиції, засновані на священному характері інститутів, що спираються на досвід поколінь; 2) правові норми, що забезпечують ефективний розвиток економіки, 3) емоційне визнання, який чиниться вождям, що володіє винятковою владою. Виходячи з цього, Вебер виділив такі категорії, як авторитет, влада, статус, престиж та ін.. Що дозволяють аналізувати ступінь впливу владних структур на розвиток економіки. Вебер показав конкретно-історичний характер формування самого економічного інтересу, визрівання в конкретному соціально-культурному середовищі так званого західноєвропейського підприємницького духу. Головну роль у формуванні західноєвропейського капіталістичного духу Вебер відводив протестантській трудовій етиці (працьовитість, чесна робота, моральна дисципліна і ін.). Теорія соціальної дії Вебера справила визначальний вплив на економічну соціологію ХХ ст. З позицій культурологічного підходу М. Вебера, основою розвитку промислового капіталізму сучасного західного типу є підйом аскетичного протестантизму, що формує «дух капіталізму» як сукупність цінностей і установок, що перетворюють Теорія соціальної дії Вебера справила визначальний вплив на економічну соціологію ХХ в. З позицій культурологічного підходу М. Вебера, основою розвитку промислового капіталізму сучасного йому західного типу є підйом аскетичного

протестантства, що формує «дух капіталізму» як сукупність цінностей і установок, що перетворюють людську діяльність в здійснення божествених задумів.

М. Вебер вважав, що, по-перше, капіталізм означає раціональність в її концентрованому вираженні; по-друге, класова боротьба не займає центрального місця в суспільному житті, бо вона викликається лише відмінностями в майновий стан і змінним успіхом, який випадає на долю учасників ринкових відносин; по-третє, соціалізм, що формується поза сферою дії об'єктивних соціально-економічних законів, і зокрема закону конкуренції, призведе до зайвої бюрократизації суспільного розвитку.

Торстейн Веблен(1857-1929) - американський соціолог, економіст, соціальний критик. Історія людської цивілізації, по Веблену, - це зміна переважаючих в певні періоди історії різних соціальних інститутів, що розуміються їм як загальноприйняті зразки поведінки і звички мислення.

У доісторичні часи соціальні інститути лише зароджувалися, і соціальне регулювання здійснювалося на рівні інстинктів, серед яких Веблен називав головними батьківський інстинкт, інстинкт майстерності і "простої цікавості" (пізнання). Ці інстинкти зберігають своє значення і для інших епох.

Час машинної корпоративної індустрії характеризується, по Веблену, інститутами "грошової конкуренції" і "показного споживання".

В "Теорії праздного класу" (1899) - Веблен аналізує механізми формування "стяжательського" типу економічної поведінки, що характеризує представників цього класу. Цей тип Веблен протиставляє "продуктивному" типу поведінки, характерному для нижчих класів. Для праздного класу, по Веблену, стає характерним принцип демонстративного марнотратства в ім'я підтримки "високого"рівня життя.

В "Теорії ділового підприємництва" (1904) Веблен розвиває концепцію техніко-економічного випереджаючого розвитку суспільства. На його думку, розвиток економіки випереджає розвиток соціальних інститутів і тягне за собою їх зміни, а, в кінцевому рахунку, і заміну. Основною характеристикою стану суспільства на початку ХХ ст. він вважав протистояння інтересів індустрії та бізнесу. У подоланні цього протистояння основну роль, по Веблену, повинна зіграти технократія як носій інтересів науково-технічного прогресу на противагу приватно власним інтересам бізнесменів. Технократична теорія Веблена стала невід'ємною частиною сучасної західної соціології. У трактуванні Т. Веблена «еволюція соціального устрою», тобто суспільно-економічного розвитку постає як реалізація процесу

«природного відбору» різноманітних інститутів. Розвиток соціальних інститутів і природи людини зводиться в загальних рисах до природного відбору найбільш пристосованого способу мислення і адаптації до оточення.

Т. Веблен сформулював тезу про те, що економічна наука повинна стати науковою про поведінку людей в їх відношенні до матеріальних засобів існування. Сфорою своїх досліджень Т. Веблен зробив споживчу поведінку різних соціальних груп, зосередивши свою увагу на проблемі мотивації основних типів цієї поведінки - "демонстративного" і "підставного" - як безпосереднього вираження споживацького способу життя.

Таким чином, ми розглянули три оригінальних підходу яскравих мислителів на етапі формування вихідної методології науки економічної соціології. У концепції К. Маркса, викладеної в "Капіталі", розглянуті два основних способи підвищення додаткової вартості за рахунок найманих робітників, один з яких зводиться до збільшення тривалості роботи, а інший - до максимального скорочення тривалості необхідної праці за рахунок зростання його продуктивності. При цьому виявляється механізм, що пояснює прагнення капіталістичної економіки до постійного зростання продуктивності праці (відкриття даного механізму, що характеризує, за К. Марксом, природу капіталістичного ладу, дозволило його послідовникам зробити акцент на другому способі підвищення додаткової вартості і зв'язати його з перманентним розгортанням науково-технічного прогресу).

У концепції М. Вебера виявляється соціокультурної механізм становлення і розвитку "духу капіталізму", що формується етичними і релігійними інституціями і особливо інститутом протестантства як активної релігії.

У концепції Т. Веблена розкриваються основні пружини функціонування і розвитку суспільства в контексті капіталістичного способу виробництва, а еволюція соціальних інститутів і природи людини розглядається як природний відбір найбільш пристосованих способу мислення і типу поведінки. Доповнюючи один одного, ці концепції створюють потужний теоретичний фундамент становлення економічної соціології як науки.

2. Емпіричний етап розвитку економічної соціології

Цей етап тісно пов'язаний з роботами Фредеріка Тейлора (США) і Елтона Мейо (США).

Фредерік Тейлор (1856-1915) заснував класичну школу наукового менеджменту. Він, а пізніше і його послідовниками, розробили знамениту «систему Тейлора» - систему виробництва і організації праці, яка ґрунтуються на науково-технічних досягненнях. Дані

система являла собою поєднання методів нормування і організації праці, управління процесами підбору, виробництва, оплати і розстановки робочої сили, націлених на підвищення якості праці та ефективності, його інтенсифікацію. Тейлор вважав необхідними докладне дослідження трудових процесів, утвердження суворого регламенту на підбір, виконання і спеціальне тренування робітників, потрібних для виконання різноманітних робіт в умовах високих темпів праці.

У всьому своєму обсязі, система Тейлора, ґрунтувалася на таких принципах:

- Заміна грубих практичних методів на наукові принципи.
- Ретельний відбір робітників на підставі науково встановлених ознак, професійного навчання та тренування кожного з них.
- Співпраці робітників і адміністрації для вирішення виробничих завдань.
- Рівномірному розподілі праці.
- Поділу відповідальності за процес виробництва між робітниками і адміністрацією.

Тейлор вважав, що стимулювання індивідуальної праці надає набагато більш ефективний вплив на продуктивність. У тому випадку, коли відбувається об'єднання робітників в артілі, кожен з них працює в певній мірі менш ефективно. Наукові методи праці необхідно розробляти, виходячи з результатів скрупульозного спостереження за роботою окремо-зятого робітника.

Суттєвою особливістю робіт Елтона Мейо (1880-1949) була його антипатія до соціальних конфліктів і до можливих соціальних негараздів. Його віра в те, що промислові заворушення обумовлені особистими проблемами як фізіологічних, так і психічних властивостей, сильно впливала на його підхід до аналізу індустріального суспільства. Так, наприклад, він вважав, що джерелом виробничих заворушень є не стільки прагнення робітників до дотримання своїх законних економічних або групових інтересів, скільки їх пессимістична внутрішня установка. Відповідно, відмова індивіда підкорятися тим чи іншим вимогам керівника розглядався Мейо не як один з неминучих моментів роботи виробництва, а як прояв його, індивіда, психічної нестійкості. Оцінюючи результати Хоторнських експериментів, Мейо свідомо нехтує впливом матеріального заохочення на поведінку збиральниць і акцентує увагу на груповій згуртованості і ненав'язливому керівництві.Хоча Мейо змушений оцінювати Хоторнські експерименти на мікрорівні, він прагне до розгляду

соціального макрорівня і, так званих, наслідків аномії. Відповідно він, так чи інакше, намагається екстраполювати очевидний "успіх" Хоторнських експериментів на суспільство в цілому і тому приписує промисловим керівникам значну роль у відновленні і підтримці соціальної рівноваги. Подібно до того як ідеї наукового менеджменту стали асоціюватися з практиками і репутацією Ф. У. Тейлора, вивчення взаємовідносин членів виробничого колективу і соціальних аспектів особистості, стало напередодні нової ери в теорії управління, стали пов'язувати з фігурою Елтона Мейо. За іронією долі, академічні коментатори часто протиставляють ідеї Мейо ідеям Тейлора, хоча обидві ці людини прагнули до досягнення одних і тих же цілей - до досягнення промислової гармонії і до припинення антагонізму між керівництвом і робітниками.

Хоторнський експеримент тривав з 1927 по 1936 р. Керівництво компанії прагнуло досягти високої продуктивності праці, а його менеджери були послідовниками популярної в той час наукової організації праці, однак, коли вони пропонували робочим більш ефективні методи роботи, ті ставилися до новацій негативно, вважали, що їх хочуть перетворити на роботів, і відмовлялися слідувати рекомендаціям. Під час Хоторнського експерименту була проведена серія досліджень за сприяння Гарвардської школи ділового адміністрування (1927-1932), результати яких згодом лягли в основу курсів психології і менеджменту. Найбільш відомим став експеримент, предметом якого була продуктивність праці 5 жінок, які працювали в окремому приміщенні на умовах оплати за виконану роботу. Вимірювання продуктивності праці цих жінок проводилося протягом 23 періодів, тривалістю від 3-4 до 30 тижнів. Кількість перерв для відпочинку і обідів постійно міняли. Працівниці реагували на будь-які зміни в роботі (кількість і тривалість перерв для відпочинку або прийому їжі, їх скорочення, навіть повна ліквідація перерв) підвищеннем продуктивності праці. Сумарний результат дослідження полягав в тому, що протягом перших найбільш часто згадуваних в літературі періодів продуктивність праці робітниць неухильно росла, не залежала від кількості перерв на відпочинок і досягла рівня на 30-40% вище початкового, який був встановлений на початку експерименту. Зокрема, на початку 12-го періоду робітниць позбавили скороченого дня в суботу, двох планових перерв, якими вони могли користуватися під час 11-го періоду. Проте, продуктивність праці зросла на 11%. На 13-му періоді кількість перерв було відновлено і працівниці почали отримувати на обід напої за рахунок компанії. Все це призвело до підвищення продуктивності праці на 4%. Дослідники прийшли до висновку, що конкретні особливості графіка роботи і зміни, які вносилися протягом 13 періодів, не мали значення, а продуктивність праці зросла завдяки поліпшенню відносин між працівниками в самій групі і їх безпосереднім керівником. Мейо і його колеги вважали, що особливий статус робітниць, їх «окремість» від інших робочих зміцнили «корпоративний дух» в групі, сприяли її згуртованості. Члени групи несподівано відчули, що керівник

проявляє до них увагу, поводиться привітніше, хоче дізнатися їхню думку, цікавиться їхніми пропозиціями. До того ж нова система оплати прив'язувала заробіток до продуктивності групи, а не всієї фабрики, що зумовило процес утворення нових групових норм, які полягали в підвищенні продуктивності праці, взаємодопомоги, більш позитивне ставлення до керівництва. До того, як виявилося в цих дослідженнях, проведених на Хоторнському підприємстві одночасно (1931-1932 р.р.), працівники отримали своєрідне звільнення від тих норм, які стримували продуктивність праці, так чи інакше діяли на підприємстві і нав'язувалися працівниками один одному (через нарікання як на вербальному, так і на невербальному рівнях) в інших підрозділах.

Яка роль Хоторнського експерименту для економічної соціології і соціології в цілому?

По-перше, це був один з найперших масштабних соціологічних експериментів, рівних якому соціологія, по суті, до сих пір не знає.

По-друге, він показав великі практичні можливості емпіричної соціології впливати на ефективність багатьох управлінських рішень. Тим самим було дано поштовх активному впровадженню соціології в діяльність фірм.

По-третє, він продемонстрував тісний зв'язок емпіричної соціології з соціальною психологією і антропологією. Емпіричні дослідження в промисловості показали, що соціально-психологічні і «людські» чинники відіграють велику роль, і недооцінювати їх не можна. Це сприяло розвитку потреби в кадрах соціологів - фахівців потрібної, модної і добре оплачуваної професії.

У 1930-1940-х рр. відбувалося швидке впровадження методів емпіричного дослідження в вивчення економічних і соціальних процесів в сферах праці, виробництва, менеджменту, культури, освіти, дозвілля. Така ситуація стала відображенням і результатом високого практичного інтересу в проведенні емпіричних досліджень.

3. Економічна соціологія в останній третині ХХ початку ХХІ століття

В останній третині ХХ ст. в рамках американської емпіричної соціології проводяться дослідження, що завершуються виробленням рекомендацій і створенням соціальних технологій, яких потребує промислове виробництво. Розвиток американської емпіричної соціології в останній третині минулого століття здійснювався переважно в рамках її зв'язку і взаємодії з теоретичною соціологією, але вже на новому рівні розвитку методології і методики емпіричного використання новітніх комп'ютерних технологій обробки даних. В останні 20 років найважливішим союзником емпіричної соціології став інтернет.

Якщо американська емпірична соціологія міцно сформувалася і навіть стала домінувати в соціологічній науці в період між двома світовими війнами, то в Європі процес інституціоналізації емпіричної соціології став здійснюватися лише після закінчення Другої світової війни. Це сталося в кінці 1940-х - 1950-ті р. р. Багато соціологів, які емігрували зі своїх країн, стали повертатися в них, що сприяло активному проведенню емпіричних досліджень. Розвитку емпіричної соціології вимагали і економіка що відновлювалась, і демократизація політичних процесів, і суттєві зміни в духовній сфері життя суспільства. Важливою особливістю емпіричних досліджень в європейських країнах стало, перш за все, проведення їх у сфері промисловості. Технічний і технологічний прогрес зажадав виявлення і чітких наукових уявлень про економічну поведінку людей на підприємствах, як складаються соціально-психологічні відносини навколо праці та виробництва, про професійні орієнтації молоді та т. п. Дослідження цих та інших проблем поставило перед соціологами завдання вдосконалення методології, методики, техніки і процедур емпіричного вивчення конкретних, буквально повсякденних проблем виробничого життя і діяльності зайнятих працівників. Активно впроваджувалися нові для європейської емпіричної соціології, запозичені в США методи емпіричного дослідження, відкриті індустріальною соціологією, соціологією праці, соціологією менеджменту.

У Радянському Союзі на початку 1930-х до кінця 1950-х початку 1960-х р. р., в умовах панування сталінського режиму емпірична соціологія (як і вся соціологічна наука) перебувала під забороною. Її друге народження почалося в період «хрущовської відлиги», в кінці 1950-х - початку 1960-х рр. У країні виник і став швидко зростати інтерес до емпіричного вивчення конкретних соціальних проблем за допомогою соціологічних методів. У вузах стрімко збільшувалася кількість викладачів, що цікавилися цією роботою. З'явилися перші соціологічні служби на великих промислових підприємствах, особливо тих, якими керували масштабно мислячі директора.

У період 1960-1980-х рр. придбала популярність так звана «заводська», або промислова соціологія. Практична потреба в ній стала відчуватися вже в 1960-х р. р. Почали проводитися емпіричні дослідження на підприємствах. Їх організацією займалися, як правило, інженерно-технічні працівники різних служб і відділів підприємств, які виявили інтерес до цього виду діяльності. На різних курсах (найчастіше очно-заочних), семінарах, в університетах марксизму-ленінізму вони отримували соціологічні знання, які повинні були їм допомогти в проведенні емпіричних досліджень. Заняття проводили працівники академічних

структур і вузівські викладачі, що почали самі займатися соціологією на кілька років раніше. Кількість заводських соціологів росло досить швидко. На підприємствах створювалися соціологічні бюро, лабораторії, відділи і навіть служби. Представники заводської соціології стали захищати дисертації. Все це тривало аж до кінця 1980-х - початку 1990-х рр., Поки не почався справжній розгром промислової соціології. Як тільки промислові підприємства стали «зavalюватися», а потім і «валитися», першими, кого стали звільнити, виявилися соціологи. Ліквідовувалися цілком структури, в яких налічувалося в своєму складі не тільки 3-5 чоловік, але 10, 15 і навіть - на великих підприємствах - 25 соціологів.

В інституті соціології Національної академії наук України відділ економічної соціології функціонує з 1990 року. Займається дослідженнями соціально-економічних проблем сучасного українського суспільства. Основні напрямки роботи пов'язані з дослідженням соціальних аспектів розвитку вітчизняної економіки, а саме:

- ✓ з аналізом підприємницької діяльності і соціальних механізмів приватизаційних процесів,
- ✓ визначенням типів соціально-економічної поведінки різних груп населення,
- ✓ вивченням економічної культури і якості життя населення,
- ✓ оцінкою соціального потенціалу інноваційного розвитку вітчизняної економіки.

Співробітники відділу також досліджують проблеми глобалізації і входження України в глобальне соціально-економічний простір, наслідки глобальної фінансово-економічної кризи. Крім планових науково-дослідних робіт, відділ займається поточними дослідженнями на замовлення державних органів і приватних організацій.

Тема 3. Соціально-економічна стратифікація і розвиток економіки

1. Основні напрямки соціально-структурного аналізу економіки.
2. Економічна стратифікація: об'єктивний і суб'єктивний вимір.
3. Бідність і багатство в соціологічному вимірі.

1. Основні напрямки соціально-структурного аналізу економіки.

Майже всі соціальні регулятори економічної діяльності функціонують за допомогою різних компонентів соціальної структури - будь це група менеджерів, споживачів, найманих

працівників, підприємців тощо. Кожна з цих груп становить важливий елемент соціальної структури. Одночасно кожен з них виконує певну роль в соціальній та економічній сферах суспільства - організовує виробництво товарів і послуг, виробляє своєю працею ці товари і послуги, купує їх на ринку, продає на ньому свою робочу силу або управлює економічною діяльністю корпорацій, банків і т.п. А економічна діяльність всіх цих та інших соціальних груп, що існують в суспільстві, зміст і спрямованість цієї діяльності, її кінцевий результат - товар, послуга, управлінське рішення або економічна інновація детермінуються місцем і роллю соціальних груп і спільнот в стратифікаційній структурі суспільства. Отже, для економічної соціології велике значення має з'ясування соціальної структури суспільства.

Соціально-стратифікаційна структура суспільства - це сукупність різних за чисельністю, соціальним станом у системі суспільних відносин, стійких форм соціальних груп, спільнот, їх соціальних позицій і взаємодій між ними. Найважливіша відмінна риса соціальної структури полягає в тому, що вона тотожна системним властивостям комплексу складових її елементів. Наприклад, структура соціальної групи також відрізняється від сукупності складових її членів тими властивостями, які не можуть бути використані для опису окремих членів і, отже, відносяться до всієї групи як цілого (властивість згуртованості). Таким чином, соціологічний аналіз соціальної структури докорінно відрізняється від вивчення складових її елементів (індивідів, норм, цінностей, соціальних статусів, ролей і т.п.), оскільки таке дослідження зосереджено на системних (що не зводиться до суми складових елементів) властивості саме сукупності елементів, що характеризують не окремі з них, а спосіб їх поєднання, відносин і взаємодій між ними. Розгляд суспільства як складно організованої соціальної системи передбачає виділення в ньому окремих індивідів і спільнот людей, об'єднаних різноманітними зв'язками і взаємовідносинами, специфічно соціальними за своєю природою. Системний аналіз включає як розгляд зв'язків соціальної системи з зовнішнім середовищем, так і її структуру. Соціальна структура багатогранна і багатокомпонентна. В. Радаєв та О. Шкарата дають таке визначення цього поняття: «Соціальна структура охоплює розміщення всіх відносин, залежностей, взаємодій між окремими елементами в соціальних системах різного рангу. Як елементи виступають соціальні інститути, соціальні групи і спільноти різних типів; базовими одиницями соціальної структури є норми і цінності, відносин і взаємодій між ними». Розгляд суспільства як складно організованої соціальної системи передбачає виділення в ньому окремих індивідів і спільнот людей, об'єднаних різноманітними зв'язками і взаємовідносинами, специфічно

соціальними за своєю природою. Системний аналіз включає як розгляд зв'язків соціальної системи з зовнішнім середовищем, так і її структуру.

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

Головними ознаками соціальної структури виступають:

- соціальний стан елементів в суспільній системі з приводу володіння владою, доходом, соціальним престижем і т.д.;
- 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 т.д.;
- соціальна активність елементів структури в громадській, в тому числі економічній, житті.

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

Під соціальною спільністю розуміється сукупність людей, що об'єднуються природними, що історично склалися стійкими соціальними зв'язками, відносинами і рядом спільних рис.

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

Залежно від соціально-утворюючих критеріїв виділяють такі типи спільнот, як: соціально-демографічні, соціально-територіальні, соціально-професійні, етносоціальні, конфесійні та ін.

Соціальна група - це сукупність людей, об'єднана спільними соціально-значущими ознаками. Згідно широко поширеним визначенням американського соціолога Р. Мертона 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.

1) Певний спосіб взаємодії між членами групи означає, що вони об'єднуються один з одним спільними інтересами і спільною справою. Наприклад, члени однієї бригади меблевого підприємства разом обговорюють намічений план дій з випуску нових меблів, взаємодіють один з одним у виробничому процесі, виконуючи в той же час свою власну роль.

2) Усвідомлення приналежності до цієї групи говорить про те, що працівники одного підприємства повинні проявляти вірність йому, своєю працею задовольняти не тільки свої інтереси, а й інтереси всієї групи. Особливо рельєфно ця характерна риса групової самосвідомості розвинена на японських промислових підприємствах, де за даними соціологічних досліджень, 75% робітників і 84% службовців вважають, що всі співробітники однієї компанії утворюють як би одну спортивну команду (так звана корпоративна людина).

3) Усвідомлення членів даної групи, як єдиного цілого, іншими людьми. Наприклад, працівників автомобільного заводу навколоїшні називають «автозаводчанами», маючи на увазі їх єдність не тільки у виробничій діяльності, але і в спільному проведенні дозвілля, в підтримці своєї футбольної команди і т.п.

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

Соціальний шар включає в себе безліч людей з будь-яким загальним статусним ознакою свого становища, які усвідомлюють себе пов'язаними один з одним цієї спільністю.

Соціальний статус людини (групи людей) визначається її положенням, соціальною значущістю в суспільстві, виходячи з важливості для суспільства виконуваних нею функцій. Статус буває приписаний (даний від народження) і набутий (досягнутий в процесі життя).

Очікувану від людини поведінку, яка визначається її статусом, називають соціальною роллю. Дляожної особистості притаманний свій рольовий набір, що включає ряд соціальних ролей, що випливають із соціальних статусів даної особистості (статус жінки або чоловіки, сина або дочки, статус студента, спортсмена, бухгалтера, банкіра і т.д.)

Соціальна структура - якісна визначеність суспільства. Її зміна відображає корінні зрушенні в суспільній системі, в 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 в розвитку економіки:

1. Розподільча 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 в підготовці фахівців для тих чи інших галузей економіки та інших соціальних механізмів стає можливим приводити соціальну структуру в більшу відповідність з потребами соціально-економічного розвитку.

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

3. Інноваційна. Її суть в сприянні науково-технологічному оновленню економіки: підвищенню технічного рівня продукції, що випускається; вдосконаленню форм організації виробництва; впровадженню ресурсозберігаючих і екологічно-безпечних технологій і т.д. Тому, наскільки суб'єкти господарської діяльності орієнтовані на нововведення, впровадження новітніх досягнень науки і техніки, соціальна структура може бути інноваційно-орієнтованою чи такою яка гальмує інноваційні процеси. В результаті вона буде відповідно або сприяти впровадженню досягнень науково-технічного прогресу, надавати економіці позитивний динамізм, або гальмувати науково-технічний прогрес, приводити економіку в застійний стан.

Аналізуючи соціальну структуру трудового колективу, звертають увагу на освітній та професійно-кваліфікаційний рівень персоналу. У цьому випадку виділяють чисельність працівників, які мають базову та загальну середню, середньо-спеціальну та вищу освіту, наукову кваліфікацію, представників певних груп спеціальностей, професій, рівнів кваліфікації.

Важливою структурною характеристикою трудового колективу виступає його соціально-демографічний склад. У цьому випадку виділяють статево-вікові групи: неповнолітні, молодь до 30 років, середньовікові категорії, працівники передпенсійного і пенсійного віку, жіноче і чоловіче населення.

У багатонаціональних і багатоконфесійних трудових колективах важливим є знання основних параметрів соціально-етнічної та соціально-конфесійної структури такого колективу. Подібні дані дозволяють враховувати культурно-етнічні і релігійні особливості працівників, гармонізувати міжособистісні відносини учасників економічної діяльності.

Через зміну соціальної структури трудового колективу стає можливим оптимізувати управління персоналом, розвивати соціальні характеристики трудового потенціалу організації в потрібному напрямку.

2. Економічна стратифікація: об'єктивний і суб'єктивний вимір

Економічна стратифікація, побудована на основі об'єктивних критеріїв називається об'єктивною, а та, що базується на суб'єктивних критеріях - суб'єктивною.

Соціальні групи, спільноті, верстви щоутворюють соціальну структуру за своїм походженням і за своєю природою є об'єктивними.

Слід звернути увагу на той факт, що статистика, соціологія, економічна теорія, суспільствознавчі дисципліни в інтересах управління, аналізу різних тенденцій і процесів, вирішення конкретних завдань постійно вдаються до виділення груп, що поєднують соціальні та інституційні характеристики населення (за рівнем доходів, освіти, житловим умовам, дозвільними можливостям і т. д. і т. п.). Ці групи конструюються вченими, фахівцями і т. д. Зрозуміло, таке конструювання або виділення також відображає певні об'єктивні реалії, властиві соціуму. У той же час групи такого роду носять суб'єктивний і номінальний, статистичний характер, вони не виникають, а їх утворюють, вони не стільки існують, скільки числяться.

Об'єктивні критерії, які використовуються соціологами, засновані на ознаках, що не залежать від думки індивіда. Серед таких ознак можна назвати: позиції індивідів в системі поділу праці, включаючи владний ресурс, наявність прибутковою власності, характер діяльності (праці), матеріальне становище індивідів; рівень освіти.

Поряд з об'єктивно існуючими моделями стратифікації суспільства велике значення для прийняття рішень в рамках державної соціальної політики має суб'єктивна стратифікація населення. Для розуміння ситуації в цій галузі важливий не тільки аналіз самооцінок людей свого статусу в суспільстві, а й співвідношення цих оцінок з їх статусними домаганнями, тобто з їх уявленнями.

Суб'єктивний вимір економічної стратифікації спирається на використання якісних і кількісних показників.

Перший з розглянутих варіантів - оцінка місця, займаного в ієрархії з матеріального добробуту. Уявлення людей про власне місце в ієрархії по матеріальному добробуту

формуються значною мірою в процесах соціального порівняння. Порівнюючи себе з іншими, визначаючи ступінь відмінності від них

- за величиною одержуваного винагороди,
- за розмірами накопиченого майна,
- за рівнем поточного споживання

люди конструюють образ, модель економічної стратифікації і ідентифікують себе з будь-яким її щаблем. З цієї точки зору узагальнене уявлення людей про будову системи нерівності з матеріального добробуту багато в чому визначає їх оцінку власного місця в цій системі.

Другий варіант вимірювання суб'єктивної економічної стратифікації базується на кількісних показниках. Простір положень з матеріального добробуту представляється в цьому випадку шістьма рівнями доходу (від дуже низького до дуже високого). Кожному з цих рівнів респондент дає кількісну оцінку в грошовому вимірі, виходячи з власного матеріального становища і використовуючи власну систему координат для опису того, що таке для нього дуже мало, мало, середньо і т.д. Уявлення людей про ієархію за рівнем доходу виражені таким чином шістьма кількісними показниками. Вони дозволяють судити, по-перше, про грошовий еквівалент того чи іншого рівня доходу, його верхніх і нижніх межах. По-друге, вони характеризують масштаб диференціації значень, приписуваних опитаними крайнім рівнями - дуже низькому і дуже високому рівням доходу. Ця дистанція між верхом і низом відображає межі можливих відмінностей в доходах у окремих груп населення, які потрібно подолати, щоб перейти від стану бідності до високозабезпеченого і навпаки.

Всесвітній банк також робить спроби побудови загальної дохідної шкали, беручи до уваги свій досвід виділення бідних і середнього класу. Наприклад, для країн Європи і Центральної Азії, в рамках Доповіді про економіку в 2014, були виділені наступні елементи соціальної структури, в основі моделі якої лежить критерій доходу:

- верхній середній клас (50 або більше доларів в день);
- середній клас (10-50 доларів);
- вразливі (5-10 доларів);
- бідні (5 і менше доларів).

3. Бідність і багатство в соціологічному вимірі

Тему бідності і багатства можна вважати найбільш значимою з усіх соціальних проблем.

Нерівність притаманна будь-яким соціальним системам в усі часи, і ступінь її залежить від обсягу виробленого продукту і накопиченого багатства, виробничого потенціалу країни, добробуту народу, способів розподілу. У більшості розвинених країн відмінності в доходах різних груп населення і частка бідних не такі значні, як внашій країні.

Перехід України до ринкової економіки супроводжувався стрімким зростанням нерівності населення в доходах, що призвело, поряд з формуванням страти багатих, до зростання масштабів бідності - за рахунок як соціально вразливих верств населення (пенсіонерів, інвалідів, багатодітних сімей та неповних сімей з дітьми), так і цілком працездатних членів суспільства.

Поняття багатства і бідності досить широко розглядаються в економічній, соціологічної, публіцистичній літературі. До багатих відносять тих, хто володіє максимальною кількістю матеріальних і нематеріальних цінностей, таких, як гроші, засоби виробництва, нерухомість або приватне майно. До багатства можна також віднести доступ до охорони здоров'я, освіти та культури. У соціології багатим вважається та людина, яка володіє значними цінностями по відношенню до інших членів суспільства. В економіці багатство визначається як різниця між активами і пасивами на даний момент часу.

Протилежністю багатства є бідність. На англійську мову багатство в сенсі володіння цінностями перекладається як Wealth, багатство в сенсі крайньої переваги над іншими членами суспільства як Richness. Країни, що значно перевершують в багатстві інші країни, зазвичай називають розвиненими. Багатство виражається грошової сумою, еквівалентною тому, чим володіє людина. Це може бути будинок, машина, яхта, колекція картин, акції, страхові поліси і т.д.. Іншими словами, ліквідність, або ліквідні кошти, тобто те, що здатне бути проданим в будь-яку хвилину.

Багатих інакше називають мільйонерами, мультимільйонерами і мільярдерами. Крім того, розрізняють "старих" і "нових багатих". Перші накопичували стан десятиліттями і навіть століттями, передаючи його з покоління в покоління. Другі створили свій добробут в лічені роки. Відмінна риса "старих багатих" - розкіш і марнотратний спосіб життя. "Нові багаті" теж можуть дозволити собі купити розкішний лімузин за 750 тис. дол. США, однак за подібний жест автоматично не можуть бути долучені до вищого класу.

Всі суспільства, де існує нерівність, відрізняються однією властивістю: найвищі доходи отримує найменша частина суспільства, а середні і найменші - більшість населення.

Основна маса наукової літератури з даної проблематики сконцентрована на дослідженні бідності.

Серед безлічі причин, що обумовлюють бідність, вчені виділяють наступні чинники:

- економічні (падіння доходів населення, висока диференціація, низька заробітна плата, безробіття);
- соціальні (інвалідність, старість, дитяча бездоглядність);
- демографічні (неповні сім'ї, сім'ї з високим навантаженням утриманців, молодь і старше покоління зі слабкими позиціями на ринку праці);
- політичні (розпад країни, розрив міжрегіональних зв'язків і порушення владної вертикалі, військові конфлікти, вимушена міграція);
- регіонально-географічні (депресивні (монопромислові) регіони, дотаційні регіони з низьким економічним потенціалом, північні регіони, залежні від централізованих поставок продовольства і ресурсів).

У науці застосовують три підходи до визначення бідності: абсолютна бідність (бідні по доходах і видатках), відносна бідність (позбавлення, депривації) і суб'ективна бідність (на основі самооцінки опитуваних осіб). У міжнародних дослідженнях, проведених ООН, застосовується комбінована методика дослідження. Статус бідних отримують сім'ї, які одночасно відповідають трьом підходам.

(Депривація ([лат.deprivatio](#) - втрата, позбавлення) - скорочення або повне позбавлення можливості задоволення основні потреби - психофізіологічні або соціальні)

Під абсолютною бідністю розуміється такий стан, при якому індивід на свій дохід не здатний задоволити навіть базисні потреби в їжі, житлі, одязі, теплі або здатний задоволити тільки мінімальні потреби, щоб забезпечити біологічне виживання. Чисельним критерієм виступає поріг бідності (прожитковий мінімум). Абсолютна бідність розраховується на підставі порівняння душових доходів і прожиткового мінімуму. Всесвітній банк як поріг абсолютної бідності задає існування на менш ніж 1,25 дол. США в день.

Прожитковий мінімум включає вартісну оцінку споживчого кошика - мінімального набору продуктів харчування, непродовольчих товарів і послуг, необхідних для збереження здоров'я людини і забезпечення її життєдіяльності, а також обов'язкові платежі та внески. У прожитковому мінімуму частка продуктів харчування становить в середньому 68,3%,

непродовольчих товарів - 19,1%, послуг - 7,4%, податків і обов'язкових платежів - 5,2%. Прожитковий мінімум розраховується за соціальними групами, регіонами і коригується з плином часу. Склад споживчого кошика варіюється в залежності від рівня економічного розвитку країни і уявлень суспільства про стандарти якості та рівня життя.

Наприклад, в споживчий кошик Великобританії входять витрати на продовольчі товари, громадське харчування, алкогольні напої, тютюнові вироби, обладнання житла (меблі, електроприлади, житлово-комунальні послуги, користування телефоном), організацію відпочинку (розваги, аудіовізуальне обладнання) і подорожі, утримання автомобіля, користування громадським транспортом.

Величина прожиткового мінімуму відповідає межі (порогу) бідності. Офіційний підхід до визначення бідності в Україні базується на критерії абсолютної бідності. До бідних відносяться домогосподарства і самотньо проживаючих громадяни з доходами нижче вартості прожиткового мінімуму.

• **Відносна бідність** означає неможливість підтримувати належний рівень життя. Вона визначається через споживчі характеристики домогосподарства і розуміється як незабезпеченість сім'ї предметами тривалого користування, споживчими товарами і послугами, стандартними для даного суспільства.

Серед безлічі причин, що обумовлюють бідність, вчені виділяють наступні чинники:

- економічні (падіння доходів населення, висока диференціація, низька заробітна плата, безробіття);
- соціальні (інвалідність, старість, дитяча бездоглядність);
- демографічні (неповні сім'ї, сім'ї з високим навантаженням утриманців, молодь і старше покоління зі слабкими позиціями на ринку праці);
- політичні (розпад країни, розрив міжрегіональних зв'язків і порушення владної вертикалі, військові конфлікти, вимушена міграція);
- регіонально-географічні (депресивні (монопромислові) регіони, дотаційні регіони з низьким економічним потенціалом).

У Керівництві по вимірюванню бідності підготовленому Організацією Об'єднаних націй в 2017 році вказується що сьогодні бідність все ширше визнається як глобальне явище. Потреба в порівнянних на міжнародному рівні показниках бідності стала ще більш нагальною в контексті Порядку денного в галузі сталого розвитку на період до 2030 року. Крім того, недавня економічна криза висвітлила необхідність отримання надійних і

своєчасних статистичних даних для цілей міжнародного моніторингу і вироблення національної політики скорочення бідності.

Мета Керівництва полягає в наданні рекомендацій щодо застосування різних підходів до вимірювання бідності на національному рівні та підвищенні міжнародної порівнянності статистики бідності. Особливу увагу в Керівництві приділяється областям, в яких, на думку статистичного співтовариства, потреба в додаткових рекомендаціях стойть особливо гостро. Йдеться, зокрема, про доступність і порівнянність ключових показників бідності, вимогах до даних і способах вимірювання, а також про нові підходи до вимірювання бідності.

В даний час широко визнається, що поняття бідності виходить за рамки матеріальних умов життя людей і виражається також в поганому стані здоров'я, відсутності гарантій зайнятості, соціальної ізоляції, поганому харчуванні і відсутності особистої безпеки.

Бідність слід вимірювати по цілому ряду різних причин. По-перше, показники бідності дають уявлення про масштаби проблеми і висвітлюють її більш реальні - завдяки їм проблема бідності зберігає своє місце в політичному порядку денному. По-друге, показники бідності необхідні для виявлення малозабезпечених груп населення і вогнищ бідності і потім для вироблення належних адресних заходів політики. Для цих цілей потрібні як статистичні, так і соціологічні дані, що дозволяють виявляти групи населення, які піддаються більш високому ризику бідності, зокрема в силу індивідуальних особливостей, складу сім'ї, місця проживання і т. д. Існує також потреба в динамічних показниках, що дозволяють відслідковувати ситуацію з бідністю в часі і виявляти групи людей, що живуть в умовах бідності протягом тривалих періодів. Таким чином, дослідження бідності необхідно для моніторингу ситуації та оцінки результатів вжитих заходів, і, зокрема, для оцінки ефективності заходів політики, програм і проектів, що здійснюються в першу чергу в інтересах незаможних. Вимірювання бідності може безпосередньо відображатися на прийнятих політичних рішеннях, оскільки на основі різних оцінок бідності можуть робитися різні практичні висновки.

Статистика бідності повинна охоплювати все населення або представляють інтерес підгрупи населення. Однак, як і в разі всієї соціальної статистики, в силу практичних обмежень, пов'язаних зі збором даних, забезпечити таке охоплення досить важко або навіть неможливо. Це стосується, зокрема, і вимірювання бідності, оскільки нерідко до бідності більше склонні ті групи населення, що важко піддаються спостереженню. І ось тут істотну роль в дослідженні проблем бідності грає соціологія.

Важливе значення для розуміння бідності мають суб'єктивне сприйняття самою людиною свого рівня добробуту, і соціологи якраз і повинні виробити надійні показники, що дозволяють фіксувати такі суб'єктивні оцінки.

Індекси багатовимірної бідності:

- ✓ здоров'я
- ✓ Утворення
- ✓ Зайнятість
- ✓ Житло
- ✓ рівень життя
- ✓ базові послуги
- ✓ середовище проживання
- ✓ соціальне забезпечення
- ✓ особиста безпека (захищеність від насильства)
- ✓ продовольча безпека
- ✓ становище дітей та молоді

Показники, засновані на суб'єктивному сприйнятті бідності, можуть зробити важливий внесок в розуміння ситуації з бідністю і доповнити статистичні показники.

Показники суб'єктивної бідності можуть, зокрема, допомогти визначити ваги різних ознак благополуччя і той соціальний поріг, перебуваючи нижче якого, люди склонні вважати себе бідними.

Крім того, проаналізувавши сприйняття бідності (самостійну оцінку ситуації, думки місцевих громад або жителів країни щодо масштабу цього явища), можна зрозуміти, якою мірою оцінка, заснована на так званих об'єктивних показниках, відповідає поглядам суспільства на цю проблему.

Хоча офіційно узгоджених на міжнародному рівні підходів до вимірювання суб'єктивної бідності не існує, в порівняльних дослідженнях (наприклад, Guagnanoetal., 2013; NollandWeick, 2014 року) використовується показник EU-SILC «Зведення кінців з кінцями».

Як приклад можна привести також обстеження бідності і соціального відчуження в Сполученому Королівстві, обстеження соціальної згуртованості в Польщі (BieńkuńskaandPiasecki, 2016), а також різні обстеження в Сполучених Штатах. Крім того, прагнучи підвищити обізнаність мешканців країн Організації економічного співробітництва і розвитку про процес розподілу економічних ресурсів, в травні 2015 року була запущена

експериментальна мережева інтерактивна програму «Порівняй свій дохід», яка пропонує користувачам самостійно оцінити, яким мінімальним доходом має у своєму розпорядженні їх домогосподарство, щоб не жити в бідності.

Проведене Європейською економічною комісією ООН у 2015 році обстеження, присвячене методам вимірювання бідності в офіційній статистиці, продемонструвало значні розбіжності між країнами в розумінні і вимірі суб'єктивної бідності. Питання, задані в рамках обстеження, можна об'єднати в такі групи:

- можливість задовольнити різні потреби - фінансові обмеження, з яким стикається домогосподарство;
- сприйняття себе бідним - індивідуальна самооцінка;
- необхідний рівень доходу, щоб зводити кінці з кінцями, - суб'єктивна оцінка мінімальних потреб домогосподарства.

Отримані результати сильно варіюються в зв'язку із застосуванням різних методів і відмінностями в культурному сприйнятті благополуччя, в тому числі бідності. Значні відмінності відзначалися і всередині країн, обумовлені віковою, гендерною та регіональною специфікою.

У Керівництві ООН по вимірюванню бідності визначено і завдання на майбутнє: успіхів потрібно домогтися в розробці надійних міжнародно порівнянних показників суб'єктивної бідності. Для цього можна вжити таких заходів:

- здійснювати збір інформації і оцінювати результати різного міжнародного і національного досвіду;
- визначити невелике число показників, які можуть виявитися найбільш корисними для розуміння феномену бідності і які піддаються міжнародному погодженням;
- протестувати питання обстеження в різних країнах і серед різних груп населення;
- узагальнити результати і на їх підставі розробити конкретні рекомендації по регулярному збору даних для офіційної статистики.

Тема 4. Соціально-економічна культура і економічна свідомість

1. Взаємний вплив культури - на економіку, економіки - на культуру.

2. Структура економічної культури

3. Економічна свідомість як ядро економічної культури
4. Механізм формування і функціонування економічної культури
5. Протиріччя притаманні економічній культурі
6. Методологічні підходи до вимірювання економічної культури

У сучасних філософських і економічних дослідженнях економічній культурі приділяється все більше уваги. Однак прерогатива в теоретичному осмисленні економічної культури серед соціальних наук, безумовно, належить соціології, точніше, економічній соціології як її фундаментальному галузевому напрямку.

Для соціологічної теорії економічного життя економічна культура є однією з центральних категорій, за допомогою якої досліджується сам соціальний механізм розвитку економіки.

1. Взаємний вплив культури - на економіку, економіки - на культуру.

Для розуміння економічної культури як специфічного різновиду загальнолюдської культури важливо розглянути взаємний вплив: і культури - на економіку, і економіки - на культуру.

Вплив культури на економіку в широкому сенсі слова полягає в соціальній вкоріненості всього економічного, а отже, в культурній вкоріненості економіки. У вузькому, більш конкретному сенсі це означає відповідність існуючої моделі економічного розвитку типу і характеру домінуючої економічної культури, вплив пануючої ідеології, що становить ціннісно-нормативне ядро культури і розглянутої на соціальному рівні крізь призму корінних інтересів певних соціальних груп, на вектори економічного розвитку суспільства, вплив якості організації та управління господарським життям на економічні результати, прояв і втілення культури як якісної характеристики її носія - суб'єкта господарської діяльності в самому процесі і результатах цієї діяльності.

Не менш важливий зворотний зв'язок, вплив економіки на культуру. І тут мова йде, перш за все, про матеріалістичне розумінні історії, відповідно до якого дії людей, як і їхні інтереси, обумовлені тими умовами, в яких люди перебувають і які, як правило, створені не цими людьми, а працею і життєдіяльністю попередніх поколінь. Економічний стан - це базис, але на хід історичної боротьби також впливають і в багатьох випадках визначають переважно форму її різні моменти надбудови: політичні форми класової боротьби і її

результати - державний лад, правові форми, політичні, юридичні, філософські теорії, релігійні погляди.

Так само як об'єктивні умови буття протягом тривалого періоду часу поступово, але цілеспрямовано формують певні ментальні особливості народу, існуючий рівень розвитку економіки задає об'єктивні параметри формування культури як усього суспільства, так і його окремих соціальних груп та індивідів. Рівень економічного розвитку визначає з матеріально-речової, ресурсної боку середу, в якій відбувається соціалізація особистості, формування її культури, виховання і прилучення до тих чи інших цінностей. Добре відомий принцип несвободи від суспільства, в якому живеш, проявляється і в залежності як культури особистості від культури суспільства, так і культури в цілому від економічного базису суспільства.

Природно, що і економічний статус, і економічні інтереси тієї чи іншої соціальної групи істотно обумовлюють необхідність і можливості залучення їх представників до певної культури, відповідних знань, а також ціннісно - нормативних характеристик соціально-економічної поведінки людей.

В діалектичному взаємозв'язку економіки і культури саме економіці, праці, матеріального базису належить визначальна роль. Спосіб праці і виробництва визначає систему координат, в яких формується і розвивається культура, яка в міру свого розвитку, в свою чергу, здатна активно впливати і визначати подальші зміни в економічному базисі.

Економічна культура не зводиться лише до "побічного" результату взаємодії економіки і культури або до прояву загальнолюдської культури в економічних процесах. Вона має власний складний соціогенез, обумовлений впливом багатьох чинників самого різного характеру: і матеріально-речових, і чисто географічних, і культурно-ідеологічних. Економічна культура вбирає в себе різноманітні моральні, релігійні і естетичні цінності і переломлює їх в просторі соціально-економічних відносин, пов'язаних з виробництвом, розподілом, обміном і споживанням матеріальних благ і послуг, "переплавляючи" їх в цілісну економічну свідомість, яка є ядром цієї культури

2. Структура економічної культури

З точки зору структурно-функціонального аналізу в економічній культурі можна виділити три основних компоненти:

- 1.** економічні знання
- 2.** економічні ціннісні орієнтири і норми

3. економічна поведінка (стереотипи і установки)

Феномен економічної культури охоплює найрізноманітніші сегменти соціально-економічного простору. Крім суб'єктного підходу до типологізації економічної культури (і відповідних гілок древа культури) її можна розглядати крізь призму відтворення або ринкового аспекту.

У першому випадку логічно виділяти:

- ✓ культуру виробництва (що включає, перш за все, культуру праці, технологічну і організаційну культуру),
- ✓ культуру споживання,
- ✓ культуру обміну і розподілу (культуру ринкових відносин і культуру управління).

Аналіз економічної культури в контексті вивчення поведінки людей на ринках праці, товарів і капіталу дозволяє виділити такі аспекти:

- ✓ культура робочої сили,
- ✓ культура поведінки на ринку праці,
- ✓ фінансова культура,
- ✓ культура поведінки в процесі приватизації,
- ✓ культура дрібних, середніх і великих власників і т.п.

Не менш важливо дослідити економічну культуру з позицій класової структури суспільства. Адже економічна свідомість і культура бідних істотно відрізняються від економічного свідомості і культури багатих.

Економічна культура суспільства взагалі неоднорідна по її характеристикам у різних суб'єктів господарського життя. Вона складається з декількох рівнів і "субкультур".

Традиційно поділ економічної культури:

- ✓ на культуру мас і культуру еліт,
- ✓ теоретичний і буденний рівні.

Крім того, в рамках єдиного суспільства економічна культура неминуче має свою специфіку в різних соціальних спільнотах:

- ✓ соціально-професійних,
- ✓ вікових,
- ✓ релігійно-конфесійних групах і т.д.

Економічна культура еліти (управлінської, ділової, наукової) лежить в основі створюваних економічних інститутів, визначаючи їх якість і в цілому ефективність соціально-економічних перетворень. Культура мас визначає здатність цих мас сприймати (і приймати) або відкидати інститути та цінності, що конструюються формально і насаджуються "зверху." Суб'єктом масової свідомості виступає практично все населення. Це - найбільш інерційна частина системи економіки. Елітна культура є найбільш просунутим, схильним до інновацій і якісним перебудовам шаром культури, а масова культура характеризує той рухливий, захисний шар, який оберігає менталітет суспільства від глибоких зрушень. В силу об'єктивно різної швидкості руху новацій від елітної культури до масової і, як наслідок, неадекватною мірою і глибиною їх змін існують суперечності між різними "поверхами" економічної культури. Зміни, що відбулися в пострадянський період, різкі інституціональні зміни лише підсилили цей розрив. За великим рахунком "ринкова революція" через відсутність масової соціальної бази (з відповідними ціннісними установками і стереотипами поведінки) захлинулася. Вона відбулася лише в межах елітної культури. Широкі верстви населення, по суті, виявилися відокремленими як суб'єкти господарювання від ринкових трансформацій і виступали лише як терплячі об'єкти впливу ззовні (економічних і політичних маніпуляцій). Сформована квазіринковими господарська система ґрунтуються на різних принципах: її зовнішні зв'язки здійснюються за ринковими законами (зовнішньоекономічний, споживчий ринок), а внутрішні, що визначають суть і ефективність економіки відносини між більшою частиною суб'єктів господарювання будуються на поза ринкових засадах (бартер, взаємозаліки, гіпертрофовані особисті зв'язки і залежності і т. п.). Двоїстість принципів квазіринковими господарювання підживлює "двоїсту мораль" масової свідомості, створює вітринну і реальну культуру. Суб'єкти наукової і управлінської еліти декларують одні цінності, а маси населення в своїй практичній діяльності керуються фактично "працюють" навичками і моделями економічної поведінки.

Слід зазначити також традиційно слабкий зв'язок між елітною і масовою культурою нашого суспільства, а також всередині самого елітного шару: між теорією і втіленням її рекомендацій в практику управління і господарювання. Гіпертрофовані особисті зв'язки і залежності. Двоїстість принципів квазіринкового господарювання підживлює "двоїсту мораль" масової свідомості, створює вітринну і реальну культуру. Суб'єкти наукової і управлінської еліти декларують одні цінності, а маси населення в своїй практичній діяльності керуються фактично "працюють" навичками і моделями економічної поведінки.

До матеріальних складових економічної культури відносяться використовувані засоби виробництва і продукти матеріального виробництва, до діяльнісних - вміння людей і технологій, до духовних - ментальність (як соціально-психологічна характеристика господарюючих суб'єктів) і базується на ній система цінностей, що регулюють економічну поведінку людей, а також економічні знання та інформація. Матеріальні, діяльні і духовні складові економічної культури нерозривно пов'язані між собою і роблять один на одного взаємний вплив. Однак при цьому матеріальні і діяльні компоненти в значній мірі є втіленням і виявом духовної складової економічної культури.

3. Економічна свідомість як ядро економічної культури

Ядром економічної культури є економічна свідомість як сукупність уявлень, понять і знань людини про процеси та явища економічного життя, накопичений суспільством і засвоєний господарський досвід як відображення реально існуючих соціально-економічних відносин. Економічна свідомість, таким чином, включає відповідну регулятивно-оцінну систему цінностей і знання.

Як специфічний вид культури економічна культура найбільш концентровано виражає результати діяльності людини в економічній сфері, накопичений суспільством економічний досвід. Вона характеризує рівень економічних знань населення, умінь і навичок господарювання, розвиненості свідомості і мислення. Економічна культура відображає повноту пізнання і використання економічних законів, трансформацію їх об'єктивних вимог в мотиви господарської діяльності людей. Вона визначає реалістичність і дієвість економічної політики, обумовлює якість управління і ефективність здійснюваних реформ.

Знання як результат освоєння буття визначають предметний зміст і рівень культури, духовні начала - спрямованість, вищу мету культури і діяльності, в якій вона опредмечується. Оскільки культура повинна піднімати її носія - людину і нести з собою конструктивний а не деструктивний функціональний початок, важко однозначно говорити про економічну культуру, наприклад, злодія чи шахрая, навіть при наявності високого рівня економічних знань. Це - принципово інший тип економічної культури, що базується та якісно відрізняється від, скажімо, економічної культури підприємця або працівника. Цілісність і єдність культури поряд з множиністю форм її прояву є сутнісною рисою цього непростого соціального феномена.

Культура має на увазі збереження попереднього досвіду. Як соціальна пам'ять вона пов'язана з історією і передбачає безперервність морального, інтелектуального, духовного

життя людини і суспільства. Якщо ж ці зв'язки порушуються, а тим більше перериваються, неминучі різні соціальні катаklізми, суспільство втрачає стабільність і регулятивну систему координат свого розвитку. Насильницьке руйнування традицій як фундаментального елемента механізму наступності і цілісності культурного простору і не компенсує його повільний процес становлення нових традицій породжують культурний вакуум, підриваючий моральні засади суспільства і значно звужуючий можливості виховання висококультурних людей. І більше того, створюється загроза національній безпеці з точки зору збереження соціокультурного генотипу і самого життя суспільства.

Ці питання глибоко аналізувалися і соціальними дослідниками минулих століть. Так, говорячи про соціальні бідування, які спіткали на зорі капіталізму широкі верстви простого народу, як про загальнокультурні катастрофи (мається на увазі перетворення в процесі промислової революції, цього "справжнього економічного землетрусу", менш ніж за півстоліття величезної маси мешканців англійського села "з міцно сидячих на своїй землі людей в жалюгідних бродяг і мігрантів", К. Поланьї підкреслював, що безпосередньою причиною їх деградації стала не економічна експлуатація, а розпад традиційного культурного середовища," криза традиційних поведінкових норм ", викликана зміною їх статусу, положення як певного класу у суспільстві . При цьому він проводив історичну паралель між соціальними механізмами, з одного боку, трагедій людських життів внаслідок соціально-економічних трансформацій епохи становлення капіталізму і так званого "конфлікту культур" між народами різних рас - з іншого. Суть цього механізму, на думку вченого, "не можна було описати більш точно, ніж вказавши на ту обставину, що вони живуть в" культурному вакуумі ". Спираючись на результати антропологічних досліджень, К. Поланьї справедливо стверджував, що "життя в культурному вакуумі не можна назвати справжньою людським життям", а економічні потреби самі собою не можуть заповнити виниклу порожнечу. Під дією нав'язаних народу ззовні різких насильницьких змін відбувається нічим не амортизований руйнівний удар по традиційному способу життя людей. Актуальність цих висновків вченого лише підтверджує відому істину про те, що історія людства повторюється багаторазово, а думки, що відбивають реальність, воістину витають в повітрі, причому різних епох.

Глибинною основою культури суспільства є його менталітет. У сучасній філософії під менталітетом розуміється "глибинний рівень колективної та індивідуальної свідомості, що включає і несвідоме, сукупність готовностей, установок і нахилів індивіда або соціальної

групи діяти, мислити, відчувати і сприймати світ певним чином". Це те, що визначає і становить особливості світосприйняття кожного окремого народу, те, що виділяє його серед інших, і характеризує властиві цьому конкретному народу властивості психологічної ґрунту його культури. "Менталітет (ментальність) як характеристика психологічного життя людей є системою поглядів, оцінок, норм і умонастроїв, що ґрунтуються на наявних у даному суспільстві знаннях і віруваннях і задає разом з домінуючими потребами та архетипами колективного несвідомого ієрархію цінностей, а значить і характерні для представників даної спільноті переконання, ідеали, схильності, інтереси та інші соціальні установки, що відрізняють цю спільність від інших ". Формуючись історично, віками, менталітет визначає базові цінності і здатності людей сприймати знання, ті чи інші правила і норми поведінки. При цьому культура як складний соціальний феномен не тільки включає в себе ментальність як одну зі своїх основ, але і визначає форми прояву цієї ментальності. відрізняють цю спільність від інших ".

Що стосується економічної ментальності як складової частини, з одного боку, ментальності взагалі, а з іншого - економічної культури, то мається на увазі той блок менталітету, який визначає особливості економічних цінностей і норм поведінки, характерних для представників конкретної соціальної (національної) спільноті (групи), і становить приховану від безпосереднього погляду, латентне підставу. Саме менталітет визначає відповідну національну модель соціально-економічної поведінки і характер економічної культури.

4. Механізм формування і функціонування економічної культури

. Механізм формування і функціонування економічної культури може бути зрозумілий тільки на основі взаємозв'язку двох її аспектів: особистісного та інституційного. Особистісний аспект фіксує різноманітні елементи індивідуальної свідомості суб'єктів економіки. Він безпосередньо пов'язаний з індивідуальною економічною культурою, вякої певним чином (в залежності від загального рівня культури індивіда, його здібностей, можливостей і потреб) заломлюється, відбивається існуюча економічна культура всього суспільства. Особистісна економічна культура не тільки залежить від економічної культури суспільства і його інституційної складової, а й активно впливає на них, виконуючи свою культуротворчу, креативну функцію.

Інституційний аспект економічної культури, на відміну від особистісного, суб'єктивного, відображає об'єктивну соціальну реальність, що складається як з норм і правил

поведінки, обумовлених функціонуванням економічних інститутів, так і з цінностей і норм, породжених не економічними, а іншими соціальними інститутами суспільства (політикою, правом, мораллю і т.д.), які активно впливають на господарське життя. Саме завдяки інституційному аспекту економічна культура має величезну імперативну силу. Бо культура людей, опредмечуваясь в інститутах, з внутрішньої, суб'єктивної характеристики людини перетворюється у зовнішній, об'єктивний атрибут, фактор відповідного впливу на неї.

Формування економічної культури в значній мірі залежить також від характеристик соціальних інститутів, а в їх взаємопереплетенні і взаємодії черпає додатковий імпульс для свого розвитку.

Конкретний механізм функціонування економічної культури:

економічна свідомість - економічне мислення - економічна поведінка (дія).

Тобто під впливом конкретних умов і потреб актуалізується і приводиться в рух економічна свідомість людей, що управляє їх діями і регулює їхню економічну поведінку. Економічна культура в такій інтерпретації складається з поведінкових стереотипів і економічних знань (в їх ціннісному і інструментальному аспектах). Безумовно, визначення економічної культури може бути більш стислим або повнішим. Але якщо прагнути до максимально короткою і точної дефініції *економічної культури*, то її можна визначити як **сукупність економічних знань, здібностей по їх застосуванню і цінностей, що регулюють економічну поведінку людини.**

Функції економічної культури

Економічна культура, як і культура в цілому, виконує роль соціальної пам'яті, але не всієї соціальної пам'яті суспільства, а лише того його сегмента, який пов'язаний з історією економічних відносин. Ми можемо говорити про *трансляційну* функцію. Це передача з минулого в сьогодення, із сьогодення в майбутнє соціально-економічних цінностей, норм, потреб, переваг, мотивів поведінки. З минулого в сучасність транслюються норми і цінності, що становлять зміст економічного свідомості і економічного мислення як форми його прояву і економічної поведінки як способу їх взаємодії.

Селекційна функція культури, пов'язана з відбором з успадкованих цінностей і норм тих, які необхідні (корисні) для вирішення завдань наступних етапів розвитку суспільства. Економічна культура відбирає ті цінності і норми, які необхідні для розвитку гнучкого економічної поведінки суб'єктів розвитку економіки. Однак ідеологічні установки можуть

модифікувати цей процес і навіть призупинити його введенням ідеологічних рамок і нормативів.

інноваційна функція економічної культури, проявляється в оновленні соціальних цінностей і норм шляхом вироблення нових і запозичення прогресивних цінностей з інших культур.

Світоглядна: формування загального уявлення про економіку, про економічну діяльність;

регулятивна: економічна культура є внутрішнім, найбільш тонким і разом з тим потужним регулятором не тільки економічної поведінки, а й розвитку всієї економіки як системи;

прогностична: саме економічна культура суспільства визначає адекватний їй тип, модель національної системи господарювання і можливі вектори її розвитку.

. Функції економічної культури органічно взаємопов'язані і тісно переплетені між собою. При цьому всі вони підпорядковані і спрямовані на досягнення головної, цільової функції культури - розвитку, вдосконалення людини (людського суспільства) як суб'єкта діяльності, зокрема економічної.

5. Протиріччя притаманні економічній культурі

Економічна культура, як і взаємозв'язок економіки і культури в цілому, містить діалектичне протиріччя двох начал: консервативного і новаторського. Якщо економіка передбачає переважно інноваційність і свободу вибору, то культура - стабільність і визначеність норм. Економічна культура поєднує в собі і консервативне, статичне, що передається з покоління в покоління, і нове, динамічне, що створюється в процесі творчої діяльності. При цьому одні змістовні елементи (знання) визначають творче, динамічний початок в економічній культурі, а інші (цінності, менталітет) - консервативне, що забезпечує самозбереження етносу і спадкоємність його традицій, звичаїв

Економічній культурі як складній соціальній системи притаманні різні протиріччя, як внутрішні, так і зовні детерміновані. Це і відмічені раніше протиріччя між її різними рівнями. Це і протиріччя між традиціями і новаціями, консервативністю і різноманітністю культурних зразків як внутрішнє, сутнісне, діалектичне протиріччя економічної культури, що рухає її розвиток. Це і протиріччя між знаннями і вміннями людей, між їх стереотипами поведінки і

ціннісними установками, між різними цінностями і т.д. Суперечливий взаємозв'язок між функціональними складовими самої економічної культури: економічною свідомістю, вихованням і освітою. Якщо культивовані в процесі виховання і освіти цінності не сприймаються людьми, а залишаються, як і раніше, вимушеними нормами поведінки, порушується цілісність культури, виникає загроза появи квазікультурних форм. Рівень економічної культури може також не збігатися з рівнем загальнолюдської культури і іншими її підвідами. Очевидна суперечність між існуючою економічною культурою і необхідними сьогоднішніми викликами інституційних змін. З'явившийся "дефіцит" культури підсилює протиріччя між новою і старою економічною культурою. Причому мова йде як про ціннісно-змістовний, так і про інструментальний її аспекти. Так, ціннісне неприйняття ринку у ряду груп населення посилюється їх практичною безпорадністю в його умовах. Відсутність знань і практичних навичок призводить до "інструментальної" неадаптованості населення до ринкового середовища і обумовлює в результаті його пасивну соціально-економічну поведінку. Прогресуюча девальвація сформованих цінностей і інструментальних навичок успадкованої економічної культури суспільства поки не компенсується органічним сприйняттям нових, ринкових. Дефіцит нової економічної культури не дозволяє їй виконувати функцію ринкової соціалізації людей. Адже економічна культура (як і культура взагалі), будучи плодом діяльності поколінь, надзвичайно стійка. Віджилі відносини, що пішли в минуле, система управління існували не тільки поза людей (у вигляді законів, інструкцій), але і всередині них: в тих цінностях і соціальних нормах поведінки, які давно набули чинності звички і стали "страшною силою мільйонів". Більш того, люди можуть критично від носитися до діючої системи, але це зовсім не означає, що вони здатні швидко перебудуватися і почати діяти по-іншому. За даними всеукраїнського моніторингу, проведеного Інститутом соціології НАН України в березні 2005 року ($N = 1800$, вибірка репрезентативна для дорослого населення України у віці 18 років і старше), тільки 17,9% українських громадян вважають, що все не так погано і можна жити . Половина опитаних (51,4%) вважають, що жити важко, але можна терпіти. П'ята частина (21,0%) терпіти своє тяжке становище вже не можуть. При цьому 35,2% людей не вистачає вміння жити в сучасних умовах, 46,3% - сучасних економічних знань. Дефіцит останніх не відчуває всього 15,4% населення. Отже, втрата традицій, цінностей і норм поведінки, які десятиліттями формувалися і переданих від покоління до покоління не «амортизована» засвоєнням нових норм і цінностей, породжує той самий "культурний вакуум", що призводить до ситуації, коли

економічна культура суспільства перестає виконувати (або виконує не в повному обсязі) свої соціальні функції і з рушійної сили розвитку перетворюється на чинник гальмування соціально-економічного прогресу. І якщо втрати в економіці за більш ніж десятиліття "трансформацій" величезні, але поповнювані, то втрати в культурному просторі стають цивілізаційної проблемою.

6. Методологічні підходи до вимірювання економічної культури

Економічна культура – важко вимірне поняття. Для її вимірювання необхідно виділити основні структурні елементи, змістовні складові економічної культури. Дослідники економічної культури до таких, як правило, відносять:

- ❖ стереотипи споживання,
- ❖ норми і зразки соціальної взаємодії господарюючих суб'єктів,
- ❖ організаційні форми здійснення економічної діяльності,
- ❖ ціннісно-мотиваційний ставлення до праці і багатства,
- ❖ ступінь сприйнятливості до зарубіжного досвіду та ін.

Крім різноманітних ціннісних елементів економічної культури необхідно також оцінювати що входять до її складу

- ❖ знання
- ❖ навички,
- ❖ вміння людей.

Вимірювання економічної культури можливо лише на базі методологічного підходу, адекватного суті цього складного багаторічного поняття. Можна говорити про три способи оцінки економічної культури:

- якісний
- кількісний
- з використанням опосередкованих показників.

Головним серед них є якісний метод оцінки і відповідної класифікації культур, який базується на системі цінностей. Саме цей спосіб є найбільш поширеним і правомірним в науковому відношенні, так як виходить з сутнісного розуміння культури, основним, змістовним елементом, своєрідним "скелетом" якої виступає система цінностей. Вона визначає якість соціальності: як самого соціального суб'єкта, так і його діяльності. Система цінностей дозволяє глибше зрозуміти носія економічної культури - людини: що він вважає

благом, "що таке добре і що таке зло". При цьому мова йде, звичайно, не про визначення рівня культури, а про наближення до розуміння характеру, типу культури, того, що відрізняє одну культуру від іншої. Економічна культура завжди існує в певних просторових і конкретно-історичних умовах. Тому важливим напрямком дослідження є вивчення специфічних характеристик національних культур і їх порівняльний аналіз.

Найбільш відоме і широкомасштабне дослідження, що стосується виявлення відмінностей в національній культурі і впливу ціннісних орієнтацій, що відображають цю національну специфіку, на організаційну поведінку і, природно, на економічну культуру народів, було проведено в 60-70 -х роках минулого століття голландським вченим Г.Хофстеде. Як відомо, він вимірював за розробленою ним методикою, яка стала згодом класичною культурні особливості спочатку більш 40, а трохи пізніше - 70 країн, включаючи Росію. При цьому троє з п'яти параметрів його моделі культурних відмінностей між країнами мають пряме відношення до економічної культури: прояв індивідуалізму / колективізму, "дистанція по відношенню до влади" і "уникнення невизначеності". Осмислюючи якісний, ціннісний метод оцінки економічної культури, слід підкреслити принципову неможливість виміру на основі цього методу економічної культури за принципом "кращий - гірший" або "вищий - нижчий".

Кількісне порівняння можливе лише в рамках однотипного, одноякісного, одновимірного. Тут же мова йде не тільки про аналіз багатовимірної цілісності, що об'єктивно ускладнює пошук єдиного показника, але і про оцінку соціальності різної якості. Тому завдання вимірювання ціннісного аспекту економічної культури полягає у виявленні переважної сторони дихотомії загальнолюдських цінностей, присущих в тій чи іншій мірі різним народам. Крім уже зазначених цінностей індивідуалізму / колективізму, відношення до влади, ставлення до ризику і правилам поведінки, ставлення до праці та багатства, сприйнятливості до зарубіжного досвіду мається на увазі і блок інших ціннісних орієнтацій і стосунків: до власності і експлуатації, конкуренції і нерівності, відповідальності і дисципліни, закону і праву, активності / пасивності, працьовитості / ліні,

Другий, кількісний спосіб вимірювання економічної культури правомірний і можливий або по кожному із зазначених партікулярних ціннісних параметрів, або як узагальнено інтегральна її оцінка, що приблизно відбиває загальний рівень економічної культури як сукупності знань, умінь і соціально-економічних цінностей людей.

Крім цих двох підходів до безпосереднього оцінювання рівня економічної культури (якісного і кількісного) існує можливість використання її опосередкованих показників.

Оскільки культура має таку унікальну і істотну властивість, як всепроникненість, вона має, по суті, нескінченне число форм прояву.

Тому про рівень економічної культури можна сміливо судити:

- як за найважливішими показниками економічного розвитку,
- так і за показниками рівня, якості життя людей.

Таке різноманіття параметрів культури - більш приватних або більш загальних, більш видимих або більш латентних - відображає багатошарову структуру культурного айсберга.

Отже, економічна культура суспільства, що розглядається з позицій економічної соціології це сукупність знань, умінь, здібностей, поведінкових стереотипів і цінностей, що впливають на економічну поведінку людей, являє собою складну соціальну систему, що складається з різних ієрархічних рівнів і елементів, що володіють неоднаковою ступенем стійкості, інерційності або, навпаки, рухливості, мінливості, і виконує функції економічної соціалізації людей. Це - відкрита (для взаємодії з іншими типами культур і інститутів) інтеграційна система, вплетена в інституційне тіло економіки. Її аналіз важливий, як уже зазначалося, не тільки для розвитку теорії економічної соціології як науки, а й для вирішення практичних завдань трансформації, визначення векторів подальшого руху нашого суспільства.

Термін "культурний вакуум" був використаний ще в 1937 році антропологом Голденвайзером (A.Goldenweiser) "для характеристики причин культурного виродження деяких хороших племен чорної Африки під впливом контактів з білою цивілізацією. Їх ремесла прийшли в занепад, політичні і соціальні умови їх існування знищенні, і тепер, якщо ужити знамените вираз Ріверса, вони вмирають від нудьги або пропадають життя і марнують майно в п'яному розгулі. Їх власна культура вже не здатна ставити перед ними цілі, гідні зусиль і жертв, і в той же час расові забобони і снобізм перепиняють їм шлях до адекватного входження в культуру білих прибульців".

Крім порівняльних досліджень культур різних націй Г.Хофстеде слідназвати також роботи Х.Тріандіса (вивчення культурних синдромів: простоти / складності, індивідуалізму / колективізму, відкритість / закритість), У.Оучі (дослідження семи змінних організаційної культури), Р.Льюїса (каталогізація ділових культур в міжнародному бізнесі), Ф.Тромпенаарса (розгляд семімірної моделі культури, що розуміється як специфічний спосіб вирішення

універсальних проблем). Серед публікацій українських вчених перш за все слід відзначити колективну роботу соціологів "Економічна свідомість населення и економічна просвіта" та монографії В.Пилипенко "Реформи. Підприємництво. Культура ", а також Д.Богіні і М.Семікіної" ментальність Чинник у сфері праці: проблеми Теорії та практики ".

Тема 5. Соціально-економічна поведінка та економічні інститути

- 1. Економічна поведінка як вид соціальної дії.**
- 2. Типи економічної поведінки**
- 3. Економічні інститути**

Поведінка - сукупність вчинків індивіда. У поведінці проявляються особистість людини, особливості його характеру, темпераменту, його потреби, смаки; виявляються його ставлення до предметів і явищ навколої дійсності. Поведінка характеризує ту сторону діяльності, в якій вільно проявляються особисті якості і ціннісні орієнтації людини.

1. Економічна поведінка як вид соціальної дії.

Предметом дослідження економічної соціології є реальна економічна поведінка людей і соціальних груп в конкретній соціально-економічній ситуації. Ця наука досліджує прояв соціальної природи людських взаємин в сфері економічної діяльності.

Економічна поведінка являє собою систему соціальних дій, які,

по-перше, пов'язані з використанням різних економічних цінностей (ресурсів)

по-друге, орієнтовані на отримання користі, вигоди, прибутку від їх звернення.

У вузькому сенсі слова економічну поведінку - це обраний людиною спосіб заробляння грошей.

В основі економічної поведінки знаходиться суб'єктивне уявлення особистості про співвідношення вигод і витрат на шляху до досягнення благополуччя або більш високого суспільного або приватного статусу. Поряд з економічними і соціальними інтересами в формуванні індивідуальної і групової моделі економічної поведінки беруть участь і міркування відносної доступності тих чи інших життєвих благ з урахуванням особистих здібностейожної людини, і вплив соціальних інститутів, звичаїв, традицій, етнічного та місцевого менталітету

Економічна поведінка є способом добування і перерозподілу благ, які здебільшого виступають у вигляді обмежених ресурсів. В умовах конкурентної боротьби за володіння цими обмеженими ресурсами одні суб'єкти економічних відносин намагаються впливати на інших суб'єктів.

Суттєвою ознакою економічної поведінки виступає не сфера застосування (виробництво і розподіл матеріальних благ), а детермінують принцип відносин людей - розрахунок співвідношення витрат і бажаних результатів, тобто принцип вигоди. Він в тій чи іншій мірі присутній у всіх типах людської поведінки. Але, в залежності від менталітету оточення і індивідуальних особливостей сприйняття дійсності, практичне його застосування отримує різну суб'єктивну оцінку - від морального осуду до визнання його як найбільш сильного матеріального стимулу активних дій і творчості.

В економічній поведінці проявляються соціальні якості людини, особливості його виховання, культурний рівень, переконання, погляди, смаки, в поведінці реалізується його ставлення до навколошнього природного і соціального середовища, до інших людей, до самого себе. Економічна поведінка лежить в основі всіх інших поведінкових актів. Така позиція пояснюється досить просто. Перш ніж займатися політикою, мистецтвом, наукою, спортом, люди потребують того, щоб задоволінити свої повсякденні первинні життєві потреби в їжі, воді, одязі, житлі і т. Д. Отже, вихідним початком всіх форм поведінки є поведінка економічна.

2. Типи економічної поведінки

У соціологічній літературі відсутня сурова типологія економічної поведінки. Виділяють такі типи економічної поведінки:

- ✓ *дистрибутивна(розподільча),*
- ✓ *виробнича,*
- ✓ *обмінна*
- ✓ *споживча.*

Дана класифікація є умовою, так які види економічної поведінки не виявляються в чистому вигляді, а на практиці має місце поєднання різних її видів. Розглянемо докладніше види економічної поведінки.

Дистрибутивна поведінка пов'язана, перш за все, з функціонуванням інституту власності. Всі економічні ресурси (капітал в різній формі, земля, верстати, обладнання, технології, робоча сила, інформація, ноу-хау та ін.) можуть ефективно використовуватися,

якщо вони кому-небудь належать. У той же час вони набувають значення і цінності, якщо є для кого-небудь предметом інтересу, тобто існують які-небудь люди або групи людей, які бажають отримати у володіння, користування або розпорядження ці обмежені ресурси. Гарантом того, що економічні ресурси будуть збережені і примножені, є інститут власності, який забезпечує з'єднання суб'єктів з економічними ресурсами і захищает їх права.

Дистрибутивна поведінка відображає наступні приписи інституту власності: користуватися, розпоряджатися і володіти об'єктом власності.

Припис користуватися об'єктом власності означає мати для себе користь з нього,
розпоряджатися об'єктом власності означає керувати ним, захищати його,
припис володіти об'єктом власності означає, що можна диктувати свою волю особам, які мають відношення до ресурсів власності.

Залежно від ступеня доступу до ресурсів і контролю над ними виділяють три моделі дистрибутивної поведінки:

1. господарська,
2. агентська,
3. функціональна.

Господарська поведінка - це економічна поведінка суб'єктів, які є власниками ресурсів, агентська - це економічна поведінка суб'єктів, які за дорученням власників забезпечують правовий, економічний, організаційний та іншої контроль за ресурсами,

функціональною називається економічна поведінка суб'єктів, які отримують на договірній основі вигоду від використання ресурсів інших осіб.

Виробничаповедінка пов'язана з накопиченням, концентрацією матеріальних, інтелектуальних, організаційних та інших ресурсів, їх з'єднанням і комбінуванням з метою отримання деяких благ з фіксованими споживчими властивостями і доходу від їх обігу на ринку. Виробнича поведінка заснована, перш за все, на пошуку і підтримці таких комбінацій ресурсів, які дозволяють максимізувати різницю між доходами і витратами.

В аналізі виробничої поведінки виділяють два її підвиди:

1. виробничо-організаційна
2. виробничо-трудова.

Виробничо-організаційна поведінка пов'язана з організацією праці інших людей, з об'єднанням людських ресурсів в рамках функціонування конкретних підприємств, організацій, фірм.

Виробничо-трудова поведінка це професійні дії багатьох людей, які включені в трудовий процес і реалізують різні моделі трудової поведінки.

Обмінна поведінка забезпечує рух різних економічних благ (товарів, послуг, інформації та ін.) на ринку на основі врахування та порівняння їх вартості.

Економічний обмін є однією з форм соціального обміну, який реалізується в господарському житті. Його основою є взаємодія економічних суб'єктів, які перерозподіляють економічні ресурси в структурі ринкових відносин з метою отримання вигоди. Способи обміну обумовлені ресурсами які знаходяться в обороті, механізмами ціноутворення, компетентністю суб'єктів обміну, правовою базою, купівельною спроможністю населення та іншими факторами. Найбільш наочно обмінна поведінка реалізується в комерційній (торговій) діяльності.

Найважливішими функціями комерційної поведінки виступають:

- пошук виробників і включення нових товарів і послуг в ринковий оборот;
- формування інфраструктури ринкового обміну;
- збереження споживчих властивостей економічних ресурсів в процесі їх передачі від виробників споживачам;
- передача прав власності на товари в процесі їх переміщення по каналах ринку;
- надання гарантій в процесі руху товарів.

Споживча поведінка пов'язана з витяганням з товарного обороту економічних благ і присвоєнням їх корисних властивостей з метою задоволення тих чи інших потреб.

В рамках споживчого поведінки виділяють наступні процеси:

- пошук споживчих благ на ринку і поза ним,
- придбання благ,
- раціональне їх використання і зберігання,
- вибір споживчих пріоритетів і дозування споживання в часі,
- побудова оптимальних споживчих бюджетів та ін.

Білоруський соціолог О. В. Кобяк пропонує розглядати економічну поведінку як «обибраний людиною спосіб заробляння грошей» і виділяє кілька способів такої поведінкової активності:

- найману працю
- виконання заданих функцій за умовлене винагороду;
- підприємництво

- інноваційна діяльність і поведінку;
- франчайзинг - придбання ліцензії і здійснення господарської активності в уже апробованих видах діяльності (ресторани «Мак-Дональдс»);
- фондова біржа - вилучення доходу за допомогою операцій з цінними паперами;
- реалізація індивідуальних здібностей (використання таланту);
- мережевий багаторівневий маркетинг (Економічна поведінка дистрибутора).

Крім того, в основу класифікації економічної поведінки в сучасній ринковій економіці можна покласти не тільки «спосіб заробляння грошей», а й «спосіб отримання грошових доходів», що дозволяє розширити перелік типів економічної активності, що характеризує економічну поведінку господарюючих суб'єктів.

- 1) банківська діяльність - посередницька діяльність на ринку грошей (акумуляція вільних грошей і надання кредитів);
- 2) страхова діяльність - компенсація втрат від ризику;
- 3) використання майна для отримання доходу - здача в оренду нерухомості, земельних ділянок, обладнання, приміщень та ін.;
- 4) різного роду послуги виробникам (комп'ютерне, проектне і інше обслуговування), ділові послуги (консалтинг, маркетинг, піар-послуги, реклама), соціальні послуги (охрана здоров'я, освіта, розподільні послуги та ін.);
- 5) спекулятивна діяльність товарами на ринку.

В економічній поведінці зустрічаються і девіантні його прояви. Девіантною називають поведінку, що відхиляється від загальноприйнятих норм, які або порушуються, або відкидаються. До девіантної економічному поведінки відносять широке коло явищ, що позначаються як діяльність в тіньовій, прихованій, неофіційній, «сірій» економіці, в тому числі нелегальну, напівлегальну і кримінальну економічну діяльність. Велика кількість підходів до визначення сутності тіньової економіки підтверджує необхідність вивчення цього явища і не тільки економічними, а й соціологічними засобами. Західні вчені (Дж. Блек) розглядають діяльність в тіньовій економіці як приховану від статистичного обліку, або виведену від оподаткування. В курсі економічної соціології в якості вихідного розглядається поняття «неформальна економіка» (В. В. Радаєв, Г.Н. Соколова), яким позначають сукупність фінансово-господарських операцій і дій, не відображені в статистичних розрахунках і не зафікованих в контрактах (наприклад, домашнє господарство).

3. Економічні інститути

Економічні інститути безпосередньо визначають форми організації господарської діяльності, в рамках яких господарюючі суб'єкти формують інституціональні угоди і приймають рішення про використання ресурсів. Економічні інститути включають міжнародні угоди, що регулюють правила ведення міждержавних економічних взаємодій, національні закони та інші формальні норми, які впорядковують економічні відносини між різними організаціями і державою, між організаціями один з одним і громадянами (працівниками і покупцями) пропонованих підприємствами товарів, послуг і робіт. Крім того, економічні інститути включають неформальні правила ділового обороту, яким слідують громадяни та організації, в результаті здійснення своєї господарської діяльності

Як і будь-яка інша складна багаторівнева система, система економічних інститутів має свою структуру, потребує певної класифікації. Необхідно відзначити, що існує досить багато різних точок зору дослідників, але цілісного уявлення з даного питання немає. Виділяють п'ять рівнів інституційної структури системи економічних інститутів

До першого рівня відносяться інститути, які безпосередньо впливають на пристосування до певних умов економічних агентів (держава, фірми, домогосподарства).

Другий рівень утворюють самі домогосподарства, підприємства, фірми, які, в свою чергу, мають складну систему економічних і соціальних цілей (підтримання постійної платоспроможності, підвищення прибутковості капіталу, що використовується, зростання конкурентоспроможності продукції, що випускається, створення нормальних умов праці для працівників, забезпечення сприятливого мікроклімату і ряд інших).

Процес суспільного відтворення забезпечує обмін діловою інформацією між основними суб'єктами економічної діяльності (фірмами, банківським сектором, державними структурами). Їх дії в умовах загальної глобалізації повинні узгоджуватися міжнародними інститутами, які складають *третій рівень*.

До четвертого рівня доцільно відносити олігархічну верхівку, яка лобіює у власних інтересах економічну політику, що проводиться державними органами, і займає панівне становище в багатьох галузях економіки.

У сучасних умовах до останнього *п'ятого рівня* в основному відносяться найбільші транснаціональні корпорації, міжнародні економічні та фінансові організації.

В даний час на передній план висуваються такі основні напрямки розвитку економічних інститутів:

1) формування конкурентного середовища і подолання монополістичних тенденцій в економіці;

2) стимулювання входу на ринок нових компаній, зняття бар'єрів на цьому шляху;

3) розвиток ринку землі та нерухомості;

4) розвиток фінансових ринків як джерела капіталу для економічного зростання. Це вимагає підвищення надійності фінансових інститутів, появи і розвитку нових фінансових інструментів, що дають альтернативні способи заощаджень, більш надійного захисту прав учасників фінансових ринків.

Функції економічних інститутів в сучасній економіці

Економічні інститути є елементами системи, основною метою якої є організація взаємодії господарюючих суб'єктів. Системі економічних інститутів притаманне виконання ряду функцій. Сутність кожної функції докладно розкрита нижче.

1) Організуюча функція. Ця функція полягає в тому, що економічні інститути вносять визначеність у взаємини суб'єктів господарювання і допомагають досягти єдності у поглядах, сприяють подоланню конфліктів.

2) Обмежувальна функція. Економічні інститути обмежують діяльність господарюючих суб'єктів, встановлюючи формальні (закон, кодекс, правила) і неформальні (традиції, звичаї, соціальна норма) рамки, за порушення яких передбачається система покарань.

3) Координуюча функція. Ця функція полягає в тому, що господарюючі суб'єкти діють в рамках існуючих законодавчо закріплених норм і правил поведінки, а також загальновизнаних традицій і звичаїв. В результаті, дана діяльність сприяє зниженню трансакційних витрат, пов'язаних з укладенням ринкових угод. Координуюча функція дозволяє суб'єктам отримати вигоди, які полягають в тому, що вони не витрачають ресурси на вивчення і прогнозування поведінки інших агентів, на подолання опору або протидії інших суб'єктів, не несуть ризики покарання з боку осіб, що вступають в ролі гаранта економічних інститутів.

4) Інформаційна функція. В рамках даної функції економічні інститути підвищують інформованість учасників угод про стан ринку і економіки в цілому, в результаті чого зникаються витрати пов'язані з пошуком інформації та раціоналізується діяльність господарюючих суб'єктів.

5) Регулююча функція. В рамках даної функції економічні інститути як носії норм і правил регулюють правові відносини в господарській системі, в результаті чого досягається атмосфера безпеки і впевненості суб'єктів в гарантованості їх прав і свобод.

6) Розподільна функція. В рамках даної функції економічні здійснюють вплив на розподіл економічних ресурсів. Наприклад, такі інститути як біржі, банки, податкова система в результаті своєї ефективної діяльності акумулюють ресурси і перенаправляють їх в ті сфери, де вони могли б бути використані з максимальним ефектом.

7) Стимулююча функція. В рамках даної функції економічні інститути підвищують і створюють передумови для дотримання законів, норм і правил, в результаті чого відбувається максимізація їх доходів.

Тема 6. Соціологія ринку

- 1. Поняття ринку як об'єкта соціології і його види**
- 2. Основні структури ринку**
- 3. Регулювання ринку**

1. Поняття ринку як об'єкта соціології тайого види

Поняття ринку використовується соціологією досить давно, між тим, це поняття було взято з економіки, а економіка придбала його, в свою чергу, з повсякденного життя. Найбільш просте розуміння ринку: це місце зустрічі продавця і покупця з метою здійснення процесу торгівлі. Таким представлявся ринок аж в XII столітті, між тим, таке розуміння ринку, незважаючи на численні підходи до його розуміння, має місце і сьогодні.

Виділяють 4 підходи до розуміння ринку:

1. *Просторовий* підхід являє собою розуміння ринку як простір, на якому здійснюється торгівля;
2. *Територіальний* підхід полягає в розумінні ринку як особливої території, на якій відбуваються дії купівлі-продажу, які обумовлені специфікою міста, регіону, країни, частини світу на якій вони відбуваються;
3. *Споживчий* підхід полягає в розумінні ринку як сумарно платоспроможного попиту, що пред'являється споживачами товарів і послуг;

4. *Системний* підхід розглядає ринок як саморегулюючу систему попиту і пропозицій.

Розуміння ринку як економічної системи являє собою ринок як пануючу форму господарювання

Таке численне розуміння ринку дає можливість існування різних видів ринку. Можна виділити різні види ринків залежно від аналізованого ознаки.

За економічним призначенням об'єктів ринкових угод виділяють п'ять видів ринку.

1. *Ринок споживчих товарів і послуг:*

- ринок продовольчих товарів;
- ринок непродовольчих товарів;
- ринок послуг.

2. *Ринок факторів виробництва:*

- ринок робочої сили;
- ринок засобів виробництва;
- ринок сировини.

3. *Фінансовий ринок:*

- фондовий ринок (цінних паперів);
- грошовий ринок (депозитів, валюти);

4. *Ринок нерухомості:*

- ринок землі;
- ринок нерухомості;

5. *Інформаційний ринок:*

- ринок духовно-інтелектуального продукту.

За просторовою ознакою розрізняють:

1. локальний або місцевий ринок;
2. регіональний ринок;
3. міжрегіональний ринок;
4. національний ринок;
5. міжнародний ринок;
6. світовий ринок.

Розглядаючи можливість існування конкуренції слід виділяти наступні види ринків:

- Вільний ринок, що передбачає високу конкуренцію
- Ринок монополістичної конкуренції
- Олігополістичний ринок
- Закритий ринок

За легальності функціонування можна виділити:

- офіційні і
- тіньові ринки.

2. Основні структури ринку

Раніше ми розглядали види ринків, а також підходи до розуміння, що визначають їх різноманіття. Тим часом, розглядаючи ринок як систему, можна виділити його структуру, яка включає в себе наступні елементи:

- Учасники ринку і їх поведінку
- Товари та послуги, які виробляються і обмінюються на ринку
- Форма організації і зв'язку між учасниками
- Елементи, які обмежують або регулюють поведінку учасників ринку
- Контролюючі концепції, які регулюють створення стратегій учасників ринку

Виходячи зі структури ринку, можна дати наступне визначення:

Ринок - це система, що включає продавців і покупців товарів або послуг, дії яких впорядковані подібними нормами і поділяються здебільшого учасниками концепції контролю.

Якщо розглядати ринок на макрорівні, то необхідно приділити увагу характеристиці структурних і інституційних елементів ринку.

У запропонованій нами початковій дослідницькій схемі основні структури ринку включають три елементи:

- ресурси (форми капіталу),
- організації,
- ділові зв'язки.

У свою чергу, основні інститути ринку в цій схемі також містять три елементи:

- права власності,

- управлінські схеми,
- правила обміну.

Господарські ресурси (форми капіталу). Стан ринку в значній мірі залежить від масштабу і пропорцій розподілу господарських ресурсів, які приймають форму накопиченого капіталу. Поняття капіталу нині в соціальних науках трактується досить широко і тому вимагає свого уточнення. В даному випадку під капіталом розуміється накопичений господарський ресурс, який приносить додаткову вартість шляхом взаємної конвертації своїх різноманітних форм. Будь-які структури і інститути, про які піде мова далі, також можуть бути представлені як різновид господарських ресурсів. Таким чином, в даному випадку поняття ресурсів обмежується основними факторами виробництва - засобами виробництва і робочою силою.

Засоби виробництва виступають в формі економічного капіталу. Це основна форма капіталу, яка включає:

- грошові активи,
- матеріальні активи,
- інформаційні та технологічні активи,
- товарні запаси.

Засоби виробництва мертві без робочої сили. Тому економічний капітал доповнюється ресурсами людського капіталу. Це сукупність накопичених працівниками професійних знань, умінь і навичок, одержуваних у процесі освіти і підвищення кваліфікації.

До списку активів, носієм яких виступають окремі працівники або трудові колективи, можна додати:

- фізіологічний капітал, що відображає стан здоров'я працівників та рівень їх працездатності;
- культурний капітал, пов'язаний з навичками соціалізації в певному соціальному середовищі;
- соціальний капітал, накопичений шляхом встановлення і підтримки зв'язків з іншими учасниками ринку;
- адміністративний капітал, виражений в здатності, використовуючи владу і авторитет, регулювати доступ до ресурсів і видам діяльності інших учасників ринку;

- політичний капітал, що означає здатність до мобілізації колективних дій і репрезентації інтересів інших учасників ринку;
- символічний капітал, пов'язаний зі здатністю до виробництва думок і маніпулювання оцінками.

Організаційні структури.

Учасники ринку не є простими точками на карті господарських взаємодій. Вони формують організації - ієрархічно вибудувані, відносно замкнуті сукупності робочих місць і зайнятих на них працівників, діяльність яких регулюється з єдиного центру. Це регулювання здійснюється керівниками організації з використанням системи формальних адміністративних правил і неформальних приписів, посадових порядків і статусних привileїв. З їх допомогою організаційні структури відгороджують себе від зовнішнього ринку, формують свої внутрішні ринки і встановлюють більш тісний контроль над діяльністю працівників.

Створення подібних організаційних структур пов'язано з інтеграцією різних технологічних процесів. Вона може виступати в формі вертикальної або горизонтальної інтеграції в залежності від того, чи відбувається об'єднання послідовних ланок одного технологічного ланцюга або паралельних ланок різних технологічних ланцюгів.

Доцільно виділити дві основні форми організаційних структур (фірм, компаній):

- підприємство,
- бізнес.

Перша, найбільш *проста організаційна структура* - **підприємство** - передбачає створення єдиної юридичної особи для ведення господарської діяльності. Воно передбачає також наявність фіксованого управлінського центру та централізованих фінансових потоків.

Складніша форма - **бізнес** - являє собою організаційну структуру, що складається із сукупності взаємопов'язаних підприємств в одній або декількох сферах діяльності. Йдеться про групу підприємств, які мають формальну незалежність, але при цьому керованих з єдиного центру, консолідуючого фінансові потоки і визначаючого єдину ділову стратегію (прикладом може послужити холдингова структура). При цьому дані підприємства можуть працювати під одним ім'ям (наприклад, мати одну торгову марку) або виступати під різними іменами.

Бізнес передбачає більш гнучкий, ніж єдине підприємство, спосіб організації та є проміжним структурним елементом між інтеграцією в формі підприємства і діловими зв'язками, про які піде мова далі.

Ділові зв'язки.

Поряд зі створенням інтегрованих структур, які передбачають замикання частини господарських процесів в межах ієрархічно вибудуваного підприємства або єдиного бізнесу, на ринку складаються відносно стійкі відносини між різними підприємствами і бізнесами, які є незалежними у фінансових та управлінських відносинах. Їх прийнято називати діловими зв'язками, розуміючи під ними повторювані контакти між різними організаційними структурами. Ці контакти в їх менш розвинутій формі полягають у взаємному спостереженні, а в більш розвинутій формі - в безпосередній взаємодії представників організаційних структур. У свою чергу, взаємодія може обмежуватися обміном інформацією, а може втілитися в здійсненні угод.

Форми ділових зв'язків між організаційними структурами

- ✓ взаємне спостереження
- ✓ взаємодія
- ✓ обмін інформацією
- ✓ ринкові операції

3. Регулювання ринку

Виробництво знаходиться під контролем і регулюванням ринку, який визначає що виробляти, як виробляти і в якому обсязі. Ринок також регулює розподіл товарів і послуг за допомогою механізму цін, тобто через систему формування і зміни цін в результаті впливу інтересів покупців і продавців, які приймають рішення самостійно. Механізм ціноутворення створює певний баланс платоспроможного попиту і пропозиції, який змінюється в залежності від ситуації і умов функціонування ринку.

Ринок як система циклічний в своєму розвитку, проходячи періоди підйомів і спадів або застоїв.

Крім позитивних моментів, результатами вільного ринку є також безробіття, інфляція, спекуляція.

Це відбувається у відповідь на впровадження ринкових відносин в неринкові сфери.

Неринкові сфери суспільства виробляють власні механізми стримування ринкових відносин, оскільки нерегульований ринок породжує ряд негативних факторів, що ведуть до саморуйнування ринкової системи і дестабілізації суспільства.

Регулювання ринкових систем відбувається за допомогою втручання держави.

Держава впливає на ринок через систему законодавчих норм і економічних методів.

1. Правові норми дозволяють функціонувати ринку в системі соціальних норм, прийнятих в суспільстві. Особливим механізмом державного регулювання ринку є антимонопольне законодавство, яке спрямоване на обмеження діяльності монополістів на ринку.

2. Також, до числа механізмів державного регулювання ринку можна віднести систему державних замовлень і закупівель, які дають можливість збільшити попит на ту чи іншу послугу або товар, результатом чого є розширення внутрішнього ринку.

3. Податкова політика - один з основних механізмів державного регулювання ринку. Стягуючи податки з населення і з підприємців, держава впливає на розширення виробництва за допомогою його стимуляції або гальмує його, скорочуючи попит.

4. До числа основних механізмів державного регулювання також відноситься кредитно-грошова система, яка, за рахунок зниження або підвищення процентної ставки Центральним Банком, дозволяє обмежити або збільшити можливості отримати позикові кошти, що, в свою чергу, впливає на розширення виробництва або його обмеження.

Ринок виконує найважливіші функції, які впорядковують економічне життя суспільства.

По-перше, ринок є сполучною ланкою між продавцями і покупцями, засобом переміщення економічних благ між людьми, територіями і навіть державами; причому, спілкування між людьми здійснюється незалежно від поділу людей за класами, національностями, расами, статтю, релігійними переконаннями - на ринку діють тільки продавці та покупці.

По-друге, ринок здійснює суспільне визнання запропонованих до продажу товарів, а значить і праці, вкладеної в них; ринок може відкинути непотрібні людям товари або товари, які не задовольняють потреби людей; тобто, ринок регулює попит і пропозицію товарів, а також встановлення ціни.

По-третє, ринок є незалежним розподільником економічних благ тільки на еквівалентній і оплатній основі.

По-четверте, ринок являє собою механізм винагороди успіхів і невдач, він є об'єктивним оцінювачем здібностей кожної людини як споживача, виробника, підприємця

По-п'яте, ринок виконує сануючу функцію, «вибраковуючи» тих виробників, які не можуть запропонувати найкращу якість за найменшою ціною.

По-шосте, ринок виконує функцію розподілу ресурсів, направляючи ресурси в ті виробництва, результати яких користуються попитом.

І, нарешті, пояснюючи сутність ринку, необхідно зупинитися на інфраструктурі ринку. Інфраструктура ринку - це організації, які обслуговують ринкові угоди з купівлі-продажу товарів і послуг. До ринкової інфраструктури відносяться: біржі, банки, консультаційні, юридичні та інформаційні фірми, рекламні агентства, ріелторські контори. Розвинена ринкова інфраструктура значно полегшує здійснення операцій обміну, і, навпаки, незадовільний стан ринкової інфраструктури робить ринкову систему не гнучкою, складною і неефективною.

Комплексний соціологічний аналіз ринку включає в себе: якісні дослідження

Якісні дослідження спрямовані на вивчення складних проблем, носять розвідувальний, пошуковий характер і застосовуються на етапі орієнтації, поглиблення розуміння проблем.

Для проведення якісних досліджень застосовуються експерти в досліджуваній області - фахівці, яким відомі специфічні сторони досліджуваного явища.

- експертні опитування
- глибинні інтерв'ю
- Фокус-групи
- "Таємний покупець"

кількісні дослідження

Кількісні дослідження спрямовані на отримання даних про стан ринку, реакції респондентів на будь-яку подію, товар або послугу, отримання чисельної оцінки досліджуваної теми. Кількісні дослідження застосовуються, коли необхідні точні, статистично надійні кількісні дані.

В ході дослідження вивчається думка досить великої кількості людей.

- Особисті опитування (face-to-face)
- телефонне опитування

- інтернет-опитування
- тестування продукції (hall-test або home-test)

кабінетні дослідження

Кабінетне дослідження («дослідження за письмовим столом») - збір і обробка існуючої інформації, даних, представлених в Інтернет-ресурсах, ЗМІ, статистичних та інформаційних довідниках.

Додаткові соціологічні дослідження

Проведення соціологічних опитувань економічно активного населення і підприємців. Дослідження громадської думки за такими напрямками як суспільство, держава, політика, економіка, дослідження різних сторін суспільного життя і т.д.

Тема 7. Соціологія грошей і фінансової поведінки

1. Дослідження грошей в історії соціології
2. Соціальні функції грошей
3. Гроші в соціальній інтеграції
4. Гроші в соціальній комунікації
5. Гроші як фактор соціокультурної дезінтеграції і відчуження
6. Соціальне конструювання множинних грошей
7. Фінансове поведінка як об'єкт соціологічного аналізу

Гроші вже протягом тисячоліть є постійним супутником повсякденному житті людей, а в останні століття вони перетворилися в найважливіший регулятор господарських і соціальних відносин. Їх ніхто не придумував і не впроваджував спеціально - вони виникли в процесі розвитку господарських обмінів, зміцнення влади, формування уявлень про власність і про необхідність адекватно винагороджувати працю. Кожна нормально соціалізована людина в сучасному суспільстві знає, що таке гроші і як вони працюють, але в той же час вчені, економісти, соціологи, філософи до цих пір не дали загального пояснення цьому феномену і не відкрили законів, користуючись якими можна було б стабільно і надійно управляти грошима.

1. Дослідження грошей в історії соціології

Дослідження грошей як соціального інституту з усіма його властивостями, соціальними і культурними функціями глибоко вкорінені в історії соціологічної науки. Їм

приділили особливу увагу такі класики соціології, як К. Маркс, М. Вебер, Г. Зіммель, К. Поланьї та ін.

Розгляд грошей як соціокультурного феномену традиційно включає два базові підходи:

По-перше, аналіз грошей як економічного і ринкового, поза соціального феномена, експансія якого має суттєвий вплив на соціальні зв'язки. Цей підхід можна простежити по роботах К. Поланьї, Дж. Коулмена, Е. Гіddenса, частково - Г. Зіммеля та ін.

По-друге, гроші розглядаються як продукт розвитку соціальних відносин і зв'язків і по суті не стільки економічний, скільки соціальний феномен. Такий підхід обґрунтovує, зокрема, В. Зелізер. Кожен з названих підходів має евристичну значимість, оскільки розкриває особливу предметну область соціологічного дослідження грошей.

У XIX ст., на тлі утвердження основних соціально-економічних та соціокультурних інститутів суспільства модерну, дослідження грошей як не тільки економічного, але і специфічного соціального інституту набувало все більшої актуальності. І важливим етапом в цих дослідженнях стали роботи К. Маркса, який розкрив не тільки економічну, а й соціальну природу грошей. В "Економічно-філософських рукописах 1844" і в "Капіталі" К. Маркс зробив найважливіший крок на шляху розуміння природи грошей як універсальної опосередкованій абстракції обміну. У контексті аналізу капіталістичного способу виробництва і буржуазного суспільства Маркс акцентував відчужену і відчужуючу природу грошей.

Найважливішим етапом у розвитку соціального знання про гроші стала робота німецького соціолога Г. Зіммеля "Філософія грошей", що вийшла у світ в 1900 р. Представляється, що до цього дня роботи Маркса і Зіммеля є підставами класичної соціології грошей, які розкрили принципові особливості соціальних і культурних функцій грошей і їх впливу на розвиток суспільства модерну. Робота Зіммеля - не власне про гроши, а про те, як гроші виражаютъ сутність життя сучасного суспільства.

Зіммель створював свою соціологічну теорію грошей в методологічних рамках соціологічної теорії обміну, яка передбачає "об'єктивний вимір суб'єктивних ціннісних оцінок". Саме тому абстрактна природа грошей, що еволюціонують від реальної цінності свого матеріалу до символічної цінності, дозволила їм стати універсальною основою обмінів і докорінно змінити і життя сучасної людини, і суспільство в цілому. Одним з найважливіших наслідків поширення грошей в суспільстві модерну, по Зіммелю, стало звільнення індивіда

від традиційних міжлюдських обмінів, можливість вступати в "далекі" відносини і збільшувати соціальну мобільність. Таким чином, ті функції грошей, які Маркс вважав фактором відчуження в капіталістичному суспільстві, Зіммель розглядав як фактор еманципації індивіда.

У роботах цілого ряду великих соціологів першої половини ХХ ст. досліджуються різні аспекти впливу грошей на суспільство і культуру. М. Вебер аналізує соціальні наслідки розвитку грошового обігу переважно в руслі досліджень процесів раціоналізації в різних сферах суспільного життя. Особливе значення мають гроші при формуванні властивої виключно сучасному буржуазному суспільству формальної раціональності. Ф. Теніс розглядає гроші як фактор встановлення знеособлених зв'язків в "суспільстві" (*gesellschaft*) в протилежність особистісної та емоційно насиченої "спільноті" (*gemeinschaft*).

Англійський соціолог К. Полані в своїй знаменитій праці "Велика трансформація" не тільки показав роль грошей як "фіктивного товару" особливого роду при переході до домінування ринку, а як форми соціальної інтеграції господарства. Він присвятив спеціальне дослідження аналізу специфіки грошей як особливої "мови" соціальної комунікації.

У другій половині ХХ в. дослідження грошей як специфічного засобу комунікації продовжив М. Маклюен в своїй праці "Розуміння медіа". Відомі соціологи другої половини ХХ в. (Т. Парсонс, Дж. Коулмен і Ю. Хабермас), хоча і не створили спеціальних праць, присвячених грошам як соціальному феномену та їх соціальним функціям, залишили свої принципові міркування стосовно їх впливу на соціальні відносини і культуру. Т. Парсонс вважав соціологію грошей самостійною галуззю соціологічної теорії, яку необхідно створити для вивчення грошей в якості одного з "узагальнених символічних посередників" соціальних обмінів. При цьому він розглядав функціональність грошей для суспільства поряд з функціональністю політичної влади і цінностей, а також мови. Дж. Коулмен в своїй теорії узагальнених соціальних обмінів розглядає гроші в якості їх безособової ланки, що є посередником. Для дослідника комунікативної дії Ю. Хабермаса гроші являють собою засіб "колонізації" соціального життя економікою, що підриває потенціал соціальної інтеграції.

Для розвитку соціальних досліджень грошей велике значення зіграла книга відомого французького соціального психолога С. Московічі "Машина, що творить богів" (1988), в якій він аналізує роботу Г. Зіммеля "Філософія грошей" з точки зору з'ясування значущості психологічної складової в соціологічному аналізі. У його інтерпретації гроші в якості

соціального інституту постають як "пристрась і як уявлення", що лежать в основі абстрактного "загального зрівнювача".

Особливе значення для розвитку соціології грошей в ХХ в. має робота американської дослідниці В. Зелізер "Соціальне значення грошей" (1994), що стала внеском одночасно і в соціологічну теорію грошей, і в соціологічні дослідження фінансового поведінки.

В. Зелізер не спростовує визнаний соціологами факт специфіки грошей саме як абстрактного і універсального посередника обмінних відносин не тільки в сфері економіки, а й у формуванні соціальних зв'язків. Але вона показує, що на рівні повсякденного сприйняття грошей і монетарної поведінки звичайних людей гроші завжди приймають різні значення і в цьому сенсі не цілком правомірно говорити про єдині, абстрактні, універсальні гроші. Множинність соціальних значень грошей полягає не тільки у випуску різних грошових одиниць і використання грошових сурогатів, а й в тому, що люди в повсякденному житті "виробляють множинні гроші", оскільки класифікують гроші за способами їх отримання і за цільовим призначенням, маркують для себе різні види грошей і по-різному їх використовують.

Робота В. Зелізер, що отримала високі оцінки і визнання світового соціологічного співтовариства, примітна ще й тим, що вона прокладає міст між соціологією грошей як теоретичними дослідженнями їх соціальних функцій, впливу на розвиток суспільства і культури, і соціологією фінансової та монетарної поведінки як корпусом емпіричних досліджень установок і поведінкових стратегій щодо грошей конкретних соціальних груп в певні періоди життя суспільства. Такі дослідження мають велике прикладне значення, оскільки знаходять застосування в плануванні маркетингової політики, в оптимізації роботи фінансових, кредитних, страхових інститутів і т.д. У той же час кордони між соціологією фінансової та монетарної поведінки і соціологією грошей умовні, оскільки їх об'єднує загальний об'єкт,

Отримавши широке поширення і ґрунтовну методологічне та методичне опрацювання на Заході, у вітчизняній соціологічній науці дослідження монетарної та фінансової поведінки стали активно розвиватися в 90-х рр. ХХ ст. - початку ХХІ ст., залучаючи великий інтерес своєю новизною і актуальністю. Характерно, що ці дослідження проводилися вченими різних спеціальностей - соціологами і психологами, і в цілому дисциплінарні кордони тут виявилися відносними.

2. Соціальні функції грошей

Під соціальними функціями грошей ми розуміємо роль грошей в системі відносин і взаємозв'язків елементів соціальної структури, а саме соціальних груп, інститутів і окремих особистостей. Слід виділити 5 основних соціальних функцій грошей в сучасному суспільстві.

1) *Засіб досягнення мети.* В першу чергу гроші служать для придбання товару (або оплати послуг). Причому в якості товару можуть виступати не тільки матеріальні блага. Гроші служать для придбання положення, вигідних зв'язків, політичної лояльності, здоров'я, краси, дітей (наприклад, сурогатне материнство), дружини, спокутування гріхів (як у випадку з індульгенціями), інформації, ідей, навіть вибачення. За допомогою грошей люди забезпечують свою родину, здійснюють благодійну діяльність. При цьому необхідно пам'ятати, що мету дій визначає людина відповідно до своїх ціннісно-смислових принципів, а гроші виступають тут лише засобом досягнення цієї мети.

2) *Визначення положення в соціальній структурі.* Рівень доходів людини визначає його позицію в соціальній ієрархії, статус, роль в суспільстві, його фінансові та соціальні можливості. Належність до того чи іншого класу формує образ життя людини, його соціальне оточення.

3) *Засіб самоідентифікації.* Крім об'єктивної позиції в соціальній структурі існує ще суб'єктивне уявлення людини про саму себе, про своє місце в суспільстві і свої можливості. Через усвідомлення свого фінансового становища особа конструює образ себе як соціального суб'єкта. Відповідно, її поведінка буде залежати від того, якою вона себе сприймає: успішною, заможною, вільною або невдахою, залежною, обділеною. Те ж стосується і держави. Не тільки багатство країни, а й національна валюта формують національну ідентичність.

4) *Ідеологічна функція.* Гроші у своїй речовій формі мають здатність трансліювати соціокультурні цінності держави. Наявність у країні власної валюти демонструє не тільки її незалежність в економічному плані. Розробці дизайну грошей надають великого значення, так як зображені на них символи повинні відображати культурний базис єдності народу. Це частина політичного проекту, результатом якого стають національні гроші, що несуть в собі ціннісні та ідеологічні установки країни.

5) *Засіб комунікації.* Значення грошей як засобу комунікації передбачає, що гроші здатні передавати інформацію щодо свого джерела, власника, ситуації їх використання, а також цільового призначення. Такий зміст формально не закріплено в гроахах, але присутній

в свідомості людини. Гроші як засіб комунікації наділяються суб'єктивними значеннями, які впливають на монетарне поведінку.

Розглянуті прояви соціальної суті грошей дозволяють зрозуміти їх як складний системо утворюючий компонент міжособистісної взаємодії, їх роль у становленні і розвитку конкретних держав і суспільства

3. Гроші в соціальній інтеграції

Більшість дослідників соціальних функцій грошей підкреслюють їх інтегручу роль в сучасному суспільстві.

За визначенням Ф. Тьюніса, сучасне суспільство, в протилежність традиційній спільноті, є співіснуванням незалежних людей, де вони розділені, не дивлячись ні на які природні зв'язки. Практично єдина реальна інтегруюча сила полягає в обміні і гроах як засобі обміну. Гроші виявляються основою суспільства і його суттю, перетворюючи масу роз'єднаних індивідів на соціальне ціле: "в паперових гроах суспільство робить своє власне поняття і вводить його в оборот, задаючи йому певний курс". У гроах суспільство усвідомлює себе і об'єктивує це усвідомлення, а курс національної валюти на певному етапі історичного розвитку стає найважливішим індикатором не лише стану національної економіки, але і суспільства в цілому.

Особливість соціальних зв'язків, що встановлюються грошима, полягає в їх універсальності. Гроші здатні зв'язувати усіх і усіх зі всіма, оскільки самі не мають ніякої якісної визначеності, "вони стають настільки чужими цьому світу, що найвіддаленіші одна від однієї речі знаходять в них загальну основу і вступають в контакт один з одним". Світ, зв'язки в якому опосередковані грошима, набагато більше і різноманітніше за світ, ґрунтovanий на природних, міжособистісних або ідеологічних зв'язках. Традиційна спільність споживає лише те, що робиться усередині неї; з введенням ринкових стосунків людям стає доступно те, що виходить за її безпосередні рамки - будь-які товари і продукти, будь-яка інформація, послуги, переміщення - все, що можна купити за гроши.

Гроші в силу своєї абстрактності і універсальності формують і відтворюють стосунки універсалізму, мають здатність зрівнювати людей. Мова грошей зрозуміла усім і скрізь, подібно до музики і математики, вони не потребують перекладачів і посередників. Усім суб'єктам, що мають гроши, блага і ресурси стають доступні в рівній мірі, тоді як у рамках традиційної спільноті вони доступні лише тим, хто особисто інтегрований в ній : не можна отримати землю, не будучи членом общини, робити товари, не будучи членом цеху, доступу

до влади не мають представники "низьких" станів і так далі. Для того, щоб мати які-небудь блага або можливості, тут потрібно спочатку увійти до відповідної спільноті, перейняти на себе особисті зобов'язання, тоді як в суспільстві, заснованому по перевазі на обміні, досить просто мати гроші.

Таким чином, гроші сприяють соціальної емансидації, завдяки грошам відбувається особисте звільнення індивіда від маси соціальних, моральних, ідеологічних зв'язків, спрошується його шлях до задоволення будь-яких бажань і потреб. На цій підставі Г. Зіммель надає грошам значення еманспіруючої сили: "вони дозволяють існувати відносинам між людьми, особисто їх не зачіпаючи". Таким чином, в "архаїчних", "неринкових" суспільствах соціокультурна ідентичність передує доступу до благ, а в "ринкових" - гроші встановлюють зв'язок людини з предметним світом, минаючи його ідентичність. Вони навіть самі формують ідентичність людини і інтегрують її в суспільство.

Гроші створюють передумови для інтеграції індивіда в суспільство. Кожен, хто має гроші, може знайти своє місце в сучасному суспільстві, а злідні страшні не просто граничною убогістю існування, але і тим, що миттєво перетворють людину на ізгоя, що стоїть поза суспільством.

Широко відомо зауваження Г. Зіммеля про те, що гроші - це "батьківщина безрідних". Володіння грошима дозволяє включитися в соціальні зв'язки, налагодити спілкування, інакше неможливе. Цією властивістю грошей пояснюється, зокрема, давно відомий соціологам феномен підприємницької активності етнічних і релігійних меншин. Адже навіть якщо на спілкування з подібними меншинами накладено табу, якщо релігія або звичай наказує зневажати і уникати їх - потреба в гроших змушує звертатися до них і підтримувати з ними відносини.

Крім того, для тих, хто інтегрується в суспільство за допомогою грошей, вони виявляються і найважливішим засобом соціальної ідентифікації і самоідентифікації. Володіння грошима оформляє особливе співтовариство людей і є перепусткою в езотеричне коло посвячених, що протистоїть всім іншим, включаючи національну та релігійну більшість.

Опиняючись способом самоідентифікації, гроші визначають і властивості особистості - того соціального типу, який спеціалізується на їх накопиченні. Так, французький соціолог С. Московичі зазначає, що "фінансові" меншини самі набувають властивостей що властиві грошам - байдужість до культурних і соціальних особливостей середовища і високу мобільність. Гроші як такі всюди відчувають себе вдома, не мають перешкод на своєму

шляху; більш того, процес їх звернення вимагає постійної просторової мобільності і змушує індивіда швидко переміщатися туди, де очікується великий прибуток. Оскільки гроші приростають в процесі обороту, то його прискорення вимагає від індивіда здатності збільшити інтенсивність свого життя, "стиснути" час, виробляючи за одиницю більшу кількість операцій.

Гроші як універсальна форма зв'язку надають людині сучасного суспільства ще одну особливість - його власну універсальність і складність. Тут мається на увазі не багатство духовного життя, творчого потенціалу і тому подібне, що ми в повсякденній мові звикли розуміти під складністю особистості, а необхідність і можливість орієнтуватися на різноманітні цілі і виконувати різні, не пов'язані між собою ролі. На місце цілісної, інтегрованої людини традиційної спільноти, яка лише в якості її члена ставала і працівником, і власником, і хазяїном, і вступала у дружні, сімейні, владні і інші відносини, і для якого виробництво невід'ємне від споживання, праця - від дозвілля, приватне життя - від громадського і тому подібне, приходить частковий індивід, який ніякій справі і ніякій меті не віддає себе цілком, поперемінно виступаючи то в ролі працівника, то власника, то чоловіка і батька, то виборця і т. д..

Роблячи однаково доступними індивідові і близькі, і далекі соціальні зв'язки, гроші збільшують значення дальніх зв'язків на шкоду біжнім. Сучасна людина частіше налаштована встановлювати контакти з максимально видаленими суб'єктами, захищаючи себе від ризику надмірної близькості і залишаючи за собою можливість перервати стосунки у будь-який момент. Саме у середовищі далеких стосунків і розkvітає грошова раціональність: не пов'язана стійкими моральними і психологічними зобов'язаннями і емоціями людина вільна прибавати, примножувати, зберігати гроші

Гроші актуалізують довіру як основу відношення людини з ним як з абстрактною експертною системою. Ця довіра пов'язана не з суб'єктами конкретних стосунків або з певною грошовою одиницею, а з грошима взагалі, які всюди і безумовно признаються в якості універсального еквіваленту, засобу реалізації будь-яких цілей, досягнення будь-яких бажань. Але довіра грошам взагалі принципово відрізняється від довіри і віри в традиційне розуміння, оскільки завжди несе в собі свідомість ризику, пов'язаного з конкретними грошима, - з коливанням курсів валют, обвалом біржових котирувань, крахом банків, махінаціями неохайніх ділків і так далі. Довіра до грошей і інвестування в них усіх надій і очікувань при одночасному усвідомленні постійних ризиків, пов'язаних з ними, формує в

сучасній людині постійну настороженість, звичку до відстежування фінансової ситуації і готовність реагувати незалежно від його професії і навіть від кількості грошей.

Оскільки гроші є найбільш універсальним і абстрактним засобом встановлення соціальних зв'язків, дозволяють координувати зусилля безлічі самих різних людей і організацій, переходити від прямих обмінів і стосунків з близькими агентами до узагальнених обмінів і зв'язків, то довіра до грошей тісно пов'язана з довірою до соціальних інститутів і агентів. Недовіра до держави, його економічного курсу, здатності контролювати волонтаристичні і корисливі дії фінансових ділків, а також сумнів в політичній і соціальній стабільності підриває і довіру до грошей. У ситуаціях зростання такої недовіри люди прагнуть переводити гроші в нерухомість, цінності (дорогоцінні метали і тому подібне), предмети тривалого користування.

4. Гроші в соціальній комунікації

Завдяки грошим стають доступними не тільки матеріальні блага - гроші мають здатність пов'язувати між собою і людей, є засобом комунікації. Самі далекі одна від одної люди, не знайомі, що не мають нічого спільного, що ніколи не бачили один одного можуть вступити в контакт за допомогою грошей, стати взаємно корисними і необхідними. Власне, все життя в сучасному суспільстві і складається з таких часом навіть не усвідомлених нами взаємозв'язків з тисячами людей. Здатність грошей встановлювати не тільки економічні, але і соціальні зв'язки, транслювати відповідну інформацію відзначена ще К. Марксом, який назвав їх "узами всіх уз".

У соціологічній літературі грошей як засобу соціальної комунікації приписують протилежні властивості і характеристики. У роботах Г. Зіммеля, К. Поланьї, С. Московичі, М. Маклюена і інших дослідників гроші уподоблюються "універсальній мові" сучасного суспільства. Е. Гідденс бачить в гроах одну з базових "символічних систем", що забезпечують звільнення громадських інститутів від локальної прив'язки, їх універсалізацію в глобальному масштабі. На противагу цьому "універсалістському" підходу В. Зелізер обґруntовує концепцію "створення множинних грошей" як специфічних "діалектів" різних соціальних груп для різних типів відносин.

Питання про співвідношення універсальності і множинності грошей як засобу соціальної комунікації має не тільки теоретичне, а й прикладне значення: його рішення прояснює питання про адекватність грошової комунікації для різних типів товариств, соціальних груп, виконання соціальних ролей. Зокрема, питання про доцільність надання

пільг та надання соціальної допомоги незахищеним верствам населення в грошовій або натуральній формі слід розглядати з точки зору не тільки економічної доцільноті, але і найбільш підходящею для конкретного випадку форми комунікації.

Канадський фахівець в області соціологічної теорії комунікацій М. Маклюен стверджував, що розвиток грошей в чомусь схожий з розвитком мови у дитини: доки він не уміє говорити, він хапає лише те, до чого безпосередньо може дотягнутися, але як тільки навчиться говорити, мова стає для нього способом поширення свого інтересу і свого домагання на предмет віддалений.

Архаїчні гроші, за свідченнями антропологів і соціологів, мають множинні форми, кожна з яких служить для встановлення і підтримки комунікацій у вузько обмежених функціональних сферах, і їх взаємна конвертація можлива в обмежених межах. Наприклад, податі або компенсацію шкоди, штраф, калім і так далі можна було заплатити лише конкретною групою конвенціональний і традиційно призначених для цього предметів, і такі платіжні гроші однозначно відповідають соціальному значенню цього типу стосунків. Інші предмети, яку б цінність вони самі по собі не представляли, не можуть адекватно підтримувати комунікацію в цій області - вони сприймаються як неприпустимий засіб комунікації. Аналогічно і з іншими функціями грошей, наприклад їх використанням як засоби накопичення. Безглаздо накопичувати багатство у фізичній формі тих предметів, які не є носіями сенсу багатства в цьому конкретному суспільстві : наприклад, в архаїчних суспільствах нерідкозасобом обміну виступали метали, у тому числі цінні, але справжнє багатство вимірювалося лише землею (чи поголів'ям худоби).

Надалі гроші ринкового обміну сприяють виходу за рамки просторово локалізованих відносин і зв'язків, маркованих конкретною символікою. Тому історичне становлення єдиної валютної системи - символічних грошей - пов'язане з руйнуванням архаїчного трайбалізму і всіх соціокультурних атрибутів, воно зустрічає явний або прихований опір і неприйняття на всіх етапах свого розвитку. Процеси становлення єдиних ринків, формальних юридичних відносин громадянського суспільства і єдиної національної валюти замість множинних грошових одиниць, які служили локальним цілям, йшли паралельно, і кожен з них був хворобливою ламкою сформованих принципів соціальної комунікації. С. Московічі, слідом за Г. Зіммель, стверджує, що історична еволюція грошей може бути охарактеризована як перехід відчутних грошей в символічні.

"Символічні" гроші ринку вносять єдиний "мову" зі своєю "граматикою" в реальні економічні і соціальні відносини, встановлюють однакові зв'язки між працею і заробітною платою, різними обмінними вартостями, маркують соціальні ролі. Однак при цьому вони, переводячи різноманітне і якісно специфічне на мову однакових абстракцій, не просто спрощують, а й псують реальні сутності. Так, гроші ринку замінюють змістовні соціально-культурні підстави комунікації, перетворюючись в універсальний знак соціальної спроможності. Соціальна цінність індивіда починає визначатися не його реальними людськими якостями, а грошовим "еквівалентом": "Те, що можуть купити гроші - це я сам, власник грошей. Наскільки велика сила грошей, настільки велика і моя сила. Властивості грошей суть мої - їх власника - властивості і сутнісні сили... Якщо гроші є узами, що зв'язують мене з людським життям, суспільством, природою і людьми, то хіба вони не узі усіх уз"?". С. Москович підкреслює, що під впливом грошей "мови різних стосунків людини до людини стають варіантами однієї мови такої ж універсальної, як мови музики або математики".

Американська дослідниця В. Зелізер в роботі, що здобула широку популярність, "Соціальне значення грошей" (1994) зробила спробу спростувати уявлення, що встигло закріпитися в соціології, про гроші як універсальний код, що встановлює комунікацію різних сфер соціального життя сучасного суспільства. Вона стверджує, що "немає ніяких єдиних, універсальних, загальних грошей - є множинні гроші: люди роблять різні грошові кошти для багатьох, а можливо, і для кожного типу соціальної взаємодії, подібно до того, як вони використовують різні мови для різних соціальних контекстів".

Єдині універсальні гроші існують, на думку В. Зелізер, лише в дуже обмежених межах ринкового обігу, але оскільки гроші проникають в більш складні і менш стандартизовані форми відносин, вони втрачають універсальність, набувають специфічних форм. Ці форми визначаються тими соціальними і культурними цілями, якими визначається призначення грошей, межі їх використання, їх принадлежність і джерела. Кожна соціальна група створює свою власну мову грошей, зрозумілу лише на її мікрорівні, встановлює тимчасові і ситуативні зв'язки між грошима які щось означають і якимись умовними цілями як означуваним. Прикладом може послужити "бухгалтерія жестяних банок", за допомогою якої маркуються "цільові гроші" домашніх господарств, що відкладаються на різні "статті" сімейного бюджету.

5. Гроші як чинник соціокультурної дезінтеграції і відчужження

Разом з виділенням соціальних і культурних функцій грошей дослідники відмічають їх відчужуючий і дезінтегруючий вплив на різні аспекти громадського життя. У цьому сенсі можна вже говорити не про соціокультурну функціональність, а про дисфункціональність грошей (Р. Мертон), оскільки тут йде мова про їх вплив не на підвищення, а на зниження життєздатності соціальної системи, внесення в неї конфліктності, диспропорцій і дезінтеграції.

Затверджуючись в якості універсальної цінності і універсального способу зв'язку між людьми, гроші відчужують соціальні стосунки, приводячи їх до безособового, формального типу. Вторгаючись в різні соціальні сфери, гроші не регулюють їх відповідно до їх природи і внутрішньої логіки, а підпорядковують власній логіці, що знищує їх специфіку : якщо в основі стосунків між чоловіком і жінкою лежить раціональний розрахунок, то це буде все, що завгодно, але тільки не любов; якщо дія державного службовця мотивовані не службовими обов'язками, а вигодою, це корупція, якщо батьки замість того, щоб виховувати дитину, даватимуть їйому увію грошей, вони виростять асоціальний тип, і так далі.

Механізм впливу грошей на соціальні відносини в загальному вигляді можна описати як редукцію якісної своєрідності соціальних і культурних відносин і зв'язків до кількісних і знеосoblених. До цих висновків прийшли свого часу К. Маркс і Г. Зіммель. Існують соціальні сфери, проникнення грошей в які виявляється очевидно деструктивним і сприймається як шокуюче і аморальне: наприклад, любов, шлюб, сім'я, або державна і військова служба.

Гроші виявляють властивість відчужувати власне соціальну і культурну мотивацію і таким чином паралізувати волю людини. Парадоксально, але пристрасть до накопичення робить людину нездатною до повноцінної господарської і підприємницької діяльності: вона прагне не до включення в економічний оборот, а, навпаки, до виходу з нього і виходу за межі продуктивної економіки грошей. У грошах їйому бачиться не засіб обміну, а інша, відчужена іпостась своєї власної особистості, яку необхідно зберігати, бо її втрата означає і втрату себе, сенсу і суті свого існування.

Коли гроші із статичного скарбу перетворюються на динамічний капітал і людина відкриває для себе їх головну таємницю - здатність до самозбільшення, то в цьому випадку здатність грошей відчужувати особу також набуває новий вимір і якість, пов'язану з небажанням вивести їх з обороту, бо будь-яка витрачена на непродуктивні - культурні, соціальні, благодійні і тому подібне - цілі дрібниця спричиняє за собою і втрату того прибутку, який вона потенційно могла б принести. Тому "економічна людина", зайнята

раціональним збільшенням капіталу, виявляється позбавленою справжнього соціального і культурного виміру, делегує свої особові властивості грошам. Цю особливість грошей-капіталу рунтовано досліджував ще К. Маркс: "Чим нікчемніше твоє буття, чим менше ти проявляєш своє життя, тим більше твоє майно, тим більше твоє життя відчужуване , тим більше ти накопичуєш своєї відчуженій суті".

К. Маркс називає гроші "відчуженоюміцю людства", тому що гроші вихолощують справжній соціальний зміст відносин людей, перетворюючи їх у відносини грошей-символів, а не реальних людей з їх інтересами і потребами: "Те, що я є і що я в змозі зробити, визначається аж ніяк не моєю індивідуальністю. Я потворний, але я можу купити собі красиву жінку. Значить, я не потворний, бо дія калітва, його відлякуюча сила, зводиться нанівець грошима. ... я поганий, нечесний, безсовісний, недоумкувата людина, але гроші в пошані, значить, в пошані і їх власник. гроші євищим благом, значить, гарний і їх власник ... і хіба я, який за допомогою грошей здатний отримати все, чого жадає людське серце, хіба я не володію всіма людськими здібностями? ".

Після того, як ринок і грошовий обмін стають основною формою соціальної інтеграції господарства, саме безособові грошові стосунки починають домінувати над особистими. Гроші не знають ні спорідненості, ні національної, культурної, конфесійної спільноті. Гроші трансформують традиційні форми спільноті людей - сім'ю, станове суспільство, державу, етнос і так далі. Вторгаючись в усі ці спільноти, гроші звільняють людей "від купи звичаїв, чарівливості символів", розколюючи їх просто на тих, у кого багато грошей, і тих, у кого їх немає.

На додаток до відчуження, гроші мають властивість протиставляти людей один одному, сіяти недовіру і ворожість. Йдеться не лише про заздрість незаможних до тих, хто має великі гроші. С. Московичі відмічає, що задоволення нажитим визначається тільки співвідношенням з тим, що втратив інший. Людям, що досягають успіху в накопиченні грошей, властиво не лише переживати почуття переваги над тими, хто не має подібних здібностей, але і виправдовувати свій успіх, приписуючи обираним невдахам різні негативні якості - дурість, боягузство, нерозторопність, лінь і так далі. Зі свого боку, біdnі рідко вірять в те, що багатство є плодом високих особових якостей і таланту, і у свою чергу демонізують багатих, приписуючи їм жорстокість, скупість, зарозумілість.

Прогресуюче в міру універсалізації ринкового обміну перенесення грошового виміру на все ставлення до речей і людей призводить до поступового зникнення з сучасної культури

порівнянних людині референтних систем: міряючи все на гроші, суспільство втрачає свої сенси. Повнота здорового світосприйняття, що з'єднує абстрактне і конкретне бачення, в сучасному ринковому суспільстві практично витиснена одностороннім абстрактним світосприйняттям, ігноруванням зв'язків явищ "з їх конкретністю і одиничністю".

6. Соціальне конструювання множинних грошей

У архаїчних суспільствах з нерозвиненим ринком гроші мали множинні форми, пов'язані з конкретними сферами соціальних стосунків і цілями використання. Універсальність і абстрактність гроші набувають з перетворенням ринку на визначальну форму інтеграції господарства. Проте і в умовах реального виробництва і ринкового обміну періодично виникає потреба у використанні локальних грошових одиниць, що відображають специфіку даного сегменту ринку або виробництва.

І до цього дня в рамках єдиних національних ринків різних країн мають ходіння спеціалізовані форми платіжних засобів (векселі, купони, чеки і так далі), кожне з яких має або своє конкретне цільове призначення або якийсь специфічний соціальний сенс, або зберігається за традицією. Введення карткової системи (а також інвалютні чеки в СРСР, купони і так далі) відображає специфічні права і можливості різних груп населення в умовах товарного дефіциту. Локальні платіжні і інші заміщаючі гроші засоби можуть вводитися на окремих підприємствах, в магазинах і торгівельних мережах (купони, марки і так далі) для оптимізації місцевих розрахунків, використовуватися в рамках маркетингових кампаній (набрати бонусні знаки і обміняти їх на товар). Відомі багаточисельні прецеденти, коли в умовах глобальної фінансової кризи окрім міста стали вводити власні місцеві гроші для захисту власних товаровиробників. Наприклад, на початку 2009 р. в американському місті Пітсбуро почали випуск альтернативних місцевих грошей під назвою "пленті" (90 центів), і це зовсім не одиничний прецедент.

Множинність форм, що приймаються грошима навіть в умовах сучасних ринків, підтверджується і постійним використанням бартерних операцій. До бартеру прибігають в кризисні моменти за відсутності грошей на рахунках або в умовах гіперінфляції, коли реальні продукти представляють більшу цінність, чим гроші, що швидко знецінюються. Як відомо, в Україні 90-х рр. ХХ ст. бартерні обміни складали близько 40% всього обороту. Виявилися "грошові" товари, що найбільш зажадалися, – автомобілі, бензин, ліс, сталь, м'ясо, на які можна було виміняти практично все. В умовах глобальної фінансово-економічної кризи в економічно розвинених країнах також почали бартерні обміни, у тому числі вони стали

використовуватися в малому і середньому підприємництві, у сфері обслуговування. Крім того, бартер використовується не лише в кризисних ситуаціях, але і, наприклад, для оптимізації податків.

Ще однією формою множинності грошей як засобу платежу є створення грошових сурогатів. Вони виробляються в різних комунікативних контекстах, коли використання грошей розглядається як недоцільне або недоречне, наприклад, в якості подяки за послугу близькій людині нерідко вважають "незручним" використовувати гроші і замінюють їх сурогатом, прийнятним в даній культурі і в конкретних соціальних групах. В якості таких сурогатів в Україні, як відомо, найчастіше використовують алкоголь, кондитерські вироби, парфумерію. В. Зелізер серед таких грошових еквівалентів називає сигарети, поштові марки, квитки на бейсбол.

Найбільший інтерес з точки зору соціологічного аналізу фінансової поведінки представляє створення множинних грошей, що несуть на собі "відбиток мереж соціальних стосунків і систем сенсів". До способів соціального виробництва множинних грошей В. Зелізер відносить:

- обмеження сфери використання грошей;
- регулювання способів їх розподілу;
- зміна їх зовнішнього вигляду;
- наділ певних сум особливим сенсом;
- призначення належних користувачів;
- позначення прийнятних джерел грошей.

Виробництво множинних грошей передбачає проведення чіткої смислової межі між різними їх видами: подарунок відрізняється від хабаря, допомога від чайових і т.д. Воно спирається на вироблювані в кожній конкретній культурі правила, похідні від розподілів соціальних ролей. Змішання різних форм множинних грошей, їх неадекватне використання в повсякденному житті викликає не тільки нерозуміння, але і різного роду санкції. Санкції переважно є неформальними, пов'язаними з моральним осудом, глузуванням і руйнуванням комунікативних ситуацій: чайових очікують офіціанті, таксисти, кур'єри, покоївки в готелях і т.д., але вони недоречні для висококваліфікованих фахівців. Іноді між різними формами множинних грошей існують дуже тонкі смислові межі: вираз подяки лікарю - подарунок або хабар? Чи доречно робити подарунок чиновнику, і яким він повинен бути, щоб не кваліфікуватися як хабар?

В. Зелізер зазначає, що створення множинних грошей відповідає необхідності контролю над ними в складних і неоднозначних соціальних ситуаціях. Для різних форм соціальних відносин люди виробляють різні форми грошей:

- для підтримки відносин соціальної нерівності, ієрархії служать пожертвування і допомога для бідних;
- для закріплення гендерної та вікової ієрархії в сім'ях служать гроші "на шпильки" для жінок, на кишенськові витрати для дітей, чоловічі "заначки";
- для встановлення "тонких статусних відмінностей" служать чайові;
- для підтримки близьких соціальних зв'язків використовуються подарунки друзям, родичам, партнерам і т.д., а також безпроцентні позики (позичання грошей);
- для підтримки групової ідентичності і членства в групі використовуються різноманітні пожертвування, членські, цільові та благодійні внески;
- для маніпулювання іншими використовуються хабаря, підкуп, плата за утримання і т.п.

Найважливіший напрямок виробництва множинних грошей є їх маркування за цільовим призначенням, зв'язування з певними цілями. В американських домашніх господарствах в досліджуваний Зелізер період розпочато ХХ в. була прийнята "бухгалтерія жестяних банок", тобто фізичне поділ грошей за їх призначенням з метою максимального обмеження перекидання коштів на інші статті витрат. Наприклад, гроші, призначені на купівлю дров, оплату освіти дітей, відпочинок, на якісь особливі покупки виділяються в окрему статтю бюджету і відкладаються в особливе місце, і не вилучаються звідти до тих пір, поки не буде зібрана потрібна сума і не прийде час відповідного платежу.

Цільові гроші мають багато різновидів, кожен з яких має дуже істотні особливості. Держава також виділяє цільові гроші, наприклад, гранти на наукові дослідження, "материнський капітал", статті витрачання яких спочатку чітко обумовлені і не підлягають довільній зміні.

Особливу проблему представляє такий різновид цільових грошей, як грошова допомога, яка виділяється певним категоріям населення - малозабезпеченим, пенсіонерам, багатодітним сім'ям тощо. У деяких випадках подібна допомога видається натуральними продуктами (або оформляється як право безкоштовного або пільгового придбання продуктів, ліків, палива, електроенергії і т.д.). Зелізер докладно аналізує дискусії, що розгорнулися в США на початку ХХ ст. з приводу перекладу натуральних форм допомоги малозабезпеченим

в грошову форму, а також самостійного і непідконтрольного органам опіки використання грошових допомог і благодійних сум. Витоки протиріч були в тому, що організатори соціальної допомоги бачили в реципієнтах людей, нездатних раціонально і "правильно" розпорядитися грошима. Самі ж біdnі одержувачі допомоги і пільг оцінювали свій хист розпорядитися грошима як адекватний, і вимагали свободи і самостійності в використанні своєї допомоги. Тут, на наш погляд, проглядається соціал-дарвіністське уявлення про біdnих як непристосованих до повноцінної соціальної активності людей, які потребують не лише допомоги, а й керівництва і управління з боку найбільш пристосованих членів соціуму.

В Україні періодично розгортаються дискусії з приводу перекладу натуральних пільг (на ліки, проїзд і т.д.) в грошові форми. Проблема полягає не стільки в вигідності і раціональноті тієї чи іншої форми, скільки в звичному сприйнятті натуральних пільг, яке відрізняється від сприйняття грошових форм допомоги, таких як пенсії та допомоги. Пільги є не просто деперсоніфікованою по суті платою, а особистісним визнанням заслуг, наприклад, ветеранів війни та праці, і знаком турботи суспільства про слабких і незахищених.

Залежно від того, хто їх заробив і хто використовує, гроші також неоднорідні, і це залежить від уявлень про розподіл соціальних ролей між чоловіками і жінками, дорослими і дітьми, багатими і біdnими і так далі. Залежно від традицій, що склалися, і норм сімейним бюджетом розпоряджається жінка, що веде господарство, або чоловік - глава сім'ї. Можливі ситуації, коли чоловік або усі працюючі члени сім'ї віддають лише частину свого заробітку "на господарство", а решту відкладають на які-небудь значимі покупки або витрачають на себе.

За способом отримання гроші ділять на "чисті", тобто зароблені або отримані чесним шляхом, і "брудні", такі, що дісталися морально засуджуваним шляхом (вкрадені і тому подібне), а також "зароблені" і "очманілі", "випадкові", наприклад виграні, отримані в подарунок і так далі. Відношення до таких грошей, способи і форми їх використання будуть різними. Так, "очманілі" гроші легше і швидше витрачаються на "необов'язкові" цілі, розваги, купівлю тих, що виходять за рамки необхідного товару. "Брудні" гроші уникають витрачати на морально значимі цілі.

Особливу проблему становить використання грошей в якості подарунків. Подарунок відрізняється від інших форм обміну тим, що невіддільний від конкретних відносин між людьми, абсолютно унікальний, оскільки має сенс лише в контексті конкретної ситуації взаємодії між певними людьми. Вироблені століттями правила етикету включають і

стереотипи подарунків і відносин дарування: соціалізована в даній культурі людина уявляє собі, що, коли і кому доречно подарувати. В якості подарунків можуть виступати практично будь-які предмети, якщо вони здатні втілювати прихильність, покровительство та турботу, вдячність і повагу і багато інших відтінків соціальних і емоційних зв'язків. Однак гроші не мають ніякої власної індивідуальності і власного сенсу. Г. Зіммель зазначав, що гроші в якості подарунка неприйнятні,

Проте традиція дарувати гроші все ж склалася, хоча їх доречно дарувати не усім і не завжди. Як правило, гроші дарують лише дуже близьким людям, навіть не друзям, а родичам, в цих випадках гроші є даруванням "чистої можливості" купити собі те, що одержувач вважає потрібним. Дарування грошей за рамками тих ситуацій, коли це вважається доречним, сприймається як грубе порушення етики і взагалі комунікативних норм. У зв'язку з цим В. Зелізер дуже доречно звертається до аналізу зовнішньої форми, яка надається подарунковим грошам за рахунок відповідної упаковки, оформлення, написів і так далі. Навіть прислані в якості поштового переказу гроші можуть супроводжуватися відповідним оформленням. Тут в наявності прагнення надати додаткове символічне значення тій чистій формі, чистій можливості, яка дарується у вигляді грошей.

Ще одним важливим аспектом повсякденної фінансової поведінки є адекватне використання різних форм грошей. Дрібними монетами не прийнято розплачуватися в дорогих магазинах або ресторанах, але не тому, що велика кількість монет не може скласти необхідну велику суму, а тому, що це, по-перше, незручно, а по-друге, не відповідає статусному використанню грошей, якому в цій ситуації швидше підходить кредитна карта або велика купюра. В той же час навряд чи комусь прийде в голову запропонувати за газету або проїзд в автобусі занадто велику купюру, але теж лише тому, що це відгукнеться незручностями (з неї не знайдеться здачі), а не тому, що вона в принципі не годиться для купівлі цих речей або послуг.

Соціальний контекст накладає відбиток на форму застосування грошей, але не міняє при цьому самої їх універсальної і абстрактної суті. Як підкреслює С. Московичі: "гроші - це довільний знак, який винаходиться і заміщає інші знаки в найрізноманітніших формах. Ніяка ієрархія не визначає їх стосунків, і залежно від обставин вживають паперові гроші, векселі, чеки, кредитні картки, магнітну стрічку. Будь то паперові гроші або рахунки, ні їх назва не має значення, ні те, з чого вони зроблені, не є предметом переваги, важлива лише вказана на них цифра".

Гроші мають множинні форми не лише в соціальному, смисловому, символічному, але і у фізичному плані. У останні десятиліття набувають все більшого поширення безготівкові розрахунки, ґруntовані на використанні кредитних і дебетових карт, "електронних гаманців" і так далі.

Соціальні наслідки поширення безготівкових платежів неоднозначні. З одного боку, суспільство масового споживання не було б можливе без нових форм готівки, що робить процес постійного придбання і споживання благ дійсно нічим не обмеженим. Все більшого поширення набувають інтернет-магазини, торгівля по каталогах і тому подібне, що дозволяють здійснювати покупки не виходячи з будинку, у будь-який час доби, без вихідних і обідніх перерв. Нові форми грошей дозволяють здійснювати великі цільові і дрібні повсякденні покупки без використання готівки, необхідності їх збереження і зберігання, безпечної транспортування, обтяжливих підрахунків і інших незручностей, традиційно пов'язаних з їх використанням. Особливо зручні дебетові і кредитні карти для подорожей, оскільки вони перетворюють готівку на глобальну, позбавляють власника карти від проблем провезення грошей через кордони, обміну валют і тому подібне. Це відбувається ще і завдяки розвитку електронних способів управління грошима на рахунку через Інтернет і спеціальні канали комунікації, що дозволяють робити це з будь-якої географічної точки і у будь-який час.

З іншого боку, при усіх їх зручностях, нові форми грошей і поширення безготівкового розрахунку припускають і введення нових норм і правил, пов'язаних з їх використанням.

По-перше, якщо готівка в звичних формах банкнотів і тому подібне випускається і забезпечується державою (чи союзом держав) і має силу на усій його території, більше того, обов'язкова до прийому на ній, то електронні гроші, наприклад кредитні карти, "електронні гаманці", є зобов'язаннями конкретних банків і фінансових структур і не мають статусу законного платіжного засобу на всіх територіях. Так що власник карти або "електронного гаманця" залежить від згоди контрагента прийняти його платіжний засіб, і, в принципі, може виявитися без готівки в найнесподіваніший момент.

По-друге, можливості утримувача карти обмежують чисто технічні умови її використання: наявність у одержувача відповідних технічних засобів для зняття грошей з рахунку, їх справність, нарешті, безперебійне подання електроенергії. Стихійні лиха і інші кризові ситуації можуть привести до відсутності технічної можливості скористатися електронними грошима. По-третє, сам емітент електронних грошей, наприклад

"електронного гаманця", простою формою якого є телефонна або транспортна карта, може поставити обмеження їх використання.

Найважливішим соціальним наслідком поширення електронних форм грошей є втрата анонімності угод, яку дає готівка. Їх використання припускає відповідні записи у базах цих фінансових структур, що вже саме по собі підриває їх анонімність. Крім того, атаки хакерів, комп'ютерні віруси, просочування інформації, викрадення баз даних ставлять під сумнів і анонімність, і безпеку як грошей, так і їх власників. Будь-яка здійснювана з електронними грошима угода припускає ідентифікацію власника, прочитування інформації, її передачу у відповідні фінансові інститути і подальше зберігання. Таким чином, жоден платіж, жодна угода вже не можуть залишатися анонімними, фактично, усі зв'язки і господарюючих суб'єктів, і громадян в повсякденному житті опиняються зафікованими.