

*С.М. Гринецька**Svitlana M. Grinevska*

## СТАН ТА ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ КУЛЬТУРИ У ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ СФЕРІ

**Abstract.** The questions of the interdependence of the formation of a modern economic culture and the development of middle and small businesses are analyzed. The indices of the economic culture affecting the development of the business sector are considered. The problems and priorities of forming the economic culture in the business sphere are defined.

Перспективним напрямом розвитку українського суспільства є формування соціально орієнтованої, демократичної, правової держави, інтегрованої у світове господарство на засадах конкурентоспроможності національної економіки. Пріоритетами на цьому шляху постають питання гуманізації економіки, формування економічної культури ринкових відносин через встановлення прямої залежності між показниками економічного розвитку та рівнем добробуту громадян України. Для України основним шляхом зростання добробуту, як підкреслювалося в Посланні Президента України про внутрішнє і зовнішнє становище України у 2005 році, має бути не механізм перерозподілу доходів, а забезпечення сприятливих можливостей для реалізації творчого, трудового та підприємницького потенціалу [1].

Розробленню проблем соціалізації економіки у форматі становлення економічної культури і розвитку підприємницької сфери нового типу значну увагу приділили вітчизняні вчені-економісти О. Амоша, В. Геєць, В. Гришкін, Н. Деєва, Ю. Зайцев, С. Мочерний, О. Новікова, М. Чумаченко, Л. Федулова. Соціальну компоненту економічних відносин у різних аспектах висвітлено у працях таких зарубіжних учених, як Ф. Кене, А. Сміт, Д. Рікардо, Д. Мілль, А. Тюрго, Й. Шумпетер. Активно досліджують економічну культуру як механізм регулювання соціально-економічної поведінки різних категорій економічно активного населення вітчизняні соціологи В. Пилипенко, Т. Єфременко, О. Злобіна, О. Донченко та ін.

Метою статті є висвітлення питань взаємозалежності становлення сучасної економічної культури і розвитку малого та середнього підприємництва; визначення показників економічної культури, які впливають на удосконалення соціально-економічних відносин і сприяють підвищенню підприємницької активності у сфері малого та середнього бізнесу; визначення проблем та пріоритетів розвитку економічної культури в підприємницькій сфері.

У 2005 р. було проведено експертне опитування українських фахівців з питань економічної культури (Донецька область була представлена 60 експерта-

ми). Серед загалу опитаних найбільшу частку становили державні службовці місцевого та регіонального рівнів – 38%; керівники в державному секторі економіки – 18%, керівники у приватному секторі економіки – 14%. По 15% склали групи респондентів із викладачів вищих навчальних закладів та журналістів. Отже за професійним складом опитування охоплювало тих фахівців, які за змістом своєї трудової діяльності можуть оцінити економічну поведінку населення, характер процесів у соціально-економічній сфері та мають певні теоретичні знання і власні уявлення щодо економічної культури. Високий рівень освіти та кваліфікація, зрілий вік та наявність значного стажу роботи на відповідних посадах свідчать, що експерти мають необхідні знання та практичний досвід для того, щоб компетентно оцінити стан та перспективи розвитку економічної культури в Україні та регіонах. Поведене експертне опитування дає підстави для прийняття якісних управлінських рішень щодо створення умов для успішного економічного та соціального розвитку країни через формування та реалізацію прозорих, партнерських, правових відносин в усіх сферах життєдіяльності суспільства. Результати опитування дозволили окреслити узагальнений соціальний портрет сучасного підприємця та визначити основні проблеми розвитку підприємництва в Донецькій області і в країні в цілому.

У країнах Європейського Співтовариства мале та середнє підприємництво охоплює майже 15,8 млн. фірм, на яких зайнято близько 68 млн. осіб і виробляється 2/3 несільськогосподарської продукції [2]. Донецька область серед інших областей України посідає друге місце (після м. Києва) за кількістю малих підприємств, чисельністю працюючих у цій сфері та обсягом виробленої ними продукції, виконаних робіт та наданих послуг. У сфері малого бізнесу зайнято 300 тис. осіб. Кожна п'ята родина в Донецькому регіоні забезпечує сімейний добробут за рахунок цього виду економічної діяльності. Малий бізнес формує 20% доходної частини місцевих бюджетів. У містах і районах області створена і функціонує необхідна інфраструктура для підтримки малого і середнього бізнесу, діють єдині реєстраційні офіси. При Донецькій торгово-промисловій палаті створено центр підтримки малого підприємництва, Міжнародний інвестиційний клуб, Агентство з питань залучення інвестицій. В області розпочав діяльність Центр підтримки малого та середнього бізнесу Регіонального фонду підтримки підприємництва по Донецькій області. Основний напрям діяльності цього центру – залучення до підприємницької діяльності соціально незахищених верств населення, просвітницька робота серед безробітних для підвищення підприємницької активності. Проводиться робота зі створення малих підприємств у шахтарських містах для працівників вугільної промисловості, вивільнених при закритті шахт. За станом на 2004 р. у Донецькій області нараховувалося 26,0 тис. малих підприємств (по Україні – 272,2 тис.), що становить десяту частину від загальної кількості по Україні. У розрахунку на 10 тис. осіб наявного населення області припадає 55 малих підприємств (по Україні – 57). Загальна кількість працюючих у сфері малого підприємництва в Україні становить понад 8 млн. осіб. Таким чином, можна констатувати наявність малого та середнього підприємництва як сектору економіки, в якому працює більше 17% від загальної кількості зайнятих і який формує близько 8% ВВП та 7,3% виробленої продукції країни [3]. Разом з тим, частка підприємців серед населення є

дуже незначною. Опитування з “Базової захищеності населення України”, яке проводив Державний комітет статистики України у 2000–2006 рр. (n=9400 респондентів, вибірка репрезентативна для дорослого населення кожної області України) показало, що серед респондентів займалася підприємницькою діяльністю така частка осіб:

- у 2002 р. – 3,3%;
- у 2003 р. – 3,7%;
- у 2004 р. – 3,5%;
- у 2006 р. – 3,9%.

За статистикою, в Україні на малих підприємствах зайнято близько 10% працюючого населення, в той час як у розвинених країнах світу більша частина працюючого населення (до 60%) працює у сфері малого бізнесу.

Взаємодія бізнесу і влади потребує запровадження економічної культури як механізму їх конструктивної взаємодії, як фундаменту позитивних змін у соціально-економічному розвитку країни та її регіонів. Розв’язання соціально-економічних проблем Донецької області так само неможливе без узгодженості дій представників обласної державної адміністрації, місцевих органів самоврядування, керівників підприємств і організацій усіх форм власності. Саме необхідність спільних дій, консолідована відповідальність за економічний та соціальний стан в області є основною метою, проголошеною у меморандумі, підписаному владними структурами області і представниками ділових кіл. Підвищення добробуту кожної людини, подальший розвиток громадянського суспільства і демократії, взаємна повага, толерантність, поважання іншої точки зору, соціальна справедливість і соціальна відповідальність – основні принципи підписаної угоди, зміст якої базується на засадах економічної культури та співробітництва.

На державному рівні зусиллями бізнес-асоціацій та аналітичних центрів було розроблено документ „Послання від бізнесу до державної влади України”, що містить перелік основних питань, вирішення яких національний бізнес очікує від уряду України. Цей документ було обговорено та схвалено у квітні 2006 р. Радою підприємців України при Кабінеті Міністрів України та громадською колегією Держкомпідприємництва України.

Проблеми в підприємницькій сфері є наслідком недосконалості економічних відносин та низької економічної культури. Розвитку малого підприємництва заважає неефективність економічних важелів – високі податки, нестабільність законодавства, відсутність доступної системи кредитування та ін. Такий стан обумовлює неправову поведінку самих суб’єктів малого та середнього бізнесу, які у відносинах з державою припускаються порушень і надають недоброякісні послуги населенню, що є показником нерозвиненості економічної культури.

Рівень економічної культури підприємця визначає соціальну спрямованість його поведінки. Результати соціально спрямованої бізнес-діяльності надають підприємцю можливість реально впливати на економіку міста, регіону, держави (задовольняючи потреби населення, створюючи робочі місця тощо). Соціально відповідальний бізнес – одна з фундаментальних цінностей цивілізованої

економіки, політики, суспільства. Економічна культура забезпечує конструктивну взаємодію бізнесу й суспільства та є необхідною умовою здорових суспільних відносин; здорове суспільство, у свою чергу, є необхідною умовою зростання і процвітання бізнесу. За існуючих умов комплексний розвиток соціальної сфери конкретного підприємства потребує значних ресурсів. Тому тільки стабільні, міцні й ефективні компанії можуть впроваджувати дієву соціальну політику. В основі ефективного бізнесу лежать раціональна система корпоративного управління, професійні, культурні економічні відносини. Вони передбачають: сплату податків у повному обсязі, легітимно, чесно й відкрито; виплату економічно обґрунтованої заробітної плати працівникам, яка гарантує збереження та розвиток людського і трудового потенціалу, забезпечує розвиток висококваліфікованої робочої сили; благодійну, спонсорську діяльність на добровільній основі, яка має заохочуватися спеціальними державними заходами (у тому числі вирішенням податкових питань) та забезпечувати підтримку репутації бізнесу і на локальному рівні, і на рівні суспільства в цілому.

**Соціальна складова бізнес-діяльності.** Соціально відповідальний бізнес в українському суспільстві перебуває на початковій стадії розвитку, що зумовлено перешкодами у формуванні та становленні самої бізнес-діяльності (малого та середнього бізнесу), яка через несприятливі правові і соціально-економічні умови в Україні так і не набула прихильного ставлення з боку населення. Передусім через складність функціонування бізнес-діяльності її соціальна спрямованість в Україні залишається слабозвиненою. Саме тому експертами визначено, що розвиток таких форм соціально відповідального бізнесу, як допомога людям, які знаходяться в тяжкому матеріальному становищі, сприяння збереженню довкілля, перебуває на вкрай низькому рівні: майже дві третини (по 63,3%) експертів поставили участь бізнесу у такій діяльності під сумнів (табл.1.).

**Таблиця 1**

**Оцінка експертами імовірності прояву економічної культури підприємцями України щодо реалізації благодійної діяльності за різними формами, %**

<i>Назвіть ступінь імовірності приведених нижче висловлювань для підприємця (бізнесмена) України?</i>					
<i>Можливі висловлення підприємців (бізнесменів)</i>	<i>Ступінь імовірності</i>				
	<i>Цілком імовірно</i>	<i>Скоріше, імовірно, ніж ні</i>	<i>Важко сказати</i>	<i>Скоріше, неймовірно, ніж імовірно</i>	<i>Зовсім неймовірно</i>
Я погодився б з тим, щоб мати менше предметів розкоші, якби це допомогло людям, що знаходяться в тяжкому матеріальному становищі, збереженню довкілля	13,3	15,0	8,3	45,0	18,3
Я погодився б з тим, щоб одержувати менш прибутків, якби це сприяло створенню нових робочих місць для безробітних	6,7	16,7	15,0	40,0	21,7
Я погодився б платити великі податки, якби знав, що це допоможе бідним представникам нашого суспільства	15,0	25,0	10,0	30,0	20,0

Найбільш популярною економічною поведінкою підприємців щодо допомоги бідним верствам населення, на думку опитаних, є сплата великих податків (40%). Трохи більше чверті експертів (28,3%) вважають, що підприємці спроможні надати допомогу нужденним за рахунок зменшення придбання предметів розкоші. Але більше половини опитаних схильні стверджувати, що ні за яких умов добровільної соціально-економічної допомоги від підприємців не буде. Проте такому стану речей є певне пояснення. Аналіз ситуації засвідчує наявність імовірних та реальних небезпек, які загрожують становленню, розвитку та функціонуванню малого та середнього бізнесу в країні, що зумовлює значні психологічні та фінансові витрати з боку підприємців на їх подолання. Численні дослідження вказують на існування значного тиску на діяльність малих та середніх підприємств з боку різних державних і недержавних інституцій: контрольно-наглядових органів, державних чиновників, злочинців, рекету тощо. Існуюча податкова політика не сприяє офіційній реєстрації усіх працівників підприємств малого та середнього бізнесу, тому багато з них працюють на неофіційних, тіншових засадах.

Сучасний стан економіки, несприятливі умови для розвитку малого та середнього бізнесу в Україні сприяють укоріненню у свідомості негативних стереотипів поведінки, які сприймаються як норма і негативно впливають на активізацію підприємницької діяльності населення в цілому, на перспективи розвитку бізнесу і його культурні параметри (табл. 2).

**Таблиця 2**

**Оцінка стану і перспектив розвитку українського бізнесу за його культурними (цивілізаційними) параметрами, %**

<i>Як би Ви оцінили стан та перспективи розвитку українського бізнесу за його культурними (цивілізаційними) параметрами?</i>	
<i>Параметри економічної культури бізнесу</i>	<i>%</i>
У сучасних умовах діловим людям (бізнесменам) доводиться вдаватися до нелегітимних методів вирішення своїх справ, але є всі підстави сподіватися на появу в майбутньому цивілізованих методів	78,3
У сучасних умовах діловим людям (бізнесменам) доводиться вдаватися до нелегітимних методів вирішення своїх справ, сподіватися на появу в майбутньому „цивілізованого” бізнесу немає ніяких підстав	15
Правова і етична культура ведення справ у нас знаходиться на належному рівні	3,3
Виведення бізнесу з тіні	1,7
Важко сказати	3,3
Наближається до нуля	1,7
Ринок в Україні ще довго буде нецивілізованим	1,7
Влада + бізнес = корумпований моноліт	1,7

На сьогодні діловим людям нерідко доводиться вдаватися до нелегітимних способів ведення свого бізнесу. Проте більшість експертів (78,3%) оптимістично настроєні щодо утвердження цивілізованих методів ведення бізнесових справ. Однак при цьому на вихід бізнесу з тіні сподівається зовсім незначна кількість з них (1,7%). Результати інших опитувань показують, що в масовій свідомості переважають негативні уявлення про підприємництво, „психологічна неготовність як влади, так і населення до різких змін і до засвоєння нових ціннос-

тей, пов'язаних з конкуренцією і приватною власністю; зрощення бізнесу і політики” [4].

Економічна культура бізнесу визначається не тільки макросоціальними параметрами, але й мікросоціальними особливостями, які включають особистісні якості підприємців, ступінь розвиненості ділових та моральних рис характеру. Здатність до прискореного сприйняття інновацій та їх практичного впровадження, вміння творчо і неординарно мислити й діяти, всебічна обізнаність і економічна компетентність – неодмінні вимоги до сучасного підприємця. Їх значущість зростає в умовах швидких та кардинальних техніко-технологічних змін, коли успіх комерційної діяльності, перемога у конкурентній боротьбі залежить від своєчасності впровадження інноваційних розробок, адекватних організаційних змін, прискореного оновлення продукції чи послуг [5].

Експерти, характеризуючи сучасних підприємців з точки зору моральності, відзначають достатню розвиненість у них таких якостей характеру, як обов'язковість, старанність, ввічливість, пунктуальність та точність (від 50 до 62%). Це саме ті якості характеру, які забезпечують особистісний успіх у бізнес-діяльності. Проте недостатньо розвинені такі риси характеру, як великодушність, доброта, співчуття, прагнення і вміння допомогти – тобто такі, які забезпечують суспільний компроміс, злагоду, соціально-психологічний комфорт. Аномічний стан суспільства продукує відносини безвідповідальності, деморалізованості в різних сферах життєдіяльності, у тому числі й у бізнесі. Тому реалізація правила моральності як основи суспільної взаємодії – „не робити іншим того, чого не бажаєш собі” – спрацьовує ситуативно. Хоча саме цей моральний імператив має стати базисною основою соціальних відносин у суспільстві в цілому й економічної культури бізнес-діяльності зокрема як підґрунтя розбудови громадянського суспільства (табл. 3).

Таблиця 3

Оцінка експертами особистих якостей підприємців, %

<i>У якій мірі сучасним підприємцям, що мають постійні контакти з людьми, притаманні такі риси:</i>	<i>Ступінь наявності</i>			
	значний	середній	незначний	важко відповісти
Шанобливе ставлення до людей, ввічливість	3,3	56,7	36,7	3,33
Обов'язковість, старанність	6,7	55,0	33,7	1,7
Пунктуальність, точність	5,0	45,0	46,7	3,3
Вірність слову, виконання обіцянки	6,7	36,7	51,7	5,0
Вдячність	6,7	31,7	56,7	5,0
Вміння прощати, доброзичливість, великодушність	1,7	16,7	75,0	6,7
Співчутливість, доброта, готовність допомогти	1,7	25,0	68,3	5,0
Золоте правило моральності (не роби іншим того, чого не бажаєш собі)	6,7	30,0	55,0	8,3

Таким чином, розвиток підприємництва в Україні та її регіонах у значній мірі залежить від того загального культурного середовища (загальної, правової та етичної культури на рівні організацій, підприємств, інституцій, а також куль-

тури самих суб'єктів господарювання (працюючих, керівників-менеджерів, підприємців, державних службовців, населення в цілому), в якому функціонує бізнес. Оцінка експертами стану та перспектив розвитку згідно з його культурними (цивілізаційними) параметрами показала, що необхідні умови поки що не створені. Лише 3,3% респондентів відмітили, що правова та етична культура підприємництва знаходяться в Україні на належному рівні, а абсолютна більшість дотримується протилежної думки.

Відсутність в Україні умов для формування економічної культури у представників бізнесу обумовлена комплексом причин:

- інституціональними — що проявляються в економічній необізнаності; нехтуванні правовими нормами представників влади; нездатності до розробки та реалізації високоякісного, ефективного законодавства та адміністративного менеджменту;
- ринковими — через несформованість повноцінного ринкового механізму, який має продукувати умови для нормального функціонування бізнесу;
- соціокультурними — що пов'язані з консервативністю економічної свідомості економічно активного населення та управлінців стосовно нових, ринкових умов, а також слабким впливом культурних норм і правил ведення бізнесу на засадах взаємовигідності, порозуміння та прозорості.

Проблеми розвитку підприємництва в Україні породжуються самою діяльністю бізнес-структур, які переслідують реалізацію передусім власних інтересів. Опитування експертів підтвердило ці позиції більшості підприємців та власників підприємств у сучасній Україні. Майже три чверті опитаних (73%) вважають, що пріоритетною і єдиною метою бізнес-діяльності підприємців є забезпечення прибутку (табл. 4).

**Таблиця 4**

**Стратегічні орієнтації підприємців щодо мети діяльності, %**

<i>Яку позицію, на Ваш погляд, займає більшість підприємців, власників підприємств в сучасній Україні?</i>	
Єдина ціль підприємства (компанії, фірми) – прибуткова діяльність	73,3
Крім роботи на прибуток, слід враховувати інтереси клієнтів, партнерів, працівників суміжних професій	20
Перше неможливе без другого	5
Важко відповісти	3,3
Єдина ціль підприємства – прибуток + порушення норм моралі	1,7

Однак прагнення отримати прибуток часто супроводжується порушеннями норм моралі. Лише 20% вважають, що основна маса підприємців-власників займають не егоцентричну позицію, але й враховують інтереси клієнтів, партнерів, що є ознакою цивілізованого ведення бізнесу.

В економічних оцінках, орієнтаціях та установках населення України щодо питань розвитку підприємництва сталися суттєві зміни. Оцінюючи економічні установки населення України з точки зору розвитку ринкової економіки, можна відзначити як позитивні, так і негативні тенденції у ставленні до цих змін. За результатами соціологічного моніторингу „Українське суспільство 1994–

2006 рр.” [6], в країні останнім часом дещо зросла довіра до приватних підприємців: у 2006 р. таких, хто довіряє їм, – 4,3%, проти 3,7% – у 2005 р. Також дещо зменшилася кількість тих, хто не довіряє приватним підприємцям, – 39,8 проти 40,9% відповідно у 2006 і 2005 рр. (табл.5).

Таблиця 5

**Динаміка рівня розвитку приватного підприємництва і ступеня довіри приватним підприємцям України, у %**

<i>Який рівень Вашої довіри приватним підприємцям?</i>						
	1994	1997	2000	2001	2005	2006
Зовсім не довіряю	24,3	30,8	23,6	22,7	15,1	15,1
Переважно не довіряю	21,1	19,8	22,3	20,7	25,8	24,7
Важко сказати, довіряю чи ні	36,6	37,0	36,7	41,3	42,6	41,9
Переважно довіряю	11,9	10,1	14,4	12,9	15,2	16,8
Цілком довіряю	1,9	1,9	2,2	2,1	1,1	1,4
<i>Середній бал</i>	2,4	2,3	2,5	2,5	2,6	2,7
<i>Як Ви ставитесь до розвитку приватного підприємництва в Україні?</i>						
Зовсім не схвалюю	15,3	13,4	9,3	9,7	7,8	7,8
Скоріше, не схвалюю	15,6	14,4	13	12,8	10,6	11,1
Важко сказати, схвалюю чи ні	25	29,4	25	24,6	28,8	22,2
Скоріше, схвалюю	21,4	21,7	25,1	27,3	34,6	36,1
Цілком схвалюю	22,2	20,9	26,7	25	16,3	18,3
<i>Середній бал</i>	3,2	3,2	3,5	3,5	3,4	3,3

У динаміці ставлення населення до розвитку приватного підприємництва в Україні на початку 2006 р. спостерігається певне його поліпшення порівняно із попереднім роком. Хоча й простежуються негативні тенденції до різкого посилення антиринкових настроїв і значне поширення негативного ставлення до процесів приватизації великих підприємств – у 2005 р. 60% населення негативно оцінювало цей процес і лише 13% – позитивно, а в 2006 р. 67% – негативно, 10% – позитивно. Також істотно зменшилася кількість людей, котрі схвалюють приватизацію малих підприємств, – негативно до цього процесу у 2006 р. ставилося 29% проти 23% у 2005 р. Також суперечлива соціально-психологічна ситуація в країні відповідним чином впливає на умови функціонування бізнес-діяльності.

З огляду на результати соціологічних досліджень настроїв населення та оцінок експертів Україна має обрати курс на комплексну стабілізацію та економічне зростання, головна мета якого – підвищення добробуту населення, розвиток внутрішнього попиту, підтримка розвитку науки, освіти, культури, підприємництва, національної самосвідомості, економічної культури. Ефективна соціальна та економічна політика держави в ринкових умовах повинна реалізовувати норми соціальної справедливості та забезпечувати соціальну стабільність у країні при одночасному збереженні стимулів до підприємницької діяльності та підвищення мотивації до ефективної праці найманих працівників.

У Донецькій області основними завданнями регіональної політики у сфері розвитку малого та середнього підприємництва мають стати:

- визначення стратегічних напрямів підприємництва шляхом розробки регіональної стратегії розвитку малого та середнього бізнесу в області до 2010 р.;



- стимулювання підприємницької активності населення для зниження соціальної напруженості, скорочення безробіття через створення нових робочих місць та самозайнятості населення;
- досягнення оптимального регулювання підприємницької діяльності, усунення правових, економічних та адміністративних перешкод у реалізації прав на підприємницьку діяльність (відповідно до Закону України „Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності”);
- впровадження прогресивних фінансових технологій підтримки підприємництва, вдосконалення механізмів фінансово-кредитної підтримки малого та середнього бізнесу;
- розвиток інфраструктури підприємництва, інформаційної бази, підвищення рівня професійної підготовки підприємців.

Базовим чинником підвищення конкурентоспроможності України є конкурентне підприємницьке середовище, що сприятиме розкриттю й реалізації підприємницького потенціалу нації. Складовими стратегії сприяння розвитку конкурентоспроможного підприємництва в Україні мають стати:

- стимулювання підприємництва усіх форм і видів власності шляхом загального послаблення податкового тиску, спрощення бухгалтерської та податкової звітності, збільшення ефективності господарювання, організаційно-технічної підтримки бізнесу;
- розробка та виконання комплексних програм підтримки підприємництва, спрямованих на підвищення ефективності використання людських ресурсів – скорочення регіонального та структурного безробіття, підвищення якості робочої сили; спрощення доступу до фінансових ресурсів – насамперед для започаткування власного бізнесу та підтримання бізнес-структур зі значним потенціалом зростання; розвиток інфраструктури з підтримки бізнесу; поліпшення доступу до необхідної для бізнес-діяльності інформації, включаючи інформацію щодо заходів державної підтримки.

- 
1. Послання Президента України до Верховної Ради України. Про внутрішнє і зовнішнє становище України у 2005 році // Економіст. – 2006. – № 2. – С. 12–75.
  2. Цимбал Л.Л. Зарубіжний досвід фінансування малого та середнього бізнесу // Фінанси України. – 1998. – № 2. – С. 73.
  3. Г. Чижиков Роль Донецької ТПП в розвитку малого підприємництва // Економіст, 2005. – № 6. – С. 50–52.
  4. Пачковський Ю. Соціопсихологічна модель аналізу підприємництва за умов трансформаційного процесу // Соціологія: теорія, методи, маркетинг, 2003. – № 3. – С. 121–132.
  5. Курило І. Підприємці-роботодавці у соціально-економічній структурі населення України // Україна: аспекти праці, 2004. – № 6. – С. 39.
  6. Паніна Н.В. Українське суспільство 1994–2005: соціологічний моніторинг. – К.: ТОВ „Видавництво Софія”, 2005. – С. 20–23.
  7. Господарський кодекс // Закон і бізнес. – К., 2003. – 193 с.
  8. Szawiel T. Urzeczeni przez rynek? Stosunek mlodziezy do rynku, pieniadza i pracy // Kultura i spoleczenstwo. – 1998. – № 1.