

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

ФАКУЛЬТЕТ СОЦІОЛОГІЇ ТА УПРАВЛІННЯ

КАФЕДРА СОЦІОЛОГІЇ

**Кваліфікаційна робота
магістра**

**СОЦІАЛЬНІ НАСТРОЇ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ В ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ В УМОВАХ
ВОЄННОГО СТАНУ**

Виконав: магістр 2 курсу, групи 8.0541-з
Спеціальності 054 «Соціологія»
Д.С. Михайлов

Керівник: професор кафедри соціології,
д.філос.н., Скворець В.О.

Рецензент: доцент кафедри соціології,
к.філос.н., Сорокіна О.С.

Запоріжжя – 2022

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет Соціології та управління
Кафедра Соціології
Рівень вищої освіти Магістр
Спеціальність 054 Соціологія

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри В.О. Скворець

«16» червня 2022 року

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА**

Міхайлову Денису Сергійовичу

1. Тема роботи (проекту) Соціальні настрої суб'єктів підприємницької діяльності в територіальних громадах в умовах воєнного стану

Керівник роботи Скворець Володимир Олексійович, д.філос.н., професор

Затверджені наказом ЗНУ від «16» червня 2022 року № 671-с

2. Строк подання студентом роботи 1 грудня 2022 р.

3. Вихідні дані до роботи: Васильченко О. Громадська думка і суспільні настрої: відмінні і спільні риси. Релігія та соціум. 2011. № 1 (5). С. 198-205; Кадієвська І.О. Соціальні настрої як показник духовного благополуччя. Грані. 2014. № 9 (113). С. 56-59; Красноносова О.М., Харченко Р.В. Інструментарій державної політики у сфері підтримки та стимулювання розвитку малого бізнесу. Проблеми економіки. 2020. № 4. С. 42-47; Остапенко О.Г., Барановська Т.М. Територіальні громади як первинний суб'єкт місцевого самоврядування та реалізації муніципальної політики. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2015. № 10. С. 32-48; Харченко С.В. Социальное настроение общества: монография. Алма-Ата:Азия, 1992 192 с.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

1.Уточнити зміст і сутність ключових понять дослідження: соціальні настрої, підприємницька діяльність, умови воєнного стану. 2. Вивчити стан наукової розробленості проблеми дослідження соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності в територіальних громадах в умовах воєнного стану. 3. Визначити основні підходи і методи дослідження соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності в територіальних громадах в умовах воєнного стану. 4. Дослідити сутність і особливості соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності. 5. Вивчити структуру соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності. 6. Розглянути територіальну громаду як середовище формування соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності в умовах воєнного стану. 7. Проаналізувати результати прикладного дослідження. 8.Запропонувати шляхи оптимізації соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності в територіальних громадах в умовах воєнного стану.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) таблиць 0

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада Консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Розділ 1	Скворець В.О, професор, д.філос.н.	25.06.22	29.05.22
Розділ 2	Скворець В.О, професор, д.філос.н.	26.06.22	26.06.22
Розділ 3	Скворець В.О, професор, д.філос.н.	25.09.22	25.09.22

7. Дата видачі завдання 25 червня 2022 р.**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вибір та формулювання теми роботи	Травень 2022	<i>виконано</i>
2.	Опрацювання наукових джерел	Червень-липень 2022	<i>виконано</i>
3.	Робота над вступом	Липень 2022	<i>виконано</i>
4.	Робота над першим розділом	Липень-серпень 2022	<i>виконано</i>
5.	Робота над другим розділом	Вересень 2022	<i>виконано</i>
7.	Робота над третім розділом	Жовтень 2022	<i>виконано</i>
8.	Систематизація висновків	Листопад 2022	<i>виконано</i>

Магістрант _____ Д.С. МихайловКерівник роботи (проекту) _____ В.О. Скворець**Нормоконтроль пройдено**Нормоконтролер _____ О.С. Сорокіна

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота складається з 76 сторінок, 58 позицій у списку літератури.

СУБ'ЄКТ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ, СОЦІАЛЬНІ НАСТРОЇ, СОЦІАЛЬНІ ОЧІКУВАННЯ, ТЕРИТОРІАЛЬНА ГРОМАДА, УМОВИ ВОЄННОГО СТАНУ

Мета дослідження: вивчити показники соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності в територіальних громадах, спричинених повномасштабною агресією Російської Федерації в Україну та запропонувати шляхи їх оптимізації.

Об'єкт дослідження: соціальні настрої як соціальний феномен.

Предмет дослідження: соціальні настрої суб'єктів підприємницької діяльності в територіальних громадах в умовах воєнного стану.

Методи дослідження: метод системного аналізу, індукції і дедукції, абстрагування і узагальнення, методи соціологічні (феноменологічний, структурно-функціональний аналіз, інституціональний метод, метод інтерв'ювання).

Новизна дослідження. Робота може претендувати на певну наукову новизну, оскільки протягом останніх 70 років, принаймні в Україні, ніхто не досліджував соціальні настрої суб'єктів підприємницької діяльності в умовах воєнного стану.

Гіпотези: 1. Покращення соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності в територіальних громадах суттєво вплинуть на позитивні зрушення в економічній сфері і сприятимуть майбутній відбудові держави. 2. Застосування спеціальних соціальних технологій формування позитивного соціального настрою суб'єктів підприємницької діяльності, можна не лише зберегти їх власне функціонування, але й посилити стійкість життєдіяльності громад.

Висновки: 1. За результатами дослідження можемо відмітити, що за вісім місяців відкритої агресії та воєнного стану в Україні, суб'єкти підприємницької діяльності залишаються активною частиною українського соціуму в боротьбі за незалежність нашої країни. 2. Вони швидко адаптувалися до умов воєнного стану, знайшли своє місце в структурі бізнесу територіальної громади, активно залучені у допомогу країні і власній громаді під час війни (долучаються до волонтерської діяльності, надають підтримку волонтерським хабам, центрам незламності). 3. Підприємці Запорізької територіальної громади демонструють готовність до співпраці з органами місцевого самоврядування і очікують від них зворотного. В цілому, соціальні настрої суб'єктів підприємницької діяльності щодо ведення бізнесу позитивні, більш оптимістичні, ніж песимістичні.

ABSTRACT

The qualification work consists of 76 pages, 58 items in the list of references.

SUBJECT OF BUSINESS ACTIVITY, SOCIAL ATTITUDES, SOCIAL EXPECTATIONS, TERRITORIAL COMMUNITY, CONDITIONS OF MARITAL STATE

The purpose of the study: to study indicators of social attitudes of subjects of entrepreneurial activity in territorial communities caused by the full-scale aggression of the Russian Federation in Ukraine and to propose ways of their optimization.

Research object: social attitudes as a social phenomenon.

The subject of the study: social attitudes of subjects of entrepreneurial activity in territorial communities under martial law.

Research methods: method of system analysis, induction and deduction, abstraction and generalization, sociological methods (phenomenological, structural-functional analysis, institutional method, interview method).

The novelty of the study. The work can claim a certain scientific novelty, since during the last 70 years, at least in Ukraine, no one has investigated the social attitudes of subjects of entrepreneurial activity under martial law.

Hypotheses: 1. Improving the social attitudes of business entities in territorial communities will significantly affect positive changes in the economic sphere and contribute to the future reconstruction of the state. 2. The use of special social technologies for the formation of a positive social attitude of business entities can not only preserve their own functioning, but also strengthen the sustainability of community life.

Conclusions: 1. Based on the results of the research, we can note that for eight months of open aggression and martial law in Ukraine, business entities remain an active part of Ukrainian society in the struggle for the independence of our country. 2. They quickly adapted to the conditions of martial law, found their place in the business structure of the territorial community, were actively involved in helping the country and their own community during the war (involved in volunteer activities, provided support to volunteer hubs, centers of indomitability). 3. Entrepreneurs of the Zaporizhzhya territorial community demonstrate readiness to cooperate with local self-government bodies and expect the opposite from them. In general, the social attitudes of the subjects of entrepreneurial activity regarding business conduct are positive, more optimistic than pessimistic.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ НАСТРОЇВ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	10
1.1. Уточнення змісту і сутності ключових понять дослідження: соціальні настрої, підприємницька діяльність, умови воєнного стану.....	10
1.2. Стан наукової розробленості проблеми дослідження соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності в територіальних громадах в умовах воєнного стану.....	17
1.3. Підходи і методи дослідження соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності в територіальних громадах в умовах воєнного стану.....	25
РОЗДІЛ 2. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ НАСТРОЇВ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	31
2.1. Сутність і особливості соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності.....	31
2.2. Структура соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності.....	40
2.3. Територіальна громада як середовище формування соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності в умовах воєнного стану.....	47
РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ НАСТРОЇВ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	54
3.1. Метод дослідження та аналіз результатів прикладного соціологічного дослідження соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності в територіальних громадах в умовах воєнного стану.....	54
3.2. Шляхи оптимізації соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності в територіальних громадах в умовах воєнного стану.....	61
ВИСНОВКИ.....	66
СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ.....	71
ДОДАТКИ.....	77

ВСТУП

Актуальність дослідження. В сучасній соціології все більше уваги приділяється емоційним джерелам соціальної поведінки як на індивідуальному, так і на колективному рівні. Особливо це посилюється у кризові моменти суспільного життя, в тому числі в період воєнного стану, коли емоційна сфера аж занадто «зашкалює». Отже, для того, щоб зрозуміти і спрогнозувати поведінку людей, і, відповідно пояснити процеси, що відбуваються у суспільстві, треба дуже добре розуміти механізми, які змушують індивідів певним чином реагувати на обставини, що порушують усталеність їх життя.

Проблемна ситуація зумовлена тим, що показник соціальних настроїв в цьому аспекті виступає як індикатор реакції людей на умови своєї життєдіяльності. Цей індикатор дозволяє, з одного боку, оцінити ефективність роботи органів управління, більш якісно розробляти соціальні програми, а з іншого – визначити рівень стабільності/нестабільності суспільства (наприклад, настроїв пригніченості, роздратування – підвищує конфліктність, породжує нестабільність у суспільстві, і, навпаки, настроїв впевненості у майбутньому, відчуття благополуччя – позитивно впливає на стабільність у суспільстві). Отже, спираючись на розуміння феномену «соціальні настрої», ми можемо говорити про те що, якщо соціальні настрої суб'єктів підприємницької діяльності в територіальних громадах в умовах воєнного стану будуть характеризуватися такими емоційними проявами як пригніченість, роздратування, невпевненість у завтрашньому дні, то для економіки України це повернеться серйозною проблемою. Як наслідок – значно довше прийдеться розраховувати на перемогу над ворогом. Адже перемога робиться не лише на фронті, але й у тилу.

Таким чином, говорячи про показники соціальних настроїв і можливостях їх практичного використання в управлінні соціальними процесами, необхідно акцентувати увагу на тому, що вони можуть виступати у якості інструменту соціальної саморегуляції, оскільки вказують на ступінь

політичної і соціальної напруженості, а також можуть виступати засобом її зниження.

Об'єкт дослідження – соціальні настрої як соціальний феномен.

Предмет дослідження – соціальні настрої суб'єктів підприємницької діяльності в територіальних громадах в умовах воєнного стану.

Мета дослідження – вивчити показники соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності в територіальних громадах, спричинених повномасштабною агресією Російської Федерації в Україну та запропонувати шляхи їх оптимізації.

Завдання дослідження:

– уточнити зміст і сутність ключових понять дослідження: соціальні настрої, суб'єкт підприємницької діяльності, умови воєнного стану;

– дослідити стан наукової розробленості проблеми дослідження соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності в територіальних громадах в умовах воєнного стану;

– визначити підходи і методи дослідження соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності в територіальних громадах в умовах воєнного стану:

– дослідити сутність і особливості соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності;

– вивчити структуру соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності;

– розглянути територіальну громаду як середовище формування соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності в умовах воєнного стану;

– здійснити аналіз результатів прикладного соціологічного дослідження соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності в умовах воєнного стану;

– запропонувати шляхи оптимізації соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності в територіальних громадах в умовах воєнного стану.

Гіпотези дослідження.

1. Покращення соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності в територіальних громадах суттєво вплинуть на позитивні зрушення в економічній сфері і сприятимуть майбутній відбудові держави.

2. Застосування спеціальних соціальних технологій формування позитивного соціального настрою суб'єктів підприємницької діяльності, можна не лише зберегти їх власне функціонування, але й посилити стійкість життєдіяльності громад

Методи дослідження. В даній кваліфікаційній роботі використовуються як загальнонаукові методи дослідження (метод системного аналізу, індукції і дедукції, абстрагування і узагальнення), так і методи соціологічні (теоретичні: феноменологічний, структурно-функціональний аналіз, інституціональний метод, практичні: метод інтерв'ювання).

Наукова новизна. Вважаємо що дана робота може претендувати на певну наукову новизну, оскільки протягом останніх 70 років, принаймні в Україні, ніхто не досліджував соціальні настрої суб'єктів підприємницької діяльності в умовах воєнного стану.

Структура роботи. Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків і додатків.

РОЗДІЛ 1

МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ НАСТРОЇВ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

1.1. Уточнення змісту і сутності ключових понять дослідження: соціальні настрої, суб'єкт підприємницької діяльності, територіальна група, умови воєнного стану

В сучасній науці, в тому числі і в соціології, склався певний регламент проведення дослідження. Сутність такого підходу полягає в тому, що перш ніж розпочати власне дослідження, науковець (чи з великим досвідом наукової роботи, чи початківець), повинен проаналізувати вже існуючі наукові здобутки у сфері свого наукового інтересу. Це зумовлено логікою побудови самої наукової діяльності, адже без аналізу попередніх наукових доробок, науковець, по-перше, може позбавити себе серйозних наукових здобутків, по-друге, намагатися «наново винаходити колесо». Цим і зумовлена постановка нашого першого наукового завдання – уточнення змісту і сутності ключових понять дослідження, які склалися в сучасних соціальних науках. Свій науковий пошук ми окреслили в рамках декількох напрямків: дослідження феномену соціальних настроїв (соціологія, соціальна філософія, соціальна психологія), суб'єкти підприємницької діяльності в територіальних громадах в умовах воєнного стану (соціологія економіки, економічна теорія, право, законодавство, публічне управління).

В даній роботі основними поняттями і категоріями виступають соціальні настрої, суб'єкт підприємницької діяльності, територіальні громади, умови воєнного стану, за допомогою яких описується об'єкт і предмет дослідження. Оскільки об'єктом виступає виступають соціальні настрої як соціальний феномен, то логічним розпочати саме з аналізу даної категорії.

Соціальні настрої, як пише в своїй енциклопедичній статті Н. Отрешко – «це домінуюча форма реально функціонуючої суспільної свідомості та

поведінки, що відображає рівень, тривалість і ступінь емоційно-раціонального сприйняття індивідом, соціальною групою, населенням, різними організаціями й інститутами соціальних установок, цілей та інтересів, що формуються під впливом реальних економічних, політичних, духовних процесів і потенційно реалізовані (або не реалізовані) в практичній діяльності» [30].

Соціальні настрої – це найбільш масове явище, яке спонукає соціум в цілому, та окремих його суб'єктів до різноманітної діяльності і є відображенням суспільної свідомості. Соціальні настрої носять узагальнюючий характер. Вони увібрали в себе одночасно вплив як об'єктивних, так і суб'єктивних чинників, які утворюють певний сплав емоцій, почуттів, умонастроїв, ціннісних орієнтацій і настанов. Отже, іншими словами, можна сказати, що соціальні настрої – це принципово нова якість суспільної свідомості. Разом з тим соціальні настрої більш певно, більш наочно і більш специфічно відображають попередній досвід, переробляють його, зіставляючи минуле і особливо те, що вже відбулося у суспільному та особистому житті, роблячи висновки і отримуючи уроки на майбутнє.

Соціальні настрої залежать від психофізіологічного контексту, тобто стану здоров'я, суб'єкта та складається із таких компонентів як світосприйняття, почуття, емоції, світоглядні орієнтири (цінності і переконання), особистісні оцінки, соціальний досвід, соціальні очікування і соціальні позиції суб'єктів.

Оскільки соціальні настрої відображають стан реальної свідомості в даний конкретний момент часу, то це саме той феномен, який управляє життям індивіда в цей час. Таким чином, можна сказати, що соціальні настрої – це той елемент реально функціонуючої свідомості, який означає практичну готовність до дії і є безпосереднім попередником реалізації поведінки. А ще, містячи у собі психологічний і емоційний фон, який забарвлює життя людей, соціальні настрої з високим ступенем вірогідності будуть визначати

направленість їх поведінки і допомагає спрогнозувати можливість посилення позитивних і послаблення негативних аспектів суспільної свідомості.

Інколи в довідниковій (словники, енциклопедії) та в навчальній літературі поняття «соціальні настрої» ототожнюється з поняттям «суспільні настрої». Як вважають деякі дослідники, зокрема Б. Паригін, принципових розбіжностей між цими двома поняттями немає, але, все ж таки, деякі відмінності існують. Так, суспільні настрої – це більш широке поняття, яке характеризує відношення людей до економічного, політичного, соціального стану суспільства в певний період часу. Суспільні настрої об'єднують і спонукають до дії широкі верстви населення і навіть народи, в той час як соціальні настрої – притаманні окремим соціальним групам, об'єднаним за певними ознаками, як то: молодь, освітяни, підприємці тощо [31, с. 36]. На цьому ж наголошує і дослідник О. Васильченко. Він говорить, що відмінність суспільних настроїв від соціальних все ж таки є. Так, суспільні настрої – це масове явище, здатне бути рушійною силою усього суспільного розвитку, тоді як соціальні настрої більшою частиною відображають лише домінуючу суспільної свідомості і соціальної практики людей, соціальних груп і соціальної організації суспільства [9, с. 201].

Отже, оскільки все суспільство не однорідне, то і соціальні настрої у різних соціальних груп теж може бути різним, тому соціальні настрої можуть як об'єднувати, так і роз'єднувати людей у соціумі. Приміром, сучасний стан українського суспільства, яке переживає агресію, руйнацію, як наслідок нестабільність, призводить до того, що певні групи займаються не організацією виробництва, а особистим збагаченням за рахунок зубожіння інших груп. Звичайно, соціальні настрої цих протилежних груп будуть різними.

Соціальні настрої певною мірою корелюють із суспільною (громадською) думкою. Суспільна думка також розглядають як форму масової свідомості, у якій проявляються відношення різних груп людей щодо подій і процесів реального життя, які зачіпають їх потреби й інтереси [9]. Але при

цьому, громадська думка виражається публічно (в експертному середовищі, в засобах масової інформації, лідерами громадської думки), в той час як соціальні настрої можуть бути латентними, прихованими і для їх виявлення треба проводити спеціальні дослідження (що ми й будемо робити в даній кваліфікаційній роботі). Будучи відкритою, громадська думка може впливати на формування соціальних настроїв як окремих індивідів, так і соціальних груп.

Таким чином, підбиваючи підсумки аналізу першого поняття, зазначимо, соціальні настрої – це такий соціальний феномен, який концентрує певну домінанту свідомості та поведінки індивіда, актуалізує їх і перетворює в підґрунтя громадянського та особистого життя. У соціальних настроях в інтегрованому виді містяться основні форми сприйняття дійсності з позицій певної ціннісної установки. Соціальні настрої здатні змінювати напрями думок, сприйняття соціального світу, поведінку окремих суб'єктів і цілих соціальних груп. Сформовані у суспільній свідомості соціальні настрої здатні впливати на безпосередні емоційні реакції на певні події. В залежності від усвідомлення причин, які викликали ті чи інші настрої, індивіди чи групи можуть відчувати емоційні стани піднесення/пригнічення, суму, туги чи радості, захоплення.

Наступне поняття, яке варто проаналізувати у даній роботі – суб'єкт підприємницької діяльності. Дане поняття є складним, що містить в собі «суб'єкт» та «підприємницька діяльність».

Підприємницька діяльність – це самостійна діяльність особи (юридичної: організація, підприємство чи фізичної: окрема особа, підприємець), яка здійснюється в системі цивільного обороту від власного імені, на свій розсуд і ризик і під власну відповідальність майнового характеру. Основна мета підприємницької діяльності полягає у систематизованому отриманні прибутку і реалізації власних амбіцій [41, с. с. 235].

Виходячи із наведеного визначення, основними ознаками підприємницької діяльності є самостійність, ризикованість і прагнення до

самореалізації, а також прагнення систематично отримувати прибуток. Особа обирає той вид підприємницької діяльності, до якої має хист, особистий інтерес, або той вид, який користується попитом на ринку. Підприємницька діяльність здійснюється у відповідності до чинного законодавства. Законодавство регулює також і питання про те, що нерегламентоване державне втручання в підприємницьку діяльність неприпустиме (дерегуляція).

Суб'єкт – це носій діяльності, свідомості і пізнання. Як правило суб'єктом є індивід, який пізнає зовнішній і внутрішній світ і здатен впливати (змінювати) його своєю практичною діяльністю [53, с. 586].

Поєднавши обидва елемента складного поняття «суб'єкт підприємницької діяльності», отримали наступне: суб'єкт підприємницької діяльності – це комерційна організація (юридична особа) або окремих індивід (фізична особа), які здійснюють підприємницьку діяльність. Ознаками суб'єкта підприємницької діяльності є: 1) легітимація, тобто ця особа повинна зареєструвати свою діяльність у встановленому законом порядку, щоб працювати легально; 2) господарська правосуб'єктність, яка зводиться до того, що суб'єкт після легітимації отримує певні права і обов'язки. В структурі господарської правосуб'єктності, яка є домінуючою ознакою, що зазначає правовий статус суб'єкта господарювання, міститься господарська правоздатність, господарська дієздатність і господарська деліктоздатність. Але це вже більше до економіко-правової сторони, яка складає інший предмет дослідження.

Як вже було зазначено вище, підприємницька діяльність завжди у своїй основі орієнтується на отримання прибутку, але не завжди (з різних причин) цей результат може бути досягнутий. У такому випадку варто говорити про комерційний ризик, який може бути зумовлений об'єктивними і суб'єктивними причинами. Щодо об'єктивних причин, то вони скоріш за все пов'язані з несприятливими умовами ринку або більш складними суспільними причинами, як то: економічна чи фінансова криза, чи, як у випадку України, агресія і умови воєнного стану.

Об'єктивні причини, як правило, не залежать від суб'єкта підприємницької діяльності, але повинні враховуватися ним завчасно, щоб розраховувати ризики та для того, щоб була можливість приймати необхідні заходи для усунення чи мінімізації ризиків. Суб'єктивні причини безпосередньо пов'язані із самим підприємцем, тобто його особистісними характеристиками та якостями (психологічними, ціннісними, компетентнісними тощо), неналежним виконанням ставленням до правових і організаційних засад підприємницької діяльності та подібним.

Від вміння суб'єкта долати або мінімізувати об'єктивні і суб'єктивні чинники буде залежати ефективність та результативність підприємницької діяльності. В цьому аспекті великого значення набуває розуміння категорії «соціальні настрої». Оскільки соціальні настрої відображають стан реальної свідомості індивіда в даний конкретний момент часу, то це той феномен, який сприятиме активізації практичної готовності суб'єкта підприємницької діяльності до дії, до подолання негативних наслідків об'єктивної реальності, негараздів воєнного стану і своїх власних негативних емоційних станів: розгубленості, пригніченості, страху і тому подібне.

Категорія «територіальна громада» почала широко вживатися в Україні із запровадженням адміністративно-територіальної реформи, яка розпочалася у 2014 році і пов'язана з наданням більших повноважень органам місцевого самоврядування і зміною адміністративно-територіального поділу. Дана реформа отримала назву децентралізації. Згідно законодавства «територіальна громада» – це юридична особа публічного права, соціальна самоорганізована територія, головна ідея утворення якої є задоволення суспільних потреб мешканців громади, а саме створення сприятливого, оптимального середовища для мешканців територіальних громад, забезпечення ведення ними господарської діяльності за рахунок бюджетних й інших ресурсів, які формуються за рахунок податкових надходжень і трансфертів із центрального бюджету [34].

Згідно законодавства територіальні громади України – це територіальні публічні колективи, які демократичним шляхом формують органи місцевого самоврядування (міських, селищних рад) і надають їм право вирішувати питання місцевого значення в межах Конституції та Законів України.

Суб'єктами підприємницької діяльності територіальних громад виступають як юридичні особи (підприємства, комерційні організації), так і фізичні (приватні особи-підприємці), які зареєстровані на території певної територіальної громади і сприяють створенню бюджету громади, її добробуту і сталого розвитку.

На завершення виконання першого завдання даного дослідження розглянемо поняття «умови воєнного стану». Умови воєнного стану в даній роботі виступають тим зовнішнім чинником, який впливає на соціальні настрої суб'єктів підприємницької діяльності в територіальних громадах, і відповідно буде визначати підприємницьку активність чи неактивність.

Вперше умови воєнного стану в Україні були визначені Законом України «Про правовий режим воєнного стану» і запроваджені ще у травні 2015 року у зв'язку з воєнними подіями на сході України (в Донецькій і Луганській областях) та запровадженням режиму Антитерористичної операції.

Згідно зазначеного закону «Воєнний стан – це особливий правовий режим, що вводиться в Україні або в окремих її місцевостях у разі збройної агресії чи загрози нападу, небезпеки державній незалежності України, її територіальній цілісності та передбачає надання відповідним органам державної влади, військовому командуванню, військовим адміністраціям та органам місцевого самоврядування повноважень, необхідних для відвернення загрози, відсічі збройної агресії та забезпечення національної безпеки, усунення загрози небезпеки державній незалежності України, її територіальній цілісності, а також тимчасове, зумовлене загрозою, обмеження конституційних прав і свобод людини і громадянина та прав і законних інтересів юридичних осіб із зазначенням строку дії цих обмежень» [36].

Вдруге питання щодо введення режиму воєнного стану в Україні постало в момент повномасштабної агресії Російської Федерації в Україну. Так, 24 лютого 2022 року Президент України своїм Указом «Про введення воєнного стану в Україні» запроваджує цей режим. В Указі зазначається «У зв'язку із введенням в Україні воєнного стану тимчасово, на період дії правового режиму воєнного стану, можуть обмежуватися конституційні права і свободи людини і громадянина, передбачені статтями 30-34, 38, 39, 41-44, 53 Конституції України, а також вводяться тимчасові обмеження прав і законних інтересів юридичних осіб в межах та обсязі, що необхідні для забезпечення можливості запровадження та здійснення заходів правового режиму воєнного стану, які передбачені частиною першою статті 8 Закону України «Про правовий режим воєнного стану» [33]. А потім Верховна Рада України приймає Закон України «Про затвердження Указу Президента України «Про введення воєнного стану в Україні».

В нашому дослідженні поняття «умови воєнного стану» має два аспекти. Перший аспект пов'язаний саме з правовим режимом, тобто, що визначається воєнним станом, як регулюється, які права і свободи гарантуються, а які обмежуються і так далі. Другий аспект – соціально-психологічний, тобто як люди сприймають, переживають стан війни, адаптуються / не адаптуються, які формуються під час воєнного стану соціальні настрої індивідів тощо.

В даному підрозділі нами проаналізований зміст і сутність ключових понять. Такий понятійно-категоріальний аналіз дозволив нам чітко визначитися із смисловим наповненням ключових понять і більш чітко уявити об'єкт і предмет дослідження.

1.2. Стан наукової розробленості проблеми дослідження соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності в територіальних громадах в умовах воєнного стану

Успіх розробки наукової проблеми багато в чому залежить від глибокого аналізу попередніх наукових досліджень, адже тільки тоді дослідник може

рухатись вперед, не побоюючись ситуації «наново створювати колесо», коли спирається на існуючий науковий досвід. Тому другий підрозділ ми присвячуємо аналізу наукових досліджень проблеми вивчення соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності в територіальних громадах в умовах воєнного стану.

Розкриваючи у попередньому підрозділі сутність понять «соціальні настрої», «суб'єкт підприємницької діяльності», «умови воєнного стану», ми вже зверталися до цілої низки наукових праць, в яких представники суспільствознавчих наук тлумачили їх і наповнювали науковим змістом. У даному підрозділі більш детально здійснимо аналіз наукових джерел щодо досліджуваної проблематики, на які будемо спиратися у теоретичному розділі даної роботи.

Феномен соціального настрою довгий час вивчався в рамках досліджень щодо суспільної свідомості і колективної психології. В цьому напрямку відомі праці Г. Лебона, Г. Тарда, Ч. Кулі, Е. Дюркгейма та інших класиків соціології. Так, наприклад, Г. Лебон проводив масштабні дослідження в галузі психології мас (народів, натовпу), тобто групової психології. Він вивчав закономірності поведінки і діяльності індивідів, включених у різноманітні соціальні групи. У своїй праці «Психологія народів і мас» (1885 р.), в центрі якої знаходиться аналіз поведінки великих груп людей – маси, натовпу – науковець писав, що маса (натовп) «це велика група людей, що зібралися в одному місці, охоплені спільними почуттями, настроями і готові рухатися куди завгодно за своїм лідером. Хід думок кожного індивіда у натовпі спрямовується спільними настроями. У натовпі окрема людина втрачає своє індивідуальне мислення, заражаючись загальним настроєм» [24, с. 76]. Як засновник соціальної психології і в той же час прихильник соціології, під настроєм Г. Лебон розумів «масове психічне явище – з одного боку, а з іншого – феномен суспільної свідомості» [24, с. 53]. На думку автора, принципова відмінність першого підходу від другого полягає в тому, що деякі емоційні переживання, почуття і

стани соціального характеру можуть не усвідомлюватися суб'єктом соціальних настроїв, але впливати на його діяльність і поведінку.

Звичайно, наукові доробки Г. Лебона не стосуються безпосередньо проблематики даного дослідження. Разом з тим дають нам змогу отримати розуміння феномену «настрій», зрозуміти механізми психічного зараження. А також поведінку індивідів у великих соціальних групах під впливом різних соціальних факторів.

Класиком досліджень суспільної думки, суспільних настроїв по праву визнається французький соціолог Г. Тард. Він досліджував психологію натовпу, публіки та соціальні процеси у суспільстві і виявив феномен соціального наслідування, за допомогою якого намагався пояснити природу усіх суспільних процесів. У своїй праці «Суспільна думка і натовп» Г. Тард розкриває сутність поняття «громадська думка». Під громадською думкою він розумів короткострокову логічну групу суджень, які відповідають завданням сучасності та відтворені представниками певного суспільства. Громадська думка існує поряд з двома іншими феноменами суспільного духу (а фактично того, що ми називаємо, суспільною свідомістю) – традицією та індивідуалізованим розумом – та в постійній взаємодії з ними конституює себе як фактор суспільного контролю над політичними інституціями [48].

Тард говорив, що між громадською думкою і суспільними настроями існує певний зв'язок. Ці суспільні феномени повинні стати предметом глибокого аналізу на думку соціолога, оскільки вони відображають реакцію людей на події, які відбуваються у суспільстві. Через вивчення громадської думки і суспільних настроїв можна краще розуміти суспільство, вчасно реагувати на потреби і запити, а також вибудовувати ефективну комунікацію між громадянами в середині їх груп та між громадянами і політиками. Науковець вважав, що ці явища представляють собою широке поле для дослідницької роботи.

Відомий американський соціолог і соціальний психолог, один з засновників теорії соціального інтераціоналізму, Ч. Кулі окремо не вивчав

соціальні настрої, але розглядав їх як елемент суспільної свідомості. Він відмічає, що «суспільну свідомість групи і свідомість окремого індивіда немає сенсу розглядати відокремлено. Це як протиставляти музику всього оркестру, – писав вчений, – звучанню окремих музичних інструментів. Кожен акт суспільної свідомості – є одночасно акт самосвідомості. Так само й соціальні настрої. Вони є породженням узгоджених дій багатьох розумів. Так, наприклад, мої соціальні ідеї тісно пов'язані з ідеями інших людей, з якими я безпосередньо знаходжусь в актах соціальної взаємодії. Отже, соціальні настрої можна розглядати як елемент групового стану розуму, суспільної свідомості» [22, с. 268].

Наведені класичні праці Г. Лебона, Г. Тарда, Ч. Кулі заклали теоретичні підвалини для дослідження соціальних настроїв як суспільного соціально-психологічного феномену.

В російській соціології дорадянського періоду соціолог М. Карєєв також долучався до дослідження соціальних настроїв. Вчений стверджував, що в житті людства приватне, індивідуальне і суспільне завжди так щільно переплетені одне з одним, що відокремлювати їх дозволено хіба що в інтересах наукового аналізу. Суспільство, як вважав М. Карєєв, представляє собою надорганічне середовище, в якому переплетені всі форми психічної і практичної взаємодії особистостей. Це середовище розділене на соціально-культурні групи і соціальні організації. Саме в них індивіди взаємодіють один з одним, обмінюються благами, думками, ідеями, пануючими уявленнями і настроями. Тобто, людина може передати іншій людині не лише свою думку, але й свої настрої, і тим самим вплинути на певні її прагнення і дії [16].

При розробці вихідних дослідницьких позицій даної роботи ми також спиралися на окремі висновки і положення, які містяться в роботах таких дослідників як Т. Заславська, Б. Паригін, К. Платонов, Ж. Тощенко, С. Харченко та інші, які не лише визначили сутність соціальних настроїв, але також виокремили їх структурні компоненти і види соціальних настроїв.

«Соціальні настрої, – як стверджує Б. Паригін, – є надзвичайно складним, багатогранним і значимим соціально-психологічним утворенням» [31, с. 24]. Він вказував на те, що соціальні настрої – це переважний стан тих чи інших соціальних груп у певний період функціонування суспільства. Вони проявляються у всіх сферах життєдіяльності: у побуті, професійній сфері, в процесі навчання, у політичному житті, у мирний і воєнний час. На думку, вченого, соціальні настрої характеризуються певною предметною направленістю (в політичній, правовій, економічній сферах, побуті, моралі, релігії тощо), а також характером та рівнем емоційної інтенсивності (апатія, депресія, підйом, агресія, ентузіазм і подібні).

Даючи такий глибокий аналіз соціальним настроям, Б. Паригін звертає увагу на те, що даний феномен є продуктом соціальних практик індивідів і соціальних груп в процесі духовно-практичного освоєння світу. Специфіка соціальних настроїв полягає в тому, що вони відображають дійсність крізь призму цінностей і інтересів особистості і соціальної групи. Реальність, відображена у соціальних настроях, детермінує доцільну діяльність, постановку життєвих цілей в економічному, політичному, правовому, культурному житті.

Існує низка наукових досліджень, представлена дисертаційними роботами, окремими статтями, матеріалами наукових конференцій, присвячена виявленню ролі і значення соціальних настроїв в залежності від ступеню задоволеності економічних і політичних запитів, потреб і ціннісних орієнтацій людей (Є. Головаха, О. Васильченко, І. Кадієвська, В. Степаненко, О. Стегній, С. Харченко та ін.).

Ще одну групу робіт представляють дослідження, присвячені практичним аспектам вивчення соціальних настроїв населення. В основному це звіти і аналітичні записки прикладних і фундаментальних соціологічних досліджень, соціальних моніторингів (Є. Головаха, А. Іщенко, О. Литвиненко, О. Резнік, інші), які звернені до реальних проблем суспільства, вирішення чи

невирішення яких суттєво впливає на саморегуляцію соціальних настроїв індивідів і соціальних груп.

Аналіз джерельної бази щодо вивчення соціальних настроїв, громадської думки, поведінки мас дозволяє зробити деякі висновки. Соціальні настрої трактуються по різному представниками різних наук, наприклад, 1) соціальною психологією – як соціально-психологічне явище; 2) соціальною філософією – як феномен суспільної свідомості; 3) соціологією – як індикатор сприйняття населенням соціальної дійсності. При чому цей індикатор, з одного боку, дозволяє оцінювати ефективність роботи органів управління, більш якісно і адресно розробляти соціальні програми, а з іншого – визначити рівень стабільності / нестабільності суспільства.

Принципова відмінність між психологічним, філософським і соціологічним розумінням соціальних настроїв полягає в усвідомленому чи неусвідомленому. Так, психологи вважають, що деякі емоційні переживання, почуття і стани соціального характеру можуть не усвідомлюватися суб'єктами соціальних настроїв, і в той же час впливати на поведінку. Філософи вказують на усвідомлене. Інтерпретація соціальних настроїв соціальними філософами має декілька варіантів: а) як домінуючий феномен суспільної свідомості, через призму якого розглядається її зміст; б) як один з феноменів суспільної свідомості поряд з суспільною думкою; в) як складовий елемент суспільної думки. Соціологи розглядають соціальні настрої як елемент соціальних практик. Вони є значущою силою, яка спонукає людей до певної діяльності, визначає поведінку різних спільностей.

З огляду на те, що предмет даного дослідження включає декілька аспектів (соціальні настрої суб'єктів підприємницької діяльності в територіальних громадах в умовах воєнного стану), ми також зверталися до низки економічних джерел, джерел з питань державного управління та місцевого самоврядування, з правових наук, а також законодавчих актів, для того щоб:

– по-перше, чітко усвідомити роль і значення територіальних громад в активізації мешканців громади як суб'єктів соціальної взаємодії з вирішення питань розвитку територій, підприємництва, громадянської активності населення тощо [3; 13; 29; 39; 42; 43]. Вивчаючи літературу, було встановлено, що на теперішній час територіальна громада виступає тим самоврядним соціальним осередком, формування і оптимальне функціонування якого стане одним з основних чинників побудови громадянського суспільства в Україні. Як відмічає С. Русанова «Саме територіальна громада може реально виступати системоутворюючим елементом місцевого самоврядування, тією природною корпоративною одиницею, автономність якої виходить не з державної влади, а з суверенітету народу. Держава лише визнає її діяльність, яка реалізується мешканцями – членами територіальних громад як їх природна соціальна претензія на самоврядування соціального життя» [39, с. 174]. Інституціоналізація сьогодні територіальних громад дійсно сприятиме розвитку місцевої демократії та належного становлення дієздатних і самодостатніх територіальних громад;

– по-друге, щоб вивчити і чітко визначити суб'єктів господарських відносин і підприємницької діяльності в територіальних громадах, які здійснюють свою діяльність на основі приватної ініціативи, реалізуючи господарську компетентність, і несуть відповідальність за свою діяльність перед державою (дотримуються чинного законодавства), громадою (сплачують податки), громадянами (забезпечують якісними товарами і послугами, дотримуються соціальної відповідальності бізнесу) [46; 32; 50]. Так, суб'єктами підприємницької діяльності в територіальних громадах виступають юридичні особи – середні і малі підприємства, які здійснюють підприємницьку діяльність промислового і сільськогосподарського напрямку, комерційну діяльність, надають послуги тощо. Також суб'єктами підприємницької діяльності можуть виступати фізичні особи, які здійснюють підприємницьку діяльність як ФОП – фізична особа підприємець. Їх ще

називають суб'єктами мікропідприємництва. На теперішній час, в умовах воєнного часу, така форма підприємницької діяльності стає доволі розповсюдженою і самодостатньою в порівнянні з іншими організаційно-правовими формами;

– по-третє, дослідити регулювання і підтримку підприємницької діяльності в умовах воєнного стану [20; 25; 26]. З'ясовано, що пріоритетність державного управління і місцевого самоврядування полягає, перш за все, не в адмініструванні, а у підтримці підприємництва в умовах війни, у створенні сприятливого економічного і соціального середовища щодо вдосконалення механізмів та інструментів стимулювання суб'єктів підприємницької діяльності.

В цілому, підводячи підсумок даного підрозділу, можна зробити висновок: аналіз наукової літератури з соціології, філософії, соціальної психології, економічної проблематики і з питань публічного управління та місцевого самоврядування свідчить, що стан наукової розробленості проблеми дослідження соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності в територіальних громадах в умовах воєнного стану висвітлені фрагментарно. Окремо досліджувався феномен соціальних настроїв, окремо специфіка діяльності суб'єктів підприємницької діяльності в територіальних громадах. В той час як спеціальних робіт, в тому формулювання, як представлено в даній роботі, практично не існує.

Враховуючи стан розробленості проблеми і вимог соціальної практики, ми ставимо однією із своїх дослідницьких задач теоретично осмислити сутність, феномен і реальний стан соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності в умовах воєнного стану, а також вплив суспільних відносин в територіальних громадах на механізм їх функціонування, ступінь їх зворотного впливу на подолання кризових ситуацій воєнного стану.

1.3. Підходи і методи дослідження соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності в територіальних громадах в умовах воєнного стану

Процес пізнання, як основа будь-якого наукового дослідження, є складним і вимагає концептуального підходу на основі певної методології, і застосування конкретних методів. Розуміння методології та її функцій зазнало суттєвих змін: вузький формально-логічний підхід змінився змістовним збагаченням проблематики, що включає соціокультурний, гуманістичний вимір знання і пізнавальної діяльності. Методологічний аналіз, будучи формою самосвідомості науки, прояснює способи поєднання знання і діяльності, будову, організацію, способи одержання та обґрунтування знань. Виявляючи умови і передумови пізнавальної діяльності, у тому числі філософсько-світоглядні, методологічний аналіз перетворює їх в засоби усвідомленого вибору та наукового пошуку [19, с. 23].

Існують різні рівні методологічного аналізу. Конкретно-наукова методологія зі своїми прийомами, підходами, методиками і нормативами, формулює принципи, методи конкретно-наукової діяльності, описує і обґрунтовує їх. Так, наприклад, соціологічна методологія, як пише М. Шульга «прагне знайти такий методологічний підхід, який би дав змогу найбільш адекватно відображати досліджувані процеси, що відбуваються у суспільстві на великому часовому відтинку, показати суспільство саме в цілісності, системно, а не просто відображати окремі фрагменти, сфери суспільства, не фіксуючи між ними різноманіття зв'язків. Саме методологія, а не методика і техніка соціологічного дослідження, забезпечує глибоке проникнення в сутність предмета соціального пізнання» [56, с. 6].

Другий рівень – це загальнонаукова методологія як вчення про принципи, методи і форми знання, що функціонують у багатьох науках, які відповідають їх предмету і об'єкту дослідження [21, с. 28]. Це, наприклад, загальнологічні методи: аналіз, синтез, індукція, аналогія, дедукція тощо, а також такі форми знання, як поняття і закони, гіпотези і теорії.

Виникнувши як прийоми і форми, які використовуються в конкретних дослідженнях, вони потім використовуються іншими вченими в різних галузях знання, тобто отримують наукову і культурно-історичну апробацію, що дає їм статус загальнонаукових методів. Це наближає загальнонаукову методологію до рівня філософського аналізу знання, що за певних умов може бути застосоване до вивчення науково-пізнавальної діяльності.

Єдність загальнонаукового та філософського рівнів пізнання лежить в основі дисципліни, що отримала назву методології наукового пізнання. Вона може бути визначена як філософське вчення про систему апробованих принципів, норм і методів науково-пізнавальної діяльності, про форми, структуру та функції наукового знання [21, с. 34]. Її призначення – виявити й осмислити рушійні сили, передумови, підстави та закономірності росту і функціонування наукового знання і пізнавальної діяльності, організувати проектно-конструктивну діяльність, її аналіз і критику.

Таким чином, методологія – це тип раціонально-рефлексивної свідомості, спрямований на вивчення, удосконалення і конструювання методів; це концептуальний виклад мети, змісту, методів дослідження, які забезпечують отримання максимально об'єктивної, точної, систематизованої інформації про процеси та явища.

Для того, щоб визначити методологію конкретного наукового дослідження, в нашому випадку це соціальні настрої суб'єктів підприємницької діяльності в територіальних громадах в умовах воєнного стану, необхідно встановити, які функції покладаються на методологію. «Методологія виконує такі функції: визначає способи здобуття наукових знань, які відображають динаміку процесів та явищ; передбачає особливий шлях, за допомогою якого може бути досягнута науково-дослідна мета; забезпечує всебічність отримання інформації щодо процесу чи явища, що вивчається; допомагає введенню нової інформації; забезпечує уточнення, збагачення, систематизацію термінів і понять у науці; створює систему наукової

інформації, яка базується на об'єктивних явищах, і логіко-аналітичний інструмент наукового пізнання» [4, с. 42].

Одним із фундаментальних філософських методів є діалектика, яка досліджує категорії всезагального розвитку, тому, вважаємо що діалектичний метод буде складати одну з фундаментальних основ даної магістерської роботи. Чому саме діалектичний метод буде фундаментом дослідження? Оскільки предметом даного дослідження виступають соціальні настрої суб'єктів підприємницької діяльності в територіальних громадах в умовах воєнного стану, то, на нашу думку, досліджувати дане явище необхідно саме за допомогою діалектики, тобто спираючись на її категорії «система», «структура», «ціле», «особливе», «відмінне» та інші. Дійсно, соціальні настрої представляють собою складну і цілісну систему взаємопов'язаних елементів, таких як соціальне самопочуття, соціальна позиція, соціальні очікування. Взаємодіючи між собою, вони утворюють структуру соціальних настроїв, де кожен елемент виконує свою функцію у цілісній системі соціальних настроїв.

Соціальні настрої представляють собою особливе утворення серед інших соціальних феноменів, які впливають на поведінку суб'єктів суспільних відношень. Категорії «особливе» і «відмінне» дозволять виявити сутність і специфіку соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності.

Діалектичний принцип загального взаємозв'язку і розвитку дозволить проаналізувати зміни соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності в умовах розгортання і розвитку подій воєнного стану. Важливим у даній роботі є також діалектичний принцип об'єктивності, який базується на вивченні об'єктивних закономірностей і факторів, котрі обумовлюють соціальні настрої в конкретних територіальних громадах.

В арсеналі сучасної філософської методології значну роль відіграє синергетичний метод, який не суперечить діалектичному, а органічно доповнює його. В основу синергетичного методу (інколи в методологічній літературі говориться «підходу») покладено теорію самоорганізації. «Синергетичний метод – це більш високий рівень методології дослідження,

що потребує максимально можливого врахування всіх аспектів проблеми в їх цілісності, взаємозв'язку, розвитку, поєднанні закономірностей і спонтанності (невизначеності), розуміння функціонування відкритих систем, здатних до самоорганізації, яким не можна нав'язувати шляхи їхнього розвитку, а скоріше необхідно зрозуміти, як сприяти їх власним тенденціям розвитку, як виводити їх на ці шляхи» [55, с. 43]. На нашу думку, соціальні настрої якраз і є такою відкритою системою, а умови воєнного стану – це умови невизначеності, що й виступає достатнім обґрунтуванням для застосування синергетичного методу.

Із загальнонаукової методології важливим в даному дослідженні є метод системного аналізу, який проявляється в аналізі соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності як складного системного феномену, враховуючи усі фактори впливу на дану систему.

Методологічна специфіка системного методу полягає в тому, що метою дослідження є вивчення закономірностей і механізмів утворення складного об'єкта з певних складових. При цьому особлива увага звертається на різноманіття внутрішніх і зовнішніх зав'язків системи, на процес (процедуру) об'єднання основних понять у єдину теоретичну картину, що дає змогу виявити сутність цілісності системи. Системний аналіз застосовується для розв'язання складних проблем, пов'язаних з діяльністю людей. Він не протиставляється іншим методам аналізу проблем і прийняття рішень, але відрізняється синтезом в єдиній методології взаємопов'язаних понять, методів і прийомів, які раніше використовувалися відокремлено при розв'язанні часткових проблем [17, с. 76]. Даний метод був використаний у другому розділі при вивченні сутності, особливостей соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності та їх структури.

Наприкінці ХХ ст. в українській соціології почав активно розвиватися методологічний напрямок соціології життя, який займався вивченням суспільної свідомості, соціальних настроїв людей у зв'язку з соціальними умовами їх життєдіяльності, їх оцінки злободенних актуальних життєвих

проблем, емоційної реакції на події, що відбуваються у суспільстві та готовності діяти відповідно до них. В рамках соціології життя одним з важливих є феноменологічний метод (підхід).

Сутність феноменологічного методу полягає в тому, щоб виявити, пізнати, зрозуміти і пояснити, як, яким чином, індивіди структурують сприйнятий світ, його феномени у своїй свідомості, а потім втілюють своє знання про світ у своїх повсякденних діях, вчинках, у повсякденному житті. Саме феноменологічний метод забезпечує пізнання таких явищ соціального життя, які не відкриваються дослідникам через традиційні позитивістські методи пізнання [23, с. 192]. До таких явищ якраз і належать соціальні настрої, які є результатом інтерсуб'єктивної взаємодії індивідів соціально детермінованого характеру. В актах взаємодії передаються думки, знання, формуються переконання. В актах взаємодії також формується власний досвід на основі сприйняття дійсності, оцінки соціальних подій (наприклад, війни), і своєї позиції щодо цих подій.

Як зазначає більшість дослідників, феноменологічна соціологія, започаткована Е. Гуссерлем, А. Шюцем та розвинута П. Бергером, Т. Лукманом, Г. Гарфінкельдом та ін. дала поштовх для розвитку якісних методів в соціологічному дослідженні (біографічного методу, глибинного інтерв'ю, фокусованого інтерв'ю тощо). Один з цих методів, а саме – глибинне інтерв'ю, буде використано в прикладній частині роботи.

Специфічну методологію будуть складати такі методи як інституціональний, оскільки управлінські практики в територіальних громадах ми розглядаємо як інституціональні форми, що виконують певні соціальні функції (наприклад, сприяння підприємницькій діяльності) та структурно-функціональний.

Структурно-функціональний метод можна визначити як дослідницький прийом, який застосовується при описі і поясненні систем та їхніх структур. При його застосуванні досліджуються елементи структури і залежності між ними в рамках єдиного цілого. Кожен елемент цієї структури виконує певні

функції, що задовольняють потреби системи. Діяльність елементів системи програмується загальною структурою організації, займаними позиціями і виконуваними ролями [10, с. 63].

Структурно-функціональний метод є однією з найважливіших форм його застосування у дослідженні соціальних систем (територіальна громада, місцеве самоврядування, підприємницька діяльність), їхніх функцій та дисфункцій.

Таким чином, для вирішення визначених у роботі завдань використаний комплекс методів, що існують в сучасній науці та дозволяють досліджувати соціальні настрої суб'єктів підприємницької діяльності в територіальних громадах в умовах воєнного стану. Основними методами дослідження стали філософські методи: діалектичний і синергетичний; загальнонаукові методи: системного аналізу, соціологічні методи: інституціональний, структурно-функціональний, феноменологічний.

В якості емпіричного методу дослідження був обраний метод глибинного інтерв'ю, обґрунтування якого буде здійснено у третьому розділі.

РОЗДІЛ 2

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ НАСТРОЇВ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

2.1. Сутність і особливості соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності

Дослідженням феномену соціальних настроїв займалися вчені різних напрямків соціології, соціальної філософії і соціальної психології, тому самі трактування поняття соціальних настроїв на сьогоднішній день склалися неоднозначними. З однієї сторони, це питання розглядалося у зв'язку з формуванням вчень про суспільну свідомість (соціальна філософія), з іншої – у зв'язку з вивченням феномену «настрої» (психологія), а з третьої – у зв'язку з дослідженнями соціальної поведінки, громадської думки і соціального самопочуття індивідів і соціальних груп (соціологія). Відповідно до цього, соціальні настрої вбирають в себе одночасно впливи як об'єктивних, так і суб'єктивних факторів.

У попередньому розділі ми приділили достатньо уваги аналізу того, хто із вчених і в рамках яких напрямків і теорій досліджували феномен соціальних настроїв. В даному розділі ми будемо вирішувати таке дослідницьке завдання – вивчати сутність, структуру, види соціальних настроїв в цілому і соціальні настрої суб'єктів підприємницької діяльності в територіальних громадах зокрема.

Соціальні настрої є одним з інтегральних показників сприйняття населенням соціально-економічних, соціально-політичних і культурних процесів, які відбуваються в соціумі. Вони є виразом соціальними суб'єктами самовідчуттів стосовно свого матеріального становища, соціального положення у конкретному середовищі (трудовий колектив, соціальна група, територіальна громада тощо), визнання чи невизнання в групі і тому подібне. Соціальні настрої відображають не лише теперішній стан індивідів, але й

попередній соціальний досвід, тим самим зіставляючи минуле з теперішнім, а можливо, й з майбутнім. Отже, соціальні настрої представляють собою ставлення людей до всього, що відбувається у суспільстві чи в конкретному соціумі.

Як стверджують Ж. Тощенко і С. Харченко, соціальний настрій об'єктивно виступає визначальним, інтегруючим показником рівня благополуччя / неблагополуччя, соціальної облаштованості / необлаштованості суспільства. Він виступає важливою характеристикою суспільної свідомості, її домінантною визначеністю. На думку соціологів, «соціальні настрої – це цілісна форма життєсприйняття, домінантна форма реально функціонуючої суспільної свідомості і поведінки, що відображає рівень, тривалість і ступінь емоційно-раціонального сприйняття індивідом, соціальною групою, членами певної організації, населенням якоїсь території соціальних установок, соціальних цілей» [51, с. 63].

Можна сказати, що соціальні настрої – це той соціально-психологічний феномен, який виражає відношення до всього того, що відбувається у суспільстві. Вони виступають важливою, можливо навіть визначальною характеристикою суспільної свідомості. Отже, соціальні настрої є продуктом духовно-практичного освоєння світу суб'єктами суспільного життя. Соціальні настрої складуються під впливом різноманітної інформації, яка надходить до людей і відображає реальність, виходячи із їх ключових інтересів, цілей, ідеалів. Тому в залежності від характеру, статі, віку і життєвого досвіду людей найбільш значущою може виявитися зовсім різна інформація. Соціальні настрої, відповідно, проявляють себе як функціональна одиниця соціального, соціально-психологічного і психосоціального освоєння дійсності.

Роль соціальних настроїв полягає в тому, що вони здатні виступати в одних випадках у якості прискорювача, так би мовити – каталізатора, а в інших, навпаки, стримуючого чинника соціальної діяльності індивідів і соціальних груп. Це залежить від багатьох обставин, які охоплюють усю

сукупність політичних, економічних, соціальних і культурних процесів, а також від структури психіки особистості, її темперамента, цінностей і переконань, від взаємовідношень з іншими людьми. Соціальні настрої, як важливий прояв суспільної свідомості, сприяють регулюванню як окремих вчинків, дій суб'єктів, так і функціонування соціальних груп, суспільних інститутів.

Соціальні настрої поряд зі статичними, володіють і динамічними вимірами. Вони можуть мати у певний час прихований, латентний характер, але завжди з часом проявляються у діях і впливають на поведінку індивідів і різних соціальних груп у суспільстві. Однією з причин такої динамічності соціальних настроїв є їх залежність від змін в системі об'єктивних соціальних умов і соціальних відношень. Так, наприклад, стабільний стан суспільства, прийнятні умови життєдіяльності, як то: наявність роботи, стабільного доходу, хороші взаємовідношення в колективі, в родині тощо роблять соціальні настрої начебто непомітними, латентними. Безумовно, вони є, оскільки відображають стан свідомості, але не проявляються відкрито, а скоріше як внутрішні переживання. Зі зміною об'єктивних соціальних умов (в нашому випадку це відкрита агресія РФ, воєнний стан, економічний занепад тощо), соціальні настрої проявляються відкрито у різних емоційних станах занепокоєння, тривоги, апатії, розгубленості і тому подібне, у поведінці, у вербальній комунікації.

Таким чином, соціальні настрої виступають проміжною ланкою між об'єктивною соціальною дійсністю і соціальною практикою людей в процесі перетворення цієї дійсності.

Аналізуючи соціальні настрої, слід також звернути увагу й на те, що вони по суті також представляють емоційно-раціональні стани суб'єктів. Тобто, з одного боку у соціальних настроях мають місце інформація і знання щодо процесів, які відбуваються у суспільстві, а з іншого – соціальні настрої виражають емоційне ставлення до цих подій і процесів, до діяльності тих людей, які стоять на шляху реалізації соціальних цілей, сприяють або

перешкоджають втіленню в їх життя. Наприклад, це може бути ставлення до діяльності органів управління, до їх рішень на рівні суспільства в цілому чи окремої територіальної громади.

Соціальні настрої тісно пов'язані з ціннісними установками і ціннісними орієнтаціями. Деякі дослідники, як наприклад В. Бакіров, А. Ручка [2], Васильченко [9], Л. Станіславенко [45], визначають соціальні настрої крізь призму певних ціннісних установок і розкривають їх зміст через поняття цінностей, ціннісних орієнтацій і людського капіталу та життєвих стратегій.

Соціальні настрої можуть змінюватися і під тиском цілеспрямованого впливу, наприклад, пропаганди. Так, шляхом впливу на соціальні настрої можна керувати діями індивідів і соціальних груп. Яскравим прикладом подібного є вплив російської пропаганди на соціальні настрої російського суспільства стосовно війни в Україні.

Виходячи із проведеного аналізу сутності соціальних настроїв, можна виокремити декілька їх специфічних характеристик:

- соціальні настрої мають узагальнюючий характер. Вони увібрали в себе одночасно вплив як об'єктивних, так і суб'єктивних чинників, що робить соціальні настрої таким собі «сплавом» емоцій, почуттів, умонастроїв, ціннісних установок і орієнтації, інформації і конкретних знань;
- соціальні настрої відображають не тільки сьогодення, але й попередній досвід, що дозволяє робити певні висновки і отримувати «уроки» на майбутнє;
- соціальні настрої – це невідкладена, актуалізована реальна свідомість, яка керує життям людини в цей конкретний час;
- соціальні настрої – це той елемент свідомості суб'єктів, який спонукає до практичної готовності діяти і виступає безпосереднім попередником поведінки;

– соціальні настрої представляють собою цілісне явище, в якому в інтегрованому вигляді втілюються основні форми сприйняття дійсності з позицій певних установок, що дозволяє назвати їх життєвідчуття.

Аналізуючи соціальні настрої суб'єктів можна з високим ступенем вірогідності визначити направленість їх поведінки і спрогнозувати можливість посилення позитивних і послаблення негативних проявів суспільної свідомості і – навпаки.

Підводячи проміжний висновок, відмітимо таке: соціальні настрої формуються в процесі освоєння соціальної дійсності, соціальної практики, а потім впливають на неї. Саме тому соціальні настрої викликають такий інтерес соціологів, оскільки вони відіграють важливу роль в життєдіяльності як всього суспільства, так і окремого індивіда чи соціальної групи.

Дослідження сутності і особливості соціальних настроїв, як соціального феномену, показало, що він складний і багатогранний, а значить і розглядати його потрібно з точки зору різних аспектів, в тому числі з точки зору типології за видами. Для того, щоб здійснити класифікацію за видами, слід вибрати критерії для визначення видів. Так, в залежності від суб'єкта соціальних настроїв можна говорити про соціальні настрої освітян, медичних працівників, підприємців, молоді, виборців, запоріжців тощо. В даному випадку суб'єкт – це певна соціальна спільнота, яка визначається або за віком (молодь), або за видом діяльності (освітяни, медичні працівники, підприємці), або за територіальною приналежністю (запоріжці).

Наступним критерієм в типології соціальних настроїв може бути предметна направленість. Так, С. Харченко виокремлює політичні, етнічні, релігійні, економічні настрої [54]. Кожен з цих конкретних видів соціальних настроїв пов'язаний з певною діяльністю або певним типом світогляду і може бути розглянутий ще й у відповідності до конкретної історичної епохи, або відповідно якоїсь конкретної країни.

Соціальні настрої також можна типологізувати за ступенем стійкості і тривалості. Наприклад, соціальні настрої можуть бути ситуативними,

тимчасовими і швидко втрачати своє значення з точки зору їх впливу на поведінку. Так, конфлікт в організації між керівником і працівниками вплинув на формування соціальних настроїв працівників. Вони проявляються в невдоволенні (несправедливий керівник), занепокоєнні (як відобразиться на заробітній платні, можливості подальшої роботи в організації), певних діях (зібрання, вислови). Коли конфлікт вичерпаний, подібні настрої втрачають свою актуальність. Соціальні настрої можуть бути, навпаки, стійкими і довготривалими. Так, економічна криза у суспільстві, криза політичної системи, воєнний стан – все це може формувати довготривалі соціальні настрої.

За критерієм відповідності між очікуваннями і реальністю, соціальні настрої можуть бути позитивними – це коли реальність відповідає очікуванням. В цьому випадку соціальні настрої характеризуються почуттями солідарності, національного підйому, патріотизму, наснаги, впевненості, бадьорості тощо. В протилежному випадку – коли очікування і реальність розходяться, то соціальні настрої забарвлюються в негативні відтінки і на перший план виступають настрої невдоволення, занепокоєння, невпевненості, втоми, страху, гніву, обурення і подібні. У появі тих чи інших соціальних настроїв за охарактеризованим критерієм велику роль відіграють засоби масової інформації. Вони можуть за допомогою спеціальних медійних технологій підсилити ту чи іншу сторону реальності, тим самим сформувавши або «підігріти» ті чи інші настрої.

Можна ще виокремити оптимістичні і песимістичні соціальні настрої. На думку Б. Паригіна ці типи соціальних настроїв виникають в наслідок низки довготривалих, постійно повторюваних (так би мовити «серії») у тривалому проміжку часу вражень та переживань або результатом набутого життєвого досвіду, що встиг залишити відбиток у свідомості людини [31]. Наприклад, низка постійних поразок під час воєнних дій, породжує песимістичні настрої, в той час як перемога за перемогою, навпаки, стане підґрунтям для формування оптимістичних настроїв. Так само можна навести приклад

набутого життєвого досвіду, який вплине на формування оптимістичних соціальних настроїв. Наприклад, підприємці, які протягом своєї підприємницької діяльності, переживали падіння бізнесу, банкрутство і подібне, але змогли піднятися, відбудувати бізнес (тобто набули такий досвід), тепер, навіть в період воєнного стану мають оптимістичні настрої. Вони швидко адаптувалися, релокували свій бізнес в безпечні регіони, скооперувалися і продовжили підприємницьку діяльність в нових територіальних громадах. Інші продовжили підприємницьку діяльність у своїх територіальних громадах, маючи знання особливостей цієї території, підтримку місцевого самоврядування тощо.

Для оптимістичних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності характерне переконання в тому, що «немає біди без добра», тому навіть війну вони сприйняли як перевірку на міцність і як нові можливості. Такі підприємці переорієнтували бізнес на «воєнні рейки» і отримали підтримку від держави чи місцевого самоврядування, від населення громади, відчували свою соціальну значущість і ще з більшим ентузіазмом почали розвивати підприємницьку діяльність. Активно почав розвиватися бізнес воєнного часу: виготовлення спеціальних приладів для обігріву, так званих «буржуйок», майстерні з ремонту автомобілів для фронту, майстерні з пошиву військового одягу і амуніції, цехи по виготовленню спеціального (сухого) харчування для військових тощо. Так само, не дивлячись на обстріли й руйнування, продовжили підприємницьку діяльність заклади воєнного часу, але мирного спрямування: кав'ярні, кафе, магазини, перукарні – все те, що навіть у воєнний час дає відчуття того, що життя продовжується і обов'язково настане перемога.

Натомість песимістичні настрої базуються на переконаннях у тому, що життя – це суцільне страждання, отже, не має цінності та сенсу боротися, розвиватися, піднімати бізнес.

Окремим видом песимістичних настроїв стає страх. Він розглядається не просто як короткочасне почуття або емоція, а як певний стан, тобто як соціальний настрій. Дослідники В. Білошицький, С. Бех, Я. Скуз, С. Стукан у

своїй монографії показують, що індивіди отримують свої страхи або «з перших рук», тобто шляхом власного досвіду або «з других рук» – із сім'ї, від друзів, знайомих, з якими вони вступають у комунікацію, із культурних і соціальних інститутів, літератури тощо. Автори виокремлюють страхи універсальні: перед стихійними лихами, війною, голодом, зниженням рівня життя і подібне. Такі страхи можуть бути притаманні усім історичним епохам і народам. Їх зміст суттєво не змінюється від одного періоду до другого. А є друга група страхів – страхи специфічні, так звані соціалізовані і несоціалізовані страхи. Страхи перед авторитарним правителем і його системою каральних органів (приклад – страхи, які виникали в часи Сталінської диктатури), страхи руйнації звичних стереотипів (приклад – страхи росіян щодо руйнації міфу «Великої Росії», якої вже ніхто не буде боятися). Соціальні настрої страху супроводжуються почуттями взаємної недовіри, ворожості людей один до одного, відчуттям власної ізольованості і незахищеності, які поступово переростають у настрої розпачу, песимізму та нігілізму [6].

Соціальні настрої страху, тривоги, неспокою як правило породжуються нестійкістю соціального становища індивідів і соціальних груп, невпевненістю у майбутньому і особливо притаманно тоталітарним, авторитарним або перехідним суспільствам. Що стосується України, то не дивлячись на те, що період її транзитивного стану затягнувся, вже встигло вирости і соціалізуватися покоління українців, які зростали на демократичних цінностях, цінностях індивідуальної свободи, самореалізації, гідності, що й відображається на їх соціальних настроях, яким, навіть у період воєнного стану, в більшій мірі характерні настрої оптимістичні, ніж песимістичні. Теж саме можна сказати й про суб'єктів підприємницької діяльності, більшість з яких належить саме до покоління незалежної України. Вони здійснюють активні спроби поліпшити як власне життя, так і життя суспільства навіть у такі складні часи як період воєнного стану.

Підбиваючи підсумок даного підрозділу, варто зосередитись на розумінні сутності соціальних настроїв як одного з інтегральних показників сприйняття індивідами і групами соціально-економічних, соціально-політичних і культурних процесів, які відбуваються в соціумі. Вони є виразом людьми своїх самовідчуттів стосовно матеріального становища, соціального статусу у конкретному середовищі, визнання чи невизнання, успіху / неуспіху в групі тощо.

Соціальні настрої виступають як певне буттєве утворення, яке концентрує провідні елементи свідомості індивідів (почуття, знання, переконання, цінності), перетворюючи індивідів у суб'єктів особистого і суспільного життя. Соціальні настрої представляють собою цілісну форму світосприйняття, яка відображає рівень, ступінь, емоційне сприйняття особистістю і групою різних соціальних установок, ідей, інтересів, і в кінцевому рахунку, будуть визначати поведінку суб'єкта.

2.2. Структура соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності

З точки зору практичного дослідження соціальних настроїв особливу роль відіграє аналіз їх структури. Справа в тому, що довгий час в науковій літературі поняття «соціальні настрої» виступало як неділиме, тобто таке, що не піддається операціоналізації. Але подальші дослідження соціальних настроїв показали, що в їх структурі все ж таки можна виокремити деякі елементи.

Так, в статті «Соціальні настрої – феномен сучасної соціологічної теорії і практики» Ж. Тощенко виділяє такі структурні компоненти цього феномену: психологічна і фізіологічна основа, соціальне самопочуття, оцінка соціальної ситуації, соціальні очікування і соціальна позиція [51].

Слідуючи представленим компонентам, проаналізуємо їх зміст. Першим елементом в структурі соціальних настроїв є психологічна і фізіологічна основа, в яку входять темперамент, характер індивіда, його емоційна, чуттєва і

вольова сфери. На підґрунті цієї основи формується блок показників, які характеризують соціальну природу настроїв людей, їх структуру і ієрархію.

Наступним компонентом виступає соціальне самопочуття. В соціології і психології на теперішній час склалося багато трактовок даного поняття. Загальна психологія пояснює самопочуття скоріше з фізіологічної точки зору, як «органічне» самопочуття людини, тобто загальний показник тілесного і духовного стану в кожному конкретному мить; комплекс суб'єктивних відчуттів, що відображає ступінь фізіологічної та психологічної комфортності наявного стану людини.

Самопочуття може бути представлене як однією узагальненою характеристикою (добре, погане, хворобливе, бадьоре тощо), так і переживаннями, відображають стан окремих систем і процесів: відчуттями дискомфорту у різних частинах тіла, утрудненнями виконання певних дій, змінами у протіканні тих чи інших когнітивних функцій. Самопочуття складається з конкретних відчуттів і загальних почувань (наприклад, відчуття голоду). Самопочуття тісно пов'язане з самозбереженням індивіда: воно нагадує організму його потреби і вказує йому на загрозові небезпеки [37, с. 266].

У соціології і соціальній психології соціальне самопочуття виступає як інтегральна характеристика, яка визначається в першу чергу соціальними факторами. Так, соціальне самопочуття в межах соціологічного підходу розглядається як «форма суспільної свідомості, рефлексія індивідом свого способу життя та задоволеності його різними сторонами; як показник якості життя людей у суспільстві; соціальне самопочуття виступає своєрідним «дзеркалом» політичних, економічних, культурних та інших процесів. Соціальні почуття, виникаючи у процесі соціальної взаємодії, виступають регулятором поведінки людей. У період підсилення соціальної невизначеності та руйнування традиційних нормативних систем у суспільстві регулятивна функція соціальних почуттів посилюється так само, як і їх мотивуюча дія. Таким чином, соціальне самопочуття людей, віддзеркалює суб'єктивний стан

людей, детермінований соціально-економічними факторами. Соціальне самопочуття відображає узагальнені емоційно-почуттєві реакції, оцінки, думки та настрої як населення країни в цілому, так і окремих його груп щодо різноманітних суспільних явищ, процесів та інститутів» [14, с. 92].

Отже, соціальне самопочуття ототожнюється з інтегральним задоволенням життям, яке виявляється в оцінці індивідами рівня свого благополуччя. Тут варто також визначити деякі характеристики соціального благополуччя особистості. На думку О. Сусської, соціальне благополуччя може виражатися як 1) задоволеність особистості своїм соціальним статусом і актуальним станом суспільства; 2) задоволеність міжособистісними відносинами і статусом в мікросоціумі; 3) задоволеність матеріальним станом (житло, харчування, відпочинок) і стабільністю свого матеріального добробуту; 4) відчуття причетності до багатств духовної культури (можливість задовольняти духовний голод), можливість вільного виразу себе у вірі; 5) відчуття душевного комфорту, цілісності і внутрішньої рівноваги; 6) відчуття тілесного комфорту і гарного фізичного стану [47, с. 90].

Задоволеність різними сторонами життя напряму залежить від рівня прагнень і домагань особистості. Чим вище рівень домагань, тим, як правило, нижче рівень задоволеності, а це в свою чергу, пов'язано з цінностями індивіда і його життєвими стратегіями.

Третім компонентом в структурі соціальних настроїв є оцінка суспільства і оцінка себе у суспільстві. Оскільки соціальні настрої відображають ставлення до всього, що відбувається у суспільстві, то важливо в цьому аспекті якраз розглянути оцінку різних сторін життя суспільства і оцінку себе.

Оцінка себе у суспільстві проявляється в оцінці своєї ролі і свого соціального статусу, своїх можливостей і своїх досягнень, свого матеріального становища і рівня якості життя, рівня освіти і культурного розвитку. Вона залежить також від самооцінки, яка виникає в наслідок оцінки свого життєвого досвіду, власної успішності чи неуспішності.

Оцінка різних сторін життя має на увазі, перш за все, оцінку економічної, політичної, правової і духовно-культурної сфер суспільства в цілому і своєї територіальної громади, свого регіону. Тобто, під час аналізу економіки оцінюється економічна ситуація не тільки в країні, а безпосередньо в своєму місті – наскільки сприятливі умови для ведення підприємництва і бізнесу, роботи підприємств, наскільки добросовісно працюють правоохоронні органи і органи місцевого самоврядування, наскільки легко започаткувати і вести бізнес, сплачувати податки, отримувати підтримку від відповідних інституцій. Адже саме від цього напряму залежить матеріальне благополуччя людей, і в першу чергу суб'єктів підприємницької діяльності. Крім того, матеріальне благополуччя залежить в цілому від політики держави (законодавчої бази, правоохоронної і управлінської системи). В цьому аспекті оцінюється ефективність роботи владних структур на загальнодержавному рівні, регіональному і місцевому (в територіальній громаді), а також проявляється ставлення щодо їх рішень.

На соціальні настрої суб'єктів підприємницької діяльності можуть більше впливати події, які відбуваються в їх місті, в їх територіальній громаді, аніж в державі в цілому, тому що ці події безпосередньо впливають на стан їхнього бізнесу. Тому тут доцільно враховувати відношення населення територіальної громади (міста, села, селища) щодо ефективності роботи органів місцевого самоврядування, оцінку роботи різних міських (сільських) служб, таких як органи житлово-комунального господарства, органи землевпорядкування, департамент архітектури, поліція, прокуратура, податкова, органи надання соціальних послуг та інші. Названі структури якраз і впливають на отримання дозволів на ведення підприємницької діяльності, сприяння / перешкоджання її ефективності, контроль тощо.

Отже, в залежності від ставлення суб'єктів підприємницької діяльності до роботи названих структур будуть формуватися їх соціальні настрої і проявлятися рівень активності підприємців. Наприклад, протестна поведінка буде в тому випадку, якщо оцінка діяльності місцевих органів буде

негативною. Чим більш негативною буде оцінка діяльності, тим вище рівень протестних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності. Форми протестних настроїв залежатимуть від рівня освіти і освіченості, культури підприємців. І, навпаки, якщо оцінка буде позитивною, то суб'єкти підприємницької діяльності будуть інвестувати у місцеві соціальні програми, такі як благоустрій, культурні програми, програми з охорони здоров'я тощо.

Таким чином, можна припустити, що оцінка різних сторін життєдіяльності суспільства в цілому і територіальної громади зокрема, напряду впливає на соціальні настрої суб'єктів підприємницької діяльності.

Четвертим важливим компонентом соціальних настроїв є соціальна позиція індивідів і соціальних груп. Соціальна позиція не менш складне поняття ніж ті, які ми вже розглядали в даній роботі (соціальне самопочуття, соціальне благополуччя).

Соціальну позицію часто ототожнюють з такими поняттям як «соціальний статус», «соціальна роль». Безумовно, між ними є спільні риси, але сутнісно вони не є тотожними. Причому, відмінність полягає саме в підходах. Існує два найбільш загальних підходи щодо розуміння поняття «соціальна позиція»: соціологічний і психологічний.

Згідно з соціологічним підходом, під соціальною позицію розуміється дещо зовнішнє стосовно особистості. Як зазначено в соціологічному словнику «Соціальна позиція – це місце, яке займає особистість в системі соціальних відносин певної соціальної структури (суспільство, соціальна група, організація) [18, с. 214]. В такому трактуванні поняття «соціальна позиція» дійсно наближається до визначення соціального статусу.

Психологічний підхід дещо інше трактує соціальну позицію. Найбільш яскраво психологічний підхід представлений відомим австрійським психологом, засновником індивідуальної або «позиційної» психології, А. Адлером, який запропонував своє трактування поняття «позиція особистості». Під позицією особистості він розуміє участь (тобто активність, суб'єктність), яку бере особистість у громадському житті організації, суспільства. Тим

самим особистість виражає свою особисту позицію, яка відображає індивідуальний характер її діяльності і окремих вчинків [1, с. 118].

Таким чином, ми можемо зробити висновок, що соціологічний підхід орієнтує на зовнішню сторону соціальної позиції, яка буде визначатися місцем особистості в соціальній структурі, в той час як психологічний підхід розглядає позицію як внутрішній компонент структури особистості – позиція не нав'язується особистості, а обирається нею. На нашу думку, обидві точки зору мають право на існування. Більш того, ми пропонуємо розглядати їх не з позиції протиставлення, а доповнення одна одної. Ми вважаємо, що соціальна позиція особистості представляє собою поєднання і її внутрішньої установки, системи індивідуальних цінностей, і системи соціальних статусів, які має особистість.

Останнім часом, в умовах пошуку нових ідентичностей, коли особистість прагне здійснити вибір свого життєвого шляху, обрати перспективи життя і діяльності, визначити, з ким вона будуватиме майбутнє і яким воно має бути, і в соціології з'являється нове бачення щодо поняття «соціальна позиція». Сучасна соціологія виходить з того, що соціальна позиція особистості є складною системою установок і мотивів, цілей і цінностей, зв'язків і взаємовідносин у соціальній структурі суспільства чи певної соціальної групи (організації) [40].

Філософ І. Надольний вважає, що соціальна позиція, перш за все, відображає світогляд людини як цілісної системи його поглядів на світ, соціальну дійсність. «Світогляд є продуктом серйозної інтелектуальної діяльності, незалежно від того, це є результатом освіти і виховання чи результатом спожитої ззовні інформації. Воно проявляється через переконання. Переконання – це усвідомлені мотиви до діяльності, обумовлені знаннями, життєвим досвідом і суспільними відношеннями. У відповідності до переконань формуються соціальні цілі й інтереси, визначаються способи, засоби і напрямки їх реалізації. Переконання є одним з компонентів готовності до реалізації вимог і переваг соціальних настроїв» [28, с. 86]. Він також

говорить, що частиною світогляду виступають умонастрої. Умонастрій – це особливий від настрою, що має відносно стійкий характер і представляє собою не тільки певну направленість несвідомих почуттів і переживань, але й більш менш ясний вираз думок, ідей і переконань. Умонастрій на відміну від настрою більш стійке і більш раціональне. В рамках одного світогляду може існувати ціла палітра умонастроїв від апатії до революційної активності, від життєстверджувального оптимізму до скептицизму [28, с. 87].

Умонастрої як елемент соціальних настроїв пов'язані з готовністю до реалізації ціннісних орієнтацій.

Ціннісні орієнтації є тим «кутом зору», який обумовлює ставлення до подій, що відбуваються і змін, пов'язаних з цими подіями. Ціннісні орієнтації краще всього розкрити через поняття «життєві стратегії». «Життєва стратегія – це здатність індивіда щодо самостійної побудови власного життя, усвідомленого і осмисленого його регулювання у відповідності до кардинального напрямку життєдіяльності. Життєва стратегія обирається на основі ціннісних орієнтацій особистості і, з одного боку, визначають її задоволеність різними сторонами життя, а з іншого – являють собою проєкт дій індивіда у майбутньому, визначають способи досягнення благополуччя, реалізації свого «Я» [11, с. 76].

В своєму дослідженні щодо життєвих перспектив молоді, де він у тому числі розглядає поняття «життєва стратегія», Є. Головаха виділяє три типи життєвих стратегій молоді: стратегія виживання, патерналістська стратегія і стратегія розвитку. Патерналістська стратегія плекає надію на допомогу держави. Молодь, яка бачить свої життєві перспективи на основі патерналістської стратегії, прагне отримати пільги, соціальну допомогу від держави. Коли ж цього не відбувається (з річних причин: немає підстав для пільг чи не вистачає ресурсів у держави), то це призводить до розповсюдження настрою пригніченості чи роздратування.

Провідними рисами стратегії виживання є орієнтація на власні сили, але при цьому використовуються такі способи забезпечення себе та своєї сім'ї як

малопродуктивна, нетворча робота. Щоб виживати, індивіди погоджуються скорочувати витрати на літературу, освіту, відпочинок, одяг.

Під стратегією розвитку розуміється такий тип поведінки та конструювання життєдіяльності, якому відповідає усвідомлена відмова від утриманських настроїв, опора на власні сили при досягненні цілей, орієнтація на професійний успіх, самореалізацію і саморозвиток.

В залежності від вибору тієї чи іншої життєвої стратегії особистість конструює своє майбутнє.

Проаналізувавши вищеназвані компоненти, які входять в структуру соціальних настроїв, ми переходимо до наступного елементу, який можна визначити як діяльнісний. Мова йде про соціальні очікування. Вони включають в себе очікування майбутнього розвитку країни і окремих її сфер (економіки, політики, культури), а також уявлення про своє майбутнє. В залежності від соціальних очікувань суб'єкт будує свої плани на майбутнє, в яких відображаються методи реалізації своїх цілей, способи їх досягнення.

Із проведеного аналізу ми можемо зробити висновок, що соціальні настрої – це надзвичайно багатогранний соціально-психологічний феномен, який має складну структуру, всі елементи якої взаємопов'язані і взаємообумовлені. Лише розглядаючи всі структурні елементи в системі, ми можемо зрозуміти сутність даного феномену, його вплив на соціальну поведінку і вчинки суб'єктів соціальної діяльності. Крім того, структурні елементи соціальних настроїв цілком можуть бути взяті за основу операціоналізації під час проведення прикладного дослідження.

2.3. Територіальна громада як середовище формування соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності в умовах воєнного стану

Сучасний світ дуже динамічний і швидко змінюваний. Зміни відбуваються в усіх сферах суспільного буття, особливо вони помітні в техніко-технологічній сфері (технології, про які не могли навіть помислити ще 50 років тому назад, сьогодні є буденністю, доступною якщо й не кожному, то

– багатьом, наприклад міжнародна комунікаційна система Internet), що призводить до змін в економічній сфері, політичній і, звичайно, в управлінській. Сьогодні немає монополії на інформацію. Ні, якась інформація, безумовно, залишається закритою для широких кіл, але інформація стосовно того, щоб знайти бізнес-партнера, кредитора або інвестора, отримати необхідні дані про стан ринків, укласти бізнес-договори сьогодні не представляє проблеми як в середині країни на будь-якій території, так і за кордоном.

Крім того, ринкові реформи, які безупинно втілюються в Україні з набуттям нею незалежності, дали змогу активно розвиватися бізнесу і підприємницькій діяльності, перед якими постала задача вирішення цілого комплексу складних економічних проблем з урахуванням загальнодержавних, регіональних, місцевих і приватних інтересів, а також мотивів підприємницької діяльності різних соціальних груп суспільства.

За перші десятиліття незалежності України підприємництво стало локомотивом поступального соціально-економічного розвитку. Ефективна діяльність суб'єктів підприємницької діяльності, особливо середнього, малого і мікробізнесу, стала соціальною базою для розвитку середнього класу в Україні. Створення умов розвитку підприємництва вирішувало проблему зайнятості, а також виступало джерелом економічного зростання, що безпосередньо впливало на підвищення рівня якості життя громадян.

Важливим фактором стимулювання і розвитку підприємницької діяльності повинна була стати державна економічна політика, а саме: 1) спрощення процедур для створення і ведення бізнесу, 2) зменшення податкового тиску; 3) зниження ставки кредитування, 4) подолання чиновницького свавілля і корупції; 5) витіснення криміналу із сфери бізнесу («кришування», рекету, рейдерства) тощо. Адже, як показав досвід розвинутих європейських країн, в їх економіці близько 90 відсотків усіх підприємств, які забезпечують майже 70% зайнятості населення, складає саме малий і середній бізнес, а його внесок у створення доданої вартості досягає 60 відсотків.

Натомість Україна у глобальному рейтингу країн світу за показником сприяння і розвитку підприємництва посідає 79 місце серед 138 країн світу [32, с. 32].

Реальним поштовхом для розвитку підприємницької діяльності в Україні стала реформа з децентралізації (2014 р.), яка призвела до зміни ролі учасників економічних відносин. Суттєво перерозподілилися ролі і відповідальність держави, регіону, конкретної територіальної громади за економічний розвиток на місцевому рівні. Так, наприклад, роль держави у розвитку місцевої економіки зменшилась, в той час як збільшилась роль регіональних структур і органів місцевого самоврядування. Це проявилось в таких показниках:

- змінилися рівні відповідальності центральної і місцевої влади за здійснення планування розвитку територій. Територіальні громади взяли майже всю відповідальність на себе за ситуацію, яка складається на місцях, за рівень добробуту, якості праці, розвиток освіти і культури, відпочинку та життя у громаді;

- змінилася методологія реалізації процесу управління територіальним розвитком. Тепер уся діяльність з соціально-економічного розвитку громади здійснюється у відповідності до Стратегії, яка розробляється громадою з урахуванням потреб і інтересів мешканців;

- відбулася зміна суб'єктів управління. Міста, села і селища через партнерство і міжмуніципальне співробітництво почали розширювати простір свого впливу в регіоні, створюючи місцеві фактори конкурентних переваг, формуючи спільні проекти для зростання конкурентоспроможності (транспортні коридори, індустріальні парки, публічно приватні партнерства, кластери, тощо) [49, с. 141].

В цих нових умовах місцева влада територіальних громад почала чітко розуміти, що розвиток і благополуччя мешканців – не чекати рішень «згори», а цілком самостійно, спираючись на підтримку усіх членів громади, сприяти розвитку підприємництва, що призведе до появи нових робочих місць,

збільшення зайнятості населення, залучення інвестицій, зростання доходів місцевих бюджетів, покращення якості життя, розвитку інфраструктури тощо.

Саме реформа децентралізації надає повноту повноважень і передбачає відповідальність органів місцевого самоврядування перед жителями громади за ефективність своєї роботи у сфері розвитку підприємництва, ведення бізнесу, та й взагалі за розвиток цієї території. Тобто, вирішення задач соціально-економічного розвитку території майже повністю покладається на органи місцевого самоврядування. Це передбачено Законом України «Про місцеве самоврядування в Україні», прийнятим ще у 1997 р. Зокрема в статті 27 говориться, що виконавчі органи влади наділені владними повноваженнями щодо забезпечення збалансованого економічного та соціального розвитку відповідної території, використання природних, трудових і фінансових ресурсів [35].

Окрім наведених вище повноважень, цим же Законом (п. 7, ст. 27) також передбачається право самоврядних органів територіальних громад залучати на договірних засадах підприємства і організації різних форм власності до участі в комплексному соціально-економічному розвитку міст, сіл та селищ, розташованих на відповідній території [35].

Таким чином, ми бачимо, що з реформою децентралізації територіальні громади і органи врядування в них дійсно здобули значну економічну незалежність від органів центральної влади. Але діалектика вчить нас, що повноваження повинні йти поряд з відповідальністю, тому органи місцевого самоврядування поряд з більшими повноваженнями отримали й більший обсяг відповідальності за соціально-економічний стан громади.

Для розвитку територіальних громад Бюджетним кодексом України передбачалось, що до доходів загального фонду міст та об'єднаних територіальних громад зокрема належать 60 % податку на доходи фізичних осіб, стовідсотковий акцизний податок з реалізації суб'єктами господарювання роздрібною торгівлю, 25% рентної плати за користування надрами для видобування корисних копалин загальнодержавного значення,

10% податку на прибуток підприємств (крім податку на прибуток підприємств державної власності), податок на майно, збір за місця для паркування транспортних засобів, плата за ліцензії на певні види господарської діяльності та сертифікати, що виконавчими органами відповідних місцевих рад та деякі інші [8].

Отже, ми бачимо, що в цілому відбуваються доволі позитивні зміни податкового та бюджетного законодавства. Це призвело до того, що бюджети територіальних громад почали наповнюватися значно активніше. Очевидним став факт, що для розвитку територіальної громади і її бюджетного наповнення вже не потрібно розпродавати земельні ділянки, а краще використати їх для розвитку підприємницької діяльності. Громади перестають бути просто «касами» з виплати заробітної плати місцевим представникам бюджетної сфери, вони тепер реально зацікавлені у розвитку і зростання економіки на підпорядкованій території.

Виходячи з усього вище викладеного, органи місцевої влади повинні бути дуже зацікавлені у розвитку підприємницької діяльності на території громади та створенні робочих місць в межах її юрисдикції. Ті органи місцевого самоврядування, які думають про добробут своїх громадян, чітко розуміють, що їх дії в цьому напрямку повинні бути продуманими, стратегічними, амбітними та інноваційними.

Протягом усього періоду розвитку територіальних громад, органи місцевого самоврядування налагоджували взаємовідносини з суб'єктами підприємницької діяльності на засадах взаємовигідного співробітництва та з метою соціально-економічної користі для підприємців, громади і громадян. При органах місцевого самоврядування створювалися громадські ради з питань узгодження взаємодії місцевого самоврядування з суб'єктами підприємницької діяльності і розвитком підприємництва, покращення інвестиційного клімату, виявлення перспективних напрямків підприємницької діяльності в залежності від потреб громади.

В наслідок такої співпраці органів місцевого самоврядування і суб'єктів підприємницької діяльності, територіальні громади отримали поштовх для свого соціально-економічного розвитку. Звичайно, мова йде лише про ті територіальні громади, де обидві сторони: і бізнес, і органи місцевого самоврядування однаково виявилися соціально відповідальними, тобто:

- сформована культура і ідеологія соціальної відповідальності на основі взаємовигоди і взаємопідтримки в інтересах всіх учасників соціальної взаємодії (органів місцевого самоврядування, суб'єктів підприємницької діяльності, мешканців територіальної громади);

- відбувається створення сприятливого економічного клімату в територіальній громаді шляхом боротьби зі свавіллям місцевих чиновників, корупцією – з одного боку, і зацікавленістю всіх членів громади в її сталому розвитку – з іншого;

- спостерігається активізація соціальної свідомості громадян, які прагнуть до встановлення соціального діалогу між органами місцевого самоврядування, підприємцями і членами громади.

І таких громад, де успішно взаємодіяли суб'єкти підприємницької діяльності і органи місцевого самоврядування в інтересах громади і її громадян, по всій території України було доволі багато. Про що свідчать чисельні соціологічні дослідження соціальних настроїв підприємців. Так, з 2017 Європейська Бізнес-Асоціація і компанія Unlimit Ukraine проводили щорічні дослідження настроїв представників малого і середнього бізнесу «Індекс настроїв малого бізнесу». Дослідники відмічали, що тільки в період з 2019 по 2021 рік на думку підприємців «податковий індекс» піднявся на 0,11 балів і склав 3,01 балів (з 5-ти), «судовий індекс» зріс на 0,05 і склав 2,50 балів, «індекс настроїв» представників малого бізнесу також зріс на 0,22 і дорівнював 2,60, «барометр щастя» піднявся на 0,01 показник і дорівнював 2,65 балів з 5-ти [38]. Здавалось би зростання невеликі, але для українського малого і середнього бізнесу це дуже суттєві зрушення. Деякі показники

показували від'ємні результати. Знизились «митний індекс» на 0,29 балів, «інвестиційний індекс» також знизився на 0,56 балів [38]. При цьому значні погіршення припадають на кінець 2020 року. На думку дослідників, це пов'язано з «коронавірусними» обмеженнями і частими локдаунами. Та вже в 2021 році підприємці адаптувалися до нових умов і почали показувати поліпшення соціальних настроїв.

Подібні дослідження проводяться й іншими організаціями: Спілкою українських підприємців, Аналітичним центром Національного Банку України, Аналітичним центром Спілка українських підприємців і промисловців та багатьма іншими.

Сьогодні наша країна знаходиться у стані повномасштабної агресії Російської Федерації проти України. Повністю і частково зруйнована велика кількість територій. Нажаль, і продовжує руйнуватися. Економіка країни знаходиться у стані глибокої кризи і занепаду, що зумовлено воєнним станом в Україні. Дослідженню того, як це позначилося на соціальних настроях суб'єктів підприємницької діяльності в територіальних громадах буде присвячений третій розділ даної кваліфікаційної роботи.

РОЗДІЛ 3

ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ НАСТРОЇВ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

3.1. Метод дослідження та аналіз результатів прикладного соціологічного дослідження соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності в територіальних громадах в умовах воєнного стану

Методи прикладного соціологічного дослідження відрізняються від методів теоретичного аналізу. Теоретичні методи представляють собою спосіб мислиневої діяльності дослідника. Прикладні методи безпосередньо спрямовані на збір конкретної соціологічної інформації від конкретних носіїв – суб'єктів соціальної діяльності і взаємодії.

Оскільки кінцева мета і основні завдання дослідження передбачають аналіз, всебічний опис та інтерпретацію стану соціального феномена, що досліджується, в єдності його внутрішніх взаємозв'язків, а саме – соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності, при цьому апелюючи до образних та асоціативних уявлень, установок, переживань, оцінок респондентів, ми вважаємо, що найбільш релевантною в даному випадку є якісна стратегія збору інформації.

Якісний підхід та використання напівстандартизованих і напівформалізованих методів дозволить виявити розходження в розумінні проблеми, різними суб'єктами підприємницької діяльності в територіальній громаді, але при цьому поширити висновки на весь досліджуваний об'єкт.

Отже, методом даного емпіричного дослідження ми обрали метод глибинного інтерв'ю, який дозволить поступово уточнити позиції учасників щодо даної проблеми (буде використовуватись з цільовою групою підприємців Запорізької територіальної громади).

Для обґрунтування застосування саме даного методу, варто більш детально розкрити його методологію. Глибинне інтерв'ю представляє собою неформальну особисту бесіду, яку проводить дослідник з респондентом за задалегідь наміченим планом. Методика глибинного інтерв'ю полягає у спонуканні респондента до глибоких і ґрунтовних роздумів стосовно кола питань, які цікавлять дослідника. Опитувальник глибинного інтерв'ю (гайд) принципово відрізняється від анкети з закритими питаннями. Якщо структурною одиницею анкети виступає питання або певний блок питань, то структурною одиницею неформалізованого інтерв'ю є тема, яка відображає зв'язане (об'єднане смисловою єдністю) викладення актуальної проблеми, що цікавить дослідника. Саме цим способом можна отримати інформацію щодо з'ясування переконань, мотивів, установок, цінностей, почуттів і ставлення респондента до теми дослідження.

Даний метод реалізується шляхом особистого спілкування інтерв'юера з інформантом. Дослідник будує бесіду, слідуючи завчасно розробленому сценарію, але при цьому активно «виводить» респондента на відкрите, «живе», обговорення теми.

Крім того, в даній кваліфікаційній роботі використаний метод вторинного аналізу. А саме, ми спиралися на результати соціологічного дослідження, проведеного Центром розвитку інновацій, Офісом з розвитку підприємництва та експорту, Національним проектом Дія-Бізнес за підтримки міжнародної компанії Європейського Союзу Advanter Group. Соціологічна інформація, наведена дослідниками, дозволила нам більш повно уявити об'єктивну ситуацію стану українського бізнесу у період воєнного стану.

Розкривши методику збору необхідної нам інформації стосовно стану соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності в територіальній громаді в умовах воєнного стану, перейдемо до аналізу отриманих результатів.

1.Спочатку проаналізуємо об'єктивні соціальні умови означеного періоду. Вони характеризуються тим, що в Україні вже більше 8 місяців йде російсько-українська війна і діє режим воєнного стану. В наслідок воєнних дій

значна частина південного і східного регіонів України опинилися під тимчасовою окупацією, зокрема близько 70% території Запорізької області також тимчасово окуповані. Територія Запорізької територіальної громади не окупована, але визнана прифронтовою, особливо небезпечною територією. Лінія фронту на деяких напрямках не перевищує 40 км.

2. Як вже зазначалося, для того, щоб більш повно зрозуміти умови, в яких доводиться працювати суб'єктам підприємницької діяльності в нашій територіальній громаді, ми скористалися даними соціологічного дослідження, проведеного Центром розвитку інновацій, Офісом з розвитку підприємництва та експорту, Національним проектом Дія-Бізнес за підтримки міжнародної компанії Європейського Союзу Advanter Group. Опитування було проведено у період з 25 липня по 10 серпня 2022 року. Всього в ході цього опитування проаналізовано діяльність 877 власників малого і середнього бізнесу.

Дослідження наводить такі дані: більше 50 відсотків бізнесу в Запорізькому регіоні не працює. В Запорізькій територіальній громаді 36,8% підприємств малого і середнього бізнесу повністю або майже повністю припинили роботу з 24 лютого 2022 р. Прямі втрати бізнесу з урахуванням тимчасово окупованих територій складають майже \$85 млрд. Цей показник є узагальненою самооцінкою бізнесом прямих і непрямих втрат. 19-ти відсоткам малих і середніх підприємств вдалося здійснити релокацію у більш безпечні території. Відмічається втрата кадрового потенціалу по відношенню до стану на 23 лютого 2022 р. Так, відбулося скорочення кадрів майже на 20% із-за закриття підприємств. Ще приблизно 20% відправлено у довготривалі неоплачувані або частково оплачувані відпустки. Тим, хто залишився працювати, скорочено заробітну плату від 18 до 23 відсотків [5].

Отже, в таких умовах воєнного стану і з такими соціально-економічними показниками стикаються суб'єкти підприємницької діяльності в Запорізькій територіальній громаді. Все це, безумовно, відображається на їх соціальних настроях.

Наступні дані, які аналізуються нижче – представляють результати власного соціологічного дослідження, проведеного методом глибинного інтерв'ю.

3. В ході дослідження було проведено 10 особистих інтерв'ю з представниками малого бізнесу Запорізької територіальної громади у період вересня-жовтня 2022 року. Вибір респондентів відбувався шляхом «снігової кулі». Даний метод відбору доволі ефективний при проведенні експертних опитувань і глибинних інтерв'ю. Список респондентів доповнюється шляхом рекомендації самих же опитуваних. Основним критерієм відбору була безпосередня зайнятість інформанта у сфері малого і середнього бізнесу (власник малого підприємства або фізична особа підприємець).

Нашими респондентами виступили: власниця мережі жіночого одягу (до війни це була невелика мережа – три магазини, в період воєнного стану залишився один), власниця салону краси з надання перукарських послуг, власниця манікюрного салону і одночасно викладач цієї справи, директор невеликої будівельної компанії (не забудовник, а надавач послуг з ремонту і прокладки комунікацій), власник майстерні «Шиномонтаж», власниця і майстер майстерні з пошиву одягу, постільної білизни, дрібного ремонту одягу, власник продуктової крамниці, власник і бориста міні-кав'ярні, власниця і завідувачка приватного міні дитячого садочка (на 8-10 вихованців), власниця, завідувачка і лікар приватної стоматологічної клініки.

Наші респонденти є суб'єктами абсолютно різних сфер підприємницької діяльності: торгівля, надання б'юті-послуг, будівництво і ремонт, побутові послуги, дрібні технічні послуги з ремонту автомобілів, освіта і виховання, медичні послуги (стоматологія). Всі респонденти мають вищу або середню спеціальну (фахову) освіту. Вік респондентів: від 28 до 60 років. Стаж підприємницької діяльності: від 5 до 30 років. Статевий розподіл: 4 представника чоловічої статі, 6 – жіночої статі.

Із проведених інтерв'ю з'ясовано, що із 10 опитаних суб'єктів підприємницької діяльності лише двоє тимчасово (на три-чотири) тижні

припиняли свою діяльність із цілком об'єктивних причин (вивезти і забезпечити членів сім'ї або не було замовників на надання відповідних послуг).

Більшість респондентів оцінювали свою підприємницьку діяльність у довоєнний період як цілком успішну. Звичайно, успіх цей об'єктивно (рівень прибутку) був різний, адже не можливо порівняти прибутки стоматологічної клініки і міні-кав'ярні. Але з точки зору суб'єктивної (самооцінки) – власників задовольняв розвиток їх бізнесу.

Всі респонденти, як нормальні і психічно адекватні люди (такі свідчення є результатом їх власної самооцінки) сприйняли початок агресії і введення воєнного стану приблизно однаково: з напругою, дещо нерозумінням ситуації, певним страхом, але без відчаю і паніки. Два роки ведення бізнесу в умовах COVID-19 підвищили адаптивність суб'єктів підприємницької діяльності, привчили діяти виважено і зібрано. Тільки двоє з 10 опитаних поки що не бачать сенсу у розвитку бізнесу і плануванні довготривалих стратегій, скоріше діють інтуїтивно, реагуючи безпосередньо на ті чи інші події з урахуванням реалій воєнного стану. 5 респондентів працюють натхненно і перебувають у стані обдумування можливостей розвитку. 3 респонденти вже повністю адаптувалися і мають чітку стратегію дій, навіть не зважаючи на те, що війна продовжується і перебуває у «гарячій» стадії (обстріли, блекдауни і подібне).

На питання, що заважає підприємницькій діяльності відновлюватися і розвиватися більш успішно, респонденти надавали доволі обдумані і виважені відповіді. Серед відповідей звертають на себе увагу такі: 1) зростає масштаб незадоволеної потреби в ресурсах для розвитку, відсутність власного оборотного капіталу, а кредитування створює додаткові ризики (незадовільні умови кредитування – з одного боку, з іншого – великий ризик брати кредити, навіть при прийнятних кредитних ставках, тому що війна – це загроза глобального масштабу); 2) непрогнозованість розвитку воєнно-політичної і економічної ситуації в Україні (фронт нестабільний, Україна багато в чому залежить від допомоги зовнішніх партнерів); 3) зубожіння населення і

відсутність достатньої кількості платоспроможних споживачів у всіх напрямках підприємницької діяльності, яка попала у вибірку респондентів. Навіть власник продовольчої крамниці (не дивлячись на те, що продукти харчування – це товар, який потрібен завжди), вказує на знижений попит. Споживачі купують менше (нерідкі випадки покупки 4-х сосисок, 5 яєць, 2-х морквин і тому подібне), купуються товари з найменшою вартістю. В той же час, власник міні-кав'ярні вказує на стабільний попит. Прибуток суттєво не зростає (тому що дорожчає сировина – кавові зерна), але й не падає помітно. Ми припускаємо, що споживачі кави – це люди з більш високим рівнем доходів і усталеними звичками. Споживання кави завжди розглядалося як гурманство, хоча останнім часом стає масовою культурою і люди не відмовляють собі у філіжанці кафи; 4) Зруйнованість ланцюгів постачання, неефективна, довга, дорога логістика здорожує послуги. Особливо це відмічає власниця стоматологічної клініки. Матеріали, ліки, обладнання у цій сфері стають надзвичайно дорогими, що відображається на кінцевому продукті – стоматологічній послугі. Але піднімати ціни суттєво не можливо, оскільки ці послуги й так завжди бути дороговартісними. Тому це, звичайно, відображається на прибутках і веденні бізнесу.

Разом з тим, не дивлячись на зазначені труднощі ведення бізнесу в умовах воєнного стану, суб'єкти підприємницької діяльності не збираються її припиняти, а навпаки, намагаються максимально прилаштувати свою діяльність під ці умови, щоб скоріше їх подолати.

Цікавим для нас виявився той факт, що опитані підприємці в період війни максимально легалізували свій бізнес (оформили ФОП, запровадили електронні пристрої сплати послуг тощо) і активно сплачують податки. Як пояснюють самі суб'єкти підприємницької діяльності, з одного боку, це зумовлено спрощенням ведення бізнесу з боку держави, а з іншого – усвідомленням власної причетності до спільної справи – перемоги над агресором.

Також досить позитивно оцінили підприємці участь органів місцевого самоврядування у функціонуванні і розвитку підприємницької діяльності в Запорізькій територіальній громаді. Респонденти відмічають, що місцева влада почала значно краще співпрацювати з бізнесом. Як відмічає одна з опитаних «Мабуть зрозуміли, що ми одне ціле для покращення життя в громаді. Ніхто не перетягує ковдру на себе «Хто в домі господар!». Немає надокучливих перевіряючих. Все тільки строго у відповідності до встановлених зрозумілих правил. Чи то війна так вплинула, чи нарешті розум прокинувся. Сподіваюсь, що й після війни так буде. А може й краще. Підприємництво – це рушійна сила економічного розвитку, не важливо чим ти займаєшся: хліб печеш, жінок красиво одягаєш, будуєш житло чи щось інше робиш».

У питанні «Які заходи, на вашу думку, можуть покращити ситуацію з розвитком підприємництва у м. Запоріжжі» закладено наше прагнення отримати відповіді стосовно очікувань підприємців і їх настроїв на майбутнє. «Скажу дуже коротко. Закінчити війну перемогою. Відродити економіку, щоб у громадян були доходи, які підвищать із споживчу спроможність. І тоді – все буде. Я – оптиміст по життю. А як інакше. Я ж у 40 років ризикнула і народила, ще й двійню. Я вірю в те, що зміниться підхід до співпраці з підприємцями у влади, і підприємці (ті хто воював, волонтерив, просто чесно працював) – вже не будуть такими як раніше. Де треба, будуть протистояти владі, а де треба – співпрацювати. Принаймні я – так точно!».

Якщо підбивати загальний підсумок за результатами дослідження, то можемо відмітити, що за вісім місяців відкритої агресії та воєнного стану в Україні, суб'єкти підприємницької діяльності залишаються активною частиною українського соціуму в боротьбі за незалежність нашої країни. Вони доволі швидко адаптувалися до умов воєнного стану, знайшли своє місце в структурі бізнесу територіальної громади, активно залучені у допомогу країні

і власній громаді під час війни (долучаються до волонтерської діяльності, надають підтримку волонтерським хабам, центрам незламності).

Підприємці Запорізької територіальної громади демонструють готовність до співпраці з органами місцевого самоврядування і очікують від них зворотного. В цілому, соціальні настрої суб'єктів підприємницької діяльності щодо ведення бізнесу позитивні, більш оптимістичні, ніж песимістичні. Підприємці малого бізнесу в територіальних громадах готові докладати великих зусиль до відродження економіки. Хоча зберігається усвідомлення ризиків, оскільки війна – це загроза глобального масштабу і малопрогнозована.

3.2. Шляхи оптимізації соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності в територіальних громадах в умовах воєнного стану

Соціальні настрої – феномен, який залежить від багатьох умов і факторів. Про це вже багато сказано у попередньому розділі. В даному підрозділі, на основі теоретичного аналізу феномену соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності в територіальних громадах і результатів прикладного соціологічного дослідження, ми спробуємо запропонувати шляхи їх оптимізації.

Повномасштабна агресія Російської Федерації в Україну і початок «гарячої» стадії війни, змусили Президента України запровадити режим воєнного стану на всій території країни. Будь-яка війна (хоч гібридна, хоч «гаряча») спричиняє руйнацію всіх сфер суспільного життя, в першу чергу – економічної. Так, за даними досліджень Київської школи економіки, за 6 місяців війни (на 01 серпня 2022 року) обсяг прямих збитків економіки від пошкодження та руйнування житлових, промислових, інфраструктурних у грошовому еквіваленті складав приблизно \$108,5 млрд. А непрямі втрати попередньо оцінюються майже у \$128,8 млрд. [5].

Руйнація і тимчасова окупація значної частини територій України, загальне падіння економіки, відтік інвестицій, порушення і ускладнення логістики, значне зубожіння населення тощо, відобразилося на можливості повноцінного здійснення підприємницької діяльності. Безумовно, все це вплинуло і на соціальні настрої самих суб'єктів підприємницької діяльності. А соціальні настрої, як було встановлено нами шляхом теоретичного аналізу, в залежності від їх стану (позитивні / негативні, оптимістичні / песимістичні) – сприяють (не сприяють) активізації діяльності. Отже, для відновлення і розвитку підприємництва в територіальних громадах, як одного з локомотивів економічного відродження, необхідно знайти способи і механізми оптимізації соціальних настроїв в оптимістично-позитивному напрямку.

Як показало наше дослідження, соціальні настрої суб'єктів підприємницької діяльності покращуються тоді, коли підприємці відчують підтримку і зацікавленість у їх діяльності з боку місцевих органів влади.

Проаналізувавши наукові джерела, результати досліджень різних соціологічних центрів і груп, а також спираючись на результати власного прикладного дослідження, ми пропонуємо наступні кроки:

1. Оскільки результати різних досліджень вказують на доволі низький рівень взаємодії, тим більше, співпраці підприємців з органами місцевого самоврядування в напрямку відродження і розвитку бізнесу – необхідно налагодити таку взаємодію. На сьогоднішній день існує велика кількість грантових програм безповоротної фінансової допомоги для розвитку малого і середнього бізнесу в Україні. Нажаль, суб'єкти підприємницької діяльності мало інформовані про такі програми, не знають, де шукати таку інформацію, та і не мають часу на це, оскільки всі зусилля спрямовують на «виживання» підприємства. Значить відповідні департаменти і відділи органів місцевого самоврядування, які відповідають за економічний розвиток територіальної громади, її добробут і благополуччя, повинні створювати консультативні пункти, всебічно інформувати представників малого і середнього бізнесу про подібні програми, про можливість залучати грантові кошти для розвитку

бізнесу, організувати допомогу у зібранні необхідних документів і тому подібне. Наприклад, там, де суб'єкти підприємницької діяльності володіли такою інформацією, вони скористалися опцією сплати єдиного 2-х відсоткового податку та іншими податковими пільгами, отримали компенсацію за працевлаштування громадян зі статусом ВПО. А там, де не володіли – не користувались ні державними, ні міжнародними програмами для підтримки свого бізнесу.

2. В ході інтерв'ювання представників малого і середнього бізнесу Запорізької територіальної громади було з'ясовано, що незважаючи на всі труднощі воєнного часу, підприємці залучаються до допомоги країні під час війни, значна частина безпосередньо включена у волонтерську діяльність. Наші респонденти у більшості своїй переконані, що саме розвиток бізнесу, створення нових робочих місць, своєчасна та повна сплата податків – це важливий внесок в перемогу України у війні з Росією. В цьому повинні бути зацікавлені і представники органів місцевого самоврядування. Там, де вони не можуть допомогти матеріально у підтримці бізнесу, вони повинні сприяти створення іміджу таким суб'єктам підприємницької діяльності, всіляко популяризувати їх діяльність, використовуючи для цього всі засоби масової комунікації: соціальну рекламу, місцеві телеграмканали, пресу і телебачення.

3. Чим активніше розвивається і працює бізнес в територіальній громаді, тим швидше буде відновлюватися і розвиватися територіальна громада в умовах воєнного стану. Значить необхідно створювати сприятливі умови для реєстрації нового бізнесу. Це, з одного боку, затримає населення у територіальній громаді, припинить потік неконтрольованої міграції, створить нові робочі місця, а відповідно, притік податків у місцевий бюджет розвитку. Для цього органи місцевого самоврядування повинні всіляко спростити процедуру реєстрації підприємництва, в тому числі за рахунок впровадження інформаційних технологій, розвивати мережу ЦНАП, створити при економічному департаменті мерії або при Центрі зайнятості консультативний пункт (безкоштовний) для надання необхідних економічних і юридичних

консультацій. А з урахуванням зростання бізробіття, сприяти реєстрації ФОП. Результатами досліджень доведено, що поширеність цієї форми підприємницької діяльності реально сприяє скороченню безробіття. За деякими сферами діяльності фізичних осіб-підприємців ринок Запорізької територіальної громади ще має перспективи, як то: роздрібна торгівля, надання послуг мобільного харчування (доставка), послуги перевізників, послуги з освіти і виховання (особливо за умови того, що дитячі дошкільні заклади не працюють, а онлайн-освіта потребує додаткових занять), б'юти-послуги.

4. Наявність ресурсів, передусім, фінансових, залишається основною потребою для розвитку бізнесу і бізнес-стартапу. Результати нашого дослідження також вказало на цю проблему. Респонденти виражали занепокоєння станом власної фінансової стійкості. Більшість з них говорять, що фінансові ресурси для розвитку бізнесу вичерпані.

Держава ще до початку війни започаткувала і продовжує кредитну політику «5% – 7% – 9%». Але банки без ентузіазму реалізують цю політику. Ім більш цікаві споживчі кредити під значно вищі відсотки. І знову тут потрібна всебічна взаємодія між суб'єктами підприємницької діяльності і органами місцевого самоврядування, які мають взяти на себе відповідальність і виступити гарантами кредитування малого бізнесу.

5. Для підтримки підприємництва у територіальній громаді, органи місцевого самоврядування повинні ширше використовувати можливості міжнародних партнерів. Наприклад, Запорізька територіальна громада має міста-побратими Оберхаузен, Магдебург (Німеччина), Лахті (Фінляндія), Бірмінгем (Великобританія), Лінц (Австрія), Бельфор (Франція), Ашдод (Ізраїль), Ічан (КНР). Але чи в повній мірі, чи взагалі вони залучені до підтримки запорізьких підприємців малого і середнього бізнесу? На нашу думку, в Запорізькій територіальній громаді даний напрямок взагалі не розвивається. В той час як Харків, Дніпро, Суми активно співпрацюють з містами-побратимами в цьому напрямку. Залучені грантові кошти були

спрямовані на підтримку бізнес-стартапів (Дніпро), закупівлю нового обладнання, матеріалів та інструментів пошкоджених майстерень, пікарень тощо (Суми, Харків). Крім того органи місцевого самоврядування Харкова активно просувають продукцію місцевого малого та середнього бізнесу у містах-побратимах. Ініціативна група мерії допомагає шукати та пропонувати міжнародним компаніям співпрацю з місцевими ІТ-компаніями, що дозволяє українським підприємцям успішно виконувати міжнародні контракти. Подібний досвід необхідно залучити органам місцевого самоврядування Запорізької територіальної громади.

6. Значну грантову підтримку українським підприємцям надають міжнародні організації. Наприклад, Програма USAID «Конкурентоспроможна економіка України» підтримує стартапи й малі та середні підприємства з метою підвищення їхньої конкурентоспроможності на внутрішньому ринку та на міжнародних ринках. Після повномасштабного вторгнення Росії в лютому, Програма зосередила свої зусилля на збереженні економічної стійкості України та відновленні української економіки, що постраждала від російської агресії. В рамках програми USAID «Конкурентоспроможна економіка України» надаються гранти на реалізацію діяльності з підтримки безперервності та відновлення бізнесу. Це – не єдиний подібний приклад. Тут ще можна назвати такі: «EU Bussiness: конкурентоспроможність та інтернаціоналізація малих та середніх підприємств», Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ), ПРООН «Побудова кращого майбутнього» та багато інших. Крім фінансової підтримки міжнародні організації реалізують навчальні та менторські програми підтримки підприємців, надання у безкоштовне користування приміщень і обладнання. Більшість програм міжнародної підтримки підприємництва в умовах війни спрямовані на підтримку жінок-підприємниць, що теж надзвичайно важливо, щоб жінки не виїзжали з України.

Чи знають про це суб'єкти підприємницької діяльності, які кожен день борються за своє виживання? Скоріше всього ні. Саме органи місцевого

самоврядування, недержавні самоврядні організації (зокрема Запорізька Торгово-промислова палата) повинні взяти на себе організацію взаємозв'язків з міжнародними організаціями та місцевим бізнесом.

7. І на останок, ми вважаємо, органи місцевої влади недостатньо використовують можливості професійних соціологів. Ми рекомендуємо здійснювати постійний моніторинг бізнес-активності в регіоні, проведення соціологічних досліджень регіонального ринку (галузева, географічна сегментація), надавати консультаційну підтримку у побудові нових ланцюгів соціальних зв'язків і соціальної взаємодії між усіма суб'єктами територіального розвитку: органами місцевого самоврядування, недержавними самоврядними організаціями і асоціаціями, підприємцями. Це можуть робити на постійній основі професійні освітні заклади, консультаційні агенції, соціологічні центри.

Це далеко не вичерпний перелік рекомендацій, але він відображає основні проблеми суб'єктів підприємницької діяльності в територіальних громадах в умовах воєнного стану. Їх вирішення позитивно змінить соціальні настрої підприємців, налаштує на оптимізм і активізацію бізнесу. Адаптація бізнесу до війни вже відбулася, тепер завдання полягає в тому, щоб збільшити темпи розвитку вже існуючих малих підприємств і ФОП та сприяти реєстрації нових підприємств.

Таким чином, вирішення основних потреб тих, хто хоче започаткувати власну справу або продовжити її функціонування і розвиток, виявлених під час обговорення з респондентами, вимагає всебічної зацікавленості органів місцевого самоврядування у підтримці підприємництва.

ВИСНОВКИ

В ході виконання кваліфікаційної роботи магістра нами поетапно були виконані поставленні напочатку роботи дослідницькі завдання.

В першому методологічному розділі здійснено уточнення змісту і сутності понятійного апарату, який використовується для опису об'єкту і предмету дослідження.

Ключовим поняттям даної роботи виступають соціальні настрої. Спираючись на довідкову і спеціальну наукову літературу, ми дійшли висновку, що соціальні настрої – це найбільш масове явище, яке спонукає соціум в цілому, та окремих його суб'єктів до різноманітної діяльності і є відображенням суспільної свідомості. Соціальні настрої носять узагальнюючий характер. Вони увібрали в себе одночасно вплив як об'єктивних, так і суб'єктивних чинників, які утворюють певний сплав емоцій, почуттів, умонастроїв, ціннісних орієнтацій і настанов. Можна сказати, що соціальні настрої – це принципово нова якість суспільної свідомості. Разом з тим соціальні настрої більш певно, більш наочно і більш специфічно відображають попередній досвід, переробляють його, зіставляючи минуле і особливо те, що вже відбулося у суспільному та особистому житті, роблячи висновки і отримуючи уроки на майбутнє.

Соціальні настрої певною мірою корелюють із суспільною (громадською) думкою. Суспільна думка також розглядають як форму масової свідомості, у якій проявляються відношення різних груп людей щодо подій і процесів реального життя, які зачіпають їх потреби й інтереси. Але при цьому, громадська думка виражається публічно (в експертному середовищі, в засобах масової інформації, лідерами громадської думки), в той час як соціальні настрої можуть бути латентними, прихованими і для їх виявлення треба проводити спеціальні дослідження.

Крім ключового поняття також уточнювалися поняття «суб'єкт підприємницької діяльності», «територіальна громада», «умови воєнного стану», за допомогою яких вивчався предмет даного дослідження. Під

суб'єктом підприємницької діяльності ми розуміємо комерційну організацію (юридична особа) або окремого індивіда (фізична особа), які здійснюють підприємницьку діяльність. Ознаками суб'єкта підприємницької діяльності є: 1) легітимація, тобто ця особа повинна зареєструвати свою діяльність у встановленому законом порядку, щоб працювати легально; 2) господарська правосуб'єктність, яка зводиться до того, що суб'єкт після легітимації отримує певні права і обов'язки. В структурі господарської правосуб'єктності, яка є домінуючою ознакою, що зазначає правовий статус суб'єкта господарювання, міститься господарська правоздатність, господарська дієздатність і господарська деліктоздатність. Але це вже більше до економіко-правової сторони, яка складає інший предмет дослідження.

Згідно законодавства територіальні громади України – це територіальні публічні колективи, які демократичним шляхом формують органи місцевого самоврядування (міських, селищних рад) і надають їм право вирішувати питання місцевого значення в межах Конституції та Законів України.

Спираючись на Закон України, з'ясовано, що воєнний стан – це особливий правовий режим, що вводиться в Україні або в окремих її місцевостях у разі збройної агресії чи загрози нападу, небезпеки державній незалежності України, її територіальній цілісності та передбачає надання відповідним органам державної влади, військовому командуванню, військовим адміністраціям та органам місцевого самоврядування повноважень, необхідних для відвернення загрози, відсічі збройної агресії та забезпечення національної безпеки, усунення загрози небезпеки державній незалежності України, її територіальній цілісності, а також тимчасове, зумовлене загрозою, обмеження конституційних прав і свобод людини і громадянина та прав і законних інтересів юридичних осіб із зазначенням строку дії цих обмежень. Умови воєнного стану в даній роботі виступають тим зовнішнім чинником, який впливає на соціальні настрої суб'єктів підприємницької діяльності в територіальних громадах, і відповідно буде визначати підприємницьку активність чи неактивність.

Перш, ніж приступити до власного дослідження, ми вважали за потрібне проаналізувати стан наукової розробленості проблеми дослідження соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності в територіальних громадах в умовах воєнного стану. Аналіз наукової літератури з соціології, філософії, соціальної психології, економічної проблематики і з питань публічного управління та місцевого самоврядування свідчить, що дана проблематика висвітлена фрагментарно. Окремо досліджувався феномен соціальних настроїв, окремо специфіка діяльності суб'єктів підприємницької діяльності в територіальних громадах. В той час як спеціальних робіт, в тому формулювання, як представлено в даній роботі, практично не існує.

Враховуючи стан розробленості проблеми і вимог соціальної практики, ми ставимо однією із своїх дослідницьких задач теоретично осмислити сутність, феномен і реальний стан соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності в умовах воєнного стану, а також вплив суспільних відносин в територіальних громадах на механізм їх функціонування, ступінь їх зворотного впливу на подолання кризових ситуацій воєнного стану.

В роботі обгрунтована методологія дослідження, яка спирається на наукові підходи, а також на загальнонаукові і специфічні методи досліджень, серед яких використовувалися філософські методи: діалектичний і синергетичний; загальнонаукові методи: системного аналізу, соціологічні методи: інституціональний, структурно-функціональний, феноменологічний. В якості емпіричного методу дослідження був обраний метод глибинного інтерв'ю.

Другий розділ (теоретичний) присвячений всебічному аналізу об'єкту і предмету дослідження. Нами досліджена сутність і особливості соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності. Соціальні настрої розглядаються нами як один з інтегральних показників сприйняття індивідами і групами соціально-економічних, соціально-політичних і культурних процесів, які відбуваються в соціумі. Вони є виразом людськими своїх самовідчуттів стосовно матеріального становища, соціального статусу у

конкретному середовищі, визнання чи невизнання, успіху / неуспіху в групі тощо. Соціальні настрої виступають як певне буттєве утворення, яке концентрує провідні елементи свідомості індивідів (почуття, знання, переконання, цінності), перетворюючи індивідів у суб'єктів особистого і суспільного життя. Соціальні настрої представляють собою цілісну форму світосприйняття, яка відображає рівень, ступінь, емоційне сприйняття особистістю і групою різних соціальних установок, ідей, інтересів, і в кінцевому рахунку, будуть визначати поведінку суб'єкта.

Досліджуючи структуру соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності, ми робимо висновок, що соціальні настрої – це надзвичайно багатогранний соціально-психологічний феномен, який має багатоманітність видів: 1) за суб'єктом – соціальні настрої молоді, освітян, підприємців, 2) за територіальною приналежністю – соціальні настрої запоріжців, киян тощо, 3) за предметною направленістю – політичні, етнічні, економічні соціальні настрої, 4) за ступенем стійкості і тривалості – ситуативні, тимчасові, довготривалі, 5) за критерієм відповідності між очікуваннями і реальністю – позитивні / негативні, оптимістичні / песимістичні; а також складну структуру, всі елементи якої взаємопов'язані і взаємообумовлені. В структуру соціальних настроїв входять соціальні самопочуття, соціальні оцінки стану суспільства і себе у суспільстві, прагнення і домагання індивіда, соціальні очікування, соціальна позиція, умонастрої і ціннісні орієнтації.

Лише розглядаючи всі структурні елементи в системі, ми можемо зрозуміти сутність даного феномену, його вплив на соціальну поведінку і вчинки суб'єктів соціальної діяльності. Крім того, структурні елементи соціальних настроїв цілком можуть бути взяті за основу операціоналізації під час проведення прикладного дослідження.

Аналізуючи територіальну громаду як середовище формування соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності в умовах воєнного

стану, ми визначили об'єктивні фактори, які впливають на соціальні настрої суб'єктів підприємницької діяльності.

Третій розділ складається із аналізу результатів прикладного соціологічного дослідження. В ході дослідження було проведено 10 особистих інтерв'ю з представниками малого бізнесу Запорізької територіальної громади у період вересня-жовтня 2022 року. Основним критерієм відбору була безпосередня зайнятість інформанта у сфері малого і середнього бізнесу (власник малого підприємництва або фізична особа підприємець).

За результатами дослідження можемо відмітити, що за вісім місяців відкритої агресії та воєнного стану в Україні, суб'єкти підприємницької діяльності залишаються активною частиною українського соціуму в боротьбі за незалежність нашої країни. Вони доволі швидко адаптувалися до умов воєнного стану, знайшли своє місце в структурі бізнесу територіальної громади, активно залучені у допомогу країні і власній громаді під час війни (долучаються до волонтерської діяльності, надають підтримку волонтерським хабам, центрам незламності).

Підприємці Запорізької територіальної громади демонструють готовність до співпраці з органами місцевого самоврядування і очікують від них зворотного. В цілому, соціальні настрої суб'єктів підприємницької діяльності щодо ведення бізнесу позитивні, більш оптимістичні, ніж песимістичні. Підприємці малого бізнесу в територіальних громадах готові докладати великих зусиль до відродження економіки. Хоча зберігається усвідомлення ризиків, оскільки війна – це загроза глобального масштабу і малопрогнозована.

На основі прикладного дослідження запропоновані шляхи оптимізації соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності.

Таким чином, поставлені задачі виконані.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Адлер А. Практика и теория индивидуальной психологии. Москва: Прогресс, 1996. 296 с.
2. Бакіров В.С., Ручка А. О. Ціннісна свідомість і активізація людського капіталу. Проблеми розвитку соціологічної теорії: матеріали ІХ Всеукр. наук.-практ. конф. «Проблеми розвитку соціологічної теорії: концептуалізація ціннісних змін у сучасному суспільстві». (2 лист. 2012 р.). КНУ ім. Т. Шевченка. 2013. С.5-17.
3. Батанов О.В. Конституційно-правовий статус територіальних громад в Україні: монографія. Київ: Видавничій Дім «Ін Юре», 2003. 512 с.
4. Баскаков А.Я., Туленков Н.В. Методологія наукового дослідження. Київ: МАУП, 2004. 216 с.
5. Бізнес під час воєнної економіки. Дослідження KSE. URL: <https://kse.ua/ua/about-the-school/news/biznes-pid-chas-voyennoyi-ekonomiki-doslidzhennya-kse-visnovki/> (дата звернення: 25 листопада 2022 р.).
6. Білошицький В.І., Бех С.М., Скуз Я.А., Стукан С.О. Основи соціальної психології кризового суспільства: монографія. Київ: Вид-во КПП ім. Ігоря Сікорського, 2019. 264 с.
7. Бхаттачарджи А., Ситник Н.І. Дослідження в соціальних науках: теорія і практика: монографія. Київ–Флоріда: Нац. ун-т «Київський політехнічний інститут», Університет Південної Флориди. 2009. 168 с.
8. Бюджетний кодекс України від 8 липня 2010 р. № 2456-VI (зі змінами і доп.). Відомості Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17/ed20150920#Text> (дата звернення: 15 жовтня 2020 р.).
9. Васильченко О. Громадська думка і суспільні настрої: відмінні і спільні риси. *Релігія та соціум*. 2011. № 1 (5). С. 198-205.
10. Вербець В.В. Методологія та методика соціологічних досліджень: Навч.-метод. посібник. Др. вид. доп. і перероб. Рівне: РДГУ, Інститут соціальних досліджень, 2006. 168 с.

11. Головаха Е.И. Жизненная перспектива и профессиональное самоопределение молодежи. Київ: Наукова думка, 1998. 142 с.
12. Головаха Є., Паніна Н. Концептуальні засади вимірювання соціального самопочуття та психологічного стану потерпілого населення і постчорнобильська соціальна політика. Соціальні наслідки чорнобильської катастрофи (результати соціологічних досліджень 1986-95 р.р.). Харків: Фоліо, 1996. с. 51-56.
13. Дегтярьова І.О. Стратегії місцевого самоврядування: порівняльний аналіз. *Актуальні проблеми державного управління*. 2004. № 2. С. 142-156.
14. Єрмакова Т.Г. Теоретичні аспекти дослідження соціального самопочуття. *Грані*. 2017. Т. 20. № 7 (147). С. 89-95.
15. Кадієвська І.О. Соціальні настрої як показник духовного благополуччя. *Грані*. 2014. № 9 (113). С. 56-59.
16. Кареев Н.И. *Основы русской социологии*. Санкт-Петербург: Изд-во «Лимбах», 1996. 368 с.
17. Клейнер Г.Б. Системная парадигма в научных исследованиях. *Общественные науки и современность*. 2007. № 7. С. 75-83.
18. Козловець Є.А., Біленький Є.А. Соціологія : словник термінів і понять. Київ : Кондор, 2006. 372 с.
19. Конверський А. Є. Основи методології та організації наукових досліджень: навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2010. 345 с.
20. Красноносова О.М., Харченко Р.В. Інструментарій державної політики у сфері підтримки та стимулювання розвитку малого бізнесу. *Проблеми економіки*. 2020. № 4. С. 42-47.
21. Крушельницька О.В. *Методологія та організація наукових досліджень*: навч. посібник. Київ: Кондор, 2006. 206 с.
22. Кули Ч.Г. Человеческая природа и социальный порядок. *Американская социологическая мысль: тексты* / Под ред. В. И. Добренькова. Москва: Изд-во Международного ун-та Бизнеса и Управления, 1996. 560 с.

23. Купченко О. Феноменологічний аналіз соціально-політичних процесів. *Вісник Львівського університету імені Івана Франка*. 2011. Вип. 1. С. 188-196.

24. Лебон Г. Психология народов и масс. Санкт-Петербург: Вид-во «Макет», 1995. 316 с.

25. Малий бізнес поступово повертається до роботи. Офіційний сайт Європейської бізнес-асоціації. 2022. URL: <https://eba.com.ua/malyj-biznes-postupovo-povertayetsya-do-roboty/> (дата звернення: 16 вересня 2022 р.).

26. Мельник Т.Ю. Державна підтримка і стимулювання бізнесу в Україні під час дії воєнного стану. *Економіка, управління та адміністрування*. 2022. № 2 С. 3-11.

27. Мовчан М. М. Інтерпретація різновидів страху в соціальному середовищі. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2014. Вип. 2. С. 47-52.

28. Надольний І.Ф. Світогляд – ключова проблема пізнання та діяльності. *Науковий вісник НАСОО*. 2012. № 1. С. 85-90.

29. Остапенко О.Г., Барановська Т.М. Територіальні громади як первинний суб'єкт місцевого самоврядування та реалізації муніципальної політики. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2015. № 10. С. 32-48.

30. Отрешко Н.Б. Настрій соціальний. *Енциклопедія Сучасної України : енциклопедія / ред.: І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г. Железняк та ін.; НАН України, НТШ. Київ: Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2020. Т. 22. URL: <https://esu.com.ua/article-70550> (дата звернення: 06 вересня 2022 р.).*

31. Парыгин Б.Д. Общественное настроение. Москва: Мысль, 1986. 380 с.

32. Покропивний С.Ф., Колот В.М. Підприємництво: стратегія, організація, ефективність : монографія. Київ : КНЕУ, 2003. 352 с.

33. Про введення воєнного стану в Україні. Указ Президента України № 64/2022 від 24 лютого 2022 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/64/2022#n2> (дата звернення: 12.09.2022 р.)
34. Про добровільне об'єднання територіальних громад. Закон України від 5 лютого 2015 р. № 157-VIII. Відомості Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/157-19#Text> (дата звернення: 10.09.2022 р.).
35. Про місцеве самоврядування в Україні. Закон України від 21 травня 1997 р. № 280/97-ВР. Відомості Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 12 жовтня 2022 р.).
36. Про правовий режим воєнного стану. Закон України № 389-VIII від 12 травня 2015 року. Відомості Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/389-19#Text> (дата звернення: 10.09.2022 р.)
37. Психологічний словник / Авт.-укладачі В.В. Синявський, О.П. Сергєєнкова, за заг.ред. Н.А. Побірчонко. Київ: Науковий світ, 2007. 336 с.
38. Результати дослідження МСБ від 22 лютого 2022 р. Офіційний сайт European Business Association. URL: <https://eba.com.ua/research/doslidzhennya-ta-analityka/> (дата звернення: 05 листопада 2022 р.).
39. Русанова С.Ю. Роль територіальної громади в побудові громадянського суспільства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Право»*. 2013. Вип. 22 (Т. 1). С. 172-176.
40. Ручка А. О. Ціннісна ідентифікація населення сучасної України. Матеріали II Конгресу соціологічної асоціації України «Соціологія та суспільство: взаємодія в умовах кризи». (Харків, 17-19 жовтня, 2013 р.). Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2013. С. 140-141.
41. Словник економіста та підприємця / А.М. Туренко, І.А. Дмитрієв, О.С. Іванілов, І.Ю. Шевченко. Харків: ХНАДУ, 2018. 340 с.
42. Спасів Н. Територіальна громада: наукова систематизація дефінітивних характеристик. *European Journal of Economics Managment*. 2018. № 4. С. 36-49.

43. Сталий людський розвиток місцевих громад: наукові роботи ВНЗ-партнерів проекту ЄС/ПРООН «Місцевий розвиток, орієнтований на громаду» / уклад. М.А Лепський, І.В. Дударєва, за заг. ред. М.А. Лепського. Київ: ПРООН ЄС «МРОГ», 2015. 464 с.

44. Стан та потреби бізнесу в умовах війни: аналітичний звіт дослідження Центру розвитку інновацій, Офісу з розвитку підприємництва та експорту, НП «Дія-Бізнес», Advanter Group. 15 серпня 2022 року. URL: <https://business.diia.gov.ua/cases/novini/stan-ta-potrebi-biznesu-v-umovah-vijni-rezultati-opituvanna> (дата звернення: 09 вересня 2022 р.).

45. Станіславенко Л.А. Соціальні та економічні цінності українського суспільства. *Політичне життя*. 2021. №1. С. 103-111.

46. Степанов С.В. Особливості господарювання суб'єкта підприємницької діяльності. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2013. Вип. 22 (Т. 1). С. 224-228.

47. Суська О.О. Соціальне самопочуття у візії соціокультурного та соціопсихологічного підходів. Матеріали III Конгресу Соціологічної асоціації України «Нові нерівності – нові конфлікти, шляхи подолання» (23 жовтня 2017 р.). Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна. 2017. С. 89-92.

48. Тард Г. Мнение и толпа. Психология толпы. Москва: Академия, 1999. С. 257-408.

49. Тимечко І. Територіальна громада у транскордонному просторі: чинники, закономірності, пріоритети розвитку: монографія. Львів: ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього НАН України», 2019. 444 с.

50. Ткаченко Т.П. Особливості формування підприємницького середовища в Україні в пострадянський період. *Актуальні проблеми економіки*. 2005. № 9 (63). С. 128-135.

51. Тощенко Ж.Т. Социальное настроение – феномен современной социологической теории и практики. *Социологические исследования*. 1998. №1. С. 28-40.

52. Тощенко Ж.Т, Харченко С.В. Социальное настроение. Москва: Academia, 1996. 195 с.
53. Філософський енциклопедичний словник : енциклопедія / НАН України, Ін-т філософії ім. Г. С. Сковороди ; голов. ред. В. І. Шинкарук. Київ : Абрис, 2002. 742 с.
54. Харченко С.В. Социальное настроение общества: монография. Алма-Ата: Изд-во «Азия», 1992. 192 с.
55. Ходаковський Є.І., Данилко В.К., Цал-Цалко Ю.С. Методологія наукових досліджень в парадигмі синергетики: монографія. Житомир: ЖДТУ, 2009. 340 с.
56. Шульга М.О. Методологічні проблеми дослідження кризового суспільства. Вектори змін українського суспільства. Київ: Ін-т соціології НАН України, 2014. С. 5-23.
57. Яковенко Ю., Яковенко А. Ідентифікація громадської думки в контексті соціальної епістемології. *Психологія і суспільство*. 2013. № 1. С. 48-56.
58. Яковенко Ю., Яковенко А. Рефлексія методологічних засад соціології. *Психологія і суспільство*. 2010. № 2. С. 7-18.

ДОДАТКИ

Додаток А

Програма соціологічного дослідження

Тема: «Соціальні настрої суб'єктів підприємницької діяльності в територіальних громадах в умовах воєнного стану»

I Методологічна частина

Актуальність та проблема дослідження. Повномасштабна агресія Російської Федерації проти України, яка розпочалася у лютому 2022 року, призвела не лише до прямої руйнації міст і сіл нашої країни, але й до згортання бізнесу, зубожіння населення і, як наслідок, занепаду економіки в цілому. Тому, останнім часом, в цих надзвичайно складних умовах воєнного часу, все більше дослідників звертають увагу на пошук різноманітних засобів, які крім безпосередніх воєнних дій і звільнення країни від ворога, допоможуть швидше налагодити виробництво товарів і послуг і відродити економіку держави. Власне, без потужної економіки неможливо забезпечити перемогу у цій війні.

Існують різні фактори, які здатні вплинути на економічну ситуацію. Серед них дослідники виокремлюють як об'єктивні, так і суб'єктивні фактори. На наш погляд, серед суб'єктивних факторів особливе місце займають соціальні настрої, соціальні очікування, які багато в чому визначають економічне, політичне, духовне і трудове життя громадян. Актуальність даного дослідження як раз і полягає в тому, щоб вивчити соціальні настрої суб'єктів підприємницької діяльності та їх вплив на трудову активність підприємців в територіальних громадах. Тому, сьогодні надзвичайно важливо виявити, у якій мірі і як саме соціальні настрої впливають на самопочуття суб'єктів підприємницької діяльності, на їх установки, вчинки і дії. Також важливо зрозуміти, яке місце в цьому процесі займає ступінь і рівень задоволеності їх інтересів і потреб. Чи можуть вони залежати від того, як вирішуються (або не вирішуються) їх економічні проблеми.

Таким чином, дослідження соціальних настроїв та можливість впливати на них, дозволить також і впливати на поведінку суб'єктів підприємницької діяльності, що позитивно відобразиться на економічному стані як окремої територіальної громади, так і держави в цілому.

Проблемна ситуація полягає у тому, що на теперішній час є достатньо теоретичних досліджень феномену соціальних настроїв. Але, нажаль, за більше ніж за 8 місяців «гарячої» фази війни, соціальні настрої не вивчалися в контексті таких надзвичайних подій. Більш того, мало хто з науковців звернув увагу на те, що стан соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності може стати потужним інструментом у вирішенні складних економічних

проблем суспільства, що воює, і для позитивного розвитку територіальних громад.

Для вирішення цієї проблеми щодо дослідження впливу соціальних настроїв на активізацію суб'єктів підприємницької діяльності в територіальних громадах в умовах воєнного стану, слід чітко уявляти, як вони сприймають і оцінюють нинішній стан ведення бізнесу, що їх турбує найбільше всього, які проблеми вони визначають як першочергові, наскільки оцінюють можливість функціонування і розвитку бізнесу в своїй територіальній громаді, як оцінюють діяльність органів місцевої влади стосовно сприяння (перешкоджання або байдужості до діяльності підприємців).

Об'єкт: суб'єкти підприємницької діяльності Запорізької територіальної громади.

Предмет: думки, судження, почуття, оцінки, побажання суб'єктів підприємницької діяльності щодо можливостей її функціонування і розвитку в умовах воєнного стану.

Мета: вивчити думки, судження, почуття, оцінки, побажання суб'єктів підприємницької діяльності Запорізької територіальної громади щодо можливостей ведення бізнесу в умовах воєнного стану, з подальшим пошуком шляхів оптимізації соціальних настроїв як фактору активізації підприємницької діяльності та економічного розвитку.

Завдання:

- дослідити почуття і стани суб'єктів підприємницької діяльності, зумовлені початком повномасштабної агресії та воєнним станом в Україні;
- визначити сформовану в свідомості підприємців думку про стан і можливості ведення підприємницької діяльності в умовах воєнного стану в Запорізькій територіальній громаді;
- визначити сильні і слабкі сторони Запорізької територіальної громади як осередку бізнес-діяльності, виявити загрози і можливі «точки зростання»;
- виявити оцінки і ставлення суб'єктів підприємницької діяльності до органів місцевого самоврядування з позиції їх сприяння (несприяння) веденню бізнесу;
- з'ясувати яку допомогу від місцевої влади для відкриття і розвитку бізнесу потребують підприємці.

II Методична частина

Обґрунтування методів збору соціологічної інформації

Оскільки кінцева мета і основні завдання дослідження передбачають аналіз, всебічний опис та інтерпретацію стану соціальних настроїв як складного соціального феномену в єдності його внутрішніх взаємозв'язків, а також думок., уявлень, оцінок і суджень суб'єктів підприємницької діяльності, найбільш релевантною в даному випадку є якісна стратегія збору інформації.

Якісний підхід та використання напівстандартизованих і напівформалізованих методів дозволить виявити розходження в розумінні проблеми суб'єктами підприємницької діяльності різних видів і спрямувань, але при цьому поширити висновки на весь досліджуваний об'єкт.

При проведенні дослідження був обраний **системний підхід**, який базувався на тому, щоб зібрати думки зацікавлених осіб – **суб'єктів підприємницької діяльності малої і середньої ланок Запорізької територіальної громади**.

Метод отримання соціологічної інформації:

Метод глибинного інтерв'ю. Він дозволить поступово уточнити позиції учасників щодо даної проблеми (буде використовуватись з цільовою групою підприємців).

Дизайн методів збору соціологічної інформації:

Планується провести 10 особистих інтерв'ю з представниками цільової групи - суб'єктами підприємницької діяльності.

Особисті інтерв'ю. Критерії залучення до опитування:

- здійснення особою підприємницької діяльності у Запорізькій територіальній громаді (тривалість - не менше 3 років, малий та середній бізнес);
- посада: власник, співвласник або керівна посада;
- вікові межі від 25 до 65 років;
- розподіл за статтю, освітою та віком в межах заданих інтервалів.

Обґрунтування вибіркової сукупності: використовувалась цільова вибірка як відбір інформаційно багатих типових випадків для детального вивчення, кількість осіб узгоджувалась з принципом теоретичного насичення.

Цільова група дослідження:

1. суб'єкти підприємницької діяльності Запорізької територіальної громади малого і середнього бізнесу віком від 25 до 65 років, що проживають в різних районах (мета дослідження групи – зібрати загальну інформацію) (загалом 10 осіб).

Методика і спосіб запису інтерв'ю. Інтерв'ю береться за домовленістю з інформантом на території, зручній для нього і такій, що відповідає заходам безпеки (так, щоб при оголошенні повітряної тривоги, можна було пройти у безпечне місце). Тривалість інтерв'ю – від 40 хв. до 1 год. 30 хв. Використання технічних засобів – диктофону. Бесіда відбувається у відповідності до розробленого гайдю, з можливістю уточнюючих питань та висловлення вільних думок респондента.

Бланк інтерв'ю

Шановний респонденте, я, Михайлов Денис, магістрант факультету соціології та управління Запорізького національного університету, в рамках виконання кваліфікаційної роботи магістра проводжу соціологічне дослідження щодо стану соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності в Запорізькій територіальній громаді в умовах воєнного стану та перспектив розвитку підприємництва у місті в цих умовах.

Прошу взяти участь у дослідженні та відповісти на запропоновані питання. Наше інтерв'ю є анонімним, а результати будуть представлені тільки в узагальненому вигляді у кваліфікаційній роботі.

Однак для подальшого аналізу даних (щоб не пропустити важливих моментів, оскільки з часом вони забуваються), я, з вашої згоди, буду вестись аудіо запис інтерв'ю.

№	Питання	Відповідь/нотатки
1	Скажіть, будь-ласка, як я можу до Вас звертатись (Ім'я респондента):	
2	Якою є сфера діяльності Вашого підприємства (ФОП)?	
3	Як називається Ваше підприємство:	
4	Ваша посада в цьому на підприємстві: Власник, Співвласник, Керівна посада (зазначте її назву), інше	
5	Зазначте рік започаткування підприємства	
6	А коли Ви взагалі почали займатись підприємницькою діяльністю? Як це було?	
7	Як ви оцінюєте свою підприємницьку діяльність до 24 лютого 2022 р. (після розповіді, за необхідності, можна задати уточнююче питання - чи були «падіння» і «підйоми» у веденні бізнесу?)	
8	Пригадайте свій психологічний стан після новин, почутих вранці 24 лютого 2022 р. та у перші тижні війни. Опишіть його коротко. Які думки, відчуття, настрої були притаманні вам	
9	Як розвивалась ваша підприємницька діяльність на початку повномасштабної агресії РФ проти України	
10	Як вона розвивається зараз	
11	Оцініть участь органів місцевого самоврядування (підтримують, допомагають, заважають, безучасні тощо) у функціонуванні і розвитку підприємницької діяльності в Запорізькій територіальній громаді	
12	Що є мотиватором Вашої діяльності сьогодні? <u>(варіанти можна озвучити, тільки якщо респондент довго не може відповісти!)</u> Бажання зберегти власну справу в умовах воєнного стану Бажання покращити своє матеріальне положення	

	<p>Прагнення до самореалізації</p> <p>Прагнення до незалежності та самостійності</p> <p>Прагнення розвивати власну справу</p> <p>Своєю справою підтримати економіку країни для її скорішої відбудови</p> <p>Бажання побудувати кращу країну для дітей</p> <p>Інше</p>	
13	<p>Яка кількість співробітників на вашому підприємстві? Чи вдалось вам зберегти робочі місця під час воєнного стану?</p>	
14	<p>З якими проблемами Вам, як підприємцю доводиться регулярно стикатись? Що зараз заважає бізнесу розвиватися?</p>	
15	<p>Які заходи, на вашу думку, можуть покращити ситуацію з розвитком підприємництва у м. Запоріжжі <u>(варіанти можна озвучити, тільки якщо респондент довго не може відповісти!)</u></p> <p>Підтримка влади, Розвиток інфраструктури, Підвищення добробуту населення, Зменшення рівня контролю над підприємцями, Популяризація національного продукту, Інше</p>	
16	<p>Що, на вашу думку, треба зробити для розвитку малого та середнього підприємництва у Запоріжжі</p>	
17	<p>Оцініть, будь ласка, роботу органів місцевої влади з точки зору роботи з бізнесом в останні 2-3 роки за шкалою від 1 до 5, де 1 – дуже погано, а 5 – дуже добре</p>	1.
18	<p>Оцініть, будь ласка, державну політику по відношенню до підприємництва в умовах карантину за шкалою від 1 до 5, де 1 – дуже погано, а 5 – дуже добре</p>	
19	<p>Хто, на вашу думку, має нести відповідальність за розвиток та підтримку малого та середнього підприємництва в Запоріжжі? <u>(варіанти можна озвучити, тільки якщо респондент довго не може відповісти!)</u> Міжнародні організації, Органи державної влади, Органи місцевого самоврядування, Неурядові організації, Самі підприємці, Населення в цілому, Інше</p>	
20	<p>Як Ви ставитесь до ідеї про те, що бізнес повинен нести соціальну відповідальність та приймати участь у благоустрої та розвитку міста?</p>	

21	<p>Як Ви загалом можете оцінити економічну ситуацію в місті? А в районі, де розташоване Ваше підприємство? Чи є відмінності? Що, на вашу думку, може заважати рівномірному економічному розвитку районів міста? (варіанти можна озвучити, тільки якщо респондент довго не може відповісти!) Недбале ставлення представників органів влади, Інфраструктурні проблеми Екологічні проблеми, Низький добробут мешканців району, Інше</p>	
22	<p>Яким би Ви б хотіли бачити Запоріжжя в майбутньому?</p>	
23	<p>Ваш вік:</p>	
24	<p>Освіта:</p>	
25	<p>Сімейний стан:</p>	

Дякую за співпрацю!

Бланк інтерв'ю

Шановний респонденте, я, Михайлов Денис, магістрант факультету соціології та управління Запорізького національного університету, в рамках виконання кваліфікаційної роботи магістра проводжу соціологічне дослідження щодо стану соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності в Запорізькій територіальній громаді в умовах воєнного стану та перспектив розвитку підприємництва у місті в цих умовах.

Прошу взяти участь у дослідженні та відповісти на запропоновані питання. Наше інтерв'ю є анонімним, а результати будуть представлені тільки в узагальненому вигляді у кваліфікаційній роботі.

Однак для подальшого аналізу даних (щоб не пропустити важливих моментів, оскільки з часом вони забуваються), я, з вашої згоди, буду вестись аудіо запис інтерв'ю.

№	Питання	Відповідь/нотатки
1	Скажіть, будь-ласка, як я можу до Вас звертатись (Ім'я респондента):	Яна Володимирівна. Можна Яна. Як вам зручно
2	Якою є сфера діяльності Вашого підприємства (ФОП)?	Я - фізична особа підприємець. Сфера моєї діяльності - торгівля.
3	Як називається Ваше підприємство:	Колись в мене була невеличка мережа магазинів (три) жіночого одягу «_____». На теперішній час залишився один. Війна серйозно вплинула на ведення підприємницької діяльності.
4	Ваша посада в цьому на підприємстві: Власник, Співвласник, Керівна посада (зазначте її назву), інше	Я – власник цієї мережі, керівник, роботодавець. Вірніше, поки не мережі. Але при цьому продовжую бути роботодавцем. Мені вдалося зберегти одне робоче місце. Тому, працюю я і моя співробітниця.
5	Зазначте рік започаткування підприємства	2002 рік
6	А коли Ви взагалі почали займатись підприємницькою діяльністю? Як це було?	Власне тоді й почала. До цього працювала викладачем музики в музичній школі. Мені подобалася моя професія. Але ж кошти, які платили - це просто «сльози». А я тоді ще доволі молода була. Всього хотілося: красивого одягу, парфумів, прикрас. Та й сім'ю підтримувати, хоч діток тоді ще не було. А потенціал я в собі завжди відчувала. Енергії - хоч відбавляй! Тоді...Ні, не

		<p>правильно!. І тоді, і зараз! Усе подолаємо! І в мене ще більше мережа з'явиться. У мене ж двоє діток (дівчатка-близнючки по 12 років). Я маю їм передати свою справу.</p>
7	<p>Як ви оцінюєте свою підприємницьку діяльність до 24 лютого 2022 р. (після розповіді, за необхідності, можна задати уточнююче питання - чи були «падіння» і «підйоми» у веденні бізнесу?)</p>	<p>Вважаю, що до війни як для малого бізнесу, я була дуже успішним підприємцем. Мої магазини були відомі, хоч продукція - не з дешевих, тому що хороші фірми і хороша якість. Були свої клієнти. Прибуток відповідав моїм комерційним успіхам і моїм потребам і запитам. Я спокійно витрачала на відпочинок, розвиток своїх дітей (музична школа, гімнастична студія). Маю хороше житло.</p> <p>Стосовно «падінь» і «підйомів»? Та звичайно все було. Закупила товар у Туреччині (жіночий одяг, доволі велику партію, на велику суму, бо це був зимовий одяг), на кредитні кошти. Вантаж відправила окремо. Сама залишилася ще трошки на відпочинок. Рейс не прямий, з перевантаженням. А товар «взяв і загубився». Це був жах!!! Перші відчуття - розпач, відчай, крах. Потім заспокоїлась. Все розрахувала, де можуть бути «білі плями» і як вирішити ситуацію. І вирішила. Так, з певними втратами, але без краху. Винесла чіткий урок. Не змішувати бізнес і відпочинок. Поїхала у бізнес-справах, тільки цим і займайся, супроводжуй сама свій вантаж, контролюй. А відпочинок - це окремо. Тоді не завантажуй собі голову справами. Були й інші прикрі випадки. Партія товару зіпсувалася, тому що затопило склад. Ой, не хочу згадувати, бо я з усім</p>

		впоралася. Інколи хотілося кинути, та не кинула.
8	Пригадайте свій психологічний стан після новин, почутих вранці 24 лютого 2022 р. та у перші тижні війни. Опишіть його коротко. Які думки, відчуття, настрої були притаманні вам	От правда кажуть, що все забувається. Який стан, які відчуття, який настрій? Перше - це невіра у можливість такого. Розгубленість. Страх за дітей. Думки за бізнес. В Запоріжжі ще нічого не бомбили. Основні події розгорталися десь там на півночі: Київ, Чернігівщина, Харків... На сході. Особливо лякали бомбардування. Не знаю. Просто було дуже страшно і незрозуміло, що робити. Все кидати і їхати? Залишатися? Що з бізнесом буде? А от паніки не було. Мабуть інша ситуація - пандемія COVID-19 (хоч не така страшна, але теж небезпечна) - привчила діяти з розумом. Тому, на кожне запитання, яке виникало, так чи інакше знаходила відповіді Дівчаток з мамою відправила на Західну Україну. А сама залишилася. Треба було справу робити.
9	Як розвивалась ваша підприємницька діяльність на початку повномасштабної агресії РФ проти України	Ніяк не розвивалася. Ніхто не знав, що і як буде. Увесь товар з магазинів відвезла на склад. Магазини стояли порожні і закриті. Своїм дівчатам-продавчиням виплатила «мінімалку» за березень, вибачилась і попрощалася. І так аж до кінця березня. А потім прийшла весна. І я зрозуміла, що жінкам все рівно треба буде переодягатися у весняний одяг, а потім у літній, а потім... І так далі. Колооберт речей в природі. Життя триває!!! Відкрила один магазин, мій найулюбленіший. Одне приміщення повернула - воно було орендоване. А одне (моє) - сама здала в оренду. Повернула одну продавчиню і разом з нею працюємо.

10	Як вона розвивається зараз	<p>Важко сказати, чи розвивається зараз. Але точно працюємо. Важкувато з оновленням асортименту. Порушена логістика. Та завдяки тому, що двадцять років налагоджувала контакти з польськими і турецькими фірмами, навіть це вдається. Майже не їзду за товаром сама. Це не зручно і не вигідно зараз. Працюю з оптовиками в Україні і невеличкі партії замовляю поштою від своїх партнерів для своїх улюблених клієнтів. Багато хто виїхав з них із Запоріжжя, але є мої улюблені сміливиці, які живуть у Запоріжжі, працюють, заробляють і навіть прагнуть красиво і стильно виглядати. Інколи телефоную своїм колишнім продавчиням. Де вони, як? Дві виїхали. Дві - у місті. Працюють, слава Богу!. Але сказали, що як тільки я відкрию інші магазини - обов'язково повернуться. Ми ж - команда! Я вірю у наші ЗСУ, в українську Перемогу і в квітучу у майбутньому Україну. Заради цього залишаюсь тут, заради цього працюю і як можу допомагаю нашим захисникам. З моєю Настею (це моя продавчиня) з першого прибутку купили два комплекти військового одягу і відправили разом з волонтерами нашим бійцям. Назвали жартома цю акцію «Кашемір і камуфляж поряд». Та й так, час від час, коли є змога, (адже виручка не велика) перераховуємо у волонтерські фонди. Ну якось так.</p>
11	Оцініть участь органів місцевого самоврядування (підтримують, допомагають, заважають, безучасні тощо) у функціонуванні і розвитку підприємницької діяльності в Запорізькій територіальній громаді	<p>Зараз органи місцевої влади, на мою думку, стали краще співпрацювати з бізнесом. Мабуть зрозуміли, що ми одне ціле для покращення життя в громаді. Ніхто не перетягує</p>

		<p>ковдру на себе «Хто в домі господар!»). Немає надокучливих перевіряючих. Все тільки строго у відповідності. Чи то війна так вплинула, чи нарешті розум прокинувся. Сподіваюсь, що й після війни так буде. А може й краще. Підприємництво - це рушійна сила економічного розвитку, не важливо чим ти займаєшся: хліб печеш, жінок красиво одягаєш, будуєш житло чи щось інше робиш.</p>
12	<p>Що є мотиватором Вашої діяльності сьогодні? (варіанти можна озвучити, тільки якщо респондент довго не може відповісти!) Бажання зберегти власну справу в умовах воєнного стану Бажання покращити своє матеріальне положення Прагнення до самореалізації Прагнення до незалежності та самостійності Прагнення розвивати власну справу Своєю справою підтримати економіку країни для її скорішої відбудови Бажання побудувати кращу країну для дітей Інше</p>	<p>Звичайно, бажання зберегти власну справу. Треба ж донечкам передати. Хоча я не впевнена, що саме цим вони захочуть займатися, але моє діло - щось залишити їм у спадок. Та навіть не буду щось додавати. Все те, що ви запропонували як варіанти - мене мотивує.</p>
13	<p>Яка кількість співробітників на вашому підприємстві? Чи вдалось вам зберегти робочі місця під час воєнного стану?</p>	<p>Я вже казала, що поки надаю лише одне робоче місце. Але впевнена - буде більше! Я тепер хочу свою майстерню з пошиву! Як це буде - ще точно не знаю, тільки виношую ідею і план. Але буде!</p>
14	<p>З якими проблемами Вам, як підприємцю доводиться регулярно стикатись? Що зараз заважає бізнесу розвиватися?</p>	<p>Клятюща війна заважає. А так - зараз багато спрощено для роботи. По-друге, не завжди можна швидко знайти потрібну інформацію в галузі регуляторної політики. Багато зайвих вимог з боку різноманітних контролюючих органів. Це ще до війни. Ось, наприклад, в мене був випадок, коли інспектор з департаменту архітектури і будівництва тричі змушував міняти вивіску одного з магазинів тому, що вона начебто не відповідала якимось вимогам. На все це в мене було витрачено 34 тис. гр. Але якщо ви думаєте, що це</p>

		покращило зовнішній вигляд – так ні!!! А не виконаєш вимогу – штраф!!! Сподіваюсь - це в минулому.
15	<p>Які заходи, на вашу думку, можуть покращити ситуацію з розвитком підприємництва у м. Запоріжжі <u>(варіанти можна озвучити, тільки якщо респондент довго не може відповісти!)</u></p> <p>Підтримка влади, Розвиток інфраструктури, Підвищення добробуту населення, Зменшення рівня контролю над підприємцями, Популяризація національного продукту, Інше</p>	<p>Скажу дуже коротко. Закінчити війну перемогою. Відродити економіку, щоб у громадян були доходи, які підвищать із споживчу спроможність. І тоді - все буде. Я - оптиміст по життю. А як інакше. Я ж у 40 років ризикнула і народила, ще й двійню. Я вірю в те, що зміниться підхід до співпраці з підприємцями у влади, і підприємці (дехто воював, волонтерив, просто чесно працював) - вже не будуть такими як раніше. Де треба, будуть протистояти владі, а де треба - співпрацювати. Принаймні я - так точно! І все те, що ви запропонували - теж треба.</p>
16	<p>Що, на вашу думку, треба зробити для розвитку малого та середнього підприємництва у Запоріжжі</p>	<p>Скажу про те, що існувало до війни.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Не зовсім зрозуміло, чим викликано, що ЄСВ у Запоріжжі самий високий в Україні. 2. Тоді, принаймні, було б цікаво знати, як ці кошти витрачаються. Можливо треба створити якісь сумісні органи підприємців і місцевих органів влади, де в тому числі обговорювати подібні питання. Чи принаймні зробити більш активну інформаційну політику в цьому напрямку. 3. Робити круглі столи, обговорювати нагальні проблеми тощо. <p>А після війни поговоримо про якісь нові проблеми.</p>
17	<p>Оцініть, будь ласка, роботу органів місцевої влади з точки зору роботи з бізнесом в останні 2-3 роки за шкалою від 1 до 5, де 1 – дуже погано, а 5 – дуже добре</p>	<p>Середня, між «три» і «чотири».</p>

18	Оцініть, будь ласка, державну політику по відношенню до підприємництва в умовах карантину за шкалою від 1 до 5, де 1 – дуже погано, а 5 – дуже добре	На трієчку
19	Хто, на вашу думку, має нести відповідальність за розвиток та підтримку малого та середнього підприємництва в Запоріжжі? (варіанти можна озвучити, тільки якщо респондент довго не може відповісти!) Міжнародні організації, Органи державної влади, Органи місцевого самоврядування, Неурядові організації, Самі підприємці, Населення в цілому, Інше	На мою думку, відповідальність в першу чергу несе сам підприємець. Він почав цю справу і він за неї відповідальний. Щодо допомоги, то допомогу в основному я хотіла би отримати від якихось місцевих органів (тих, які працюють з ФОПами) щодо нових вимог в сфері оподаткування та іншої законодавчої бази. Все інше – не заважайте (не створюйте зайвого клопоту, не «душить» штрафами і таке ін.)
20	Як Ви ставитесь до ідеї про те, що бізнес повинен нести соціальну відповідальність та приймати участь у благоустрої та розвитку міста?	До цього я ставлюсь цілком позитивно. Я вважаю, що ми живемо у цьому місті і мусимо про нього дбати. Особисто моє підприємство співпрацює з благодійним фондом. За їх проханням ми надаємо адресну допомогу конкретним людям.
21	Як Ви загалом можете оцінити економічну ситуацію в місті? А в районі, де розташоване Ваше підприємство? Чи є відмінності? Що, на вашу думку, може заважати рівномірному економічному розвитку районів міста? (варіанти можна озвучити, тільки якщо респондент довго не може відповісти!) Недбале ставлення представників органів влади, Інфраструктурні проблеми Екологічні проблеми, Низький добробут мешканців району, Інше	Ви ж розумієте, зараз всі мої відповіді так чи інакше будуть апелювати до війни, небезпеки, енергетичних загроз і таке інше. Після війни... В цілому, наше місто може стати доволі привабливим при правильній організації інвестицій. Звичайно, всім зрозуміло, що міський бюджет - не безмежний. Значить міській владі якраз і слід залучати різноманітних інвесторів для створення хорошої міської інфраструктури, благоустрою. Давно слід зайнятися Набережною. Так, потихеньку вона починає ставати більш цивілізованою, але «нууу дуже повільно». І головне, безсистемно. Складається враження, що в нас у місті зовсім немає Генерального

		плану розвитку. Хай би тут Управління архітектури краще попрацювало, а не прискіпувалося до вивісок.
22	Яким би Ви б хотіли бачити Запоріжжя в майбутньому?	Відбудованим, це по перше, і ще кращим – це по друге, і, звичайно - успішним, це по третє..
23	Ваш вік:	52 роки
24	Освіта:	Вища
25	Сімейний стан:	Розлучена

Дякую за співпрацю!

Бланк інтерв'ю

Шановний респонденте, я, Михайлов Денис, магістрант факультету соціології та управління Запорізького національного університету, в рамках виконання кваліфікаційної роботи магістра проводжу соціологічне дослідження щодо стану соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності в Запорізькій територіальній громаді в умовах воєнного стану та перспектив розвитку підприємництва у місті в цих умовах.

Прошу взяти участь у дослідженні та відповісти на запропоновані питання. Наше інтерв'ю є анонімним, а результати будуть представлені тільки в узагальненому вигляді у кваліфікаційній роботі.

Однак для подальшого аналізу даних (щоб не пропустити важливих моментів, оскільки з часом вони забуваються), я, з вашої згоди, буду вестись аудіо запис інтерв'ю.

№	Питання	Відповідь/нотатки
1	Скажіть, будь-ласка, як я можу до Вас звертатись (Ім'я респондента):	Меня зовут Ирина. Вы не возражаете, если я буду отвечать на русском. Мне так быстрее и понятнее выразить свою мысль. Во всем остальном я - украинская патриотка.
2	Якою є сфера діяльності Вашого підприємства (ФОП)?	Я – предприниматель. Вот здесь, где мы с вами находимся – это мой салон парикмахерских услуг. Я мастер и владелица.
3	Як називається Ваше підприємство:	Мой салон носит мое имя. Вы видели это на вывеске. Сейчас это приветствуется. Давая свое собственное имя своему бизнес-проекту, предприниматель тем самым берет на себя двойную ответственность за качество работы.
4	Ваша посада в цьому на підприємстві: Власник, Співвласник, Керівна посада (вказати її назву), інше	Как я уже сказала, я владелица и мастер одновременно. Зимой взяла еще одного работника, то есть, еще и работодатель.
5	Вкажіть рік зачаткування підприємства	2019
6	А коли Ви взагалі почали займатись підприємницькою діяльністю? Як це було?	Вот с этого периода и начала заниматься собственным делом. До этого больше 10 лет была наемным работником в этой же сфере - мастером-парикмахером.
7	Як ви оцінюєте свою підприємницьку діяльність до 24 лютого 2022 р. (після розповіді, за необхідності, можна задати уточнююче питання	Мне трудно оценить, так как совсем немного времени выступаю в роли предпринимателя. Могу

	<p>- чи були «падіння» і «підйоми» у веденні бізнесу?)</p>	<p>сказать только одно: я много работала, много училась и постоянно хотела развивать свой бизнес. А каких-то существенных «взлетов» и «падений» наверное не было. Хотя...Если это можно назвать взлетом, то были. Например, я очень хороший мастер, поэтому все мои клиенты остались со мной. Я их не «уводила» из прошлого салона, они просто снова пришли ко мне. За время моего «свободного плавания» я дважды принимала участие в «Неделе украинской моды» в качестве мастера-стилиста. Вы же знаете, что если вы даже очень хороший мастер, то чтобы попасть на такое мероприятие нужно заплатить довольно приличный взнос даже при условии, что ты прошел отбор. И я себе это позволила!!! Благодаря моему бизнесу. Я заработала!!!</p>
8	<p>Пригадайте свій психологічний стан після новин, почутих вранці 24 лютого 2022 р. та у перші тижні війни. Опишіть його коротко. Які думки, відчуття, настрої були притаманні вам</p>	<p>Наверное как у всех. Хотя, откуда же мне знать как было у всех. Проснувшись и услышав эту новость, мы с мужем просто таки замерли. Отвлекла собака, она потребовала гулять. Потом были другие новости и не очень понятно, что это? Насколько серьезно? Как надолго? А потом начались звонки родных, знакомых. Нервозность и вопросы, вопросы, вопросы что делать? Вы едете? А мы приняли решение никуда не ехать. Наверное так. Подзабылось уже.</p>
9	<p>Як розвивалась ваша підприємницька діяльність на початку повномасштабної агресії РФ проти України</p>	<p>Я не прекращала работу ни на один день. Другое дело, что она сама иногда прекращалась. Ведь мой бизнес полностью зависит от потребностей клиентов. Не было клиентов - не было и работы. Но довольно скоро клиенты наверное поняли, что ухоженные волосы,</p>

		хорошая стрижка - это классное средство от депрессии и снова пришли ко мне. Работала, работаю и буду работать! Я это люблю, умею, это мне дает возможность получать удовольствие и доход!
10	Як вона розвивається зараз	Я считаю, что довольно успешно! Иногда клиенты даже жалуются: «Ира, ну что такое, к тебе же просто невозможно попасть! Давай уже говори честно, за сколько времени надо записываться?» То есть, в этом плане все ОК. Другое дело с прибылью. Она, к сожалению не такая, на которую я рассчитывала. Продукция (шампуни, краски, лаки и т.п.) подорожала, а цены я почти не подняла. Не потому, что я плохой предприниматель. Я как раз мыслю перспективно. Пусть мой клиент останется со мной, а не уйдет в третьеразрядную, дешевую парикмахерскую, или вообще стрижься на дому.
11	Оцініть участь органів місцевого самоврядування (підтримують, допомагають, заважають, безчасні тощо) у функціонуванні і розвитку підприємницької діяльності в Запорізькій територіальній громаді	Честно? Вот это мне совсем пока не понятно. А что, они мне должны помогать? Главное, что они мне не мешают. Это правда, не мешают.
12	Що є мотиватором Вашої діяльності сьогодні? (варіанти можна озвучити, тільки якщо респондент довго не може відповісти!) Бажання зберегти власну справу в умовах воєнного стану Бажання покращити своє матеріальне положення Прагнення до самореалізації Прагнення до незалежності та самостійності Прагнення розвивати власну справу Своєю справою підтримати економіку країни для її скорішої відбудови Бажання побудувати кращу країну для дітей Інше	Все!!! Ну вот прямо все, что вы тут сказали. Может бы что-то местами (рангами) поменять. Вот я, например, не думала как о первом «Бажання зберегти власну справу в умовах воєнного стану», я на первое место поставляю - «Прагнення розвивати власну справу». Но это, наверное, не так уж и важно.
13	Яка кількість співробітників на вашому підприємстві? Чи вдалось вам зберегти робочі місця під час воєнного стану?	Я уже говорила - один. Вернее даже не так. Я ей предложила у себя в салоне место, а она оформила ФОП. Так что налоги она платит сама за себя.

14	З якими проблемами Вам, як підприємцю доводиться регулярно стикатись? Що зараз заважає бізнесу розвиватися?	Я только познаю законы и правила ведения бизнеса. Вроде ничего не мешает. Может бы хотелось больше правовых консультаций, открытости и четкости. Как сегодня модно говорить - известных и доступных «правил игры»
15	Які заходи, на вашу думку, можуть покращити ситуацію з розвитком підприємництва у м. Запоріжжі (варіанти можна озвучити, тільки якщо респондент довго не може відповісти!) Підтримка влади, Розвиток інфраструктури, Підвищення добробуту населення, Зменшення рівня контролю над підприємцями, Популяризація національного продукту, Інше	Пусть это не прозвучит банально, но в первую очередь окончание войны, мир путем нашей победы! А потом, чтобы все было можно! Любое дело, которое человек может организовать и проносить этим пользу себе и жителям нашего города.
16	Що, на вашу думку, треба зробити для розвитку малого та середнього підприємництва у Запоріжжі	Я буду думать над этим. Но не сейчас. Надо завершать, а то у меня скоро клиент придет. Извините, когда я вам давала «добро» на встречу, я не думала, что это займет столько времени. Хотя, очень интересно!. А главное - заставляет над многим подумать. Это важно для ведения бизнеса - думать!
17	Оцініть, будь ласка, роботу органів місцевої влади з точки зору роботи з бізнесом в останні 2-3 роки за шкалою від 1 до 5, де 1 – дуже погано, а 5 – дуже добре	Я бы поставила скорее «4»
18	Оцініть, будь ласка, державну політику по відношенню до підприємництва в умовах карантину за шкалою від 1 до 5, де 1 – дуже погано, а 5 – дуже добре	Тоже «4».
19	Хто, на вашу думку, має нести відповідальність за розвиток та підтримку малого та середнього підприємництва в Запоріжжі? (варіанти можна озвучити, тільки якщо респондент довго не може відповісти!) Міжнародні організації, Органи державної влади, Органи місцевого самоврядування, Неурядові організації, Самі підприємці, Населення в цілому, Інше	Ой, ну точно не международные организации. Что за суперглобализм! Предприниматели - за качество предоставляемых услуг (господа - не халтурьте!), органы местной и государственной власти - за упрощение процедур.
20	Як Ви ставитесь до ідеї про те, що бізнес повинен нести соціальну відповідальність та	Только «за»! Вы же видели мои клумбы, горки альпийские возле салона. Красиво,

	приймати участь у благоустрої та розвитку міста?	приємно. Это я все сама сделала. Прдон, мой муж. Но не чиновник из отдела благоустройства.
21	Як Ви загалом можете оцінити економічну ситуацію в місті? А в районі, де розташоване Ваше підприємство? Чи є відмінності? Що, на вашу думку, може заважати рівномірному економічному розвитку районів міста? (варіанти можна озвучити, тільки якщо респондент довго не може відповісти!) Недбале ставлення представників органів влади, Інфраструктурні проблеми Екологічні проблеми, Низький добробут мешканців району, Інше	Сейчас трудно оценивать экономическую ситуацию - война. Хотя, как для военного времени, так даже очень неплохо. Мне трудно судить о работе крупных предприятий, а малый бизнес работает. Мы - живучие.
22	Яким би Ви б хотіли бачити Запоріжжя в майбутньому?	Более развитым, что ли. Но я 100 % верю, что у нас все будет!
23	Ваш вік:	34 года
24	Освіта:	Средняя специальная.
25	Сімейний стан:	В браке

Дякую за співпрацю!

Бланк інтерв'ю

Шановний респонденте, я, Михайлов Денис, магістрант факультету соціології та управління Запорізького національного університету, в рамках виконання кваліфікаційної роботи магістра проводжу соціологічне дослідження щодо стану соціальних настроїв суб'єктів підприємницької діяльності в Запорізькій територіальній громаді в умовах воєнного стану та перспектив розвитку підприємництва у місті в цих умовах.

Прошу взяти участь у дослідженні та відповісти на запропоновані питання. Наше інтерв'ю є анонімним, а результати будуть представлені тільки в узагальненому вигляді у кваліфікаційній роботі.

Однак для подальшого аналізу даних (щоб не пропустити важливих моментів, оскільки з часом вони забуваються), я, з вашої згоди, буду вестись аудіо запис інтерв'ю.

№	Питання	Відповідь/нотатки
1.	Скажіть, будь-ласка, як я можу до Вас звертатись (Ім'я респондента):	Меня зовут Сергей
2.	Як називається Ваше підприємство:	Мое предприятие называется «Баст Инвест Групп»
3.	Ваша посада цьому на підприємстві: Власник, Співвласник, Керівна посада (зазначте її назву), інше	Я являюсь Генеральным директором этой компании
4.	Якою є сфера діяльності Вашого підприємства?	Компания занимается строительством во всех направлениях
5.	Зазначте рік започаткування підприємства	Как самостоятельное предприятие компания основана 2019 году.
6.	А коли Ви взагалі почали займатись підприємницькою діяльністю? Як це було?	В этом же году я начал заниматься предпринимательской деятельностью. До этого я работал и на госпредприятиях (в том числе в системе МВД) и в коммерческих структурах
7.	Як ви оцінюєте свою підприємницьку діяльність до 24 лютого 2022 р. (після розповіді, за необхідності, можна задати уточнююче питання - чи були «падіння» і «підйоми» у веденні бізнесу?)	Более успешной, нежели сейчас. Даже COVID-19 не принес столько проблем, как война. Пару месяцев с начала войны вообще все заморожено было. Ну кто же будет строить, когда такая неизвестность? Но потом адаптировались и мы и те, кому нужны наши услуги
8.	Пригадайте свій психологічний стан після новин, почутих вранці 24 лютого 2022 р. та у перші тижні війни. Опишіть його коротко. Які думки, відчуття, настрої були притаманні вам	Недоумение «Какая война?» Тревога за родных. Собранность - как действовать в этих условия? Да много чего. Правда, сейчас многое и не вспомнится. Но истерики точно не было. Это не мое.

9	<p>Що є мотиватором Вашої діяльності сьогодні? (варіанти можна озвучити, тільки якщо респондент довго не може відповісти!)</p> <p>Бажання покращити своє матеріальне положення Прагнення до самореалізації Прагнення до незалежності та самостійності Прагнення розвивати власну справу Бажання побудувати кращу країну для дітей Інше</p>	<p>Мотиватором моєї діяльності на сьогодні, напевне, являється рух до незалежності і прагнення до самостійності. Желание развивать свое дело и конечно же жить в этой стране мне, моей семье, моему ребенку. Быть полезным нашей стране.</p>
10	<p>Яка кількість співробітників на вашому підприємстві?</p>	<p>На сегодняшний день в моей компании работает 16 постоянных работников. По необходимости, я привлекаю работников на определенный срок. Более того, я даже не сократил никого почти за полтора месяца простоя. Специалисты сейчас «на вес золота». Поддерживал ребят как мог, платил «минималку». Просил продержаться.</p>
11.	<p>Чи спілкуєтесь ви з іншими підприємцями? З яких питань частіше за все?</p>	<p>Но, безусловно, я общаюсь с другими предпринимателями в этой отрасли, с другими компаниями, в том числе по обмену опытом, технологиями</p>
12.	<p>З якими проблемами Вам, як підприємцю доводиться регулярно стикатись?</p>	<p>Чаще всего сталкиваюсь с проблемами финансирования. В этом непростом, я бы сказал, очень сложном 2020 году, очень не просто добиться 100-процентного финансирования.</p>
13.	<p>Які заходи, на вашу думку, можуть покращити ситуацію з розвитком підприємництва у м. Запоріжжі (варіанти можна озвучити, тільки якщо респондент довго не може відповісти!)</p> <p>Підтримка влади, Розвиток інфраструктури, Підвищення добробуту населення, Зменшення рівня контролю над підприємцями, Популяризація національного продукту, Інше</p>	<p>1. Я думаю для развития предпринимательства в Запорожье, да и в целом в нашей стране, недостаточно поддержки власти. 2. Необходимо также развитие инфраструктуры. 3. Уменьшение налогообложения. В этом вопросе надо находить очень правильный баланс. Я понимаю, что налоги - это наполнение бюджета. Но если они непосильны, или не оправданы, то бизнес уходит в тень. А это уже не выгодно никому. Бизнес постоянно балансирует на грани нарушения закона. А бюджет - все равно от этого не</p>

		пополняется. Поэтому, мое мнение, власть не должна смотреть на бизнес ни как на врага (ища постоянно здесь коррупционную составляющую), н как «на дойную корову».
14.	Які напрями, на Вашу думку, є найбільш перспективними для розвитку малого та середнього підприємництва у Запоріжжі	Я как строитель, поддерживаю конечно же сферу строительства. Кстати, в Запорожье она если и не «нулевая», то очень-очень не развита. До недавнего времени я работал в Днепре. Вот здесь строительство «на высоте». Это и жилое строительство, и культурно-развлекательные центры растут как «грибы» после дождя. А в Запорожье после строительства Авроры, не построено больше ни одного КРЦ. Да и Аврора - «слабенький» масштаб. Конечно же надо развивать сферу образования. Я хочу чтобы мой 8-летний сын мог все уровни образования (причем лучшего) мог получить в своем родном городе, а не думать про Киев или вообще «заграницу».
15.	Оцініть, будь ласка, державну політику по відношенню до підприємництва в умовах карантину за шкалою від 1 до 5, де 1 – дуже погано, а 5 – дуже добре	Я бы оценил ее (особенно в условиях карантина) на «один», то есть «дуже погано». Так как в направлении поддержки малого и среднего бизнеса поддержки нет никакой.
16.	Оцініть, будь ласка, роботу органів влади в останні 2-3 роки за шкалою від 1 до 5, де 1 – дуже погано, а 5 – дуже добре	Касательно оценки деятельности органов государственной власти - все та же оценка «дуже погано». Начиная от уровня их личной компетентности, образованности (этих органов власти), до того как они управляют экономикой, взаимодействуют с бизнесом и населением в целом
17.	Хто, на вашу думку, має нести відповідальність за розвиток та підтримку малого та середнього підприємництва в Запоріжжі? (варіанти можна озвучити, тільки якщо респондент довго не може відповісти!)	Я считаю ответственной лежит на всех. Невозможно сказать: эти «плохие», а эти - «хорошие». Вот все, кто перечислены в вашей анкете,

	Міжнародні організації, Органи державної влади, Органи місцевого самоврядування, Неурядові організації, Самі підприємці, Населення в цілому, Інше	несут ответственность за сложившуюся ситуацию. Международные организации - за то что порой диктуют нереальные условия. Но на местном уровне больше конечно влияют, а значит и несут ответственность, местные органы власти. Но и сам бизнес также.
18.	Як Ви ставитесь до ідеї про те, що бізнес повинен нести соціальну відповідальність та приймати участь у благоустрої та розвитку міста?	Конечно должен! Но точно также и государство и местные органы должны эту ответственность разделять з бизнесом. Если все переложить на плечи малого и среднего бизнеса, он просто «уйдет в тень» или умрет. А в нашем городе я бы начал с крупного бизнеса, с наших металлургических предприятий. Когда они возьмут на себя ответственность за экологическую ситуацию в Запорожье????
19.	У яких проектах розвитку міста особисто Ви та ваше підприємство могли б прийняти участь? (варіанти можна озвучити, тільки якщо респондент довго не може відповісти!) Озеленення, Ремонт прилеглих територій, Освітлення, Організація свят, Закупівля товарів для лікарень/дитячих будинків, Інше	Я думаю, что строительные компании (и моя в том числе) могли бы взять на себя ответственность за ремонт и благоустройство каких-либо территорий. Для этого надо чтобы коммунхох нас объединял и предлагал. А мы, в силу своих возможностей, старались помочь родному городу стать красивее, ухоженнее, цивилизованнее.
20.	Які сфери підприємницької діяльності у м. Запоріжжі, на вашу думку, є найбільш насиченими?	Хорошо развита спортивная сфера коммерческого характера, но опять же не во всех районах. Например с Шевчика надо выезжать, чтобы попасть в высококлассные спортивные комплексы. Достаточно развита продовольственная торговля, как магазины, так и рынки.
21.	Як Ви загалом можете оцінити економічну ситуацію в місті? А в районі, де розташоване Ваше підприємство? Чи є відмінності?	Мне кажется, что экономическая ситуация в Запорожье находится на уровне ниже среднего. В прошлом

	<p>Що, на вашу думку, може заважати рівномірному економічному розвитку районів міста? (варіанти можна озвучити, тільки якщо респондент довго не може відповісти!) Недбале ставлення представників органів влади, Інфраструктурні проблеми Екологічні проблеми, Низький добробут мешканців району, Інше</p>	<p>году, когда я изучал возможности для развития собственного бизнеса, я побывал почти во всех крупных областных центрах Украины. Скажу откровенно, мы очень проигрываем Днепру, Харьков, Одессе, Львову, Тернополю, Луцку, Ровно, не говоря уже о столице. Почему? Собственно, вы все правильно перечислили в этой анкете как возможные варианты ответов. Я, пожалуй, ими воспользуюсь.</p>
22	<p>Яким би Ви б хотіли бачити Запоріжжя в майбутньому?</p>	<p>Крупным мегаполисом, с комфортабельными, красивыми высотками. При этом, чтобы он оставался активным промышленным городом, но с хорошими экологическими показателями. И чтобы он развивался в культурном плане. А для этого хочу чтобы была поддержка прекрасному театру (театрам), филармонии (у нас один из лучших симфонических оркестров), хочу много выставочных залов (где наши художники?)</p>
23	<p>Ваш вік:</p>	<p>40 лет</p>
24	<p>Освіта:</p>	<p>Высшее. Два высших: техническое (строительное) и гуманитарное (тоже социолог)</p>
25	<p>Сімейний стан:</p>	<p>Женат, имею сына</p>

Дякую за увагу!

Декларація
академічної доброчесності
здобувача ступеня вищої освіти «магістр»
Запорізького національного університету

Я, Михайлов Денис Сергійович, студент II курсу магістратури, заочної форми навчання, факультету соціології та управління, спеціальність 054 «Соціологія», адреса електронної пошти kharchenko.olga1999@gmail.com:

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Соціальні настрої суб'єктів підприємницької діяльності в територіальних громадах в умовах воєнного стану» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомена;

- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;

- згоден на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

01.12.2022

Д.С. Михайлов

Науковий керівник,

д.філос.н., доцент, професор кафедри соціології

В.О. Скворець

01.12.2022