

*Т. В. Запорожець,
кандидат філософських наук, доцент кафедри суспільних наук,
Університет економіки та права „КРОК”*

ЕКОНОМІЧНА ЕЛІТА У ПОЛІТИЧНОМУ ПОЛІ УКРАЇНИ. ПРОБЛЕМИ І РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

*Tetiana Zaporozhets,
PhD in Philisophy, Docent at Social Science Department,
University of Economic and Law“KROK”*

THE ECONOMIC ELITE IN THE POLITICAL SPHERE OF UKRAINE. THE PROBLEMS AND THE FINDINGS

У статті розглядаються питання про функціонування сили економічної еліти в «політичному полі» України. Зроблена спроба виявити моделі політичної участі української економічної еліти, поширені форми її впливу та позиціонування в політичному процесі України.

Характерною рисою українських бізнесменів (економічних акторів) є їхня участь у політиці. Однак мотиви політичної поведінки у різних представників бізнесу не є однаковими. Зіставлення моделей політичної поведінки свідчить про те, що у різних представників підприємництва є свій поріг залучення до політичної діяльності. Здатність до політичної мобілізації значної частини підприємницького корпусу засвідчує наявність у підприємницькому середовищі значних резервів політичної дії.

У середовищі підприємництва немає єдиних політичних інтересів; формуються групи, які відрізняються за своїми політичними орієнтирами, ступенем взаємодії з політичними інституціями, формами і методами політичного тиску.

Становлення цієї елітної групи продовжується, її вирізняє значна внутрішньогрупова диверсифікація ціннісних орієнтацій та установок. Перманентний розкол усередині української економічної еліти веде до формування в ній різних груп, які відстоюють різні варіанти соціальних змін.

Важливим є прогнозування пріоритетних напрямів політичної активності з боку різних груп підприємців у короткотривалій перспективі, а також вироблення рекомендацій, спрямованих на піднесення ефективності зворотного впливу державних структур на бізнес. Такий вплив є необхідним для консолідації соціальної бази і знаходження розумних політичних компромісів, які забезпечують поступальний хід реформаторських процесів.

The article is devoted to the problem of economic elite power function in «political field» of Ukraine. An attempt is undertaken to detect models of political participation of Ukrainian economic elite, common forms of influence and positioning in the political process of Ukraine.

The participation of Ukrainian businessmen (economic actors) in politics is their characteristic feature. However, the motives of political behavior in different business representatives are not the same. Comparison of models of political behavior indicates that different members of your business are the threshold involvement in political activitiesThe ability to mobilize a large part of the political body certifies presence of significant reserves political action in the business environment.

There no common political interests in a businesses environment; groups that differ in their political orientations, the degree of interaction with political institutions, forms and methods of political pressure are forming.

The formation of this elite group continues and it is characterized by significant intragroup values orientations and attitudes. The permanent split within Ukrainian economic elite leads to the formation of different groups in it, defending various social changes.

It is important to forecast priorities of political activity on the part of different groups of entrepreneurs in the short term, and to develop recommendations aimed at raising the efficiency of the reverse effect state structures in business. Such influence is necessary for consolidation of the social base and of a reasonable political compromise that ensure the progressive course of reform processes.

Ключові слова: економічна еліта, політичні актори, політична мобілізація, моделі політичної поведінки.

Key words: economic elite, political actors, political mobilization, models of political behaviour.

Постановка проблеми. Елітні групи завжди представляли інтерес для науковців, оскільки в процесі соціального розвитку відіграють ключові ролі. Проблема формування і трансформації національної еліти України в XXI столітті є однією із найбільш своєчасних та актуальних в сучасній соціології. Це підтверджує і соціальна практика останніх років, і події що розгортаються у вітчизняному політикумі. Сучасне соціально-політичне життя України характеризують динамічні трансформаційні процеси, що детермінують собою серйозні зміни в діяльності різних соціальних груп суспільства. Нинішнє українське суспільство, як свідчать результати досліджень соціологів, є слабоструктурованим. Відсутні «стійкі» прошарки зі своїми усвідомленими інтересами і стійкою політико-ідеологічною орієнтацією. За цих обставин зростає соціальна відповідальність елітних груп та очікування від них суспільства. Їхня поведінка, система цінностей набувають домінуючої значущості. Тому увагу багатьох дослідників приваблює вивчення соціальної структури і соціальних дій елітних груп. Наразі процеси формування і оновлення цих груп супроводжуються конфронтацією у боротьбі за розподіл сфер впливу, появою нових інтересів і протиріч. Разом з тим, оновлення елітних груп зазвичай призводило до більшої значущості управління суспільством, і відповідно, до кращого задоволення вимог часу і суспільного розвитку. Слід зазначити, що вельми актуальним є питання про функціонування сили економічної еліти в «політичному полі» України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасне суспільствознавство має досить розвинуту елітологію. Класичні підходи соціології еліт заклали фундаментальні підстави теорії еліт (М.Вебер, Г. Моска, В. Парето та Р. Міхельс).

В пострадянській літературі проблемі еліти присвячені роботи російських науковців М. Афанасьєва, Ю. Беляєвої, А. Зудіна, В. Ігнатова, Н. Лапіна, Н. Лашиса, А. Мордасова, А. Оболонського, А. Полякова, А. Понеделькова, А. Старостіна та інших науковців [10].

Питання еліт аналізуються в роботах таких вітчизняних авторів, як М. Головатий, В. Князев, О. Крюков, М. Логунова, М. Пірен, В. Пилипенко, О. Скориніна-Погребна, В. Тертичка, В. Шахов, О. Шевчук, М. Шульга та багатьох інших [2, 4-6, 8-9, 11, 12, 14-16].

Проте, незважаючи на активізацію дослідницьких зусиль у даній тематиці науки, слід зазначити, що, на наш погляд, сучасні дослідження еліти носять досить фрагментарний характер. Основний дослідницький інтерес вітчизняних науковців при аналізі еліт переважно фокусується на політичній або управлінсько-бюрократичній еліті. Огляд наявних досліджень свідчить, що у вітчизняній науці існує лише невелике число робіт, в котрих об'єктом дослідження виступає економічна еліта. Ще менше уваги приділяється вивченню взаємовідношення економічних і політичних еліт, зміни стратегії й тактики економічної еліти в політичному процесі, модифікації політичної активності й форм політичної участі бізнесменів.

Тому є потреба у вивченні проблем економічної еліти. В соціологічній науці недостатньо системних досліджень, що розкривають особливості участі економічної еліти у політичних процесах.

Формулювання цілей статті. Метою даної статті є спроба виявити основні особливості функціонування економічної еліти в «політичному полі» України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Окрім політичної еліти і еліти влади, соціологи виділяють ще й економічну еліту. Складність питання про економічну еліту полягає у тому, що це поняття набуває різних смислів (за умов соціально-політичної економіки і за ринкової ситуації) Якщо у першому випадку до цієї групи входять люди, які приймають найважливіші рішення щодо функціонування і розвитку економіки країни (не маючи при цьому приватної власності), то за ринкової економіки з приватною власністю економічну еліту становлять особи, що приймають найважливіші рішення з економічних питань, так і великі власники. Тому твердити, що у нас раніше не було економічної еліти, було б не коректно. Адже за радянських часів працювали видатні економісти, управлінці, господарники, керівники галузей і великих підприємств, що мали цінний досвід управління народним господарством. Але їх не варто ототожнювати з новою економічною елітою, яка формувалася досить не прозоро. І до цієї елітної групи суспільство ставиться з певною недовірою. Її статус ще до

нині не легітимізований. Наразі українську економічну еліту утворюють власники великих капіталів, торговельних об'єднань, концернів, які займають ключові пости в економічному житті суспільства, керівники та менеджери приватних і державних компаній.

Упродовж років української незалежності бізнесова еліта досить стрімко зростала як за кількісним складом, так і за масштабами приватної власності. Наприкінці другого президентського терміну Л. Кучми у країні вже склалися великі олігархічні групи з потужним капіталом [8, с.82]. Ці групи дедалі більше претендували на самостійну роль у політиці, на безпосередню участь у роботі парламенту. Олігархи починають перетворюватися на самодостатню політичну силу. Їх об'єднання нерідко відбувалося на ґрунті старих знайомств, родинних зв'язків, земляцтва. Такі групування називають кланами, а форму здійснення ними влади - кланово-олігархічною. Проте «оформлення» олігархів у самостійну політичну силу до завершення президентства Л.Кучми не відбулося.

Для представників «нової економіки» цінності політичної демократії і підприємництва злились воедино, а діяльність у сфері економіки доповнювалась політичною активністю. У цей період більшість підприємців розглядала політичну демократію як гарантію свободи. Багатьом здавалось, що досить завоювати політичну свободу і принципи економічної раціональності отримають перемогу. На такому етапі суспільно-політична свідомість ще не встигла сформуватись і не була викристалізована в загальнодемократичній свідомості.

Однак певний соціальний прошарок уже почав усвідомлювати особисті інтереси. Паралельно з участю в загальнодемократичному русі у підприємницькому середовищі виникла потреба в спільних діях з метою покращення умов для розвитку бізнесу. Підприємці взяли участь у виборах 1989-1999 років. Це було першим кроком представників нової економіки на політичній арені, спробою заявити суспільству про своє існування.

Нове підприємництво, стаючи на ноги, стало відчувати під собою твердий ґрунт і акумулювати ресурси, постійно перетворюючись на реальну економічну і соціальну силу. Однак саме підприємництво формується під суперечливим впливом різних політичних і соціальних обставин. Сукупність таких умов виступає як система каталізаторів чи блокувальників, які безпосередньо не впливають на соціальні рухи, проте стимулюють чи гальмують їх. Цю сукупність визначають як контекст. Можемо виділити три рівні контексту: цивілізаційний, макросоціальний і ситуаційний [8, с.83].

Цивілізаційний контекст - це історична пам'ять і культура традицій, закріплені епохою панування комуністичної ідеології. Держава не тільки «нищила» підприємця, а й втратила цінності і традиції підприємництва на рівні культури народу. Макросоціальний контекст визначений специфікою перехідного періоду. Стара держава зламана, нової ще не створено. До загального стану аномії, нормативно-культурного вакууму додається вакуум влади. Політична нестабільність, неподолані наслідки діяльності тоталітарного режиму, боротьба представницької та виконавчої влади за слабкості (корупційності) влади судової. Усе це не створювало необхідних передумов для розвитку підприємництва.

Несприятливим для діяльності бізнесменів був і ситуаційний соціально-економічний контекст. Адже економіка залишалась державно-монополістичною з надмірною питомою вагою військового-промислового комплексу, з великою мірою залежності від російського капіталу. До того ж люмпенізоване населення, що звикло до державного патерналізму «зрівнялівки», з недовірою ставилось до бізнесменів і приватної власності. Корупція та мафія, висока інфляція, падіння попиту, невпевненість у завтрашньому дні - важливі характеристики ситуаційного контексту. Усе це пояснювало глибокий песимізм навіть успішних бізнесменів, їхню орієнтацію насамперед на власне виживання.

Після розпаду тоталітарної системи і «зникнення» КПРС з політичної арени як владної структури період загальнодемократичної боротьби був завершений. На перший план вийшли завдання державного будівництва і здійснення економічних реформ. За цих умов блок демократичних сил розколовся. Одна його частина пішла у владні структури, інша у професійну діяльність, проте була залучена до політичної боротьби. І в підприємницькому середовищі виявились дві політичні стратегії політичної дії. Одна передбачала особисту участь у політичному процесі, інша відхід від цього. Таким чином, у той час, коли частина корпусу бізнесменів долучилась до освоєння політичного простору, інша його частина відмовилась від власної участі в політиці. У міру відходу з політичної арени в бізнесовому середовищі закріплювалось усвідомлення своєї значущості, діяльність у сфері економіки дедалі частіше протиставлялась політичній активності.

Відмова від особистої участі в політиці передбачає жорстке розмежування економічних і політичних функцій у суспільстві і професіоналізацію політики. За автополітизацію економічної діяльності виступають, як великі, так і дрібні представники бізнесу, котрі відмовилися від особистої участі в політиці. Однак мотиви політичної поведінки у різних представників бізнесу не є однаковими.

Відхід від політики для багатьох бізнесменів був породжений відчуттям невпевненості у своєму майбутньому, стурбованістю проблемою виживання. Ці бізнесмени передусім прагнуть при звичайтись до існуючої ситуації. Одні займаються підкупамі і корупцією посадових осіб. Інші, користуючись особистими зв'язками, роблять спроби створити вигідні умови для власного бізнесу. Треті (котрі не вірять у можливості виживання в Україні) переводять капітал за кордон.

Як свідчить практика, представники бізнесу добре поінформовані про політичні події, що відбуваються в країні. Деякі з них готові використовувати форми непрямого політичного впливу. Відхід частини підприємницького корпусу від політики зумовила не тільки суспільно-політична ситуація. На цей процес впливали зрушення в соціально-віковому складі підприємств. Так з 1990-1991 років у підприємництво пішла колишня партійно-державна номенклатура, для якої в минулому належність до партії була умовою отримання

певного соціального статусу в суспільстві. Одночасно з цим підприємницький корпус суттєво помолодшав. У його ряди влилась аполітично налаштована молодь.

При переході від тоталітаризму до політичного плюралізму підприємництво опинилося поза існуючими партіями. Практично воно є відірваним від органів законодавчої влади. За цих умов особливої значущості у підприємницькому середовищі набуває питання про політичні форми переходу до ринкової економіки. Серед бізнесменів існують два різних підходи до політичних форм модернізації суспільства [8, с. 88].

Перший передбачає перехід до ринкових відносин через вдосконалення демократичних представницьких інституцій, партій і масових організацій, економічну свободу, котру тлумачать як право індивіда володіти приватною власністю і самостійно діяти у сфері економіки, владу закону. Прихильники ліберально-демократичного розвитку виступають за участь у суспільно-політичному житті і вплив на владні структури через політичні партії і систему демократичного представництва. Це дасть змогу, на їхню думку, подолати розрив між суспільством і владою, призведе до зміни складу законодавчих органів і забезпечить представникам «нової економіки» доступ до важелів управління.

Інший погляд на політичні форми переходу до ринкової економіки передбачає розвиток і вдосконалення виконавчої влади. Перехід від неототалітаризму до ринку немислимий без диктатури законів і міцної авторитарної влади. У рамках авторитарної моделі вимальовуються різні сценарії. Для одних підприємців йдеться про авторитарний режим на законних засадах через введення президентського правління (ліберально-авторитарний варіант). Інший, жорсткіший сценарій передбачає встановлення на перехідний період диктатури на кшталт Піночета.

Поширення у підприємницькому середовищі ідей лібералізму свідчить про те, що почалось формування власне підприємницької свідомості і ідеології. Але поки що підприємці, які висловлюють готовність на практиці реалізувати ліберальну ідею суспільства і бути повноцінними політичними і економічними акторами, становлять меншість. У меншості перебувають і прихильники жорсткої диктатури. Основана маса бізнесменів стурбовані долею підприємства і готова підтримати ту владу, яка дасть можливість працювати.

Прихильники ліберальної моделі розвитку виключають будь-яке втручання держави в економічний процес. На противагу їм прихильники авторитарних форм правління визнають державну регуляцію економіки і виступають за збереження державного сектора промисловості. Певною мірою вибір форм політичного розвитку визначається моделями господарської поведінки, яким віддають перевагу представники різних груп бізнесменів. Підприємці, чий бізнес пов'язаний з державним сектором, значно менше, ніж бізнесмени від іншого сектору, готові сприйняти лібералізм та ідею нічим не обмеженого ринку.

Таким чином, серед представників приватного бізнесу можна зустріти як лібералів так і послідовників авторитарних методів правління. Попри все, простежується певна закономірність. Підприємці, які готові виступати як політичні актори, не визнають авторитарних методів переходу до ринку. Для багатьох із них політична мобілізація є відповіддю на посилення небезпеки авторитаризму і спробою подолати розрив між політичним та суспільно-економічним просторами.

Говорячи про форми участі бізнесу в політиці, слід визнати, що в усьому світі підприємницькому корпусу вдається здійснювати вплив на політику не стільки через особисту участь у партійно-політичній діяльності, скільки за рахунок непрямих форм (лобіювання або тиск організованих груп капіталу на органи представницької та виконавчої влади). Підприємцям легше створити не політичну партію, а консолідуватися на основі спільних інтересів у рамках формальної організації. Підприємницький корпус робить спробу проводити політику в інтересах бізнесу також через створювані при державних структурах громадські організації, що фінансуються приватним капіталом.

Одночасно приватний капітал робить спробу впливати на законодавчу діяльність через депутатів парламенту. Хоча слід сказати, поки що можливості лобіювання були певною мірою обмежені. Адже новий соціальний прошарок був недостатньо (порівняно з його бажаннями) презентований в рядах депутатів.

Економічна (як власне й політична) еліта України є залежною від «нафтових» та «газових» баронів - монополістів, які імпортують енергоносії а потім обмінюють їх на промислову та сільськогосподарську продукцію. Активна діяльність «нафтових» баронів розпочалась у 1988 році, коли вони фінансували перевиборну компанію. Свого часу главою партії «Громада» стала (тоді ще мало кому відома) Юлія Тимошенко. Водночас вона була президентом компанії «Єдині енергетичні системи» (ЄЕС). Товарообіг цієї структури у 1996 році перевищував мільярд доларів США. Власне кажучи, «продаж» мандатів до Верховної Ради України (тобто майбутнього депутатського місця) став для багатьох партій по суті метою і демонстрував тенденцію до виникнення «ринку партій».

Дуже часто бізнес використовував таку форму політичного лобіювання, яку можна назвати технічною. Йдеться про вплив на фахівців, експертів, великих державних чиновників, котрі беруть участь у розробці проектів законів і прийнятті політичних рішень. Саме через експертів (багато з яких мають безпосередній чи опосередкований стосунок до комерційних структур) бізнесу вдається коригувати ухвалені закони.

Поряд з «груповими» спробами впливати на політику, підприємці використовують особисті зв'язки, намагаючись через чиновників держапарату здійснювати тиск на рішення, що приймаються. Але в даному разі йдеться не про створення сприятливих умов для розвитку бізнесу, а скоріш про надання вигідніших умов конкретній комерційній структурі.

У підприємницькому середовищі склалися дві моделі політичної поведінки. Перша орієнтована на особисту участь бізнесменів у політиці. Ступінь же власної залученості до суспільно-політичного процесу може бути різним. Одні підприємці (у середовищі активних вони складають меншість) готові, жертвуючи своєю діяльністю у сфері бізнесу, піти у велику політику, стаючи політичними акторами. Серед підприємців таких людей небагато. Але саме вони стають функціонерами політичних партій і осередком активістів, які беруть регулярну участь у діяльності політичних партій.

З плином часу частина таких функціонерів перетворюються на професійних політиків, котрі відстоюють інтереси свого класу на державному рівні. Але для більшості політично активних бізнесменів підтримка партій набуває форми співчуття. До тих, хто співчуває політичним партіям, належать ті представники бізнесу, які продовжують займатися професійною діяльністю, Вони є соціальною базою партій, підтримують їх під час виборів і забезпечують фінансову допомогу.

Нині політичним авангардом підприємництва стають представники великого бізнесу. Вони накопичили солідний капітал, але не готові за умов політичної і економічної нестабільності інвестувати його у політику, аби створити кращі суспільно-політичні умови для розвитку бізнесу. Середній і малий бізнес також починає опановувати політичний простір, що засвідчує наявність громадсько-політичних організацій, які відстоюють інтереси його представників.

Інша модель політичної поведінки передбачає відмову від особистої участі в політиці. Представники малого і середнього бізнесу, як правило «делегують» свої повноваження у вирішення політичних завдань великому капіталу, у якого, на їх погляд, більше засобів для впливу на існуючі в суспільстві відносини. Але модель політичної поведінки, що виключає особисту участь у політичній діяльності, не означає повної відмови від залученості до політики. І в цьому сенсі вона не тотожна аполітизму. У рамках системи, де кожен має займатись своєю справою, підприємцям краще перебувати за лаштунками політичної сцени. Вони діють опосередковано - через політиків, засоби масової інформації. При цьому бізнесмени сподіваються з часом створити в країні поряд з ринковим простором нову культуру і залучити до неї мільйони своїх співробітників.

Отже, характерною рисою українських бізнесменів є їхня участь у політиці. Одні підприємці готові до особистої участі у партійно-політичній діяльності. Іншим більше імпонує впливати на політику напрямок через лобіювання депутатів, спеціалістів-експертів, журналістів. Тобто, одні бізнесмени не бояться бути залученими у політику, інші - залишаються в тіні. Саме тому вибір моделі поведінки, орієнтованої на особисту участь у політичній діяльності, багато в чому залежить від амбіцій того чи іншого представника бізнесу, його бажання перебувати в центрі громадської думки. Серед політично активних можна зустріти як представників великого бізнесу, так і «середніх» та «малих» підприємців. Щодо непрямих форм тиску на політику, то їхній вибір значною мірою залежить від ресурсів, котрими володіють бізнесмени.

Політична активність економічної еліти пояснюється, перш за все, її економічними можливостями. Великий капітал може використовувати широкий набір непрямих форм політичної дії. У міру ж скорочення ресурсів поле політичної участі звужується. Зіставлення моделей політичної поведінки свідчить про те, що у різних представників підприємництва є свій поріг залучення до політичної діяльності. У кризові моменти як великі, так і дрібні підприємці готові включитись у політичну боротьбу. Однак на час стабілізації соціально-політичної ситуації середній підприємець повертається у сферу своєї фахової діяльності.

У цьому зв'язку дрібного і середнього бізнесмена потрібно, скоріше, розглядати як епізодичну фігуру у просторі політичних подій. Окремі ж групи великого бізнесу усвідомлюють необхідність своєї постійної присутності на політичній сцені. Здатність до політичної мобілізації значної частини підприємницького корпусу засвідчує наявність у підприємницькому середовищі значних резервів політичної дії. Основними «мобілізаторами» енергії є кризові ситуації, коли під загрозою опиняється майбутнє бізнесу, особисті свобода та життя (як показали нещодавні події 2013-2015 років).

На участь підприємців у політичній діяльності суттєво впливає їхня суб'єктивна оцінка політики держави стосовно підприємництва. Як свідчать емпіричні дослідження, українські підприємці в основному негативно оцінюють державну політику у сфері підприємництва. При цьому курс першого Президента України Л. Кравчука взагалі розвивався як антипідприємницький. І головний недолік у політиці підприємці вбачають у високих податках. Саме це спричиняє скорочення кількості підприємців, зайнятих виробництвом. Разом з тим підприємці вважають, що в політиці є й певні позитивні зрушення [9, с. 163]. Говорячи про оптимізацію українського приватного бізнесу, підприємці вважають, що необхідне зменшення й упорядкування податків, законодавства, створення єдиних умов для розвитку підприємств всіх видів власності. Більшість підприємців (65%) вважають, що вони можуть впливати на державну політику стосовно бізнесу (у тому числі і через спілку промисловців на підприємстві).

Таким чином, корекція державної політики, з погляду бізнесменів, зводиться до того, щоб держава хоча б не заважала розвитку їхнього підприємництва. Однак про швидку консолідацію підприємців у єдину політичну силу поки що не йдеться. Інтереси бізнесменів обмежуються, як правило, справами свого підприємства та особистими проблемами. Безумовно, бізнесмени прагнуть до більшої згуртованості, об'єднання. Але для консолідації підприємців у політичну силу потрібна їхня згуртованість як соціального прошарку. Такий процес відбувається не лише в Україні, а й у країнах Центральної Південно-Східної Європи. Проте, з іншого боку, для такого об'єднання необхідні час та розумна державна політика.

Отже, з розвитком підприємництва в державі з'являється нова соціальна сила. Однак, підприємницький прошарок ще повністю не сформувався і його вплив на політику є певною мірою обмеженим.

Водночас, з моменту свого зародження представники бізнесу були залучені до політики. Крупний бізнес почав артикулювати свої інтереси шляхом створення політичних партій і участі в політичному процесі. Політична заангажованість підприємницького корпусу стала своєрідною реакцією на розрив, що існує між економікою та політикою. В Україні, де історично відсутні демократичні традиції, спільність навколо економічних інтересів почала складатись швидше, ніж навколо політичних цілей. А автономний, за всієї його обмеженості економічний простір структурався інтенсивніше, аніж «незалежний» політичний. У результаті цього підприємці (актори, що діють в економічній сфері) сформувались раніше політичних акторів, готових і здатних представляти їхні інтереси в суспільстві [8, с. 94].

У той час, коли зрушення на соціально-економічному рівні не зачіпають політичних структур суспільства, у підприємницькому середовищі з'явилась потреба в особистій політичній діяльності. Пов'язування економічних функцій з політичними призвело до появи у посткомуністичному суспільстві акторів «змішаної» політичної дії. Політично заангажовані представники бізнесу долучаються до формування вільного простору, а результатом їхньої діяльності стають політичні організації підприємців, що не мають аналогів у західних демократіях.

Інша частина підприємницького прошарку не вважає політику всепоглинаючою сферою своїх інтересів. Завоювавши свободу у своїй професійній діяльності, вони за жодних умов не згодні повернутися на державну службу. Однак ці люди продовжують почуватися не суб'єктами, а об'єктами політики. У цьому разі актори ринку діють у руслі традиційної для колишнього СРСР логіки, чекаючи змін системного порядку зверху від влади. Відкидаючи шлях реформування суспільства, такі підприємці, однак, не залишаються поза політикою.

Політизація підприємницького корпусу відбувається у контексті політизації всього суспільства. Але процес кристалізації соціально-економічних інтересів підприємців перебігає швидше, ніж в інших соціальних прошарках. У своєму прагненні впливати на політику бізнес, поряд із загальноприйнятими формами політичної дії, використовує такі засоби впливу, які у всьому світі називаються лобістськими. І слід вказати, що найбільш поширеною формою представництва для економічної еліти стають не цивілізовані форми, а саме лобістська діяльність та «закриті практики» рішення кон'юнктурних інтересів, котрі дозволяли отримати різні економічні пільги та преференції.

Нарешті, слід зазначити, що у підприємницькому середовищі зберігається солідний резерв політичної активності, котрий може бути використаний у критичній ситуації. Окрім того, основне завдання представників бізнесу полягає у формуванні незалежного економічного простору. Повноцінними соціальними акторами підприємці зможуть стати лише тоді, коли в державі сформується громадянське суспільство. У такому суспільстві економіка і політика існують як автономні сфери життєдіяльності, і складається механізм, який забезпечує представництво різноманітних соціальних інтересів на політичному рівні.

Досить вдало типологію основних груп, які сьогодні є гравцями на політичному полі країни запропонував І. Тишкевич [13] Перша група – «нові обличчя» - прихильники реформ. Це, як правило, спеціалісти, які розуміють, що вони хочуть зробити. Але, вони поки не створили ефективних структур і не мають достатньої ресурсної бази. Друга група - прихильники реформ з числа старих лідерів пострадянської України. Вони мислять старими категоріями та діють в звичних схемах, але при цьому розуміють, що такий шлях – глухий кут. І в принципі готові мінятися, а також підтримати створення нових еліт. Третя група - прихильники збереження старої системи. Ця група ще досить впливова. Четверта група - популісти – для них влада важлива не стільки для своїх планів по трансформації країни, скільки як товар, який можна успішно конвертувати у фінанси, ресурси тощо. Використовуючи «лозунги революції» фактично являються прихильниками старої системи. П'ята група - просто лобісти інтересів бізнесу. Це не лобісти, які відстоюють інтереси галузей економіки. Це люди, яким депутатський мандат потрібен для ведення успішного бізнесу на своєму підприємстві. Що буде з країною – їх, як правило, не дуже хвилює. На нашу думку, в кожному з цих груп входять представники економічних еліт, які відповідно проявляють різні форми соціально-політичної активності, залежно від пріоритетів.

Недовіра державі настільки глибока, що будь-яка державна політика викликає у підприємців скептицизм і бажання її опонувати. Корупція і мафія, висока інфляція багато в чому пояснюють глибокий песимізм навіть найбільш вдалих бізнесменів, їхню орієнтацію не стільки на розвиток, скільки на власне вживання і, як наслідок, на політичну активність.

Сьогодні не має сенсу говорити про наявність єдиних політичних інтересів підприємців. У середовищі підприємництва формуються групи, які відрізняються за своїми політичними орієнтирами, ступенем взаємодії з політичними інституціями, формами і методами політичного тиску. Можна виокремити три таких групи [9, с.96].

1) Представники так званого директорського корпусу великих державних підприємств. За рівнем можливостей впливу на виконавчу владу ця група перебуває в особливому, привілейованому становищі, що дає їй змогу досить легко вирішувати відповідні проблеми. Вони зацікавлені у збереженні бюрократичної державної влади, економічного монополізму, «помірному» реформуванні економіки і наявності системи державної регуляції «зверху».

2) Ті, хто протягом останніх років зумів накопичити або сконцентрувати великі капітали у сфері торгівельно-посередницьких операцій і біржової «гри». Це група є економічно мобільною і здатна скласти серйозну конкуренцію першій групі. Вона не так тісно пов'язана з панівною політичною елітою (як перша), проте

володіє набагато більшими фінансовими можливостями для того, аби впливати на виконавчу і законодавчу владу і, як наслідок, постійно накопичує значний політичний потенціал.

3) Представники малого і середнього бізнесу. Сукупність несприятливих економічних чинників (відсутність можливості нарощувати свої капітали, труднощі з обладнанням і кредитами, незацікавленість держави допомогти чи підтримати їх) змушує цю групу підприємців шукати власне місце на політичній сцені, енергійніше ставати на шлях політичної самоорганізації.

Після президентських виборів 2004 року суттєво змінились позиції і розстановка бізнес-груп, статус різних олігархічних «формувань», ступінь гарантії їхньої власності з боку держави. Такі обставини спонукали економічну еліту активізувати свою діяльність у політичному полі. Практично всі представники економічної еліти взяли участь у субсидуванні парламентської виборчої кампанії 2006 року, надаючи фінансову підтримку певним політичним партіям. Пропорційна система цих виборів привела до того, що володарі великого капіталу втратили можливість безпосередньо висуватися в депутати. Між великим капіталом і виборцем постали політичні партії. І ті олігархи (потужні бізнесмени), які своєчасно не подбали про створення власних партій, тепер були змушені йти на пряму співпрацю з уже діючими партіями [15, с.29-30].

Вивчаючи зміст політичної активності підприємців, особливу увагу (на нашу думку) слід приділити двом конфліктам, які розв'язуються за допомогою політичних засобів. По-перше, йдеться про конфлікт між виконавчою владою і підприємцями у питанні здійснення економічних перетворень у державному секторі (приватизація, конверсія, акціонування), а також у реалізації жорстких антиінформаційних і антикризових заходів. Важливо оцінити, наскільки серйозно і глибоко зачіпає даний конфлікт інтереси підприємців і яких дій можна чекати від них у подальшому. По-друге, зростають протиріччя всередині самого підприємницького прошарку, а також між національним та іноземним капіталом. Йдеться про прагнення одних зрівняти, а інших – зберегти стартові умови, які існують з початку економічних перетворень. Тому важливо дослідити причини цього конфлікту, ступінь його глибини і можливості досягнення консенсусу в рамках підприємницького прошарку політичними методами.

Сучасний етап розвитку суспільства характеризується складною взаємодією неоднорідних економічних структур з політико-адміністративною бюрократією. Все більш очевидною стає роль економічно домінуючих груп у виробленні політичного курсу і формуванні політичного істеблішменту, який виступає як об'єкт суперництва конкуруючих економічних кланів [5].

Висновки. Економічна еліта, яка сформувалась в сучасній Україні стала макрогрупою, яка суттєво впливає на розвиток економічних та політичних процесів. Реалізуючи свої інтереси, економічна еліта прямо чи опосередковано впливає на зміст і характер рішень, які приймає політична еліта. Дехто з бізнес-груп активно діє на політичній арені, але більшість намагається поєднувати свою діяльність у сфері політики, урядових структур, економіки тощо. Економічна еліта виступає найбільш відчутною групою тиску на владу, використовуючи для цього як безпосередні контакти з політиками, так і підконтрольні собі ЗМІ і гроші, направлені на фінансування партій і виборчих компаній.

Функціонування економічної еліти в існуючій системі соціальних відносин утруднено вкоріненою культурно-історичною специфікою; становлення цієї елітної групи продовжується, й її вирізняє значна внутрішньогрупова диверсифікація ціннісних орієнтацій та установок. Перманентний розкол усередині української економічної еліти веде до формування в ній різних груп, які відстоюють різні варіанти соціальних змін.

Проблеми якісної трансформації української економічної еліти – надзвичайно актуальне питання суспільного життя України – поки що лишається поза увагою як держави і суспільства загалом, так і науково-експертних та дослідницьких кіл зокрема. Мало вивченою залишається і мотиваційна сфера великого бізнесу, сутнісні аспекти його політичної участі. Тому зосередження суспільної уваги та концентрація відповідних зусиль на вирішенні зазначеного питання набуває невідкладного характеру і стратегічного значення.

Отже, важливим є прогнозування пріоритетних напрямів політичної активності з боку різних груп підприємців у короткотривалій перспективі, а також вироблення рекомендацій, спрямованих на піднесення ефективності зворотного впливу державних структур на бізнес. Такий вплив є необхідним для консолідації соціальної бази і знаходження розумних політичних компромісів, які забезпечують поступальний хід реформаторських процесів.

Список використаної літератури:

1. Атаманюк З. М. Соціально-філософські концепції української національної еліти: автореферат дисертації канд. філос. наук : спец. 09.00.03 «Соціальна філософія та філософія історії» / З. М. Атаманюк; Південноукраїнський держ. педагогічний ун-т ім. К.Д.Ушинського. – Одеса, 2003. – 19 с.
2. Головатий М. Політична еліта сучасної України: регіональний і національний контекст / М. Головатий // Політичний менеджмент. – 2006. – Спеціальний випуск. – С. 42–48.
3. Кислова О. Н. Стратегии формирования элиты / О. Н. Кислова, Н. М. Лисица, О. В. Скоринина // Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право) : наук. журнал. – 2004. – Вип. 1-2. – С. 569–577.
4. Крюков О. Демократизація суспільства та розвиток еліти // О.Крюков // Вісник НАДУ. – 2004. – № 4. – С. 470–475.

5. Крюков О. Політико-управлінська еліта України: особливості становлення та розвитку в умовах суспільної трансформації [Текст] : автореф. дис... д-ра наук з держ. упр.: 25.00.01 / Крюков О.; Національна академія держ. управління при Президенті України. - К., 2007. - 35 с.
6. Крюков О. Проблеми рекрутування, репродукції та циркуляції еліт / О. Крюков // Зб. наук. пр. НАДУ. – 2004. – Вип. 2. – С. 208–213.
7. Куценко О. Структурування інтересів економіко-політичних еліт у процесі ринкових перетворень в Україні./ О. Куценко // Політичний менеджмент – 2005. – № 1. – С. 78–89.
8. Пилипенко В. Владна еліта у контексті суспільного розвитку / В. Пилипенко, Ю.Привалов, В. Ніколаєвський. – К.: Фоліант, 2008. – 158 с.
9. Пилипенко В. Людина в ринковому суспільстві: орієнтації, поведінка, культура / В. Пилипенко. – Стилос, 2005. – 224 с.
10. Понеделков А. Элита (политико-административная элита: проблемы методологии, социологии, культуры) / А. Понеделков. – Ростов н/Д : СКНЦ ВШ, 1995. – 340 с.
11. Скориніна-Погребна О. В. Соціальна ідентифікація економічної еліти: етапи становлення / О. В. Скориніна-Погребна // Наукові праці [Чорноморського державного університету імені Петра Могили]. Сер. : Соціологія. - 2008. - Т. 103, Вип. 90. - С. 35-37
12. Сучасна управлінська еліта в Україні: якісні характеристики, шляхи та методи підготовки : монографія / [М. І. Пірен, В. А. Шахов, В. А. Ребкало, В. В. Тертичка та ін.]; за ред. М. І. Пірен, В. А. Ребкала. – К. : Вид-во НАДУ, 2003. – 180 с.
13. Тышкевич И. Местные выборы как часть игры по смене власти в Украине. - [Электронный ресурс] // Хвиля - Режим доступа: <http://hvylya.net/analytics/politics/mestnyie-vyiboryi-kak-chast-igryi-po-smene-vlasti-v-ukraine.html>
14. Шевчук О.А. Формування сучасного економічного істеблїшменту. / О.А. Шевчук // Вісник Хмельницького національного університету. – 2012. – № 1. – С. 231–233.
15. Шульга М. Етапи становлення політичної еліти в Україні в роки незалежності / М. Шульга // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2006. - №4. – с. 27-29.
16. Шульга М. О. Особливості процесу зміни правлячих еліт у період системної трансформації суспільства / М. О. Шульга // Українське суспільство на порозі третього тисячоліття. – К. : Ін-т соціол. НАН України, 1999. – С. 322–355.

References.

1. Atamaniuk Z. M. (2003), “Socially-philosophical conceptions of the Ukrainian national elite” Ph.D. Thesis, Philosophy, Southukrainian state pedagogical university of the name of K.D. Ushinskiy. – Odessa, Ukraine.
2. Holovatyi M. (2006). “Political elite of modern Ukraine: regional and national context”, *Politychnyi menedzhment*, Spetsialnyi vypusk, pp. 42–48.
3. Kyslova O. N., Lysytsia N. M. and Skorynina O. V. (2004), “Strategics of forming of elite”, *Stratehiia rozvytku Ukrainy (ekonomika, cotsiologhiia, pravo) : nauk. zhurnal*. No. 1-2, pp. 569–577.
4. Kriukov O. (2004), “Democratization of society and development of elite”, *Visnyk NADU*. Vol. 4, pp. 470–475.
5. Kriukov O. (2007), “Politiko-administrative elite of Ukraine: features of becoming and development are in the conditions of public transformation”, Ph.D. Thesis, State administration, A national academy of state administration is at President of Ukraine, Kyiv, Ukraine.
6. Kriukov O. (2004), “ Problems of recruiting, reproduction and circulation of elites”, *Zbyrnyk naukovykh prac NADU*, no. 2, pp. 208–213.
7. Kutsenko O. (2005), “Structurization of interests ekonomiko political elites in the process of market transformations to Ukraine”, *Politychnyi menedzhment*, vol. 1, pp. 78–89.
8. Pylypenko V., Pryvalov Yu. and Nikolaievskiy V. (2008), *Vladna elita u konteksti suspilnoho rozvytku* [An imperious elite is in the context of community development], Foliant, Kyiv, Ukraine.
9. Pylypenko V. (2005), *Ludyna v rynkovomu suspilstvi: oriientsii, povedinka, kultura* [Man in market society: orientation, behavior, culture], Stylos, Kyiv, Ukraine.
10. Ponedelkov A. (1995), *Elyta (polytyko-adminystratyvnaia elyta: problemy metodolohy, sotsyolohyy, kultury)* [Elite (politiko-administrativnaya elite: problems are methodologies, sociology, culture)], SKNTs VSh, Rostov na Donu, Russia.
11. Skorynina-Pohrebna O. V. (2008), “Social authentication of economic elite: becoming stages”, *Naukovi pratsi Chornomorckoho derzhavnoho univercytetu imeni Petra Mohyly, Sotsiologhiia*, vol. 103, no. 90. pp. 35-37
12. Piren M. I., Shakhov V. A., Rebkalo V. A., Tertychka V. V. and other, (2003), *Suchasna upravlinska elita v Ukraini: yakisni kharakterystyky, shliakhy ta metody pidhotovky* [Modern administrative elite in Ukraine: high-quality descriptions, ways and methods of preparation], Vydavnicтво NADU, Kyiv, Ukraine.
13. Khvyliya (2015), Tyshkevych Y., “Local elections as part of game on changing of power is in Ukraine”, available at: <http://hvylya.net/analytics/politics/mestnyie-vyiboryi-kak-chast-igryi-po-smene-vlasti-v-ukraine.html> (Accessed 24 October 2015).

14. Shevchuk O.A. (2012), "Forming of modern economic establishment", *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho univertytetu*, vol 1, pp. 231–233.
15. Shulha M. (2006), "The stages of becoming of political elite are in Ukraine in the years of to independence", *Sotsiologhiia: teoriia, metody, marketynh*. Vol. 4, pp. 27-29.
16. Shulha M. O. (1999), *Osoblyvosti protsesu zminy pravliachykh elit v period systemnoi transformatsii suspilstva* [Features of process of change of rulings elites are in a period system transformation of society] Instytut sotsiologii NAN Ukrainy, Kyiv, Ukraine.

Стаття надійшла до редакції 17.11.2015 р.