

НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ М. П. ДРАГОМАНОВА

КАСЬЯНОВ ДМИТРО ВОЛОДИМИРОВИЧ

УДК 32 [008+316.75] (043.3)

**ФОРМУВАННЯ ІДЕОЛОГІЇ ТА КУЛЬТУРИ УКРАЇНСЬКОГО
ПІДПРИЄМЦЯ В ПЕРІОД УТВЕРДЖЕННЯ РИНКОВИХ ВІДНОСИН**

09.00.03 – соціальна філософія та філософія історії

Автореферат
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата філософських наук

Київ – 2010

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана на кафедрі соціальної філософії та філософії освіти Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова, Міністерство освіти і науки України.

Науковий керівник – доктор філософських наук, доцент
Вашкевич Віктор Миколайович,
Національний педагогічний університет
імені М.П. Драгоманова, професор кафедри
управління та євроінтеграції.

Офіційні опоненти: доктор філософських наук, доцент
Герасимова Ельвіра Миколаївна,
Чернігівський державний інститут економіки і
управління, професор кафедри гуманітарних
дисциплін;

кандидат філософських наук,
старший науковий співробітник
Самчук Зореслав Федорович,
Інститут вищої освіти АПН України,
провідний науковий співробітник
відділу соціальних проблем та
виховання студентської молоді.

Захист відбудеться «04» березня 2010 року о 14.00 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 26.053.16 Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова за адресою: 01601, м. Київ, вул. Пирогова, 9.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова за адресою: 01601, м. Київ, вул. Пирогова, 9.

Автореферат розісланий «1» лютого 2010 року.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради

Н.В. Крохмаль

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність дослідження процесу формування ідеології і культури українського підприємця обумовлено потребами глибокого і всебічного осмислення тих радикальних змін, котрі виникли в суспільстві в результаті проголошення незалежності, орієнтації на ринкові і демократичні перетворення, а головне – формування реального власника – людини-підприємця, діяльністю якого створюється основа національного добробуту і який сьогодні активно рухається сходами політичної влади як в органах місцевого самоврядування, так і на найвищих щаблях державної політичної влади. Оволодівши бізнесом й поєднавши його з політикою, підприємець нині активно входить в системний простір культури, утверджує в суспільстві нові «правила гри» – норми і принципи поведінки, взаємовідносин і діяльності, своєрідну суспільну ідеологію і мораль, якою поступово але невідворотно переймається все більша частина населення країни. Які ж ці «ідеологія» і мораль, яку культуру несуть з собою провідники ринкових відносин, яким чином позначається все це на житті всього суспільного організму і кожної конкретної особистості? Необхідністю пошуку відповіді на ці та низку інших запитань якраз і обумовлюється актуальність нашого дослідження, його теоретичне і практичне значення.

Поняття «підприємець» у науковий обіг ввів відомий французький економіст Р.Кантільон. На думку вченого, головною характеристикою підприємця є уміння ризикувати, приймати самостійне рішення, передбачати майбутнє, а також поєднувати прагнення до привласнення доходу і можливі втрати. В системі ринкових відносин підприємець є основним господарюючим суб'єктом. В ньому історично сформувались риси, які забезпечують його ефективне функціонування не тільки в системі матеріального виробництва, але й у інших сферах суспільної життєдіяльності.

В марксистській доктрині, підприємці характеризувались не інакше, як клас експлуататорів, який живе за рахунок продуктивної діяльності робітників та селян. Цей клас, за думкою марксистів, уособив в собі найгірші якості людської природи – зажерливість, підступність, хабарництво, а головне – прагнення до прибутку будь-якою ціною. Революційна ліквідація приватної власності, вважали марксисти, унеможливить його існування як класу, а разом з ним викоринить з суспільства означені негативні норми й типи поведінки. Подібна характеристика є надто приблизною. Не виправдала себе й марксистська теорія ліквідації приватної власності. Країни і народи, які в свій час зробили подібний вибір, зрештою зайшли в глухий кут свого історичного розвитку й змушені були повертатись до цивілізаційних форм суспільної життєдіяльності, опорними поняттями яких є «приватна власність», конкурентоздатність, ринок і прибуток, і звичайно ж підприємець – головний суб'єкт всіх радикальних інновацій сучасної епохи.

Ступінь наукового опрацювання проблеми. Більшість науковців, які досліджували проблему підприємців та підприємництва, наділяли підприємця іншими, ніж в марксизмі характеристиками. Такі відомі і впливові науковці як Ф.Хаєк, Р.Коуз та інші вважають підприємця активним перетворювачем природи і будівничим культурних форм людської соціальності. За їх переконанням, це люди, які володіють вмінням адекватно реагувати на зміни економічної кон'юнктури, здатні до самостійності у виборі та прийнятті управлінських рішень. Ж.-Б.Сей, Дж.С.Мілль вважали підприємця передусім організатором виробництва і не обов'язково власником. Дж.Тюнєн, Ф.Кене, Є.Тюрго, а також А.Сміт і Д.Рікардо розглядали підприємця лише як власника капіталу, а представники історичної школи (В.Рошер і Б.Гільдебрант) – як особу, що управляє капіталом і зайнята продуктивною працею. А такі відомі економісти, як Ф.Візер, Л.Вальрас і К.Менгер, А.Маршалл та Ф.Хаєк переважно ототожнювали підприємця з менеджером.

Досить ґрунтовно проблему підприємництва, його ідеологію, культуру і мораль досліджували німецький філософ і культуролог М.Вебер, австрійський економіст П.Шумпетер, американський теоретик менеджменту П.Дракер та німецький економіст В.Зомбарт. Основними рисами підприємця, на думку останнього, є вміння організувати справу, виконувати угоди, бути відповідальним за свої рішення. До речі, П.Шумпетер і П.Дракер основну характеристику підприємця вбачали в новаторстві, вмінні вийти на оригінальні повороти розвитку суспільного виробництва. За П.Дракером найважливішими рисами сучасного підприємця є пошук можливостей та ініціативність, готовність до ризику, відповідальність і здатність жертвувати в інтересах справи, орієнтація на ефективність та якість, цілеспрямованість, прагнення до якнайбільш повної інформованості тощо.

Серед вітчизняних дослідників, які тією чи іншою мірою торкалися цієї проблематики, слід назвати, насамперед таких вчених як В.Андрущенко, В.Базилевич, О.Власюк, С.Вовканич, А.Гальчинський, А.Геець, А.Кредисов, А.Кінах, М.Михальченко, Ю.Пахомов, В.Пилипенко, І.Прокопенко, В.Семиноженко, А.Чухно, І.Шевель та ін.

Разом з тим, не зважаючи на досить помітний пласт наукової продукції за цією проблематикою, її не можна вважати остаточно визначеною і вичерпаною. Існує низка проблем, що потребують відповідального наукового освоєння. До них, зокрема, відносяться теоретико-методологічні засади дослідження проблеми формування ідеології та культури сучасного підприємця; особливості становлення підприємництва в Україні та формування духовних орієнтацій підприємця (негативний вплив залишкової (соціалістичної) свідомості); залежність бізнесу від політики і взаємний зв'язок розвитку підприємництва з процесом партійного будівництва; участь підприємця у справах влади; соціодинаміка ідеологічних та культурних пріоритетів сучасного українського підприємця; роль освіти у формуванні ідеології та культури сучасного

підприємця. Зважаючи на актуальність та не достатню вивченість проблеми, автором зроблено вибір визначеної тематики як предмету самостійного теоретичного аналізу.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Загальний напрям дисертаційної роботи пов'язаний з темою дослідження кафедри соціальної філософії та філософії освіти Національного педагогічного університету імені М.П.Драгоманова «Філософські засади єдності гуманітарних, природничих і технічних завдань в освіті сучасного вчителя» (затверджено наказом Міністерства освіти і науки України № 732 від 27 жовтня 2006 р. та рішенням Вченої ради Національного педагогічного університету імені М.П.Драгоманова від 22 грудня 2006 р., протокол № 5). Тема дисертації затверджена Вченою радою національного педагогічного університету імені М.П.Драгоманова (протокол № 9 від 27 березня 2008 року).

Мета дослідження полягає у вивченні процесу формування ідеології та культури українського підприємця в період утвердження ринкових відносин.

Досягнення поставленої мети потребує вирішення наступних **дослідницьких завдань**:

- аналіз витоків проблеми формування ідеології та культури підприємця;
- визначення особливостей формування духовних орієнтацій вітчизняних підприємців в контексті становлення ринкових відносин;
- аналіз формування морально-етичних засад сучасного вітчизняного підприємця у дискурсі сучасної теорії управління;
- вивчення соціодинаміки ідеологічних та культурних пріоритетів сучасного українського підприємця;
- виявлення місця і ролі освіти у формуванні ідеології і культури сучасного підприємця.

Об'єктом дослідження є духовний світ сучасного підприємця.

Предметом дослідження є процес формування ідеології і культури вітчизняного підприємця в період утвердження ринкових відносин.

Методи дослідження. Теоретико-методологічна основа дослідження визначається системним, міждисциплінарним і діяльнісним підходами щодо пояснення соціокультурних явищ, а також працями відомих зарубіжних і вітчизняних філософів, психологів, культурологів, соціологів, які висвітлюють різноманітні аспекти проблеми формування ідеології і культури. Методологічним підґрунтям для розкриття цієї теоретичної проблеми є загальнонаукові методи (діалектика, аналіз та синтез, конкретизація, абстрагування, узагальнення, індукція та дедукція тощо). Дослідження ґрунтується на принципах всезагального зв'язку, розвитку, об'єктивності, причинності, історизму, світоглядного та методологічного плюралізму тощо.

Наукова новизна полягає у виявленні особливостей процесу формування ідеології та культури українського підприємця в період формування ринкових відносин.

В дисертації сформульовані положення, що конкретизують наукову новизну дослідження і виносяться на захист:

- доведено, що підприємництво як особливий прошарок населення в Україні сформувався й заявив про себе власною ідеологією і культурою з кінця ХХ – початку ХХІ століття і характеризується власним самоорганізаційним потенціалом, що складається з потреб підприємця в самореалізації і досягненні соціального успіху і з його здібностей (комплексно втілених у підприємливості) – і відповідної їм потреби пересічних громадян у споживанні;

- подано комплексну характеристику вітчизняного підприємця, що сформувався за перші роки незалежного розвитку України, коли в державі домінував рекет, відверті пограбування та побої, силовий тиск на підприємця, що визначали «ідеологію» і «культуру» підприємницької діяльності, засновану на лукавстві, приховуванні дійсних характеристик товару чи послуг, недотриманні попередніх домовленостей, затримки у виплаті кредитів та займів, а головним ідеологічним пріоритетом якого було гасло «обдури і зникни»;

- доведено, що в ході становлення ринкових відносин в Україні сформувався підприємець нового типу – виробничник-власник, який має свою власну субкультуру, ідеологічні переконання, тип поведінки; перебіг років знаменує не тільки зростання підприємництва як особливого прошарку населення, але й зміну його пріоритетів, насамперед, ідеологічних і культурних;

- встановлено, що для більшості вітчизняних підприємців першим і головним ідеологічним пріоритетом є прибуток, а еволюція духовних пріоритетів підприємця здійснюється своєрідними сходами, вершинами яких є такі гуманістичні цінності, як працелюбство, справедливість, людяність, меценатство, добро;

- визначено, що сучасна українська держава і громадянське суспільство зацікавлені у формуванні гуманного світогляду і культури у підприємця, оскільки середній клас є джерелом формування владної вертикалі будь-якої сучасної держави і рушієм процесу розбудови громадянського суспільства у горизонтальному вимірі;

- обґрунтовано, що найбільш продуктивно ідеологія і культура підприємця формується на ранніх та середніх стадіях соціалізації особистості, тобто засобами освіти, мистецтва і культури; при цьому професійна освіта та виховні практики формують не лише економічну культуру підприємця, але корегують його духовний світ взагалі, викристалізують його ідеологічні і культурні пріоритети – патріотизм, працелюбство, відповідальність, організованість тощо.

Теоретичне і практичне значення дисертаційного дослідження полягає в тому, що в ньому здійснено системний аналіз формування ідеології і культури сучасного підприємця в Україні під впливом ринкових відносин. Фактичний матеріал, узагальнення та висновки, зроблені автором, можуть використовуватися при підготовці наукових праць, навчальних посібників, розробці лекцій і семінарів, при написанні видань економічного, філософського, психологічного, соціологічного, культурологічного характеру тощо. Висновки, зроблені автором, можуть стати джерелом для подальшої дослідницької роботи над проблемою соціокультурної динаміки підприємництва у трансформаційному суспільстві, використовуватись у конкретній виховній роботі.

Апробація результатів дослідження. Основні положення та висновки дисертаційного дослідження доповідались та обговорювались на засіданні кафедри соціальної філософії та філософії освіти Національного педагогічного університету імені М.П.Драгоманова, а також на ряді міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференціях та семінарах, а саме: Міжнародному науково-практичному семінарі «Інноваційна освіта для XXI століття» (м. Київ, 2007); Міжнародній науково-практичній конференції «Соціально-економічні фактори розвитку України в умовах глобалізації» (м. Київ, 2008); Міжнародній науково-практичній конференції «Экономико-правовые аспекты и социальные приоритеты в тенденциях развития системы образования Украины в условиях интеграции в мировую образовательную систему» (м. Харків, 2008); Всеукраїнській науково-методичній конференції «Безперервна освіта в Україні: реалії і перспективи» (м. Івано-Франківськ, 2008); III Міжнародній науково-практичній конференції «Сучасні проблеми інноваційного розвитку держави» (м. Дніпропетровськ, 2008); Міжнародній науковій конференції «Четверті юридичні читання. Духовна культура молоді в стратегії державотворчих процесів» (м. Київ, 2008).

Публікації. За матеріалами дослідження опубліковано 3 праці в наукових часописах, визначених ВАК України як фахові з філософії.

Структура дисертації. Відповідно до мети та завдань дослідження робота складається із вступу, чотирьох розділів, висновків та списку використаних джерел (202 позицій). Загальний обсяг дисертації – 175 сторінок, із них основна частина дисертації – 156 сторінок.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У **Вступі** обґрунтовано актуальність теми, сформульовано мету, завдання, об'єкт, предмет дисертаційного дослідження, а також визначено наукову новизну, теоретичне та практичне значення одержаних результатів, ступінь їхньої апробації.

У першому розділі – «**Теоретико-методологічні засади дослідження проблеми формування ідеології та культури сучасного підприємця**» – здійснено аналіз теоретико-методологічних засад визначення основних і опорних понять, зокрема, таких, як «підприємництво», «підприємницька культура», «підприємець», «підприємницька діяльність».

Поняття «підприємець» запровадив у науковий обіг французький економіст Р.Кантінгтон. Головними якостями підприємця він вважав уміння ризикувати, передбачати майбутнє, поєднувати (й узгоджувати) можливі витрати й доходи. Далі це поняття поглиблювали такі дослідники, як Дж.Тюнен, Ф.Кене, Є.Тюрбо, а також А.Сміт і Д.Рікардо, представники історичної школи В.Рошер та Б.Гільдебрант. Останні вважали підприємця особою, що управляє капіталом та зайнята продуктивною працею. Ж.-Б.Сей та Дж.Міль вважали підприємця передусім організатором виробництва (й не обов'язково власником), а в роботах Ф.Візера, Л.Вальраса, А.Маршалла та Ф.Хайєка підприємець розглядається як менеджер, який здатен до прийняття самостійного рішення в контексті зміни економічної ситуації.

Виходячи з цього, а також з узагальненого розуміння підприємця М.Вебером, В.Зомбартом, Й.Шумпетером та П.Дракером, підприємець визначається як суб'єкт, який здійснює підприємницьку діяльність (підприємництво) й завдяки наявності певної сукупності рис (вміння ризикувати, організовувати виробництво, новаторству, відповідальності, здатності поступатись власними інтересами заради справи тощо) отримує підприємницький дохід, мінімум – нормальний прибуток. Хоча подібні риси були притаманні певною мірою суб'єкту господарювання в період соціалістичної історії України, дійсний підприємець формується в період становлення та розвитку ринкових відносин. Його характеристики (якості) відлунюють весь спектр їх суперечливого утвердження. Поряд з такими позитивними рисами як економічна інтуїція, раціонально визначений ризик, впевненість у власному лідерстві тощо, досить помітними є негативні якості сучасних підприємців, такі, зокрема, як безвідповідальність за якість товарів та послуг, ухилення від сплати податків, встановлення завищених цін на товари та послуги, створення фіктивних підприємств, виготовлення товарів та надання послуг, шкідливих здоров'ю населення та екології, розкрадання державної власності тощо. Позитивні морально-етичні якості сучасних підприємців все ще не утвердились як норма й регулятив їх свідомої економічної діяльності. Формування нового покоління підприємців постає як завдання розвитку виробництва, громадянського суспільства, а в більш широкому вимірі утвердження державності й високої української культури.

Основою, суб'єктом підприємницької діяльності є людина, що зі своєї ініціативи шукає й реалізує нові можливості для виробництва нових товарів і послуг і діє самостійно на свій страх і ризик. Методологічна база для розвитку підприємництва повинна враховувати тимчасові й регіональні особливості

середовища, у якій воно розвивається, і давати рекомендації, що забезпечують найкращі можливості розвитку й використання підприємницького потенціалу особистості. Форми використання підприємницького потенціалу можуть бути різноманітними: індивідуальне підприємництво, партнерське й у рамках підприємств. Важливо тільки те, щоб вони надали умови для творчості індивідуума, носія й реалізатора підприємницької ідеї. Сукупність всіх існуючих в суспільстві осіб, що займаються підприємницькою діяльністю, утворюють одну з великих соціальних груп: підприємницьку верству. Поняття «підприємець» й «бізнесмен» можна розглядати як тотожні (до речі, нам не потрібно використовувати слово «бізнесмен», тому що існує цілком відповідна йому назва в українській мові).

Поняття «культура підприємництва» має історичні корені. Тією чи іншою мірою цього явища торкалися різні дослідники останніх кількох сторіч. Це поняття у сучасному вигляді сформувався лише у другій половині ХХ століття, і, звісно, прослідкувати зародження його в ХVIII-ХІХ століттях дуже важко, але можливо, аналізуючи вчення видатних економістів, які досліджували концепцію духовного розвитку «економічної людини».

Підприємницька культура – це ціннісні орієнтації, змісти й норми, що забезпечують мотивацію й регуляцію господарської (виробничої, підприємницької, фінансової, комерційної й т.д.) діяльності, що визначають форму їхнього здійснення, а разом з тим й їхнє сприйняття суспільством. Питання про підприємницьку культуру – це питання про те, що, крім чисто прагматичних цілей, рухає економічною діяльністю людини, які життєві установки її регулюють, яке її нормативно-ціннісне обґрунтування.

Другий розділ – **«Особливості становлення підприємництва в Україні та формування духовних орієнтацій підприємця»** – присвячено аналізу витоків підприємництва в Україні. Формування основ сучасного підприємництва в країні пов'язане з давніми і глибокими традиціями українського народу. «Дух підприємництва» був внутрішнім породженням українського менталітету, і знайшов своє відображення ще в матеріалах староруських збірників і уставів. При цьому необхідно відмітити яскраву самотність формування національних ринкових структур, яка полягала в тому, що товарно-грошові відносини в Україні виникали і розвивалися на основі традиційних цінностей православної культури. Моральні цінності православ'я були реальною основою господарювання, державності, духовності. Російська держава, її імперські інститути цілковито панували на господарських теренах України, пригнічуючи суспільну самодіяльність, гальмуючи формування національної культури. Тому серед основної маси українського населення, як і загалом в Росії, погано прививалися ідея приватної власності, цінності зростання і накопичення, правової норми господарювання, елементи самоуправління і громадського суспільства. Соціально-економічний розвиток України по шляху капіталізації господарства відбувався в руслі російської

імперської моделі, для якої характерним було: вибіркоче запозичення технологічних, головним чином військово-промислових досягнень більш розвинених країн в обмін на вивезення сировини; одночасне посилення експлуатації власного народу добуржуазними, архаїчними методами; зростаюча централізація і бюрократизація управління. В таких умовах розвиток підприємництва в Україні міг здійснюватися вибірково і глибоко суперечливо. Проведені царським урядом в 60-70-х роках ХІХ століття буржуазні реформи дещо розширили горизонт розвитку капіталістичних відносин в економічному і соціально-політичному житті України, устрій якої став пристосовуватися до вимог капіталізму, який все більше проникав у всі сфери життя суспільства. Жорсткого удару по підприємництву завдав жовтневий переворот 1917 року, особливо практика «експропріації експропріаторів». Практично весь «соціалістичний період» став періодом його «тіньового існування». Домінантними серед духовних орієнтацій тонкого прошарку підприємців стали скритність, звичка приховувати прибутки й уникати податків, «тіньового існування» як в економічному, так і в соціокультурному плані.

Духовні орієнтації підприємництва виробляють нову етику, основні її правила в умовах ринкових відносин полягають у наступному: 1) підприємці повинні публікувати свої статутні документи, адресу, назву підприємства, торговельну марку (фірмовий, торговельний знак); 2) ринкові зв'язки повинні базуватися на довірі між партнерами, їхній добропорядності, підвищеній вимогливості до себе й почутті обов'язку, умінні тримати дане слово; 3) для підприємців не прийнятні такі поняття, як відсутність економічної культури, ненадійність домовленостей, порушення зобов'язань, егоїзм (у тому числі груповий), безвідповідальність, шахрайство тощо. Підприємцеві важко набутти гарну репутацію – для цього, як правило, потрібні роки. Втратити ж її можна миттєво.

В суспільствах трансформаційного типу, в тому числі і в Україні, слід поділили всіх підприємців на дві нерівні групи. До першої відноситься поки що нечисленна група «позитивних підприємців», тобто позитивно мотивованих, які добровільно вибрали власну долю. Ці підприємці дочекалися вдалого моменту і вже не можуть займатися нічим іншим. Друга група класифікується як «підприємці мимоволі». Її складають ті, кого ще недавно називали представниками «тіньової економіки».

Таким чином, щодо особливостей становлення підприємництва в Україні і формування духовних орієнтацій підприємця слід зауважити наступне: 1) генезис підприємництва в умовах 1990-х рр. в Україні відбувався на тлі системної кризи всього соціуму, ліберальних реформ, які заклали підґрунтя для швидкого накопичення первинного капіталу, по-перше, шляхом роздержавлення майна (приватизація) колишньою пострадянською елітою і бюрократією за рахунок зубожіння більшості пострадянського населення і по друге – шляхом кримінальної, полукримінальної і тіньової діяльності, що

породило не тільки певну кримінальну субкультуру в суспільстві, але й певні ціннісні орієнтації суб'єктів підприємництва. Жадобу наживи, зневажливе відношення до моральних принципів можна назвати головними характеристиками типу *homo economicus*, до якого належить більшість підприємців; 2) з кінця 1990-х – початку 2000-х рр. відбувається процес становлення елітної економіки, в умовах якої діють регіональні фінансово-політичні клани і олігархічні структури. Цей процес призводить, по перше, до скорочення ареалу дії доброякісної конкуренції, тобто до деформування конкурентного середовища, до розорення і скорочення кількості дрібних і середніх підприємців, а по-друге – до остаточного оформлення монополістичних тенденцій в сучасному українському суспільстві.

У третьому розділі – **«Процес формування морально-етичних засад сучасного українського підприємця як об'єкт управління»** – проаналізовано можливості та напрями суспільного впливу на процес морального вдосконалення підприємців. Зазначається, що формування морально-етичних засад підприємництва починається не з перших кроків у бізнесі, а в ранньому дитинстві, коли індивід починає з необхідністю стиснутий до меж індивідуального буття шлях освоєння духовно-моральної культури людства. Причому, цей шлях може бути істотно скорочений завдяки тим заходам, які суспільство застосовує для цілеспрямованого формування особистості, її виховання і освіти. В даному випадку мова йде про передачу культурних і моральних традицій, цінностей, тобто про весь позитивний досвід, накопичений людством.

Успішному формуванню морально-етичних засад підприємництва сприяє існуючий соціальний механізм впливу на індивіда. Морально-етичні якості підприємців формуються, насамперед, в процесі функціонування системи виховання і навчання, які спрямовані на перетворення етичних знань в моральні переконання. Причому саме виховання необхідно розглядати в нерозривній єдності з перетворюючою діяльністю, а отже не тільки з наявними об'єктивними умовами, але й із зміною цих умов. Інакше кажучи, виховання морально-етичних засад підприємництва покликане передати соціальний досвід попередніх поколінь, ввести підприємця в існуючі суспільні відносини. Разом з тим, воно спрямоване в майбутнє, на постійний розвиток і вдосконалення, зміну умов як власного життя, так і життя інших людей. Таким чином, наявні об'єктивні і суб'єктивні фактори виступають в ролі засобів виховання морально-етичних основ підприємництва, включаються в систему виховання в міру того, як вони можуть бути використані для вирішення виховних завдань.

Моральне виховання особистості підприємця розпочинається в сім'ї. Від своїх батьків, братів та сестер дитина одержує первинну інформацію про світ, про норми взаємовідносин з іншими людьми. Тому підприємець ще з отчого порога і до кінця своїх днів несе закладені в сім'ї знання, навички, звички, характер, емоційну культуру. Незважаючи на те, що поряд з ним з перших років

життя стоять і інші люди, потенційний заряд морально-етичних якостей, одержаних в сім'ї, впливатиме на нього усе подальше життя. Батьки, як правило, уособлюють в собі ті морально-етичні якості, які розвиваються в майбутньому у їхньої дитини. Їх справу продовжують суспільні інститути – загальноосвітня школа та професійні заклади освіти.

Відзначається, що в умовах становлення ринкової економіки в Україні сьогодні домінуючим є шлях стихійного формування морально-етичних основ підприємницької діяльності. Про це свідчить відсутність наперед продуманого, організованого характеру кроків самої держави шляхом реформ, чітко сформульованих цілей і завдань розгортання підприємництва в країні. Крім того переважають стихійні початки в процесі формування морально-етичних засад підприємництва зумовлено «залежністю» від самих об'єктів підприємницької діяльності, їх здібностей, рівня розвитку активності тощо. Недостатня розвиненість початків підприємництва в суспільстві загалом «штовхає» його на шлях стихійного розвитку. Отже, й морально-етичні основи такого суспільства формуються шляхом спроб і помилок, проявляючись в конкретних актах діяльності суб'єктів підприємництва.

Перехід суспільства до економіки, існування якої визначає взаємодія різноманітних форм власності, виробляє уявлення про людину, протилежне тому образу «моральної доброчинності», який був вироблений в попередньому суспільстві. В суспільній свідомості формується ідеал людини, вільної від «соціалістичних» догм і передусім, яка мала б підприємницьку «жилку», активну, «войовничо» націлену на перетворення існуючого світу. Тільки така людина може забезпечити успішну реалізацію розпочатих суспільством реформ. Ось чому її життєдіяльність спрямовується на успіх, який сьогодні є невіддільним від матеріальних чинників, а тому може бути ототожнений з набуттям багатства, з «грошовим» успіхом, оскільки існує точний еквівалент для його вимірювання. Відповідно орієнтація на багатство пронизує всі мотиви, пристрасті, переживання, спонукання сучасного підприємця. У своїй більшості нинішні підприємці, як і в минулому, живуть переважно для наживи, не знаючи іншого блаженства, крім швидкого збагачення, не знають інших страждань, крім грошових втрат. Гроші все більше набувають статусу не тільки вищої особистої, але й соціальної цінності, перетворюючись в самоцінність. Погоня за додатковою вартістю, прагнення до збільшення капіталу як стимулу активності підприємців, що зумовлюють їх місце в системі сучасних суспільних відносин, визначають в кінцевому результаті специфіку формування морально-етичних засад їхньої діяльності.

Стихія ринку штовхає підприємця на шлях індивідуалізму, а прагнення до особистого збагачення стає рушійною силою, «двигуном» його поведінки. Такий підприємець у своїх діях слідує лише за спонтанними самопроявами свого внутрішнього «морального голосу». Добре, якщо цей підприємець сформувався як особистість в умовах панування культури чесності,

справедливості, відповідальності, тобто в умовах існування господарської етики. Як правило, саме так буває, якщо в суспільстві панує культ продуктивного капіталу. Проте там, де сильніше проявляється його спекулятивна сутність, переважає бездушний розрахунок, чистоган. В таких умовах підприємець думає тільки про себе і живе лише для себе. Він стає на шлях індивідуальної боротьби, в якій покладається тільки на свої власні сили і здібності. Його вчинки залежать від взаємозв'язку об'єктивних і суб'єктивних компонентів поведінки. При цьому об'єктивну сторону вчинків визначають зовнішні умови їх здійснення, а також об'єктивовані в соціальну дійсність результати діяльності підприємця. Суб'єктивні компоненти вчинків виступають елементами моральної свідомості підприємця і проявляються як його потреби, інтереси, цілі, мотиви та інші спонуки, що визначають форму його поведінки в кожній конкретній ситуації.

Стихійний шлях формування морально-етичних засад підприємництва веде до спонтанного виникнення різноманітних спонук підприємницької діяльності. Останні виступають мимовільними, певною мірою «стихійними», регуляторами поведінки підприємця. Він не тільки «обирає» їх, а слідує за ними, іноді стаючи повністю залежним від своїх потреб, поставлених цілей тощо. В такій ситуації вся багатогранність дійсності поступово зводиться до вузького, обмеженого світу речей, в якому залишається його свідомість. Для такого підприємця інші люди втрачають свою самостійну цінність, перетворюючись на досягнення власних цілей. Врешті-решт в своїй діяльності підприємець починає переслідувати тільки матеріальні вигоди, зовсім не задумуючись про моральні сторони свого підприємництва. Він не усвідомлює, що в реальному житті існують досить важливі механізми інтеграції всіх цінностей, що протистоять односторонньому прагненню до однієї з них, якої б значною вона не здавалася. Процес стихійного ставлення морально-етичних засад підприємництва приводить до того, що спотворюються навіть абсолютні моральні цінності соціального життя. Так, моральна цінність продуктивної праці є об'єктивно неминущою і в цьому своєму значенні не залежить від думки людей. Панування стихії вільного ринку породжує відчуження праці, а відтак спотворює думки людей про моральну цінність праці. Остання інтерпретується як підневільне заняття, тяжка необхідність. Навіть в середовищі підприємців, долею яких є сама праця, формується переконаність в тому, що вона є гіркою долею. Таке приниження статусу праці штовхає підприємців на шлях спекулятивного одержання прибутків. А він якраз і формує різноманітні негативні прояви моральної поведінки підприємців, в тому числі і втрату ними етичного смислу праці. В результаті підприємець опиняється в тенетах суперечливих моральних вимог і оцінок, що дезорієнтують його, а іноді навіть роблять неможливим правильний моральний вибір. Звичайно, в подібних ситуаціях сам вибір багато в чому залежить від вольових якостей підприємця, його психологічної готовності відстоювати свої

переконання, боротися за істину. Але не завжди ці риси моральної стійкості визначають поведінку людини, оскільки її моральне життя залежить від багатьох інших факторів.

У четвертому розділі – **«Роль освіти у формуванні ідеології та культури сучасного підприємця»** – сфера освіти виступає досить складною і розгалуженою системою діяльності, без якої важко собі уявити включення підприємців у сферу моральної культури, оскільки все їх життя так або інакше пов'язане з процесами навчання. Звичайно, в умовах розгортання підприємницької діяльності особливу вагу має економічна освіта. Вона забезпечує, насамперед, відповідний рівень економічних знань підприємців, їх досконалу орієнтацію в проблемах функціонування ринкової економіки, вміння ефективно використовувати матеріальні і трудові ресурси тощо. Проте, економічна освіта відкриває також перспективні можливості для органічного поєднання різних аспектів духовного становлення підприємців. Адже вивчення ними основних економічних законів і принципів господарювання в нових економічних умовах відіграє важливу роль у формуванні їхнього світогляду, а знання і навички, які вони одержують при цьому, дозволяють знаходити правильні рішення в складних умовах функціонування сучасного підприємництва. Більше того, знання процесів розвитку підприємництва дозволяє підприємцям значно зменшити не тільки економічний, але й моральний ризик, який є постійним супутником їхньої діяльності. Поряд з цим треба відмітити, що сучасна система освіти сприяє становленню морально-етичних засад підприємництва, оскільки має на меті формування розвиненої особистості. Сучасна система освіти все більше вбирає в себе загальнолюдські моральні цінності, сприяючи їх утвердженню в суспільстві. Виступаючи ефективним засобом реалізації загальнолюдських моральних пріоритетів, система освіти безпосередньо впливає на процес становлення моральної культури підприємництва. Інша справа, що не всі підприємці підвладні впливу середньої спеціальної та вищої освіти, залишаючись за її межами. В цьому відношенні необхідна певна корекція навчальних програм загальноосвітньої школи, а також її переорієнтація на виховання активної, цілеспрямованої діяльності особистості. Адже тільки такі особистості зможуть в подальшому досягти успіху в підприємстві. Тому вплив на останнє з боку управлінських структур в сучасних умовах повинен переорієнтуватися на розробку нової концепції диференційованої освіти, вільну від жорстких регламентацій і програм, на надання широких можливостей для самостійного вибору предметів і дисциплін, курсів і спецкурсів, зміну системи контролю знань тощо.

Надзвичайно важливим завданням освіти у справі підготовки майбутніх підприємців і виробників є їх ідеологічне, культурне та морально-етичне виховання, формування в кожній особистості як професійних навичок, так і якостей громадянина своєї країни й глобального суспільства в цілому.

Ідеологічне виховання майбутніх бізнесменів є таким же важливим завданням, як і їх професійне навчання й практична підготовка. Бізнес – це не фіксована й незмінна реальність, а частина світу, що швидко й неспинно змінюється. Бізнес не тільки породжує проблеми, а й надає можливості для їх технічного розв'язання, для прояву творчості й отримання як матеріального, так і морального задоволення.

Етика бізнесу – це специфічна наука, існування та розвиток якої значною мірою залежить від політичного устрою конкретної держави й глобального суспільства в цілому. В демократичному суспільстві мораль разом із законодавством (а не уряд, як у країнах з тоталітарним режимом) регулює норми життя і поведінки кожної людини і всієї спільноти, причому, чим вище ступінь економічного і політичного розвитку демократичного суспільства, тим вищими є норми моралі і досконалішим, і послідовнішим державне законодавство.

Ефективність підприємницької освіти в Україні можна підвищити, якщо в її основу покласти теоретичні здобутки і практичний досвід провідних розвинутих країн світу. Світовий досвід свідчить, що підприємництво є базою національної економіки, а ефективна підприємницька освіта громадян – фундаментом економічного розвитку демократичного суспільства. Тому підготовку вітчизняних підприємців можна віднести до стратегічних пріоритетів нашої країни на найближчі роки.

Підприємницька освіта має виховувати здатність бути лідером, навчати й прищеплювати інші ділові якості, необхідні в бізнес-середовищі різних культур і народів; надавати особистості необхідних знань про фах та виховувати пов'язані з ним ділові навички, завдяки чому людина зможе зробити правильний вибір фаху і буде в змозі працювати в різних галузях бізнесу; навчати майбутнього підприємця як правильно обирати та раціонально застосовувати технологічні інструменти для прийняття особистого та ділового рішення; навчати професійно спілкуватися в якості слухача та доповідача на громадських і ділових зустрічах; навчати використовувати методики бухгалтерського обліку для прийняття рішень із планування та організації бізнес-діяльності, придбання, розміщення та реалізації ресурсів; навчати застосовувати принципи ділового права на особистих, громадських і ділових зустрічах; допомагати підготуватися до роботи в якості підприємця, навчити розуміти всі аспекти бізнесу; допомагати зрозуміти взаємозв'язки різноманітних функціональних ділянок бізнесу й впливу одного компонента на інший; виробляти в особистості здатність брати участь у ділових операціях як на внутрішній, так і на міжнародній арені; виробляти здатність купувати та продавати різноманітні товари, послуги, майно, яким володіє кожна особа; вміти оперувати на ринку праці та на ринку споживачів товарів; виробляти та прищеплювати норми морально-етичної поведінки в процесі бізнес-діяльності та під час повсякденного життя.

ВИСНОВКИ

На основі проведеного аналізу визначення підприємництва такими вченими, як Г.Геєць, М.Михальченко, В.Пилипенко, І.Прокопенко сформульовано узагальнене визначення: підприємництво є особливий вид суспільної діяльності (виробничої, організаційної, господарської, управлінської тощо), спрямованої на виготовлення продукції або надання послуг з метою отримання прибутку. У даному визначенні підкреслюється «суспільний характер» підприємництва, який не втрачається навіть тоді, коли воно здійснюється індивідуально. Одночасно наголос робиться на індивідуальній ініціативі і відповідальності, що дає підприємству відповідні переваги. Зазначається, що базуючись на активному впровадженні інновацій і нових технологій, активному творчому пошуку і комбінаційній організації, підприємство формує суб'єкта нового типу, провідними характеристиками якого є високий (як правило, раціоналізований) прагматизм, готовність до ризику, самостійність, прагнення до отримання прибутку, орієнтації на сьогоднішній день.

Нові виробничі відносини, що привели до формування підприємництва як соціального феномена, склались на рубежі 70-80-х років ХХ століття в так званий період «розвинутого соціалізму». Підприємництво існувало в цей час в «тіньовому» різновиді. Соціально-політичні та економічні перетворення першого десятиріччя незалежного розвитку, формування ринкових і демократичних відносин створили принципово нові можливості для розвитку підприємництва. Останнє розпочало свій «вихід з тіні» та в наступні роки поступово перетворюється у конкурентоздатний сегмент іншим виробничим потужностям. В цей же період формується суб'єкт підприємництва, утверджуються його морально-етичні характеристики.

Перехід суспільства до ринкових форм господарювання й демократизація суспільного життя показали просту істину: не можна поліпшити справу в економіці, зробити життя людини заможним, добробутним, цивілізованим без зрощення (формування) і активізації механізмів індивідуального та групового підприємництва, без формування суб'єкту цього процесу, його світогляду, системи цінностей, що обумовлюють відповідний тип поведінки і діяльності.

У роботі наголошується, що морально-етичні якості підприємця формують, насамперед, соціокультурне середовище, в якому здійснюється його підприємницька діяльність. Його суперечливість, непослідовність і неузгодженість в окремих структурних елементах приводить до того, що поряд з позитивними морально-етичними характеристиками нерідко формуються суперечливі і вкрай негативні якості – зарозумілість і чванство, підлість і пристосовництво, безпідставне прагнення до влади і орієнтації на швидке суперзбагачення. А це, в свою чергу, нерідко, веде до формування особливого

типу підприємця – анекдотичного «нового українця», який негативно сприймається як в Україні, так і за її межами. Подібне не може бути залишеним на самоплив. Суспільству аж ніяк не байдуже, який тип підприємця буде визначати характер виробництва й життєвого процесу.

Віддаючи належне середовищу зроблено наголос на те, що виховати «ринковий» світогляд та систему цінностей, мотивацію підприємницької діяльності тощо можна лише при умові створення цілісної системи економічної освіти, підготовки й перепідготовки менеджерів різного рівня (від місцевого до державного) і в різних галузях виробництва. Важливим тут є зарубіжний досвід, особливо країн сталої (стійкої) ринкової економіки та демократичних традицій.

Доведено, що, не зважаючи на підвищене прагнення підприємця до самостійності, процес становлення та розвитку його морально-етичних характеристик здійснюється під впливом ЗМІ, літератури і мистецтва, освіти і т. ін. Важлива роль у цьому процесі належить цілеспрямованій навчальній, просвітницькій та виховній діяльності, організація якої є складовою управління сучасними виробничими і соціокультурними процесами. Не менш впливовими чинниками формування морально-етичних якостей підприємця є родина і школа. При цьому, суспільство зацікавлене у становленні цілісної суспільно значимої системи морально-етичних цінностей, яка б заохочувала підприємництво, сприяла формуванню позитивного іміджу підприємця, слугувала надійною духовною опорою його успішної підприємницької діяльності. Важливу роль у розвитку такої системи відіграє державна і суспільна матеріальна і моральна підтримка підприємництва. Така підтримка має носити системний характер й охоплювати як сферу виробничої діяльності, так і сферу побуту, способу сімейного життя, виховання. Дисертант розглядає її можливості в контексті управлінського впливу на формування морально-етичних якостей підприємця.

Основні положення дисертаційного дослідження викладені у таких публікаціях автора:

1. Касьянов Д. В. Культура підприємництва: проблема визначення // Д.В. Касьянов // Нова парадигма: Журнал наукових праць / [гол. ред. В.П.Бех]. – К.: Вид-во НПУ імені М.П.Драгоманова, 2008. – Вип. 81. – С. 94-108.

2. Касьянов Д. В. Підприємництво в контексті культури: історичний досвід осмислення // Д.В. Касьянов // Гілея (науковий вісник): [зб. наук. праць] / [гол. ред. В.М.Вашкевич]. – К., 2008. – Вип. 16. – С. 160-168.

3. Касьянов Д. В. Особенности становления предпринимательства в Украине та формування духовних орієнтацій підприємця // Д.В. Касьянов // Гілея (науковий вісник): [зб. наук. праць] / [гол. ред. В.М.Вашкевич]. – К., 2008. – Вип. 17. – С. 251-257.

АНОТАЦІЇ

Касьянов Д.В. Формування ідеології та культури українського підприємця в період утвердження ринкових відносин. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеню кандидата філософських наук зі спеціальності 09.00.03 – соціальна філософія та філософія історії. Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова. – Київ, 2010.

У роботі здійснено соціально-філософський аналіз формування та розвитку ідеології та культури підприємця в Україні в період утвердження ринкових відносин. Проаналізовано сутність підприємництва як способу організації виробництва, здійснення господарської діяльності, визначені джерела зародження ринкових відносин в Україні, історичні і соціальні фактори, які обумовлюють становлення та розвиток особистісних ідеологем та культурологічних пріоритетів підприємців. Доведено, що поряд з позитивними морально-етичними характеристиками нерідко формуються, на жаль, суперечливі і навіть негативні якості особистості, наприклад, надмірне прагнення до влади і орієнтації на швидке збагачення. Розроблена оригінальна модель управління процесом формування позитивних морально-етичних характеристик сучасних підприємців.

Ключові слова: формування, ідеологія, культура, підприємець, підприємницька діяльність, управління, освіта, виховання, ринкові відносини, трансформаційне суспільство.

Касьянов Д.В. Формирование идеологии и культуры украинского предпринимателя в период утверждения рыночных отношений. – Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата философских наук по специальности 09.00.03. – социальная философия и философия истории. Национальный педагогический университет имени М.П. Драгоманова. – Киев, 2010.

В работе осуществлен социально-философский анализ формирования и развития идеологии и культуры предпринимателя в Украине в период утверждения рыночных отношений. Проанализирована сущность предпринимательства как способа организации производства, осуществления хозяйственной деятельности, определенные источники зарождения рыночных

отношений в Украине, исторические и социальные факторы, которые обуславливают становление и развитие личностных идеологем и культурологических приоритетов предпринимателей. Доказано, что рядом с позитивными морально-этическими характеристиками нередко формируются, к сожалению, противоречивые и даже негативные качества личности, например, избыточное стремление к власти и ориентации на быстрое обогащение. Разработана оригинальная модель управления процессом формирования позитивных морально-этических характеристик современных предпринимателей.

Подчеркнуто, что, несмотря на повышенное стремление предпринимателя к самостоятельности, процесс становления и развития его морально-этических характеристик нельзя оставлять на самотек. Важная роль в этом процессе принадлежит целеустремленной просветительской и воспитательной деятельности, организация которой является важной составляющей управления современными производственными и социокультурными процессами. Автором сформирована модель управленческой деятельности с учетом морально-этической характеристики предпринимателей.

Осуществлен анализ теоретико-методологических основ определения основных и опорных понятий, в частности, таких, как «предпринимательство», «предприниматель», «предпринимательская деятельность». Предприниматель рассматривается как субъект, который осуществляет предпринимательскую деятельность (предпринимательство) и благодаря наличию определенной совокупности черт (умение рисковать, организовывать производство, новаторству, ответственности, способности уступить собственным интересам ради дела и тому подобное) получает предпринимательский доход, минимум – нормальная прибыль.

Доказывается правомерность и необходимость изучения проблемы становления и разработки механизмов реализации общественной потребности в формировании позитивных морально-этических характеристик субъекта предпринимательской деятельности, организации и управления этим процессом.

Определяются факторы, которые обуславливают особенности становления и развития морально-этических ценностей современного предпринимательства, их соответствующие направления. Отмечается, что в условиях становления рыночной экономики в Украине сегодня доминирующим является путь стихийного формирования морально-этических основ предпринимательской деятельности.

В работе определены возможности и направления общественного влияния на процесс морального совершенствования предпринимателей.

Отмечается, что морально-этические качества предпринимателя формирует, в первую очередь, социокультурная среда, в которой осуществляется его предпринимательская деятельность.

Доказывается, что, несмотря на повышенное стремление предпринимателя к самостоятельности, процесс становления и развития его морально-этических характеристик осуществляется под воздействием СМИ, литературы и искусства, образования и др. Не менее влиятельными факторами формирования морально-этических характеристик предпринимателя является школа и семья. При этом общество заинтересовано в становлении целостной общественно значимой системы морально-этических ценностей, которая поощряла бы предпринимательство, способствовала формированию позитивного имиджа предпринимателя, служила надежной духовной опорой его успешной предпринимательской деятельности. Важную роль в развитии такой системы играет государственная и общественная материальная и моральная поддержка предпринимательства. Рассматриваются ее возможности в контексте управленческого влияния на формирование морально-этических характеристик предпринимателя.

Ключевые слова: формирование, идеология, культура, предприниматель, предпринимательская деятельность, управление, образование, воспитание, рыночные отношения, трансформационное общество.

Kasyanov D.V. Formation of ideology and culture of Ukrainian entrepreneur in the period of market relations establishment. – Manuscript.

Thesis to obtain academic degree of candidate of Philosophical sciences on speciality 09.00.03 – social philosophy and philosophy of history. National pedagogical Dragomanov university. – Kyiv, 2010.

The thesis presents the results of the social and philosophical analysis of formation and development of the entrepreneurial ideology and culture in Ukraine in the period of market relations. The essence of entrepreneurship is analyzed in the thesis as a way of management and business operation; it determines the origin of the market relations in Ukraine, historical and social factors which served as a precondition for development of personal ideology and cultural priorities of entrepreneurs. It is proved that along with the positive moral and ethical characteristics of a person, regrettably, contradictory and even negative traits, e.g. excessive desire to obtain power and get-rich-quick, are formed. The author elaborated the original control model over the development of the positive and moral and ethics traits of the modern entrepreneurs.

Key words: formation, ideology, culture, entrepreneur, business activity, administration, education, training, market relations, transformation society.