

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ М. П. ДРАГОМАНОВА

На правах рукопису

**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

Дисертація на здобуття наукового ступеня  
кандидата філософських наук

Науковий керівник:

**ВАШКЕВИЧ Віктор Миколайович,**

доктор філософських наук, доцент

Київ – 2010

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ІДЕОЛОГІЇ ТА КУЛЬТУРИ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМЦЯ.....	10
РОЗДІЛ 2 ОСОБЛИВОСТІ СТАНОВЛЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ ТА ФОРМУВАННЯ ДУХОВНИХ ОРІЄНТАЦІЙ ПІДПРИЄМЦЯ.....	47
РОЗДІЛ 3 ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ МОРАЛЬНО-ЕТИЧНИХ ЗАСАД СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО ПІДПРИЄМЦЯ ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ.....	88
РОЗДІЛ 4 РОЛЬ ОСВІТИ У ФОРМУВАННІ ІДЕОЛОГІЇ ТА КУЛЬТУРИ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМЦЯ.....	115
ВИСНОВКИ.....	154
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	157

## ВСТУП

**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 вміння 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.Тюнен. 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.Геєць, 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.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ІДЕОЛОГІЇ ТА КУЛЬТУРИ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМЦЯ

Підприємництво – динамічний елемент ринкового господарства, симптоматична ознака ліберальної економіки. Одним з найпоширеніших і ефективних видів інноваційної діяльності є підприємництво. Актуальність даного дослідження обумовлена тим, що положення підприємця носить вкрай нестійкий характер, а також тим, що в підприємстві й в інших інноваційних видах діяльності бачиться спосіб виходу з соціальної кризи. На жаль, підприємництво в нашій країні не стало широко популярним, а ті групи, які займаються підприємством, не володіють у достатньому ступені економічною культурою, і авторитет цих осіб в очах населення досить невисокий. Це відбувається, з одного боку, у силу того, що на тривалий період часу були перервані традиції українського підприємництва й втрачений офіційний статус підприємця в суспільстві, з іншого боку – тому що сучасний український ринок сформувався в умовах прискореної модернізації. Це призвело до бурхливого розвитку соціально-економічних відносин, що не завжди мають прогнозований характер. Підприємництво як форма соціальної інновації має таке значення, що виходить далеко за межі економічного життя суспільства. Воно впливає на всю соціальну структуру й спрямованість її еволюції тому, що по своєму функціональному призначенню підприємництво порівнюється з таким видом соціального новаторства, як винахідництво або здійснення наукових відкриттів.

У суспільстві, у якому існує величезний розрив між доходами різних груп населення, підприємництво має потребу в постійній соціальній легітимації. Потужним інструментом останньої є культура, що повинна бути властива основній масі підприємництва. Підприємницька культура являє

собою складний соціокультурний феномен, цілісність якого може бути представлена з погляду багаторівневості, поліструктурності, багатофакторності й багатоаспектності. Проблема культури підприємництва являє собою досить складний, у систематичній формі не досліджений феномен, хоча в різних областях наукового знання він виступає об'єктом аналізу з боку різних соціально-гуманітарних наук.

Складності на шляху інтенсивного розвитку підприємництва в Україні обумовлюється не тільки несприятливими умовами зовнішнього середовища, але й певним непорозумінням всіх можливостей підприємницької діяльності. Це викликано відсутністю власного досвіду й певними труднощами сприйняття світового досвіду, слабо адаптованого до конкретних умов сучасної української економіки.

У той же час варто визнати, що серед учених і практиків, що займаються проблемами підприємництва, існують певні протиріччя в окремих поглядах і підходах до цього питання.

Багато хто вважає, що підприємницька діяльність повною мірою здійснюється в рамках малого бізнесу підприємцем, що є власником і менеджером свого підприємства. Існує так само думка, що підприємець – це самостійно в інтересах справи діючий керівник [16, с. 110].

Перехід до ринкової системи господарювання – це перехід до економіки підприємницького типу. Створення умов для розвитку підприємництва є найважливішою складовою трансформаційних змін перехідної економіки.

Перші спроби систематичного теоретичного осмислення підприємництва почалися із XVII сторіччя і пов'язані з іменами Р.Каптільона, Ф.Келе, А.Сміта, Ж-Б. Сел.

Концептуально базові питання підприємницької діяльності були розглянуті в працях А.Сміта, Д.Рікардо, М.Вебера, И.Шумпетра, Дж.М.Кейнса, Зомбарта, Сеніора й т.д. Визначення й введення в науковий оборот терміна «підприємство» уперше було здійснено в 1775 р. французьким ученим Р.Каптільоном; подальший його розвиток й уточнення

знайшло відбиття в роботах Х.Найта (1921 р.), К.Гінса (1940 р.), І.Кірцнера (1975 р.), Р.Ронштадта (1984 р.). Термін «підприємництво» ввів в обіг і дав його систематизований аналіз Р.Каптільон. Він трактував підприємництво, як економічну функцію особливого роду та підкреслював елемент ризику, який завжди характерний для неї.

А.Сміт і Д.Рікардо, засновники науки політекономії, одними з перших використали поняття «підприємець». Вони розглядають підприємця насамперед як носія раціональності. У теорії Д.Рікардо під підприємцем мається на увазі власник фірми, який керує цією фірмою й одержує як позитивний відсоток, так і прибуток без яких-небудь додаткових обмежень. У дусі цієї ж традиції А.Сміта й Д.Рікардо будувалася й теорія Дж.С.Мілля, де підприємець розумівся як будь-який капіталіст. Мілля переконливо показав, що сама сутність капіталу є підприємницька сутність, яка відтворює себе як якийсь фактор виробництва й приносить чистий прибуток на основі введення нових потужностей. Величина прибутку капіталіста, за Міллем, складається з наступних компонентів: плати за ризик, винагороди за утримання від негайного марнування свого капіталу й плати за працю й мистецтво, необхідне для здійснення контролю за виробництвом. Винагорода за утримання від негайного марнування свого капіталу означає, що хазяїн останнього не проїдає його, не промотує в забавах, а пускає в діло, тобто виступає підприємцем, заслужено одержуючи за це певні блага. Розуміння підприємця як будь-якого власника капіталу, що використовує цей капітал у бізнесі, збереглося дотепер у концепціях частини закордонних економістів і соціологів. І.Кірцнер розуміє під підприємцем будь-якого власника капіталу. А.Коул визначає підприємництво як діяльність, спрямовану на створення й збереження, збільшення прибутку, орієнтованого на його одержання організаційною одиницею, що займається виробництвом або розподілом господарських благ, з метою одержання грошової або іншої вигоди, що є мірою її успіху. А.Сміт у праці «Дослідження про природу й причини багатства народів» (1776 р.) дав характеристику підприємця і його ролі в

економіці, як реалізатора ризикованих комерційних ідей. За Смітом підприємець сам вносить капітал, планує, організує виробництво й розпоряджається результатами своєї праці. Його прибуток – це компенсація власника за ризик. А.Сміт ставився скептично до підприємницької діяльності управляючих. Від директорів акціонерних компаній, які завідують більшою мірою чужими грошми, чим власними, не можна очікувати такої невсипущої обережності, яку учасники приватного торговельного товариства проявляють в управлінні своїм капіталом. Тому недбалість і марнотратність повинна проявлятися в керуванні такою компанією.

Р.Каптільон одним з перших в 18 столітті став розглядати підприємця як особистість, що приймає рішення й задовольняє свої потреби в умовах невизначеності. Він вважав, що дохід підприємця – це плата за ризик. Відомий французький економіст Ж.Б.Сей, автор «Курсу політекономії», що вийшла в 1829-30 роках, показав активну роль підприємця в створенні продукту. Він вважав, що в основі підприємницької діяльності лежить здатність організувати виробництво й збут продукції. Підприємець – це людина, що організує інших людей у рамках виробничої одиниці. Сей ставив підприємця в центр процесу виробництва й розподілу. Американський економіст Дж.Б.Кларк, що працював на рубежі XIX-XX століть, стверджував, що одним із чотирьох базових факторів виробництва є діяльність підприємця (поряд з капіталом, засобами виробництва й землею, працею робітників). Він вважав, що основною функцією підприємця є координація. На думку американського економіста Ф.Нейта, «менеджер стає підприємцем тоді, коли його дії стають самостійними і він готовий до помилки й особистої відповідальності [161, с. 48]». Німецький учений, економіст і філософ М.Вебер бачив у підприємницькій діяльності втілення раціональності. Під раціональністю він розумів функціональну ефективність, одержання максимальної вигоди від використання вкладених коштів і прикладених зусиль і т.д. М.Вебер вважав, що в основі підприємництва лежить раціональна етика протестантизму. Він доводив, що світогляд, моральність впливають на діяльність підприємця [25].

Основи сучасного розуміння підприємництва заклав І. Шумперт [185]. У книзі «Теорія економічного розвитку», що вийшла в 1912 році, він показує ключову роль підприємця в економічному розвитку суспільства. Він вважає, що функціональною сутністю підприємця є виявлення й використання нової комбінації факторів виробництва, тобто реалізація нововведень. Головне робити не те, що інші й не так, як роблять інші. І. Шумперт вважає, що головне в підприємстві – інноваційна діяльність, а право власності на підприємство не є істотною ознакою підприємництва.

На різних етапах розвитку суспільства уявлення про сутність підприємництва і його роль в розвитку народного господарства мінялися відповідно до пануючих виробничих відносин, стану економіки, політичного ладу і т.д.

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 нашій рідній мові) [35, с. 58].

Підприємництво визначається як самостійна, ініціативна системна на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і

соціальних результатів та одержання прибутку. Саме активізація підприємства сприяла виробленню нових людських якостей.

Поняття «підприємництво» як в економічній, так і соціально-психологічній літературі трактується по-різному, але стрижнем всіх визначень виступає ефективна мотивована активність людини.

Підприємництво – ініціативна самостійна діяльність громадян, направлена на отримання прибутку або особистого доходу, здійснювана від свого імені, під свою майнову відповідальність або від імені і під юридичну відповідальність юридичної особи. Підприємець може здійснювати будь-які види господарської діяльності, не заборонені законом включаючи комерційне посередництво, торгово-закупівельну, консультаційну та іншу діяльність, а також операції з цінними паперами [52].

Підприємництво – це форма діяльності у сфері виробництва товарів і послуг з метою отримання можливо більшому прибутку.

Підприємництво – це мистецтво ведення ділової активності, уміння організувати власний бізнес і достатньо успішно здійснювати функції, пов'язані з веденням власної справи, також це інтелектуальна діяльність, пов'язана з усуненням незадоволеності, що обумовлює активну діяльність. Підприємництво означає здійснення нових комбінацій у виробництві, рух на нові ринки, створення нових продуктів, обґрунтований ризик. Досвід реформ в нашій країні приводить до розуміння того, що підприємництво – основний чинник динамізму ринкового господарства. Підприємницька активність в ринковій економіці виявляється переважно в зростанні числа самостійних приватних підприємців, і поки, на жаль, вона дуже обмежена у сфері виробничої діяльності, де тільки і може повною мірою реалізуватися новаторська функція підприємницького потенціалу. Серед найважливіших функцій підприємництва виділяються наступні:

- забезпечення зайнятості населення; підприємство надає робочі місця працездатній частині населення;

- забезпечення відтворювання і задоволення потреб населення; потреби населення постійно зростають, і їх задоволення лежить в основі діяльності підприємства, яке проводить для цього необхідну кількість товарів і послуг;

- розвиток соціально-економічної сфери суспільства; сюди можна віднести підвищення рівня життя і добробуту населення, соціально-економічну допомогу населенню та ін.;

- поповнення бюджету; підприємство поповнює бюджет за рахунок податкових відрахувань;

- реалізація підприємницьких здібностей людей.

Підвищення ефективності підприємства неодмінно потребує підготовки тих, хто його має здійснювати – підприємців.

Підприємцями ми називаємо господарських суб'єктів, функцією яких є здійснення нових комбінацій, і які виступають як його активний елемент. Особові якості підприємця – здатність реагувати на зміни економічної і суспільної ситуації, самостійність у виборі і ухваленні рішень, наявність управлінських здібностей. Головна роль підприємця полягає в тому, щоб досягти такого регулювання системи, здійснити таке її налаштування, яке забезпечувало б рух ринків до стану рівноваги, тобто підприємець є «врівноважуючою силою».

Підприємець (entrepreneur) – це людина, що виконує на виробництві особливі функції:

- підприємець об'єднує землю, капітал і працю в єдиний процес виробництва економічних благ (товарів і послуг);

- підприємець ухвалює ключові (головні) рішення в процесі виробництва, «прокладаючи курс» фірми;

- підприємець – новатор.

Поняття підприємництва з часом розширилося, додалися функції і вже такі характеристики, як особистий ризик, реакція на фінансові можливості і бажання довго і наполегливо працювати, не зважаючи на відпочинок, тобто,



те, що традиційно вважається рисами доброго підприємця, зовсім не обов'язково свідчить про можливість тієї ж самої людини ефективно управляти організацією у міру того, як вона стає більшою. Для того, щоб досягти ефективності в підприємницькій діяльності, будь-який підприємець повинен володіти сукупністю індивідуальних і психологічних характеристик.

Перш за все підприємець повинен досконало знати ту справу, якою займається, бути фахівцем в ній. У нього повинні бути одночасно якості і адміністратора, і лідера. Підприємець повинен бути комунікабельним і володіти уявою стратега. Його інтелектуальні горизонти повинні бути широкими, а моральні стандарти високими. У підприємця повинне бути відчуття перспективи, знання того, що потрібне його компанії зараз і в майбутньому. Він повинен уміти слухати людей; в основі ж всіх достоїнств доброго підприємця лежить чесність. Без чесності не може бути довіри, і слід пам'ятати, що лідерство базується на довірі.

За даними соціологічних досліджень з ряду особистісних якостей підприємців (чесність у справах, зарозумілість, чванство, підлість, ініціативність, працелюбство, пристосовництво, прагнення до влади, здатність до ризику) єдина соціально-бажана якість, вираженість якої група підприємців визнає як високу, це – «здатність до ризику».

Конкурентність, як особистісна якість є «вторинною» і може розвиватись тільки на певному цілісно-орієнтованому ґрунті. «Конкурентні» резиденти більше, ніж «слабкі» орієнтовані на самостійність, здобування високих доходів, стабільність суспільного середовища, можливість впливати на людей.

Особливо слід зупинитися на діловій етиці. Вважається, що початок етичних принципів західного підприємництва лежить в протестантизмі, його центральному положенні: «Завгодно Богу те, що я роблю на землі» (Лютер). Це перш за все чесність і виняткова порядність в ділових зв'язках, добросовісне відношення до своєї праці, самопожертвування розвинуте почуття обов'язку перед людьми, прагнення до високої якості в роботі. Крім

всього іншого, бізнесмен – це людина, з одного боку, володіючий різними знаннями в області економіки, психології, інноватики, політики, юриспруденції. З другого боку, він уміє організувати ефективну взаємодію фахівців з різних професійних сфер і продуктивно контактувати як з ученими, розробляючими нові ідеї, так і з власниками капіталу представниками виробництва і фахівцями по маркетингу. Воістину, бізнесмен – це універсал в діловому світі. Західні фахівці справедливо вважають, що бізнесмени і підприємці – це «цвіт нації», її «золотий запас», діловий потенціал країни вираз в людському «матеріалі» або в людських ресурсах її прагнення до духовного і економічного процвітання [93].

Далеко не всяка людина, що володіє добрими діловими якостями, може стати процвітаючим підприємцем. Істинний підприємець відрізняється від урядовця по багатьох ознаках – і перш за все за особистими якостями. Найважливіша якість бізнесмена – готовність ризикувати і брати на себе відповідальність, з урахуванням того, що ризик не нерозсудливе молодецтво, а здатність передбачати і прораховувати всі можливі варіанти. Підприємець повинен володіти високими духовними і фізичними якостями. Він зобов'язаний працювати більше, ніж його співробітники. Треба хотіти і уміти переносити підвищені фізичні навантаження, працювати по 12-16 годин на добу і вважати це абсолютно нормальним. Працювати, коли інші сплять, подорожують, обідають, розважаються.

Ще одна неодмінна якість – здатність шукати в бізнесі не стільки збагачення, скільки бажання служити своїй справі, прагнення до самодосконалості, тобто шукати те, що вище за гроші.

І головне – підприємець зобов'язаний бути оптимістом і завжди вірити в кінцевий результат бізнесу.

Також підприємцю потрібна упевненість в собі і своїх здібностях. Невпевнена в собі людина, яка не вірить в свої сили, не здатна довести справу до кінця в будь-якій сфері, не тільки в підприємстві. Правда, необхідно

остерігатися того, щоб ця якість не перейшла в самовпевненість, не з'явилася основою переоцінки себе.

Що для підприємця згубно. Побоювання будуть зведені до мінімуму, якщо підприємець реалістично дивиться на себе і навколишню дійсність. Реалістичність вимагає зваженої експертної оцінки своїх ідей. З одного боку, не потрібно поспішати з реалізацією якої-небудь виниклої ідеї. З іншого – не можна зволікати з її втіленням в практику. Вихід з такої суперечливої ситуації один: будь-яка ідея повинна дозріти. Сиру, непродуману до кінця у всіх деталях ідею не можна запроваджувати в життя. Спочатку, звичайно, шукється загальна схема реалізації ідеї. Виділяються ті моменти, які поки незрозумілі і подальша робота зв'язується звичайно з обробкою таких деталей. Ця робота вельми важлива і необхідна, бо в ній основа майбутнього успіху (у тому числі і фінансового) [20].

Підприємець рідко здійснює реалізацію своєї ідеї поодиноці. Виграє, звичайно ж, той, хто в змозі створити «потрібну команду», здатну ефективно впливати на процес реалізації підприємницької ідеї. В зв'язку з цим перед підприємцем виникають непрості задачі – якого профілю потрібні фахівці, якими особистими якостями вони повинні володіти, чи зможуть вони вписатися в той психологічний клімат, який підприємець конструює. Бізнесом займається людина, і ефект від будь-якої діяльності залежить саме від людини, і перш за все від рівня культури праці. Японці, наприклад, стверджують, що в основі їх «економічного чуда» лежить не тільки наука, науково-технічні і технологічні досягнення, а перш за все зміна культури праці, для чого японському суспільству було потрібно 30 років.

Під культурою праці ми розуміємо певний рівень загальної організації виробництва, відмова від традиційних, застарілих і сприйнятливості до нових, більш ефективних методів праці і прийомів спілкування з колегами і підлеглими, пошук нових ідей, технологій і т.п. Про культуру праці можна, мабуть, судити лише в тому випадку, якщо процесу праці властива гуманістична спрямованість. Особисті характеристики підприємця формують

основу його ділових якостей. Відповідно до сучасних вимог, ділові якості включають здатність створювати поліпшені організаційні структури шляхом формування нових виробничих підрозділів або шляхом купівлі-продажу компаній (при цьому використовується аналіз структурних чинників розвитку, виділення на цій основі тієї економіко-господарської «ніші», яка поки що залишається незайнятою).

Отже, якщо ми говоримо про підприємництво на рівні професійної діяльності, то необхідно обмовитися, що здійснювати таку діяльність можна лише за наявності якихось певних якостей, від яких і залежить підприємницький успіх. Які особисті якості допомагають досягненню підприємницького успіху? Різні автори виділяють різні риси вдачі:

- одержимість ідеєю;
- упевненість в собі;
- здатність підібрати потрібну команду;
- комунікабельність.

Торкнемося, проте, іншої сторони цієї проблеми. Справжній успіх, мабуть, не супроводитиме людині:

- який не здатний на романтичні устремління;
- не вірить в себе;
- з підозрою відноситися до всіх людей і не здатний на щирю дружбу і пошану;
- не терпить чужої думки;
- не утрудняє себе аналітичною діяльністю.

Не слід, очевидно, займатися підприємницькою діяльністю людині:

- який ледачий (і душею, і тілом);
- не самолюбний;
- не поважає себе;
- не любить інших людей, не уміє і не хоче спілкуватися з ними;
- не любить вчитися і постійно поповнювати свої знання;

- не готовий на самопожертвування (багато і напружено працювати, але не дуже багато заробляти, особливо на перших порах, тощо);
- не має особливого бажання до творчості і конструювання ідеї і проектів.

Таким чином, підприємництвом не слід займатися людині, не здатній спиратися на свої власні сили, але тяжіючому до утриманства.

Перехід нашої країни до ринкової економіки висуває актуальну проблему сучасності – формування «культури підприємництва».

Поняття «культура підприємництва» має історичні корені. Тією чи іншою мірою цього явища торкалися різні дослідники останніх кількох сторіч. Це поняття у сучасному вигляді сформувалося лише у другій половині 20 сторіччя, і, звісно, прослідкувати зародження його в XVIII-XIX сторіччях дуже важко, але можливо, аналізуючи вчення видатних економістів, які досліджували концепцію духовного розвитку «економічної людини».

Ранні уявлення про культуру підприємців-власників, про їх соціальну відповідальність перед робітниками в умовній, ледве помітній формі мав Д.Рікардо. В області теорії заробітної плати Рікардо послідовно проводить ідею Сміта про те, що її розмір повинен регулюватися вільною ринковою конкуренцією й не повинен контролюватися державним законодавством. Попит на працю, як і попит на будь-який інший товар, регулює виробництво людей і заробітна плата не буде опускатися нижче того рівня, при якому раса робітників вимерла б після першого покоління. Розвиваючи погляди А.Сміта, Рікардо думав, що заробітна плата зводиться до вартості засобів існування працівника і його родини, однак, на відміну від Сміта, вважав, що заробітна плата втримується у твердих межах прожиткового мінімуму в силу так званого природного закону народонаселення. Цей закон одержав надалі назву «залізного закону» заробітної плати. Відповідно до поглядів Рікардо, праця має природну й ринкову вартість. Природною ціною праці є та, котра необхідна, щоб робітники мали засоби до продовження роду без збільшення або зменшення їхнього числа (своєрідна рівноважна ціна, що забезпечує

стаціонарний рівень населення). Природна ціна залежить від звичаїв. Якщо ціна праці падає нижче природної, положення робітників значно погіршується й стає найвищою мірою сумним. Лише після того, як нестатки, позбавивши їх тих предметів комфорту, які є абсолютно необхідними, ринкова ціна здійсниться до природної. Слід зазначити, що в рамках класичної політичної економії, безробіття в ринковій економіці неможливе, тому що надлишкове населення вмирає. У цьому суть рикардянського «залізного» закону заробітної плати. Що стосується ринкової норми заробітної плати, то Рікардо, слідом за Смітом, визнає, що вона в прогресуючому суспільстві (у суспільстві, де капітал буде поступово й постійно рости) може бути вище природної протягом невизначеного часу [1, с. 122]. Положення про те, що праця є єдиним джерелом вартості, а остання розпадається на заробітну плату, прибуток і ренту, де зміна кожної із частин можлива тільки за рахунок іншої, неминуче призводить Рікардо до песимістичного висновку про антагонізм економічних інтересів у суспільстві різних класів. Проте, з позицій Рікардо, держава не повинна втручатися ні у виробництво, ні в обмін, ні в розподіл. Державна політика в цілому повинна будуватися на економічних принципах, а основний спосіб взаємодії держави з населенням зводиться до оподаткування. Але податки не повинні бути занадто великими, тому що якщо держава замахується на частину капіталу, то результатом цього стає вбогість більшої частини населення, тому що єдиним джерелом росту багатства нації є саме накопичення. На думку Рікардо, кращий податок – менший податок [136].

Уявлення Мальтуса про соціальну відповідальність власників були ще жорсткішими і раціонально-категоричними. Мальтус виступав проти боротьби з бідністю й підвищення заробітної плати. Теорія Мальтуса, яка встановила тверду залежність росту населення від продовольчих ресурсів суспільства, допомогла обґрунтувати теорію заробітної плати, обумовленої прожитковим мінімумом. Головна й постійна причина бідності, за Мальтусом, мало або зовсім не залежить від способу правління або від нерівномірного

розподілу майна: вона обумовлена «природними законами й людськими страстями», скнарністю природи й надмірно швидким розмноженням людського роду. Звівши причину бідності до простого співвідношення темпу приросту населення з темпом приросту життєвих благ, теорія Мальтуса послужила й обґрунтуванням відповідної економічної політики. Мальтус стверджував, що заробітна плата завжди буде визначатися прожитковим мінімумом (мінімальною кількістю засобів для підтримки фізичного існування). На його думку, якщо заробітна плата в силу росту попиту на працю перевищить прожитковий мінімум, «непомірна схильність до розмноження» приведе до росту населення, пропозиція праці збільшиться й заробітна плата знову повернеться до вихідного рівня. Іншими словами, злидарський рівень життя робітників визначається не соціальними умовами, а природними, біологічними законами. Можливо, саме ця ідея й пояснює таку неймовірну популярність роботи Мальтуса. Природно, у рамках своєї концепції, Мальтус не міг запропонувати робітникам для поліпшення свого положення нічого, крім морального приборкання. Розуміючи, що всяка свідома спроба поліпшити умови життя буде «знесена нескоримою людською масою», Мальтус виступав проти законів про бідних і підвищення заробітної плати, і тут його аргументація повністю збігається з аргументацією Д.Рікардо. Закони про бідних, на думку цих економістів, робили стримування зайвим і заохочували нерозсудливих, пропонуючи їм частину доходів розсудливих й працюючих, оскільки допомога здійснювалася за рахунок стягнення податків з останніх. Крім того, ріст населення, спровокований допомогою незаможним, збільшував би ціни на продукти сільського господарства, знижуючи рівень реальної заробітної плати для працюючих. Інакше кажучи, на думку як Мальтуса, так і Рікардо, закони про бідних сприяли зменшенню добробуту тих класів, які живуть винятково своєю працею. Мальтус вважав, що необхідно кожній людині піклуватися про себе й повністю відповідати за свою непередбачливість [94].

За Сісмонді великий власник повинен якомога більше покращити умови праці найманих робітників специфічними способами. Сісмонді був прихильником дрібного виробництва, за умов якого найбільш повно забезпечуються інтереси найманих робітників. Маркс висунув гасло «Пролетарі всіх країн єднайтесь». Пролетарі живуть за рахунок заробітку, продаючи свою робочу силу. Сьогодні в США пролетарі становлять 90% населення. Але Сісмонді захищає право на щастя не тільки пролетарів, а всіх трудівників, у тому числі й дрібний бізнес. Капіталізм губить ці верстви населення. І захист їхніх інтересів, права на щастя – гуманна справа. Інше питання – якою мірою це можливо в умовах капіталізму. Сісмонді був проти стихійного розвитку капіталістичного ринку, що, на його думку, несе загибель дрібному бізнесу й зубожіння народу. Він мріяв сповільнити стихійний розвиток капіталізму, відстоював ідею повернення до минулого, до дрібного виробництва. Але треба було знайти силу, що забезпечить перетворення суспільного ладу й такою, за Сісмонді, виявлялася держава. У зв'язку із цим він переглянув основний принцип класичної політекономії. Речі мають вартість лише стосовно людини. Багатство – це благо, коли воно поширюється на всі класи. Отже, не рівність умов, а благополуччя всіх повинен мати на увазі законодавець. Тому політична економія повинна мати справу з ощадливим господарським управлінням національним надбанням [30, с. 89]. Сісмонді – прихильник трудової теорії вартості, відповідно до якої вартість товару визначається витратами праці на його виробництво. Зовсім природно, що він вважає прибуток доходом капіталіста, що представляє собою відрахування із продукту праці робітника. Сісмонді прямо говорить про пограбування робітника при капіталізмі, підкреслюючи експлуаторську природу прибутку й вважаючи, що заробітна плата повинна дорівнювати всієї вартості продукту праці робітника. Але чому робітник одержує лише малу частину вартості створеного їм продукту? Сісмонді не шукав регуляторів заробітної плати в «природних» законах природи, як Рікардо й Мальтус, проте він приймав пануюче в економічній літературі положення, що заробітна плата



робітників прагне до прожиткового мінімуму. Причину такого положення Сісмонді бачить у специфічних капіталістичних відносинах, у прагненні капіталістів «вичавити» якнайбільше прибутку зі своїх робітників. Можливість же зведення заробітної плати до мінімуму в Сісмонді пов'язана із процесом витиснення праці машинами, тобто з ростом безробіття, що змушує робітників найматися за меншу заробітну плату. Звідси видно, що заперечуючи закон народонаселення Мальтуса, Сісмонді не заперечував наявності зв'язку між ростом населення й заробітною платою. Не випадково Сісмонді пропонував обмежити ріст населення рамками доходу родини [1, с. 37].

Саме підприємцю-людині, у функцію якої входить реалізація нової комбінації факторів виробництва, приділяється в концепції економічного розвитку Шумпетера особливо важлива роль. Варто підкреслити, що підприємство, за Шумпетером, особливий дарунок, властивість людського характеру, яка не залежить від класової, соціальної приналежності. Цей тип характеру відрізняють наступні особливості: опора на власні сили; перевага ризику; цінування власної незалежності; орієнтація на власну думку; потреба в досягненні успіху, при тому, що самоцінність грошей для нього невелика; і як ключова якість підприємця – прагнення до нововведення.

Підприємець являє собою головного суб'єкта економічного розвитку. Саме завдяки його активності здійснюється технічний прогрес, створюється надлишок цінності, «зламується» стаціонарна ситуація й економіка одержує стимул до розвитку.

Капіталістична цивілізація є раціоналістичною й «антигероїчною». Ці властивості, звичайно, є взаємозалежними. Успіх у промисловості й торгівлі вимагає великої витривалості, і все-таки заняття промисловою або торговельною діяльністю, власне кажучи, позбавлені лицарської героїки, тут не схрещуються мечі, ніде виявити фізичне молодецтво, немає можливості врізатися на бойовому коні в ряди ворогів, і ідеологія, що прославляє ідею боротьби заради боротьби й перемоги заради перемоги, по зрозумілим

причинам в'яне в кабінетній тиші серед незліченних стовпців цифр. Таким чином, промислова й торговельна буржуазія, що володіє власністю, на яку може спокуситися хіба тільки злодій або збирач податків, – вона не тільки не поділяє, але прямо відкидає войовничу ідеологію, що йде врозріз із її «раціональною» утилітарністю – в основі своїй миролюбна й схильна наполягати на застосуванні етичних принципів приватного життя до міжнародних відносин [186, с. 215].

Зникає фігура підприємця – зникають й можливість економічного розвитку. Більше того, відхід зі сцени підприємця означає й швидку загибель буржуазії, оскільки відсотки виплачуються з її прибутків.

Крім того, зникнення фігури підприємця призведе до руйнування соціальної бази капіталізму, основою якої є індивідуальний власник. Але головна причина швидкої, на думку Шумпетера, загибелі капіталізму лежить не в сфері економіки, а в сфері культурної надбудови, тому що в суспільстві формується вороже відношення до підприємців з боку інших соціальних груп. Провину за це Шумпетер покладає на радикальних інтелектуалів з їхньою непомірною амбіційністю. Він зазначає, що однією з характерних рис цивілізації пізнього капіталізму є зростаюча доступність освіти, у тому числі вищої. Число високоосвічених людей росте, але адекватного росту робочих місць, що відповідають їхнім потребам, не спостерігається. І тоді велика армія інтелектуалів починає шукати причини свого незадовільного положення в недоліках існуючого суспільного ладу, реалізуючись у його лютій критиці. Таким чином, на думку Шумпетера, формується середовище, непридатне для підприємництва й воно зникне, а разом з його зникненням припиниться соціальний і суспільний прогрес. Напрошується парадоксальний висновок, що капіталізм відімре під тягарем власних успіхів – високих темпів економічного розвитку, що призводить до панування «великого бізнесу» і доступності освіти [1, с. 164].

Сміт достатньо уваги приділяв визначенню і характеристиці «економічної людини». Сутність «економічної людини» показана в другому

розділі книги першої «Багатства народів», де особливо вражає положення про те, що поділ праці є результатом певної схильності людської природи до торгівлі й обміну. Нагадавши спочатку читачеві, що собаки одна з одною свідомо кісткою не міняються, А.Сміт характеризує «економічну людину» словами: «Вона скоріше досягне своєї мети, якщо звернеться до їх (своїх ближніх) егоїзму й зуміє показати їм, що в їхніх власних інтересах зробити для неї те, що вона жадає від них. Дай мені те, що мені потрібно, і ти одержиш те, що тобі потрібно – такий зміст усякої подібної пропозиції. Не від доброзичливості м'ясника, броварника або булочника очікуємо ми одержати свій обід, а від дотримання ними своїх власних інтересів [148, с. 32]».

Вернер Зомбарт свої роботи присвячував співвідношенню явища економіки і культури. Широко відомі роботи Зомбарта «Сучасний капіталізм» (в 3-х тт.), «Торговці й герої», «Пролетаріат», «Буржуа» й ін. Відповідно до його вчення, господарство являє собою цілісну самостійну систему, яка історично розвивається, із властивої їй логікою еволюції. І хоча господарські системи успадковують минулі форми, а також взаємодіють одна з одною, що виражається, зокрема, в обміні окремими елементами, у взаємовпливі й т.д., кожна система – унікальна. Керуючись своїми світоглядними й методологічними принципами в дослідженні капіталістичного господарства, Зомбарт виділяє в ньому етапи «генезису», «молодості», «зрілості» й «старості». Кожній системі господарства властивий відповідний «дух». У роботі «Буржуа» Зомбарт, досліджуючи «дух» капіталістичної системи господарства, указує на його головну особливість – роздвоєність. З одного боку, це «підприємницький дух», а, з іншого боку, – «міщанський дух». Німецький учений вбачає в умовах капіталізму, тобто «капіталістичного господарства», шість суґубо адекватних їй антропологічних типів: «розбійник», «феодал», «спекулянт», «державний чиновник», «купець» й «ремісник». Причому перші три («розбійники», «феодал», «спекулянт») домінують на етапі раннього капіталізму (генезису й молодості) – вони

персоніфікують його «героїчний» початок, тоді як інші три типи («державний чиновник», «купець», «ремісник») починають відігравати провідну роль у міру старіння капіталістичної системи. Вони втілюють «міщанський дух» і проявляються в діловитості, методичності, ощадливості. У роботах Зомбарта, явно пов'язаних з ідеями Ніцше, героїзм наповнений почуттям щастя, тоді як міщанство пов'язане з почуттям боргу.

Пролетаріат в уявленні Зомбарта – типовий представник міського населення, надзвичайно слабо пов'язаного із землею, «рідним краєм». Цьому класу не властиві почуття відданості, краси, сентиментальність. Мир пролетарів штучний. Машинна праця робить із них роботів, безликих функціонерів, не зацікавлених у живому результаті праці. Метою останнього стає в цьому випадку зарібок (гроші). Це психічно надламани люди. Бездуховність, відсутність більших цілей, захопленості істотно знижують моральний рівень представників цього класу. Цинізм, нахабність, відсутність віри у високі цінності, бруталність – от риси, властиві типовим представникам пролетарів [121, с. 177].

Зомбарт ставить культуру після землі й народонаселення. З такою установкою особливостей західноєвропейського капіталізму при всьому бажанні не вгледіти. Ситуацію не рятує згадування Зомбартом «культурного стилю», розподіл культури на матеріальну й ідеальну, а останньої – на інституційну і духовну; навпроти, підсилюється підозра, що для Зомбарта культура – все-таки не синонім західноєвропейського капіталізму, а одне з багатьох перерахованих умов його генезису й буття.

Було б наївно заперечувати обумовленість економіки культурою, їх глибоку внутрішню взаємопроникненість. Економіка опосередковано пов'язана з культурою, знаходить своє вираження в способі життя людини, у її розумінні світу й самого життя. Навіть культура господарювання, зосереджена в самій людині, сформованій рядом поколінь й історико-культурних прошарків. Але Зомбарт формулює однозначно: «Економіка – це культура». Так, у роботі «Світогляд, наука й економіка» (1938 р.) він постійно

підкреслював, що «усяка економіка, як і всяка людська культура, є дух [183, с. 129]».

Зомбарт називає капіталізм «могутнім космосом»; уже при народженні людина вступає в нього, як «у готову будівлю». Термінологічна спільність не може сховати розходжень в інтонації й змісті. Зомбарт, що помічає в сучасного підприємця відсутність «смаку, пристойності й людського достоїнства», схильний знайти цьому виправдання, бачачи їхню причину в самій економіці, що диктує норми поведінки людей. Західноєвропейський капіталізм відзначений, по Веберу, падінням впливу цінностей християнської культури. Вгасання релігійних цінностей, до яких спрямований сам Вебер і на яких заснований духовний світ людини, відбувається під ударами капіталістичної раціональності. Найбільш яскраво вона виявилася в економіці, яка характеризується щоденністю і приземленістю. Критикуючи капіталізм, Вебер наполегливо повторює, що він, як «могутній космос», втягує у свою орбіту всіх людей, готовлячи їм «ярмо безхазяйного рабства [183, с. 126-132]».

Проаналізувавши історичний шлях розвитку поняття «культура підприємництва», звернемося до сучасних розробок цього феномену. Праці вчених минулих століть і початку 20 століття відзначаються умовністю і поверхневістю стосовно визначення підприємницької культури. Вони не розробляли це поняття окремо, а лише у співвідношенні з іншими факторами економічного розвитку: прибуток, капіталізм, заробітна плата та ін. Але ці розробки сміливо можна назвати фундаментом сучасної культури. Адже саме з тверджень про антигероїчність капіталізму, про його «бездуховний» характер витікають сучасні уявлення про необхідність підвищення ролі культури в житті приватного підприємця.

Морально-поведінкова парадигма бізнесмена визначається такими його особливостями як головного суб'єкта підприємницької діяльності. По-перше, на відміну від менеджера, як позбавленого особистої незалежності найманого управляючого, умови праці якого, а також мотиви звільнення від роботи диктує наймач, бізнесмен, комерсант, підприємець є самостійними суб'єктами

ринкових відносин. Характерна риса – прояв їх особистої економічної волі у всіх типах підприємницьких фірм – одноособовому володінні, що представляє собою повністю самостійний бізнес. По-друге, бізнесмен, володіючи землею, фірмою, капіталом, виступає і як власник, і як працівник, тобто безпосереднім виконавцем певних операцій, і в ролі управляючого, який повинен уміло організовувати й координувати діяльність працюючих з ним людей, а в ряді випадків – і певних комерційних структур. По-третє, бізнесмен, володіючи як і кожна людина, закріпленим етичними й правовими нормами статусом людської особистості, чесної особи й громадянина, у той же час характеризується якостями, які відбивають його рольову функцію в зовсім конкретній підприємницькій діяльності. По-четверте, визначаючими факторами класифікації бізнесу на легальний, чесний, нелегальний, «брудний», злочинний, шоу-бізнес, ігровий бізнес і т.д. є етичні критерії, у яких відбивається діалектична тріада – професіоналізм ділової людини, рівень її моральної культури, причому не взагалі, а в сфері підприємництва, і ступінь правової озброєності.

Властивості вільного підприємництва – зростання ступеня ризику залежно від ступеня неясності й в одержанні очікуваного результату в умовах невизначеності ситуації. Без ризику неможливий вибір найбільш ефективних, а в ряді випадків й альтернативних варіантів управління, без нього успіх у справі взагалі представляється утопією, без нього підприємницька діяльність втрачає заповзятливість, ініціативність, інноваційність й стає консервативною, небезпечною для фірми, що прирікає її на застій і нездатність поводитися адекватно конкурентному ринковому середовищу. Бізнес як особливий вид професійної діяльності й найважливіший сектор ринкових відносин – це не проста наявність безлічі продавців (від президента фірми до найманого персоналу) і покупців певного товару у вигляді продуктів або послуг, а складна система людських відносин, що регулюються економічними і юридичними законами в органічному поєднанні з морально-етичними нормами.

Основу цивілізаційного поведження суб'єктів бізнесу становлять такі моральні норми: чесність як непорушний атрибут гідного поведження бізнесмена; сумлінність у виконанні зобов'язань як перед своїм найманим персоналом, так і споживачем; неухильне виконання принципів чесної конкуренції; уміння за допомогою конкуренції перетворювати особистий, егоїстичний інтерес у суспільне благо; здорове честолюбство, що базується на постійній незадоволеності досягнутим і на розгляді бізнесу не тільки як результату, а як процесу, у якому проявляються здорові начала «економічної людини»; щирість, без якої просто неможливо побудувати ділові відносини підприємця, менеджера; престижність як відбиття почуття гордості за високий професіоналізм у певній сфері діяльності при тому розумінні, що немає непрестижного бізнесу, якщо будь-який його вид приносить не тільки прибуток, але й служить задоволенню потреб покупців; упевненість у власних можливостях, що гарантує забезпечення принципу стійких і стабільних «зворотних зв'язків» соціально-економічних відносин. Сюди ж відносяться: турбота про справедливий розподіл прибутків між усіма, хто брав участь у їх створенні; відсутність культу грошей і розгляд їх не як мету, а лише засобу по досягненню поставленої мети; незаплямованість репутації ділових відносин, які в умовах чесної конкуренції «працюють» на успіх справи, у випадках же неохайності можуть привести не просто до чергових втрат і зривів у бізнесі, але й до банкрутства, катастрофи, безповоротній втраті раніше завойованих позицій.

Істотний вплив на культуру підприємництва здійснює неформальна (тіньова) економіка, у середовищі якої одержали широке поширення такі морально неприйнятні елементи економічного поведження, як неліцензійна торгівля, цінове маніпулювання, порушення контрактних відносин, обман клієнтів, фальшива, тобто неправдива реклама продаваних товарів, незаконне використання при продажі товарів-сурогатів назв відомих торговельних марок, прагнення економічних агентів перекласти податковий тягар на легальний сектор економіки, торгівля краденими товарами (для того, щоб такі

товари швидше «сплавити» і здійснити операцію «кінці у воду», крадена продукція продається по незрівнянно низьких цінах, що не може бути непоміченим), надання «хазяїном» свого товару іншій особі при наступному поверненні вартості товару або її частини по завершенні незаконної угоди й т.д. На думку Е.Шилза, субкультура кримінального середовища являє собою своєрідний центр або своєрідну зону, які є «феноменом світу цінностей і вірувань, які правлять суспільством [188, с. 79]».

Такі необхідні для «економічної людини» якості, як уміння домагатися успіху в чесній конкурентній боротьбі, не входити в конфлікт із влачею й мораллю, прагнення до володіння максимальною інформацією про підприємницьку діяльність, уміння проявляти постійний розрахунок і порівнювати витрати й прибуток та ін. – усього цього можна домогтися при неодмінній умові, сформульованій ще в 1935 р., – якщо парадигма «економічної людини» буде розширена за рахунок особливо актуальної в XXI столітті парадигми морально вихованої, культурної людини, яка діє в сформованій системі соціальних і статусних позицій, нормативних позицій і соціально визначених і легітимних ролей [65, с. 53-59].

Р.Соломон порушує важливе питання культури підприємництва, або корпоративної культури, яка, будучи невід'ємною частиною загальної культури, являє собою певну систему цінностей, прийняту в тій чи тій організації. Корпоративна культура завжди формується на ґрунті культури того суспільства та народу, з яким вона себе ідентифікує. Вона втілює в собі пануючу в корпорації атмосферу, її цінності, переконання, прийняті методи практичної діяльності. Фахівці з етики бізнесу вважають, що порушення норм етики, проникаючи в культуру фірми, «ампутують» саме поняття моральності в організації. Етичні порушення, як і стратегічні помилки, можуть зруйнувати довіру всередині організації. Багато людей, зайнятих у сфері бізнесу, відчують, що потреба у результативності суперечить порядності, гонитва за зовнішніми фінансовими результатами та за особистою вигодою достатньо часто призводить до порушення норм добропорядності. Етичні порушення



було б помилково розглядати тільки як особисту справу тих, кого вони безпосередньо стосуються, оскільки вони впливають і на репутацію, і на рівень культури організації. Факти таких порушень можуть також свідчити про те, що культура організації стимулює неетичні вчинки.

Одним з методів етичного виховання та запобігання етичним порушенням фахівці вважають розробку кодексів поведінки та етичних стандартів організації.

У певному розумінні можна говорити про моральність або неморальність корпорацій, але не варто забувати, що існує відмінність у використанні моральних термінів стосовно окремих людей та стосовно систем або організацій: люди, на відміну від організацій, є метою у собі, вони самоцінні. Тому культурна характеристика систем та організацій у кінцевому підсумку завжди залежить від того, як вони впливають на людей.

Таким чином, бізнес, активізуючи особистий інтерес, сприяє відтворенню в суспільстві соціальних ініціатив, соціальної динаміки і є інструментом зміцнення демократії. Бізнес, ринкова економіка є необхідним компонентом демократичного суспільства, розвиток якого безпосередньо пов'язаний з мораллю: цінності демократії, які закріплюють пріоритет природних прав людини перед державним правом, і є політичним корелятом моральних цінностей. Ставити питання про культурність бізнесу водночас означає ставити питання про культурність суспільства: бізнес, будучи одним з різновидів людської діяльності, не може існувати, нехтуючи людськими цінностями та моральними нормами. Тому необхідно враховувати, що суспільство, ґрунтоване на ринковій економіці, висуває до окремого індивіда величезні культурні вимоги і вимагає моральних настанов, які економіка сама по собі породити не може. Ефективність економічної системи не може бути запорукою гуманного та морального суспільства, зневага до культури та загальнолюдських цінностей призведе до катастрофічних наслідків.

Останнім часом в Україні проблеми культури бізнесу виходять на передній план. Перехід до ринку в українській економіці вимагає створення

культурної інфраструктури для нових економічних інституцій. Головні завдання, що постають у зв'язку з цим, полягають у демонтажі структури міфологічного мислення, кланової влади, патерналістської культури, політичної та господарської пасивності, має бути реалізований потенціал особистості та особистої відповідальності: в підприємницькій та громадянській активності, в розвитку творчої ініціативності, в переданні прав, влади та відповідальності на дедалі нижчі рівні соціальної структури. Перед підприємством виникає вимога взяти на себе відповідальність, щоб заповнити вакуум відповідальності в суспільстві. Тільки моральна поведінка здатна зрушити процес культурної консолідації [143, с. 93-102].

Головним поняттям культури бізнесу в останній час стала соціальна відповідальність. Це поняття роздратовало багатьох традиційних ентузіастів вільного ринку, спровокувало багато злих або плутаних аргументів. Найвідомішим з подібних міркувань є робота лауреата Нобелівської премії, економіста Мільтона Фрідмана у «The New York Times» (13 вересня 1970 року) під назвою «Соціальна відповідальність бізнесу полягає у збільшенні прибутку». У цій публікації він назвав бізнесменів, які захищали ідеї соціальної відповідальності, маріонетками, спонукуваними інтелектуальними силами, які підривають фундамент вільного суспільства, і звинуватив їх у проголошенні чистого соціалізму. Аргументація Фрідмана коротко виглядає так: менеджери працюють на акціонерів і мають перед ними зобов'язання щодо максимізації прибутку. Виділення грошей на благодійні цілі або інші соціальні заходи (за винятком формування іміджу фірми), втручання в суспільні справи, які не мають нічого спільного з діяльністю фірми, мало чим відрізняється від обкрадання акціонерів. Крім того, підприємство або його представники не мають здібностей чи спеціальних знань у галузі соціальної політики і тому зловживають своєю компетенцією, а разом з тим порушують прийняті зобов'язання, коли втручаються у справи суспільства як менеджери, а не як приватні особи, що діють від свого власного імені. Деякі з помилок, прихованих у цьому розумінні, виникають з

прийняттям єдиновимірного образу бізнесу (гонитва за прибутком), а також винятково невтішного й нереального образу акціонера. Аргумент компетенції (вжитий Пітером Друкером в його відомій книзі «Менеджмент») має сенс тільки у тому випадку, якщо підприємства беруть участь у заходах соціальної інженерії, які істотно перевищують їхню компетенцію. Чи потрібно мати спеціальні знання та таланти, щоб непокоїтися дискримінаційними практиками при прийнятті на роботу та підвищенні по службі у власній фірмі? Для того, щоб повністю відповісти на аргументи Фрідмана, які в останній час стали дуже популярними в культурі бізнесу, Р.Соломон пропонує створити новий термін. Замість акціонерів (stockholders) бенефіціантами соціальної відповідальності підприємства він вважає тих, хто наражається на ризик (stakeholders), – групу, в якій акціонери є тільки складовою частиною. Ризику зазнають усі ті, хто має доведені права та очікування від дій співтовариства, та всі ті, кого стосується це питання. До цієї групи віднесемо як працівників, постачальників і споживачів, так і громадськість, в якій вони працюють, і навіть суспільство загалом. Перевагою цього терміна є те, що він докорінно розширює сферу відповідальності підприємства, зберігаючи його специфічні особливості та характер. Соціальна відповідальність, зрозуміла подібним чином, не є додатковим тягарем для підприємства, а постає як центральна частина його принципової відповідальності – ретельної праці для потреб не тільки акціонерів або власників, але й тих, хто на нього працює, купує у нього, продає йому, мешкає біля нього, або тих, кого тим чи тим чином стосується бажана та винагороджувана діяльність у системі вільного ринку [150, с. 105-112].

Знову повернемося до визначення культури підприємця і спробуємо в світлі веберівської етики проаналізувати цивілізаційний підхід до формування цієї культури, тобто яким чином явища глобалізації та вестернізації впливають на цей процес.

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.

В Україні накопичений досить суперечливий досвід модернізації, що проводилася за допомогою прямолінійного засвоєння не тільки вироблених на Заході економічних принципів господарювання, але й супутніх їм соціокультурних форм. Для осмислення шляхів розвитку країн Сходу й Заходу велике значення мають відомі висновки М.Вебера про протидію традиційній духовності й релігійно-культурним системам східних країн розвитку там ендогенного капіталізму західного типу. Доля наукової спадщини М.Вебера склалася таким чином, що воно первісно виявилось пов'язаним з уявленням про непридатність сформованих в незахідних цивілізаціях надбань для прискореної модернізації за західним зразком. Інтенсивне входження спадщини М.Вебера в науковий побут теоретиків модернізації почався з публікації його праць англійською мовою в перекладі й з коментарями Т.Парсонса. Досить систематизоване й аналітично відпрацьоване, але специфічно парсонівське сприйняття методології й філософсько-історичного змісту концепції М.Вебера вплинуло на його розуміння дослідниками модернізації. «Парсонізація» М.Вебера складалася насамперед в інтерпретації його світогляду як ствердження універсальності індустріально-капіталістичної цивілізації західного зразка з її основними духовними цінностями. Наслідки прямого переносу західних принципів, без їхньої адаптації до нової реальності, виявилися практично у всіх незахідних суспільствах – від Алжиру до Китаю. Імітаторське насадження стереотипів «нового перса» (араба, африканця) у бізнесі, поєднане із впровадженням споживчих, відверто гедоністичних установок, що відбувалося на тлі стрімкого розшарування суспільства на дуже бідних і дуже багатих, породило аномію, втрату трудової етики, гальмувало формування етики успіху. Як

відомо, принциповий недолік таких запозичень у тім, що засвоюється лише зовнішня сторона культури, у той час як її внутрішній зміст запозиченню не піддається [114, с. 89]. В результаті руйнуються колишні системи цінностей соціокультурної регуляції, підриваються основи соціальної стабільності.

Парадигма модернізації не виходила за рамки західного розуміння ринку як вихідного моменту розвитку незахідних суспільств. Загальна модель розвитку представлялася як «універсальний шлях з урахуванням локальної специфіки». Дуже швидко виявилася обмеженість можливостей пошуку аналогів протестантської етики й західних цінностей у східному суспільстві: детальний аналіз показав, що аналогія виявляється поверхневою. Східні цінності мають інший, ніж західні, зміст. У кожній культурі можна знайти установки на активне відношення до світу, діяльність, господарський розвиток, нагромадження багатства, але вони по-різному вбудовуються в загальну систему ціннісних орієнтацій, а значить й у структуру культури.

Пошук незахідних аналогів протестантської етики не є самостійним напрямком модернізації, скоріше це складова частина дослідження самотутніх культур. Зміна старої парадигми намітилася в середині 80-х років і виразилася в розвитку ідеї «модернізації в обхід модерніті», тобто культури розвиненого західного буржуазного суспільства, що характеризується раціоналізмом і сцієнтизмом, прагненням до росту матеріального добробуту й технічному прогресу, індивідуалізмом. Нова парадигма модернізації ґрунтується на наступних положеннях: 1) значимість сформованих соціокультурних типів як основ стійкості й самостійності суспільства; 2) стійкість ціннісно-змістовних факторів у регуляції як політичного, так і господарського життя; 3) більша варіативність інституціональних, символічних, ідеологічних інтерпретацій, які різні суспільства й цивілізації дають реальним процесам модернізації. У новій парадигмі модель світового розвитку виглядає вже не однолінійною й моноцентричною, що описує процес вестернізаторського типу, а поліцентричною і варіативною. Традиційні культурні цінності й норми, специфічні особливості свідомості людей визнаються на новому етапі

важливим фактором розвитку, сховищем форм поведінки, символів і загальнозначущих змістів, що забезпечують його стабільність і безперервність. Як показав у своїх роботах С.Ейзенштадт, саме занадто поспішна й рішуча відмова від традиційних цінностей, норм й інститутів без супутнього формування нових призводить до зривів модернізації й руху назад. Використання в реформах таких факторів, як кланова лояльність, більша родина, родинні й етнічні зв'язки, відносини патерналізму, може забезпечити їхню стійкість й органічність [57, с. 46-54].

Господарська (підприємницька) культура й підприємницький менталітет повинні включати цінності й норми двох типів: крім опису системи духовної, моральної мотивації активної підприємницької діяльності, яка дає стимули до розвитку, все більшої диференціації господарського життя й нагромадження капіталу, необхідні цінності, що забезпечують виправданість (моральну легітимність) цієї діяльності для суспільства в цілому. Активні ціннісні установки орієнтовані не на все суспільство, а на локальні групи людей. А їхнє домінування в культурі приведе до розколів і конфліктів у суспільстві, всі члени якого не можуть рівною мірою активно й успішно займатися підприємництвом і накопичувати капітали. Тому завжди необхідні ідеологічні концепції й універсальні культурні цінності, що згладжують протиріччя, що наділяють розвиток прийнятним моральним змістом і сприятливою підтримкою єдності суспільства.

Протестантська етика у твердженні про «дух капіталізму» ґрунтувалася не тільки на знайдений нею вищій духовній мотивації підприємницької діяльності сучасного типу, але й на сакралізації підприємницького успіху, твердженні безумовної правомірності підприємницької активності і її моральному самовиправданні, на прийнятті більшістю суспільств успіхів активних меншостей.

Висловлюються точки зору, що за минулі 70 років традиції були втрачені, що потрібно будувати культуру українського підприємництва заново. Навіть якщо традиція як конкретна стійка форма діяльності втрачена,

то в менталітеті народу вона залишилася як сукупність цінностей і норм, уявлень про належне. В міру відновлення підприємництва як форми соціальної діяльності вони піднімаються з культурної пам'яті суспільства. Нинішня культура «нових українців» поки мало нагадує ідеологію служіння й соціальну відповідальність дореволюційного підприємництва. Але при більш детальному аналізі виявляються її деградуючі варіанти. Психологія «нових українців» з їхньою агресивністю й «несподіваною корпоративністю» нагадує скоріше військовий дух завойовника, ніж раціоналізм й індивідуалізм «економічної людини» [114, с. 71].

Соціологічні опитування свідчать, що для сучасних підприємців важливим економічним мотивом діяльності є ідеї служіння – родині, близьким, суспільству. Вони займають більш високі позиції в рейтингу мотивів, чим потреби в матеріальному добробуті, професійній самореалізації, інноваційній активності (на відміну від Заходу, де ці цінності знаходяться на перших позиціях). Це свідчить про те, що підприємці, принаймні якась їхня частина, стурбовані проблемою пошуку свого місця в суспільстві, прагнуть самоствердитися, доводячи свою корисність і служіння загальному добру [134, с. 85-94].

Раніше ми згадували про легітимність підприємництва, тобто про те, як його сприймають більшість людей, не зайнятих у цій сфері. Спробуємо на підставі соціологічних джерел дослідити це питання.

Термін «легітимність підприємництва», який був залучений до наукового обігу Полем Вілкеном, визначає у вузькому сенсі рівень схвалення підприємництва в суспільстві, а в ширшому – наявність у соціально-культурному контексті системи цінностей та норм, які сприяють появі та успішному розвитку підприємництва. Згідно з цим розумінням, одні суспільства створюють сприятливіші умови для виявлення приватної ініціативи у сфері бізнесу, ніж інші. У цих суспільствах набувають поширення й схвалення такі цінності та культурні зразки, як індивідуалізм, виражена

мотивація досягнення та особистого успіху, схильність до поміркованого ризику, заохочення до методичного зусилля та конкуренції тощо.

Спочатку слід зробити короткий огляд проблеми співвідношення соціокультурної легітимності та успішності розвитку підприємництва, оскільки в науковому товаристві відсутній консенсус із цього питання. Такі авторитетні вчені, як Дж.Александр, П.Кілбі та ін., вважають позитивне ставлення суспільства до бізнесу, високий соціальний статус підприємців і престиж підприємництва необхідними передумовами виникнення та успішного розвитку цієї сфери діяльності. Водночас Т.Парсонс і Н.Смелзер доводять, що підприємництво не потребує позитивної соціальної оцінки, а найсприятливіші зовнішні умови полягають у наявності толерантного ставлення до нього з боку суспільства [71, с. 165-177]. У цьому разі постулюється певний ступінь автономності підприємництва щодо соціокультурного контексту. Як свідчать дослідження, бізнесом справді успішно займалися в різні періоди історії та в різних суспільствах маргінальні соціальні та етнічні групи.

Почнемо зі сприйняття підприємництва на рівні індивідуальної та масової свідомості. Моніторинг громадської думки показує, що впродовж десятиріччя незалежності серед населення України переважали помірно позитивні установки стосовно приватного підприємництва. Ці оцінки не залишалися незмінними й коливалися від достатньо високих показників схвалення на початку трансформації до помітного падіння авторитету підприємництва в очах громадськості впродовж 1994-1995 років. З одного боку, таку зміну в громадських настроях частково можна пояснити впливом ситуаційних чинників, а саме зростання несприятливих тенденцій у соціально-економічній сфері (гіперінфляція 1993 року, різке падіння рівня життя, падіння виробництва й посилення на цьому тлі песимістичних настроїв). З іншого боку, виявляється доволі цікава закономірність: зниження якості життя не призвело до автоматичного та різкого падіння легітимності підприємницької діяльності. Лише поступово, за 2-3 роки, мірою



нагромадження негативного досвіду відбулося помітне зрушення в оцінках. При цьому змінилася сама природа громадської думки: оцінки почали змінюватися від ідеалістичних, найбільшою мірою властивих для масової свідомості початкового, ейфорійного періоду перетворень, періоду великих сподівань, до дедалі прагматичніших і тверезих, ґрунтованих на зіставленні сподівань із реальними соціальними процесами.

Заслуговує на увагу той факт, що впродовж 1994-1996 років, коли порівняно з попереднім періодом зростали лави противників приватного бізнесу, частка його прихильників залишалася майже незмінною (42-46%). Іншими словами, відбулася стабілізація рівня позитивного ставлення до підприємництва, а впродовж наступних років він навіть повільно зростав (із 43% у 1997-му році до 52% у 2001 році).

Не можна, утім, обминути увагою й те, що стабільно високою (від чверті до третини населення) залишається частка тих, хто не може визначитися зі своїм ставленням до підприємництва. Такий високий відсоток невизначених оцінок свідчить, що феномен підприємництва не дістав соціокультурної легітимації в очах вагомій частки суспільства, хоча й має значну армію прихильників. Останні відрізняються за своїми соціально-демографічними характеристиками від противників приватного бізнесу, оскільки, як правило, є молодшими, освіченішими та заможнішими. Серед них також частіше трапляються міські мешканці. Водночас найбільш негативно підприємці сприймаються тими стратами, які мають низький соціальний статус, незначні економічний, політичний та символічний капітали й можуть розглядатися як «невдахи трансформації [131, с. 73]».

Суперечливість і неоднозначність оцінок феномена підприємництва мешканцями України проступає особливо рельєфно, якщо зіставити ставлення до підприємництва взагалі, яке (ставлення) має доволі абстрактний характер, і ставлення до підприємців зокрема, яке є більш визначеним, відчутним і зумовленим безпосереднім повсякденним досвідом. В останньому випадку переважають стриманіші, ніж у першому, оцінки. В одному із досліджень

середини 1995 року з'ясовували ставлення пересічних українців і народних депутатів до «нових багатих». Показово, що з цього питання думки представників політичної еліти збіглися із «голосом народу»: 42% представників народу і 43% парламентарів висловили своє негативне ставлення до підприємців, аж до бажання посадити багатих українців за ґрати. Отже, постать самого підприємця викликає суперечливі, значною мірою негативні оцінки [71, с. 169-173].

Таким чином, підприємницька культура є на сьогодні тим явищем, яке перебуває у стадії бурхливого розвитку. Ще у XVIII – поч. XX століттях про нього говорили мимохіть, не виокремлюючи, змішуючи з іншими поняттями, але вимоги часу змінюються. І у глобалізаційному суспільстві, що також швидко міняється, постала нагальна проблема вдосконалення, підвищення цієї культури суб'єктів господарювання, спираючись на національні та світові культурні надбання. Орієнтація на Західні цінності виявила значний розрив між українськими та західноєвропейськими підприємцями. Поняття «цивілізований підприємець» безпосередньо зв'язано з цивілізованим ринком. Успішним може бути тільки підприємець з високим рівнем загальної і ділової культури. За проведеними дослідженнями, найбільш пріоритетними виявилися гуманність, надійність, висока загальна культура, уміння вдягатися, правильно говорити. Причому надійність не в плані фінансових можливостей, а у виконанні умов угоди і забезпеченні виживання колективу в складних ситуаціях. Вітчизняні і закордонні вчені вважають, що українські бізнесмени позбавлені почуття соціальної відповідальності. Ця обставина говорить, швидше за все, про загальні закономірності, що діють у світі бізнесу в період нагромадження капіталу незалежно від рівня розвитку суспільства, у надрах якого відбувається перехід до ринкових відносин. Поки ще далекі від нашої реальності такі риси підприємців, як надійність, чесність, доброзичливість та ін. Це псує суть ринкової економіки і формує у свідомості людей загальне негативне відношення до неї. У зв'язку з цим важливо виробити критерії цивілізованого підприємця, що служили би орієнтирами і реалізовувалися б у

практичній діяльності бізнесменів. Дослідники виділяють кілька критеріїв [122, с. 22-23], згідно яким цивілізованим може вважатися той, хто: по-перше, створює робочі місця для інших. З цього погляду не можна вважати цивілізованим будь-якого комерсанта, що робить човникові рейси за низькоякісними товарами широкого вжитку. По-друге, ставить заробітну плату своїх працівників у залежність від успіху фірми. Це сприяє поліпшенню мотивації діяльності, є гарним стимулом для відповідальної, сумлінної праці, підвищення якості своєї роботи. По-третє, при зіткненнях із труднощами розділяє тяготи фірми разом із усіма, не вирішує проблеми за рахунок працівників. По-четверте, працює на насичення ринку товарами за доступними цінами. У нашій країні поки мало хто займається налагодженням свого виробництва, зменшенням витрат і продажем продукції за більш низькими цінами. По-п'яте, вкладає гроші у виробництво, у власні матеріальні цінності, у розвиток соціальної сфери.

Таким чином, цивілізованим можна вважати такого підприємця, який створює робочі місця для інших, піклується про благо своїх працівників і задоволенні запитів споживачів, прагне приносити користь своєю діяльністю не тільки собі, але і суспільству в цілому. Це людина, яка орієнтується на стратегічні лінії розвитку, а не на хвилину вигоду. Формування такого підприємця припускає створення нормативної бази цивілізованої діяльності, а також податкової системи, яка стимулює меценатство [17, с. 122-125].

Культура підприємництва не є ізольованою від культури суспільства. Навпаки, друга, будучи сфокусованою під відповідним кутом зору – у світлі специфіки, мети, умов, шляхів, методів, форм розв'язання поставлених господарських завдань, – є основою, джерелом формування, збагачення першої.

Культура підприємця реалізовується завдяки його специфічній позиції (і чи не в першу чергу мається на увазі унікальне особистісне внутрішнє переживання). Господарник мислить у дусі позитивних здобутків. Його свідомість «занурена» в пошук можливостей постійного продукування

багатства: успіх приходить до налаштованої на нього людини, яка мислить категоріями успіху, бо зорієнтоване на успіх мислення є позитивно стверджувальним, і сприяє уникненню багатьох колізій, суперечностей, конфліктних ситуацій, і немовби саме «підводить до успіху». Активний підприємець уміє розпізнавати вільне «місце», а ініціативною, творчою діяльністю «заповнює» його, спираючись на свою волю, розум, енергію, ділові та організаційні якості, розвинений такт, культуру ділового спілкування. А, як вважають дослідники, «прикметна риса української моделі менеджменту – прагнення до гармонії [174, с. 263]».

Але зауважимо, що висококультурний підприємець не може мати чогось спільного і з економічним егоїзмом. Останній завжди був і лишається дієвим ініціюючим началом розвитку підприємництва, діяльності, яка передбачає започаткування, що певною мірою виходять за межі усталеного, є відповіддю на нові потреби. Задовольняючи їх, підприємництво повинно давати прибуток і, відтак, бути корисним як суспільству (у вигляді податків воно є джерелом наповнення доходної частини бюджету), так і суб'єктові діяльності. І саме підприємець у цій складній системі взаємопереплетення інтересів, дій людей, груп, соціальних інституцій перебирає на себе найбільшу відповідальність та ризик: це – особистість, здатна відповідати. Від його підготовленості, вміння, навиків, рівня культури, інтуїції залежить успіх справи, він приймає рішення, що зачіпають інтереси, благополуччя, а нерідко й життя (в разі появи недоброякісної продукції) багатьох людей. Існує безліч чинників (як на поверхні, так і прихованих), на перший погляд, важко розпізнаваних, які впливають на це. І навіть за умови, коли, як здається, передбачено, враховано всі можливі несподіванки, що чатують на шляху реалізації попереднього задуму, все ж великим лишається ризик, якому, зокрема, покликана протистояти діловитість.

Діловита культурна особистість спроможна на основі вольових зусиль сконцентрувати можливості виробничо-господарського розвитку, здатна

мислити й діяти інколи всупереч загальноприйнятим стереотипам, але неквапливо, розважливо.

Як особистість, що започатковує нову справу виробництво товару, надання послуг, які треба реалізовувати у суспільстві, – підприємець має бути насамперед глибоко обізнаним з можливостями та потребами, поєднання яких певним «підприємством» і має забезпечити, на його думку, очікуваний ефект. Тому культура підприємництва великою мірою визначається його інтелектуально-психологічними якостями. А нині незрівнянно зростає інтелектуальне, морально-психологічне навантаження на нього, максимальне внутрішнє напруження актуалізує його духовну роботу і, чи не в першу чергу, розширює простір національно-ментальнісних цінностей, вироблюваних упродовж багатьох століть положень, норм, на основі яких, зрештою, і приймаються адекватні, виважені рішення.

Активність підприємця – завдяки ефективному використанню матеріальних та ідеальних ресурсів, методів та підходів – спрямована на досягнення попередньо визначеної мети. За характером вона є утилітарною, розгортаючись у режимі необхідності постійного вибору та прийняття вигідного рішення. Позаяк «внутрішня напруга ділової людини у процесі конкурентної боротьби, яка набирає витончених форм на поч. ХХІ ст., настільки зростає, що вона не витримує часто психологічно [34, с. 97]», то, цілком природно, й актуалізується необхідність постійного відновлення, зміцнення «внутрішньої рівноваги». А «духовною основою» останньої покликані слугувати чи не в першу чергу духовна атмосфера, сформована в «силовому полі» національно-ментальнісних цінностей та орієнтирів. Останнє переконливо засвідчує не апатію, байдужість чи безділля та обмеження можливостей, а очевидне переважання розважливо-осмисленого світовідношення. Стриманість, непоквапливість, поміркованість, розважливність «збільшують наші сили». Економічна активність не може не бути в zasadниченою у національно-ментальнісних особливостях, репрезентованих сукупністю історично сформованих традиційних

стереотипів, уподібнення схильностей, потреб, звичок, інтересів, норм урегулювання. Тому, зрештою, критерієм культури підприємця є вміння, докладаючи відповідні вольові зусилля, спиратися на знання, національно-духовні цінності, навикі правильного вибору на користь добра . Розвинений її рівень полягає , зокрема , у тому , щоб, «маючи в душі лише тверду міцність», уміти відмовлятися від одноманітності, від жорстко однозначного поцінування явищ. У співвідношенні «економічна вигода – моральна норма» не може не бути найрізноманітніших варіантів взаємопоеднання. Але підприємець високої культури – морально піднесена особистість, відповідальна перед людьми і Богом і тому спроможна здійснювати оптимальний, виважений вибір.

## РОЗДІЛ 2

### ОСОБЛИВОСТІ СТАНОВЛЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ ТА ФОРМУВАННЯ ДУХОВНИХ ОРІЄНТАЦІЙ ПІДПРИЄМЦЯ

Існування ринкових відносин в Україні тісно переплетене з її історичним розвитком. Тому 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 самобутність 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.

Ще донедавна в переважній більшості досліджень, присвячених аналізу процесу становлення товарно-грошових відносин, переважала думка про негативне ставлення православної церкви до процесу капіталізації суспільства. Адже православ'я з його патріархальним прикриттям як групового, так і індивідуального егоїзму ніколи відкрито не проголошувало приватні інтереси і успіхи в підприємницькій діяльності вищою метою і цінністю життєдіяльності людей. Для православ'я більш характерним було спрямування на формування духовності людини крізь призму виховання у неї таких якостей як любов, радість, довготерпіння, доброта, благодать та ін. Проте аж ніяк не можна сказати, що поза колом її інтересів залишилися притаманні суспільству капіталу специфічні чесноти, спрямовані на досягнення високих результатів у підприємницькій діяльності, в здійсненні особистих цілей. Православна церква завжди освячувала активність індивідів у досягненні моральних висот та реалізації моральних ідеалів. А прояви активності людей в суспільстві, в якому панує приватна власність, немислимі

поза їх прагненням до примноження цієї власності, жаданням влади, впливу, завоювання престижу, тощо. Такі бажання є не чим іншим, як основними вимогами моралі, які забезпечують формування і функціонування ринкових відносин.

Так само як останні почали складатися ще в надрах кріпосної залежності селян від феодалів, моральні норми, установки, принципи буржуазного суспільства почали зароджуватися в умовах функціонування станово-корпоративної моралі епохи феодалізму. В конкретно-економічній ситуації XVI-XVII століття в Україні виникали відносно складні форми господарювання. Вони були зумовлені як існуючою економічною кон'юнктурою, так і можливостями власне приватних господарських одиниць. Відбувалася ситуаційна самоорганізація господарських форм, в результаті якої створювалася структура приватного господарства, де натурально-господарські і товарно-грошові начала органічно взаємозумовлювали і доповнювали одне одного. В цьому процесі, який відбувався в умовах відсутності будь-якої правової регуляції і поведінки його учасників, досить важко було встановити, де закінчується дія натурально-господарських правил і починається власне підприємницький раціоналізм в організації господарства. Тому суттєву роль в організації нових форм господарювання відігравали традиційні морально-етичні регулятори.

Проведені царським урядом в 60-70-х роках XIX 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.

Скасування кріпацтва стало одним із найважливіших рубежів становлення більш прогресивної системи господарства в історії України. Відкриваючи широкий простір для розвитку підприємництва, нова система господарювання започатковувала й нові духовні основи його розгортання. Звільнення селян створило умови для широкого використання вільнонайманої



праці і прискорення процесу накопичення капіталу. І хоч Україна ще довгий час продовжувала залишатися переважно аграрною країною, її економіка поступово реформується в таку, що базувалася на приватній власності на засоби виробництва і використання найманої праці капіталом. Вже з другої половини 60-х років почалося швидке зростання фабрично-заводської промисловості, яка поглинула дрібнотоварне виробництво феодального типу. Остаточно утвердилися товарно-грошові відносини, суспільний розподіл праці, відбулося усупільнення виробництва, робоча сила перетворилася в товар. Утвердження капіталізму – явища світової історії – відбулося й на теренах України.

Капіталізація економіки супроводжується небаченим розвитком підприємництва як ініціативної господарсько-фінансової діяльності суб'єктів різних форм власності. Воно охопило всі галузі економіки, всі регіони України, спричинюючи зміну відношення людей до праці, виробляючи у них нові моральні цінності і норми. Останні знаходили вираження в поведінці людей, що видозмінювалася відповідно до нових умов господарювання, насамперед в сфері трудової діяльності. Почала складатися трудова етика як таке відношення людей до праці, в якому проявлявся новий, порівняно з традиційним, комплекс моральних цінностей і норм. Саме на його основі виникла і розвивалася трудова етика підприємництва. Ділова мораль підприємців, як значущий компонент їх моральної поведінки, поступово, але органічно входила складовою частиною в соціально-економічний генотип суспільства.

Існуюча до цього часу традиційна станово-корпоративна мораль феодального суспільства могла служити основною лише того типу підприємництва, який М.Вебер називав торговим, лихварським, авантюрним. Такий тип підприємництва виникає і функціонує на основі зародкових форм грошового обігу і ринку, даючи можливість накопичувати багатство у вигляді грошей. Звичайно, останні пускаються в обіг для їх примноження. Проте вони, як правило, не задіяні у виробничій сфері і тому є суто грошовим

капіталом. Торгове, лихварське підприємництво було широко розповсюджене у виробничій сфері і тому є суто грошовим капіталом. Торгове, лихварське підприємництво було широко розповсюджене на Україні, доповнюючи патерналістські відносини особистої залежності феодальної моралі, відносинами протекціоністськими. Останні витікали із тієї системи протегування, в рамках якої знаходився кожний індивід феодального суспільства. Доповнюючи кріпосну залежність індивідів, протекціоністські відносини пов'язували всіх членів суспільства в єдиній ієрархічній системі цінностей. Моральні принципи і норми в такій системі чітко окреслювали обов'язки кожного по відношенню до поміщика, односельців, городян, тощо. На їх сторожі виступали сільські общини, різноманітні корпорації, релігійні та ін. Не останнє місце в регуляції станової ієрархії відводилося і державі. Сам же становий статус закріплював не тільки привілеї, але й престиж, образ життя, відповідні моральні якості членів суспільства, що знаходилися на різних сходинках станової ієрархії.

Торгове, лихварське підприємництво знаходилося на її нижчих щаблях і вважалося серед українців малопrestiжним. Тому таким підприємництвом в переважній більшості займалися жиди, греки, вірмени, до яких приєднувалися багаті вихідці українського села. Такий тогочасний бізнес вважався «нечистим», а гроші, що в ньому оберталися, «брудними». Діяльність підприємців-лихварів підлягала моральному осуду, а самі вони досить часто піддавалися гонінню та погромам. Це відбувалося ще й тому, що традиційна суспільна мораль визнавала за багатством не головного стимулятора життєдіяльності людини, а руйнівника її духовності. Жадання багатства в українців, як і загалом у всіх православних християн, вважалося смертним гріхом, рівнозначним гордині і непокорі. Саме вони приписувалися тим, хто прагнув вирватися за межі свого стану, який охоронявся існуючими звичаями, привілеями та заборонами.

Утвердження буржуазних суспільних відносин в Україні привело до виникнення підприємництва нового, продуктивного, промислового типу.

Воно, з одного боку, не могло бути повністю засудженим традиційною мораллю, оскільки остання складається із таких традиційних норм і установок як честь, вірність, обов'язок, згуртованість тощо. А з другого боку промислове підприємництво суперечило становій честі, обов'язку патерналізму, згуртованості феодального стану, які сковували ініціативу і розвиток особи. Перехід до капіталізму супроводжувався формування в українському суспільстві нової системи моралі, в якій пріоритет віддавався приватному інтересу, успіху в підприємницькій діяльності, прагненню багатства та ін.

Відповідно до того, як в суспільстві утверджувався капіталізм продуктивного, промислово-підприємницького типу, з ним вступав у взаємодію торгово-грошовий капітал. Їх притирання приводило до становлення продуктивного підприємництва, яке нерозривно пов'язувало багатство із індустріальною працею. На зміну принципам гендлярства прийшли принципи діловитості. Чесність загалом та чесна продуктивно-підприємницька праця зокрема стали головними чинниками розвитку підприємництва і його прагнення багатства. Причому прагнення багатства в даному відношенні треба розуміти як одну із чеснот, притаманних українським підприємцям, оскільки вони прагнули не лише до накопичення власного капіталу, але й до поліпшення добробуту усіх верств населення. Адже українські підприємці прекрасно розуміли, що бідні громадяни є лише потенційними покупцями товарів, які викидалися на ринок. Примноження капіталу ставилося у пряму залежність від платоспроможності населення. Підприємець, який прагнув до одержання високих прибутків, таким чином, вимушений був думати про відповідний життєвий рівень споживачів продукції, яка виготовлялася на його підприємствах.

Загальні уявлення українських підприємців про рівність і гідність людей, самоцінність індивідів втілювалися у конкретних справах. 60-80-ті роки XIX століття знаменували інтенсивний розвиток залізничного будівництва, річкового і морського пароплавства. Зросла вага добувної, насамперед вугільної, промисловості, посилено розвивалися металургія та

машинобудування. Загалом становлення і розвиток підприємництва в Україні в другій половині XIX століття було часом розгортання в країні промислового перевороту, суть якого полягала у витисненні ручної праці у промисловості машинною та капіталізації сільськогосподарського виробництва. Успішному розвитку промисловості та сільськогосподарського виробництва України сприяло утворення нового морального мікроклімату, насиченого духом підприємництва. Поряд із великими фабриками, заводами і копальнями, що прийшли на зміну таким колись високорозвиненим поміщицьким гуральням та сукнярням, розгортається сітка дрібних закладів і мануфактур, зокрема у харчовій та обробній промисловості. Вони демонстрували здатність українських підприємців орієнтуватися на соціальні цілі і специфічні цінності буржуазного суспільства.

Результатом технічного перевороту в промисловості України стала зміна суспільно-економічних відносин, яка відбувалася у всіх галузях народного господарства. Сформувалася соціальна основа підприємництва – національна буржуазія, – серед якої виділялася група великої промислової буржуазії, насамперед власники заводів, фабрик і копалень, члени акціонерних товариств, залізничних компаній, пароплавств. Значно чисельнішими були групи середньої та дрібної буржуазії. Процес утворення української промислової буржуазії йшов шляхом «обуржуазнення» українських, російських, польських поміщиків, які стали на шлях капіталізації своїх господарств, перетворювалися у власників промислових підприємств, ставали членами акціонерних і пайових товариств тощо.

Перемога буржуазно-демократичної революції 1917 року дала змогу українському народу на повний голос заявити про свої національні інтереси. Намітилася перспектива його самовизначення та утвердження державності. Цілком очевидною стала необхідність глибоких економічних і соціальних перетворень у місті і на селі, від здійснення яких доля подальшого розвитку підприємництва в Україні. Всі тогочасні соціальні й політичні сили дотримувалися думки про те, що після перемоги буржуазно-демократичної

революції країна має пройти порівняно довгий шлях капіталістичного розвитку. На цьому шляху підприємці України – насамперед фабриканти, заводчики, банкіри – сподівалися здійснити модернізацію економіки країни і тим самим вивести її в когорту передових держав світу. Проте подальший розвиток революції привів до встановлення радянської влади на Україні і специфічного, в історії небаченого, її розвитку.

Трудова діяльність в умовах радянського суспільства стимулювалася не тільки необхідністю заробітку, але й задоволенням від самого процесу трудової діяльності, усвідомленням суспільного значення праці та її результатів. Хоча і неоднаковою мірою, однак у більшості членів суспільства виробилася здатність орієнтуватися на суспільні інтереси, на високі моральні цінності, що їх виражали. Люди щиро прагнули вдосконалити умови свого життя і праці, але поставлені тоталітарним режимом в жорстокі умови руйнування економіки, моральності, вони були неспроможними це зробити. Необхідні були кардинальні зміни в економічній, соціально-політичній, духовній сферах життя суспільства, щоб перебороти ті недемократичні механізми суспільного життя, які не давали змоги відродитися паросткам репресованого підприємництва.

Деформаціям, зумовленим пануванням адміністративно – командної системи, поклав у 1985 році курс на перебудову. Хоча остання була дуже суперечливим і короткочасним етапом в розвитку нашого суспільства, проте саме вона відкрила перспективу для утвердження засад ринкової економіки, правової держави. Розпочалися пошуки нових шляхів соціально-економічного розвитку.

Завдання оновлення всіх сфер життєдіяльності вимагало глибоких зрушень у вирішальній сфері – економічній. На вихід із кризового становища, в якому опинилося господарство, були спрямовані Закон про економічну самостійність України, прийнятий її Верховною Радою у серпні 1990 року і постанова Верховної Ради «Про проекти концепції та програми переходу Української РСР до ринкової економіки» (листопад 1990 року). Їх успішна

реалізація стала неможливою поза розгортанням нової хвилі підприємництва в країні. В 1992-1993 роках Верховною Радою було прийнято ряд законів і постанов, які спонукали до розвитку підприємництва в Україні. Їх особливість полягала в тому, що вони передбачали здійснення ряду заходів щодо структурної перебудови народного господарства. Це вселяло надію у відродження підприємництва промислового, продуктового типу, яке пов'язало б ідею багатства з індустріальною працею.

Нові законодавчі акти відкривали широкий простір для розвитку спільних підприємств як своєрідної форми співробітництва партнерів різних держав, що об'єднують капітал для спільної виробничо-господарської діяльності, управління і розподілу прибутків пропорційно до вкладеного капіталу. Створення спільних підприємств передбачало не тільки економічний, але й моральний ефект: поряд із впровадженням передових досягнень науки і техніки, прогресивних технологій, управлінського досвіду, залученням додаткових матеріальних і фінансових ресурсів такі підприємства прискорили б процес становлення в Україні трудової етики підприємництва.

В період трансформації, яка охопила всі сфери життя держави, важливо орієнтувати напрямок реформаційної політики на підтримку людей, що являють собою нову продуктивну силу суспільства перехідної економіки і нове джерело його збагачення – невелику, але вже дуже сильну соціальну групу українських підприємців. Важливість нижчеподаного аналізу впливає із загальноекономічного розуміння ролі підприємництва для держави, в якій структурні кризи і депресії в різних сферах стали звичайним і незмінним явищем.

Як показує історичний досвід, підприємці – це люди, які мають властивість значною мірою впливати на економічний і на соціальний стан країни і створюють їй імідж в міжнародному діловому світі. Стан же безпосередньо національної економічної сфери нерозривно пов'язаний з місцем ділової людини (підприємця – в умовах ринкової економіки або

директора – за адміністративно-командної економіки) в суспільстві і силою впливу на це місце державою.

З економічної точки зору важливо зорієнтувати національну економіку до вміння виробляти конкурентоспроможну продукцію, яка б задовольняла існуючий попит. Для цього кожна фірма або соціально-економічний продуктивний інститут повинен володіти відповідним потенціалом, особлива роль у забезпеченні якого належить підприємству.

Як тип (вид) господарювання, розповсюджене в системі ринкових відносин, для нашої реальності підприємство є явищем досить новим і не визначеним. Майже семидесятирічний період існування в системі командно-адміністративного виробництва сформувала особливий тип життєдіяльності, мислення та поведінки особистості – державницький – звичний для радянських людей й досить незрозумілий для народів, економіка яких розвивалась в системі підприємницьких відносин. Введення поняття «підприємство» в західній економічній теоретичній літературі пов'язують, насамперед, з працями Р.Каптільона, Ж.-Б.Сея, А.Сміта, активне функціонування – з працями М.Шумпетера, П.Самуельсона та Ф.Хайєка. Видатний англійський економіст А.Сміт, який трактував підприємця як власника, пов'язував підприємницьку діяльність передусім із власним інтересом (особистим збагаченням), у процесі реалізації якого підприємець сприяє найефективнішому задоволенню потреб суспільства. На думку Шумпетера, зміст «підприємництва» розкривається через його основні функції: реформування й докорінна перебудова виробництва; поєднання виробництва з сучасною наукою; врахування особливостей середовища, в якому здійснюється виробництво. Цю ж думку продовжує американський економіст П.Самуельсон: підприємницька діяльність пов'язана з новаторством, а сам підприємець – людина з оригінальним мисленням, смілива, домагається успішної реалізації нових ідей.

Власне, в такому визначенні поняття «підприємництва» увійшло і в нашу теоретичну літературу. «Економічна енциклопедія» (2001 р.) визначає

підприємництво як «самостійне організаційно-господарське новаторство на основі використання різних можливостей для випуску нових або старих товарів новими методами, відкриття нових джерел сировини, ринків збуту тощо з метою отримання прибутків і самореалізації власної мети [52, с. 723].

Якщо розглядати класичне підприємництво, в рамках Західної цивілізації, то зазначимо, що саме підприємництво є каталізатором економічного розвитку. Ріст конкуренції супроводжується збільшенням обсягів виробництва товарів і надання послуг, стимулює інвестиційну діяльність зі створення нових підприємств. Інвестиції у свою чергу виступають фактором збільшення як сукупного попиту, так і сукупної пропозиції, тобто сприяють прискоренню темпів економічного розвитку суспільства в цілому [119, с. 92].

Підприємництво – нелегка, однак вкрай корисна для суспільства праця. Тому держава принципово має бути зацікавленою у підтримці громадян, які займаються підприємництвом, створювати їм відповідні організаційні й економічні умови. Зокрема, держава відповідно до законодавства може надавати земельні ділянки, державне майно, необхідні для початку бізнесу; цільові кредити й інші види допомоги [119, с. 93].

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 набути гарну репутацію – для цього, як правило, потрібні роки. Втратити ж її можна миттєво.



Відносно української традиції треба зазначити, що з давніх давен, за всіх змін історичних умов буття українського народу, основним змістом його національної самосвідомості був моральний фактор, орієнтований на індивідуалізм як самовідповідальність (дружинники, принцип виборності державних володарів за доби Київської Русі, козацтво, чумацтво, братства та полемісти в умовах становлення національної культури XVI-XVIII ст., вирішальна роль жіноцтва України в економіці, вихованні дітей у цю ж епоху тощо) [13]. Однак ці традиції були перервані в радянський період розвитку українського суспільства.

Полярною альтернативою чистому капіталізму є командна економіка, або комунізм. Цю систему характеризують суспільна власність практично на всі матеріальні ресурси й колективне прийняття економічних рішень за допомогою централізованого планування. Всі великі рішення, що стосуються обсягу використовуваних ресурсів, структури й розподілу продукції, організації виробництва, приймаються центральним плановим органом. Підприємства є власністю держави й здійснюють виробництво на основі державних директив [92, с. 47]. В такому типі економіки велике значення має еліта, яка може розпоряджатися значною кількістю ресурсів.

У радянській літературі термін «еліта» майже не вживався не тільки при характеристиці власної соціальної верстви, зайнятої політичним управлінням, але навіть стосовно «панівного експлуаторського класу буржуазних держав». Теоретичні постулати стверджували, що в соціалістичному суспільстві відсутня соціальна база для існування еліти. Напівзакрита й важкодоступна, що ґрунтується на специфічних правилах відбору, вона являла собою, за оцінкою російського фахівця з питань елітології Г.Ашина, гірший, тоталітарний варіант еліти [7, с. 72].

Поступово в країні почали виникати нові соціальні сили, що усвідомлювали неефективність радянської системи й шукали шляхи її принципової зміни. Підстави для невдоволення були майже у всіх соціально-професійних груп суспільства, хоча його причини (а виходить, і сподівання

про бажаний напрямок реформ) були принципово різними. Робітники й селяни були зацікавлені насамперед у підвищенні рівня і якості життя. Інтелігенція, що представляла середній клас радянського суспільства, сподівалася на демократизацію й лібералізацію соціальної системи, розширення прав і свобод людини. Номенклатура ж щоб стати повноцінною елітою, прагнула знайти законне право на володіння великою власністю [59, с. 8].

Особливості постсоціалістичної трансформації, крім всього іншого, визначаються й незвичайністю перетворень: зворотний перехід від «квазісоціалізму» до «капіталізму»; більший, ніж у соціалістичних країнах Східної Європи, часовий розрив у спадкуванні принципів і правил життя в умовах ринкової економіки; звільнення від домінуючої ролі КПРС й формування плюралізму, коли з'являються нові актори з різними позиціями й інтересами; розрив у рівні інформованості «еліти» і населення [191, с. 78].

В ході скоростиглих і непродуманих за цілями, стратегіями і наслідками «реформаторських» рішень, прийнятих без широкого обговорення елітною верхівкою пострадянського керівництва, Україна була ввергнута в системну кризу. Мета й завдання початкового етапу цієї революції «зверху», що виглядали шляхетними, у яких «основною метою проголошувалася людина, підвищення її культурного й матеріального добробуту» не тільки не були досягнуті більшістю населення, але, навпроти, призвели до значного зниження його життєвого рівня. Це відбувалося на тлі непомірно й поза всякими історичними прецедентами зростаючого добробуту вузької групи призначених олігархів і корумпованого чиновництва [191, с. 78].

З розпадом Радянського Союзу відбулося суцільне зупинення підприємств і скорочення працівників невиробничої сфери (освіти, науки, охорони здоров'я, культури та ін.), що призвело до непередбаченого зростання безробіття [106, с. 37].

Слід зазначити, що рішення цінових проблем, прийняте в СНД, і зокрема, в Україні, виходило з помилкових передумов. Інфляційні гроші

повністю розгромили товарний ринок, зруйнували фінансову систему. Саме в цих умовах було прийнято драматичне рішення про лібералізацію цін, що не тільки не забезпечило лікування інфляції, але й, навпаки, лише збільшило весь комплекс проблем виходу із кризи.

Система ціноутворення, що діяла в колишньому СРСР, помітно відрізнялася від широкої господарської практики. Причини великих відхилень від світових цін були різними: в одних випадках це пов'язувалося з більшою низькою продуктивністю праці (сільське господарство), а в інших – із внутрішніми перекосами в системі ціноутворюючих факторів [133, с. 182]. Вже в 1991 році співвідношення внутрішніх і світових цін змінилося убік перевищення перших.

Лібералізація цін не тільки не сприяла антикризовій політиці, але й, навпроти, стала фактором, що збільшує кризу [133, с. 182]. Певних викривлень набули і процеси приватизації.

Приватизація визначається як «відчуження майна, що перебуває в загальнодержавній, республіканській (Автономна Республіка Крим) та комунальній власності, в інтересах фізичних та недержавних юридичних осіб», як формування прошарку власників, господарів, котрі відіграватимуть головну роль у багатоукладній, соціально-орієнтованій економіці, зрештою, як складову частину роздержавлення, що полягає в переході об'єктів державної власності в приватну і колективну форми власності [129, с. 3].

Більшість дослідників, розглядаючи феномен «роздержавлення економіки», звертає пильну увагу на зміни в методах впливу держави на господарські процеси, на звільнення їх від державної опіки та державного управління. Роздержавлення економіки це відчуження держави від економічної діяльності і водночас захист власності від домагань держави, це зміна держави-власника, перехід від тоталітаризму, адміністративно-бюрократичних методів впливу на економіку до демократичних [84, с. 20].

Під час роздержавлення підприємства (оренда, корпоратизація) змінюється не тип власності, – вона залишається державною, – а її форма.

Насамперед, це відбувається тоді, коли акції даного підприємства належать державі. Коли ж акції після перетворення державного підприємства у відкрите акціонерне товариство йдуть геть «з рук» держави, тобто вона втрачає право на приналежність, володіння, розпорядження та використання даної виробничої одиниці, то змінюються тип і вид власності, а її організаційна форма лишається незмінною – акціонерною: в цьому разі власність, раніше суспільна (державна), стає приватною. В цьому і полягає сутність приватизації [84, с. 21].

Практично здійснити роздержавлення можна в двох варіантах: повільної приватизації (з достатньою підготовкою та структурною реорганізацією кожного об'єкта) і швидкої приватизації (з переданням усіх турбот і боргів новому власникові). Перший шлях пов'язаний з використанням великої кількості коштів і висококваліфікованих спеціалістів, а також вимагає тривалого часу. Оскільки держава не мала таких можливостей, то процес приватизації був спрямований другим шляхом [63, с. 23].

Оскільки, як правило, приватизація на неконкурентних засадах підпорядкована досягненню якихось заданих колективних цілей (наприклад, справедливості), то вона відбувається «зверху», тобто ініціюється і проводиться державою. Відповідні структури, покликані для цього, визначають параметри процесу приватизації та забезпечують їх додержання. Неминуча в даному випадку необхідність дотримання принципу обов'язковості та визначеності з строками не завжди може збігатися з приватним інтересом. Тому закономірно, що ціни, за якими приватизуються окремі об'єкти, набиратимуть неминучої тенденції до зниження [91, с. 43].

Відсутність в належній мірі регулювання підприємницької діяльності з боку державних чиновників на початку становлення незалежної України призвело до плачевних наслідків. Розповсюджена корупція, засилля чиновництва, демонстративна поведінка економічної еліти у сфері споживання, створили в масовій свідомості більш менш завершену картину олігархічного капіталізму, що характеризується безвідповідальністю по відношенню до інтересів країни і населення. Олігархічний капітал виріс «при

явній підтримці держави і чиновництва за допомогою пільгових умов приватизації, ліцензій на зовнішньоторговельні операції [60, с. 45]».

Фактично, суспільство здійснює потрійний перехід: займаючись приватизацією й структурною перебудовою економіки, радикально перебудовує політичний лад і намагається формувати новий устрій. Протиріччя починають розгортатися у всіх сферах суспільства – соціально-економічній, політичній, духовній, підсилюючи один одного [191, с. 78]. Всі ці протиріччя відбуваються в умовах поширення ідеології лібералізму і неолібералізму.

Неолібералізм 1990-х рр. в основному сприймався як ідея демократії, а не ринку. Значення ринкової ідеології, яка одержала на фазі рутинізації перевагу над ідеями демократії, полягало в затвердженні незмінної природи людини, суть якої – постійна спрямованість на досягнення економічного задоволення [169, с. 36].

Ринкова ідеологія в Україні знаходила підтримку діяльних і енергійних людей, схильних до підприємництва, але ця ж ідеологія викликала захоплення у авантюристів і жадібних. Перед першими повстало питання про нову мораль, тоді як для останніх, швидше, виникало питання про відмову від неї [169 с. 36].

Спираючись на досвід розвинутих капіталістичних країн зауважимо, що вже в другій половині ХХ ст. й особливо в ХХІ ст. як механізм збереження капіталістичного світу під гаслом «за соціальну стабільність» й «щастя людей» заявила про себе соціальна політика. В ХХІ ст. в усе більш складному, усе більш фрагментованому суспільстві люди, залучені у вир пріоритетів, що змінюються, і змістів, усе більше думають про виживання, надійність, стабільність існування, а їхній спокій і щастя стають картами в боротьбі за владу й вплив у суспільстві. Саме із цієї причини в центрі наукового інтересу дослідників, що займаються проблемами соціальної політики, лежить поняття справедливості [144, с. 26].

Неоліберали на пострадянському просторі з 1990-х років виявляли усіляке презирство до населення, нездатного скористатися наданою ринковою свободою і займатися підприємництвом, відмовляючись від власної відповідальності за це, хоча умови реалізації свободи не були надані. Харизматична фаза неолібералізму, яка схвалює творчу активність людини, на стадії рутинізації в Україні і в інших країнах СНД обернулася перемогою жадібності над економічним інтересом, перемогою авантюристів і кримінальної публіки, війною всіх проти всіх. Високе значення ринкової ідеології, пов'язане з ідеєю свободи і творчості, було втрачене. В антропологічному плані подібні соціальні умови на одному полюсі розв'язували пристрасть до збагачення, жадібність, а не економічний раціоналізм, а на іншому полюсі – прагнення вижити. Перемога жадібних над енергійними і моральними призвела до антивеберівського типу капіталізму [169, с. 36], що відбилося на специфіці суб'єктів підприємницької діяльності.

Таким чином, особливості становлення ринкових відносин в Україні породжують певну специфіку її суб'єктів.

Відносини суб'єктів підприємницької діяльності в українському трансформаційному суспільстві не можуть ґрунтуватися на класичних принципах чесності, справедливості, відповідальності, гідності, дисциплінованості, раціональності, довірі, бо накопичення первинного капіталу в Україні відбулося за 10-15 років, а не як в Західній цивілізації за 300 років, що і призвело до певних викривлень не тільки у ринкових відносинах в українському суспільстві, а й у свідомості, психології й ідеології сучасного підприємництва.

Саме етика успіху є головною для сучасних підприємців, вона радикально розходиться з етичними системами більшості світових релігій. Етика успіху заперечує любов до ближнього і солідарність з ним, що є етичним джерелом милосердя і добродійності [58, с. 99].

Ринкова економіка, сучасний капіталізм має свою власну справедливість, яка найповнішим чином виражена в ліберальних ідеях еквівалентності взаємної подяки і формальної свободи.

Елементарна несправедливість капіталізму пов'язана з експлуатацією людини людиною, яка має систематичний і інституційний характер і одержує ідеологічну підтримку і виправдання з боку лібералізму [66, с. 41].

Сучасний економіст Г.Беккер вважає, що людська поведінка регулюється тими ж принципами, якими регулюються економічні процеси виробництва і збуту товарів (тобто в будь-якій ситуації індивід виходить з пріоритетності економічної вигоди). Наприклад, рішення про вибір діяльності, професії, шлюбні відносини і т. ін., на його думку, можна підвести під виключно економічні складові [147, с. 130].

Відносно довіри між суб'єктами підприємницької діяльності зазначимо наступне. У соціальних дослідженнях виділяються три рівні довіри. Мінімальний рівень – довіра людини самій собі, внутрішня легітимація індивідуальної думки і поведінки. Другий рівень довіри ґрунтується на особистісному досвіді відносин людини з іншим суб'єктом. Третій рівень – інституційна довіра, що визначається відношенням людини до соціальних, економічних, політичних інститутів. Також виділяється два типи довіри: індивідуальна й інституційна [164, с. 38].

Роль зв'язків з родичами в свідомості підприємців не знижується, а скоріше деформується. Традиційні відносини оцінюються бізнесменами з погляду можливих вигащів і витрат, набуваючи соціального характеру.

Тільки собі довіряють 51 % населення і 65 % підприємців. В ході соціологічних досліджень багато бізнесменів говорили, що в своїх відносинах з партнерами і підлеглими виходять з принципу «довіряй, але перевіряй» [164, с. 39-40].

Етична репутація організації – у відомому значенні ще один вид її нематеріальних активів. Якщо на практиці представляється можливим зміряти вартість торгової марки і оцінити вплив на неї рішення проблем соціальної

відповідальності (наприклад, шляхом оцінки лояльності покупців, їх довіри до торгової марки і відчуттів від її якості), то таким чином можна кількісно оцінити сторони соціальної відповідальності діяльності організації й суб'єктів підприємницької діяльності [170, с. 89].

Ринкові відносини приводять до появи нового типу людини. Це «економічна людина» – будь-яка людина в сфері економічної діяльності, яка з огляду на обмеженість ресурсів, максимізує свою корисність з метою накопичення багатства шляхом вибору оптимального рішення з поміж існуючих в кожному конкретному випадку. Основні риси «економічної людини»: раціональність, компетентність, гнучкість, пристосованість, самостійність, впевненість, впевненість в собі, помірність, обачливість, чесність, гордість, бажання заволодіти прихильністю оточуючих і відданість своїй справі [140, с. 76].

В економічній науці досить популярна теорія споживача і споживацького суспільства відповідно до якої людина прагне до максимального задоволення своїх потреб. В принципі, на цьому базується все капіталістичне виробництво, що пропонує споживачам (часто нав'язує їм) все нові і нові товари. Номіно економікус для цього необхідні такі риси поведінки, як незалежність, егоїстичність, раціоналізм та поінформованість. На відміну від нього номіно соціологікус більшою мірою підкоряється нормам суспільства, кожна його дія детермінована цими нормами і зводиться до впливу соціальних інститутів. Він повністю залежить від навколишнього світу [147, с. 130]. Будь-яка реальна людина, знаходиться десь між цими двома ідеальними типами, однак, на нашу думку, підприємець належить саме до типу «економічної людини».

В.Галактіонова [32] вважає, що «економічна людина» не толерантна, а скоріше конфліктна, агресивна, націлена на тотальне підпорядкування всього (господарського, соціального, природного) оточення лише власним інтересам. За В.Кремінем [74], можна виділити наступні основні моменти концепції «економічної людини»: особиста зацікавленість в результаті діяльності і



відповідальність за отримання бажаних результатів; врахування інтересів інших людей (партнерів), співгромадян і суспільства, без чого економічні суб'єкти не можуть досягти власних цілей.

Отже, місце «економічної людини» в громадянському суспільстві вказує на можливість виконання нею не однієї-двох, а цілого спектру ролей. Але цього недостатньо для з'ясування природи, світогляду та її цінностей, які також визначаються сферою застосування діяльності. В. Нестеров [108, с. 3] зазначає, що «економічна людина» діє в сфері фіктивного капіталу, тобто, поза виробничою сферою, її відмінною рисою від інших суб'єктів суспільства є прагнення отримати прибуток і багатство поза зусиллями. Подібної думки дотримуються й І.Чередниченко, Н.Тельних [176], які вважають, що «економічна людина» – це не обов'язково людина, пов'язана з виробництвом. Визначальним критерієм віднесення звичайної людини до категорії «економічної» виступає корисність, яку вона ставить у всіх життєвих зв'язках на перше місце. Сенс її дій не в діяльності і не в самій діяльності, а в корисному ефекті.

Сьогодні, серед найбільш дієвих мотивів до заняття бізнесом в сучасному суспільстві можна виділити наступні:

- 1) прагнення до самостійності (незалежності, автономності і т.ін.);
- 2) незадоволеність попередньою діяльністю (її змістом, умовами, якістю і т.п.);
- 3) прагнення повторити або примножити чийсь успіхи (батьків, родичів, друзів, знайомих тощо) [111, с. 479].

Саме відчуття власної влади над обставинами і відрізняє підприємця від решти населення і навіть від різного рівня управлінців, які теж часто себе не відчують справжніми «господарями життя». Відмічений факт підтверджується тим, що мотивація підприємців, орієнтованих на самореалізацію, дозволяє їм не тільки легше долати неодмінно виникаючі на їх життєвому шляху труднощі, але і зрештою, добиватися задоволення і самоповаги.

Ще однією характерною рисою справжніх підприємців є їх здатність діяти в умовах дефіциту інформації. Не менш цінною якістю є властива багатьом успішним бізнесменам висока пристосованість до змін. При цьому обов'язково підкреслюється, що активність справжнього підприємця завжди конструктивна і ніколи не буває негативно спрямованою, навіть в тих випадках, коли нова справа пов'язана з руйнуванням старого. Усередині запропонованої справи завжди закладене оновлення.

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» [111, с 481].

Зауважимо, що до середини XIX ст. українське підприємництво не виходило за межі традиційної станової етики. В міру інтенсифікації капіталістичного розвитку підприємництво стало виходити з традиційної ніші, претендуючи на посилення впливу і включаючи в сферу своїх ділових інтересів все більш широкі верстви населення. Проте чим більший соціальний резонанс викликала ділова активність, тим активніше чинило опір суспільство, що в цілому зберігало традиційний космоцентризм світогляду й етику служіння як найважливішу моральну опору.

Коли суспільна свідомість базувалась на космоцентричній парадигмі і була орієнтована на стабільність, а не на розвиток, економічне зростання як цінність не сприймалось. За цих обставин філантропія і меценатство підприємців носили, по суті, знаково-символічний характер: з їх допомогою повідомлялося суспільству, що підприємці живуть з ним однаковими турботами, ділять його скорботи і радощі, цікавляться тими ж проблемами, захоплюються тими ж ідеями і образами [58, с. 100].

Сучасний діловий світ України проявляє себе інакше: він маніфестує себе, швидше, замкненою кастою, що живе власними інтересами, за власними моральними стандартами і нормами. Колосальні огорожі, що приховують особняки багатих людей, непробивні двері центральних офісів, люті охоронці, як підкреслює Н.Н.Зарубіна, це не просто данина жорсткій кримінальній обстановці, а символічна межа яку ті, хто досягнув успіху, споруджують між собою і суспільством [58, с. 101].

В умовах, коли 1,5% населення Російської Федерації володіють більш ніж 50% національного багатства, а 90% фінансових потоків контролюється 5-8% населення України [10, с. 207], коли стрімке збагачення деяких суб'єктів підприємницької діяльності в більшості випадків залежало від того, ким вони були в «минулому» житті (номенклатурні зв'язки, знання структури управління суспільством тощо), або від незаконних методів досягнення матеріального успіху, слова «успіх», «успішний» почали асоціюватися в свідомості пострадянської людини з вкраденими капіталами і майном, а також з перерозподілом суспільної власності на користь власним егоїстичним інтересам.

Реальною основою для постійного поновлення нестабільних процесів в економіках, що розвиваються, є мінімальний рівень диверсифікованості експорту й домінування в його складі сировини, палива, продуктів первинної переробки, що ставить ці країни у залежність від кон'юнктури світових товарних ринків. Висока залежність країн, що розвиваються, від експорту обмеженої кількості товарів виявляється сприятливою основою для появи ще одного джерела господарської нестабільності – коливань фінансової системи. [142, с. 16].

Спонукальним мотивом підприємництва є матеріальний інтерес, що знаходить вираження в тій або іншій формі доходу. Для підприємця будь-яка мета, прийнята в якості пріоритетної, завжди припускає одну неодмінну умову – забезпечення прийнятної норми прибутковості [158, с. 78].

Сучасне підприємництво, розглянуте як явище, з'являється перед нами насамперед як особливий тип господарської поведінки, що характеризується прагненням до створення нових або втримання наявних конкурентних переваг. Причому такою властивістю, що, з одного боку, розкриває змістовну сторону підприємницької функції – завоювання переваг, а з іншої відображає специфічність підприємництва як типу господарської поведінки (боротьба за кращі умови господарювання) [158, с. 79].

Економічне планування в змісті раціонального керування ринком не тільки неефективно, але й попросту неможливе. Процес, що ми називаємо ринком, занадто складний, щоб їм можна було реально управляти. Ефективне функціонування ринкової економіки повністю залежить від того, наскільки добре вона «культивується». Вона має потребу в правовому й іншому інститутах, що сприяють її процвітанню. «Культивація» містить у собі створення таких умов, при яких зростає ефективність ринку, а саме: встановлення певної системи прав, які захищає закон, власності й дотримання контрактів, а також стабільних грошової й банківської систем [81, с. 47].

На думку Я. Пасько «в сьогоднішній Україні можна спостерігати типово сенситивну реакцію на соціально-економічні, політичні та світоглядні проблеми. Безліч людей, рятуючи себе і свої родини від наслідків соціальної несправедливості, економічного хаосу та духовної невизначеності, шукають щастя за межами України [117, с. 33]».

Одним з нових змістовних видів економічного поведінки суб'єктів підприємництва в умовах становлення ринкових відносин є поведінка на фінансовому ринку, пов'язана з перерозподілом й інвестуванням грошових ресурсів [154, с. 191].

Особливості сучасного суспільного буття свідчать про суперечність між традиціоналізмом і модернізацією в Україні, що відбиває стан культурно-цивілізаційного перехрестя, на якому знаходиться український народ. Традиціоналізм передбачає чіпляння за старе, віджите, за традиції і спосіб життя радянської цивілізації. Український традиціоналізм недостатньо

послідовний, бо дистанціювання від найбільшого уламку колишньої радянської цивілізації – Росії – доповнюється намаганнями прозахідної орієнтації. Модернізацію можна сприймати як своєрідну експансію західних традицій (збереження двох протилежних тенденцій католицизму і протестантизму, постіндустріальний розвиток західних країн з особливостями психології та ідеології). Модернізація поєднує індивідуалізацію та емансипацію індивіда, конкуренцію між особистостями, економічні та політичні свободи з повним соціальним відчуженням і масовою бездуховністю.

Сфера бізнесу послужила своєрідним випробувальним полігоном для реформування державно-бюрократичних структур. Відпрацьовані в її рамках нові методи менеджменту стали предметом найретельнішого аналізу теоретиків і практиків управління з метою їх застосування в діяльності державної адміністрації в тому числі й по регулюванню підприємницької діяльності [89, с. 36]. Становлення постіндустріального суспільства зажадало від підприємців нових якостей: гнучкості, адаптивної ініціативності, вільного вибору і відповідальності. Тому задача пристосування підприємців до умов швидко змінюваного зовнішнього середовища стала справжнім імперативом суспільного розвитку.

Становлення підприємництва в сучасному українському суспільстві відбувається в умовах переходу від індустріального до постіндустріального суспільства. Цей перехід відбувається через всебічний розвиток матеріального виробництва, його технічне переозброєння на основі нових технологій, зростання загального і культурно-технічного рівня суб'єктів економічної діяльності, удосконалення організації праці і управління [178, с. 50].

Національна стратегія, що базується на традиційному індустріальному характері розвитку, стає не тільки непринятною а й надзвичайно небезпечною. Сьогоднішня економіка України, з її розваленою промисловістю, неймовірно низькою технологічністю, відсталою організацією

виробництва і низькою продуктивністю не може витримати навантажень глобальної конкуренції. Тяжко-інерційний, архаїчний індустріальний розвиток становить величезну небезпеку для України [15, с. 7].

Процес становлення нових суб'єктів підприємницької діяльності в умовах повільного переходу українського суспільства від індустріального типу до постіндустріального, в умовах подальшого розвитку ринкових відносин обтяжується проблемами оподаткування й корупції в Україні.

Корінні проблеми оподаткування в Україні полягають не стільки у розмірі податкових ставок, скільки у безсистемності, фіскальному свавіллі, зловживаннях, відсутності позитивного впливу на економіку. Бізнесмени змушені відводити частину обороту в тінь, рятуючись не просто від високих податків, а від довільних поборів і адміністративного насильства [105, с. 24; 187, с. 22].

У теорії планувалося перейти від планового до «соціального ринкового господарства»; на практиці стали збільшувати тягар податків і повернулися до урядового фінансування стрімко зростаючих витрат. І хоча всі ці міри приймалися під гаслами соціальної справедливості й росту добробуту народу [120, с. 98], на практиці вони призвели до ослаблення основ здорового підприємництва, до бюрократизації й одержавлення господарства, до гіперінфляції й в остаточному підсумку до загального занепаду економіки, що відбулося в першу чергу на тих самих робітниках, в ім'я яких здійснювалася вся ця «соціальна» політика.

На думку В.Найдьонова, О.Махмудова, здоровому економічному глузду не відповідає система «транзитного» податку на додану вартість, який стягується на всіх стадіях руху продукту, а потім частково відшкодовується. Проводиться гігантська облікова та інформаційна робота, створено поле для зловживань – з одного боку, і для фіскального свавілля – з іншого. Відтягуються оборотні кошти підприємств, яких і без того не вистачає. Сплачуваний ПДВ у 5 разів перевищує суму грошей на рахунках підприємств і становить 11% виручки від реалізації. ПДВ у існуючому вигляді являє собою

вбудований в економіку генератор інфляції витрат і тінізації: по-перше, спонукаючи підприємців приховувати частину обороту в «тінь», але залишаючи на світлі його витрати; по-друге, довільно збільшуючи податкові витрати через невідшкодування. Невідшкодована частина ПДВ збільшує витрати підприємств у середньому на 1,5%, зменшує прибуток від реалізації більш як на 20-25% і сягає половини всього одержаного балансового прибутку в економіці [105, с. 25].

Інший чинник, що впливає на специфіку становлення підприємництва в українському суспільстві – це корупція. Коріння корумпованості безсумнівно, слід шукати ще в радянські часи.

Монополія влади – один з найважливіших видів природної монополії із всіма необхідними ефективними механізмами суспільного контролю за нею. Якщо її роз'їдає корупція (а це в сучасній Україні є загальновизнаним фактом), що має на своїй меті забезпечення сприятливих умов життєдіяльності одних суб'єктів ринкових відносин за рахунок інших, то це явно свідчить і про монополістичну спрямованість економічного розвитку в цілому [166, с. 66]. В свою чергу, ця тенденція може призвести до того, що там де є монополія – немає конкуренції. А там де немає конкуренції – немає підприємництва.

Важливий елемент, що формує у нас середовище функціонування малого бізнесу, – це так звані «неформальні зобов'язання» підприємств, а простіше кажучи – рекет. Лінгвістичне оформлення у вигляді термінів «дах», «рекет», «господар», «кидали», «наїзд», це право є достатньо сильним, воно не має писаних законів, і працювати в цьому «правовому полі» може тільки той, хто його добре освоїть і переживе. Той же хто наївно покладеться на організаційну сторону і спробує діяти відповідно до писаних законів, як правило, приречений на програш [9, с. 298].

Головними причинами рекету, на думку В.Кондрачука, є «відсутність ефективного захисту з боку держави і схильність самих малих підприємств виводити себе за межі правового простору [70, с. 133]».

Будь-яка спроба сконструювати систему регулювання підприємництва, що ігнорує внутрішню мотивацію підприємництва, приречена на провал. При цьому не слід ігнорувати й особливість природи доходу від підприємницької діяльності. Вона полягає в тому, що він, по-перше, отриманий за допомогою конкурентної взаємодії, і, по-друге, є результатом кращого застосування ресурсів у процесі господарського обороту [158, с.79].

На сучасному етапі суспільного розвитку взагалі, й генези підприємництва, зокрема, в Україні присутня переважно патерналістська модель управління, яка репрезентує активну роль держави як регулятора суспільних відносин, що деталізується в різних сферах суспільного життя. Патерналізм, як підтримка основних елементів суспільної взаємодії, спрямований, в першу чергу, на захист і перерозподіл засобів виробництва суспільних благ. З цього твердження розкривається питання переосмислення механізмів регулювання суспільних відносин з урахуванням альтруїстичних та егоїстичних дій відповідно до їх спрямованості в суспільному просторі [99, с. 148].

У ХХ ст. зростання пасивності населення було характерною ознакою й одним з негативних наслідків моделі держави добробуту в розвинених західних країнах. СРСР також випробував всі плюси й мінуси «зрівнялівки». З одного боку, егалітаризм як принцип соціальної політики зіграв важливу роль у забезпеченні загальнодоступності соціальних благ для радянських людей. На його основі в СРСР була досягнута загальна грамотність, поліпшені житлові умови мільйонів людей, знижена захворюваність по більшості хвороб, збільшена тривалість життя. Разом з тим егалітаристська соціальна політика знизила стимули до праці в населення, негативним чином вплинула на якість послуг [168].

У СРСР панувала номенклатурна система відбору політичної еліти, критерієм формування якої був цілковитий ідеологічний і політичний конформізм, особиста відданість керівництву, родинні зв'язки, знання «правил гри» і т. ін. Ці й подібні «фільтри» відсіювали найбільш здібних та



яскравих людей, деформували особистість. До того ж у СРСР, на відміну від більшості країн Східної Європи, не сформувалася скільки-небудь впливова й демократична контреліта. Значна частина еліти незалежної української держави має номенклатурне минуле й перебувала на других-третьох ролях у радянській системі влади. Демократизація громадського життя створила умови для включення радянської еліти в нові для неї види діяльності, які дозволили трансформувати номенклатурний статус в економічний і політичний [214, с. 114].

На початку 1990-х років у правлячій верстві відбулися певні зміни: омолодження, зниження частки вихідців із села, широке рекрутування інтелектуалів і професіоналів. У результаті цього в ній зростає питома вага ринково-орієнтованих господарників і прагматиків. Ці процеси супроводжувалися ослабленням ідейно-політичного розмежування політичної еліти. У перші пострадянські роки це розмежування ґрунтувалося на протистоянні модернізаторських, ліберально-реформаторських і націонал-комуністичних еліт. Згодом демократи-ліберали першої хвилі частково були відтиснуті на периферію політичного життя, частково абсорбувалися в бюрократично-управлінській верстві, що сформувалася в основному з радянської номенклатури. Значна частина комуністичної еліти, особливо регіональної, незважаючи на використання конфронтаційної фразеології, також увійшла в бюрократичні структури.

У цілому ж, незважаючи на зміни, що відбулися, рівень ділових і моральних якостей нинішньої еліти продовжує залишатися невисоким. Для більшості представників «нової буржуазії», що інтегрувалася в політичну еліту, українська державність була винятково бізнесом-проектом, можливістю участі в приватизації національного надбання, про патріотизм не було й мови. Відчутним був у формуванні нової еліти й кримінальний фактор [56, с. 8].

У результаті, як констатують фахівці Центра Разумкова, утворилась «гримуча суміш», симбіоз двох моралей: старої, компартійної, з її принципом преклоніння перед вищими й зневагою до нижчих, і авантюрної моралі «нової

буржуазії» з її зневагою до закону. Звідси – пріоритет егоїстичних (корпоративних, групових) інтересів (насамперед – економічних) над національними інтересами. Звідси надвисокий рівень корумпованості влади [56, с. 8].

При майже повній відсутності соціального контролю над владою ця обставина стала однією з істотних причин кризи українського суспільства. Політичні структури, що становлять нинішню еліту, пухкі й аморфні, їх роздирають гострі протиріччя. Має місце запекла конкуренція між політичними угрупованнями, що трансформується в непримиренне політичне протистояння [124, с. 114].

Гіпертрофічно розвиваються функції, процедури і, відповідно, організаційні структури державної машини, пов'язані з регулюванням (реєстрацією, ліцензуванням, сертифікацією тощо) і контролем діяльності громадян і юридичних осіб. Бюрократія вражає винахідливістю у створенні нових «хабаромістких» функцій. Цей процес відбувається на фоні декларованої вищими органами влади ліберальної ідеології дерегулювання. «Нехабаромісткі» функції держави редукуються або не розвиваються. Це є помітним і особливо небезпечним у відношенні до процесу вироблення стратегії на всіх рівнях державної машини [116, с. 34].

Характерна риса соціалістичних режимів встановлювані політичним шляхом ціни на певні блага й послуги, приблизно з міркувань як розподілу, так і патерналізму. Ці блага послуги стають доступні споживачам за цінами, що відображають політичні рішення, а не результати безпосередньої взаємодії попиту та пропозиції [21, с. 106].

Всі вище вказані процеси в українському суспільстві позначаються терміном «трансформація», а саме українське суспільство характеризується як те, що «трансформується» або «перехідне» [75; 46]. Певні «перехідні» процеси спостерігаються і в структурі масової економічної свідомості, що особливо простежується на емпіричному матеріалі.

За результатами дослідження цінностей громадян пострадянського простору 1994 рік (1062 респондента) Н.І. Лапін прийшов до висновку, що цінності в структурі масової свідомості трансформуються в бік збільшення впливу ліберальних цінностей, тобто цінностей свободи, незалежності, ініціативності, індивідуалізму та ін. і зниження значущості традиціоналістських цінностей, таких як самопожертвування, традицій, жити як усі. Про це свідчив той факт, що в українському суспільстві створилася представницька група, яка була «носієм і рушієм нових економічних відносин» і одночасно оформлення групи аудсайдерів, що не приймали ринковий варіант розвитку і що орієнтувалися на минулий досвід і цінності. Між цими крайніми групами перебувала більшість населення [46; 83].

Властива масовій свідомості суперечність свідчить про те, що на практиці для багатьох українців звільнення від низки специфічних «радянських» цінностей не компенсується появою нових цінностей. Не дивлячись на певну розірваність в цінностях старшого і молодшого поколінь, до останнього належать студенти, думки й настрої старшого покоління як природна мудрість певною мірою впливають і на настрої, ціннісні орієнтації молодшого покоління. Більш значущою в останній час є проблема адаптації до соціальних умов буття, однією з найбільш виражених продовжує залишатися цінність матеріального добробуту [37; 82; 123; 184].

В цілому, для сучасного українського соціуму характерна ситуація ідейного розколу та соціальної поляризації. Головне, що характеризує соціально-політичні процеси останніх років, – це явна дезінтеграція утворених раніше соціальних структур і зв'язків, пошук нової соціальної ідентифікації на різних рівнях – від індивіда до великих соціальних спільнот. З іншого боку, основним суб'єктом-лідером перетворень залишається адміністративно-політична еліта, здебільш старої партійної номенклатури, чи трохи молодшої номенклатури комсомольської когорти. Спроби включити представників бізнес-еліти в механізм управління процесом реформ показали не тільки їх

потяг до зміщення в площину «дикого капіталізму», але й неприховану компрадорську спрямованість основних інтересів [69, с. 157].

Якщо для порівняльного аналізу особливостей суспільно-економічного буття в Україні обрати дві групи: а) респонденти, що самовизначилися як громадяни України; б) респонденти, що дотепер почуваються громадянами колишнього Радянського Союзу, то виявляться наступні тенденції. Найбільш опозиційно налаштованими виявляються респонденти, що з ностальгією згадують часи СРСР. Саме вони дають найрізкіші оцінки стосовно негативного спектру явищ, що характеризують нинішній стан українського суспільства, і водночас рідше користуються арсеналом позитивних символічних образів сьогодення. Самоідентифікація себе як громадянина України детермінує найбільш сприятливе визнання того, що відбувається в країні, і відповідні оцінки характерних прикмет часу [62, с. 166].

А.Покритан стверджує, що в сучасних умовах суспільні відносини й цінності радянського періоду практично відсутні. Тому боротьба між існуючою тепер економічною системою і елементами радянської системи не відбувається і відбуватися не може. У чому ж в такому разі полягає перехідність існуючої системи? Де ж той зміст, який визначає сутність перехідного періоду як специфічного стану суспільних відносин й цінностей. Він, цей зміст, не фіксується у тих економічних процесах, які характеризують сучасну структуру виробничих відносин України [125, с. 47].

Процес оновлення відбувається під впливом особливостей організації українського суспільного життя, які встановлюють його характер на основі фрагментуючої діяльності кланів – соціальних об'єднань на «родинних засадах», що включають у себе контроль значних за обсягом суспільних процесів. Вони містять у собі обмежені патерналістські заходи виключно щодо членів цих соціальних об'єднань та осіб, які знаходяться в колі їх суб'єктивних інтересів. Ситуація, що склалася, посилює дискредитацію патерналізму в свідомості українського суспільства. Вказані фактори є

пострадянськими рудиментами розвитку патерналізму в українському суспільстві [99, с. 140].

В сучасній економічній системі відбувається жорстка конкурентна боротьба не тільки між окремими підприємствами, а й між різними їх формами: державними, приватними, акціонерними, колективними, змішаними та ін. На перший погляд здається, що державне регулювання у попередній економічній системі було занадто розширеним. Насправді це не зовсім так [106, с. 36].

Державне регулювання охоплює всі напрямки суспільного виробництва. Однак «першочергова увага приділяється регулюванню відносин власності та підприємництва [153, с. 56]». Держава повинна з допомогою законодавства створювати такі умови, коли підприємці могли б займатися своєю діяльністю в рамках моралі, яка знайшла своє відображення в законодавчих актах.

Виділимо деякі параметри середовища, сприятливого для розвитку підприємництва: 1) формування в суспільстві авторитету підприємницької діяльності, розгляд господарського успіху як одного з вищих соціальних цінностей й одночасно терпимість до підприємницьких невдач; 2) застосування пільгових систем оподаткування, особливо в сфері малого бізнесу, що стимулюють відкриття нових підприємств і приплив у цю сферу бізнесу фінансових коштів; 3) створення потужної інфраструктури підтримки підприємництва (інноваційних банків, «інкубаторів» нового бізнесу, консультативних центрів з питань управління, маркетингу, реклами, курсів підготовки підприємців і спеціальних державних органів з питань підприємництва); 4) наявність системи захисту промислової й інтелектуальної власності, дія якого поширюється не тільки на винаходи, але й на продукцію, методи ділової активності й т. ін.; 5) спрощення процедур регулювання підприємницької діяльності з боку державних органів (скорочення форм звітності, полегшення правил реєстрації) [119, с. 93].

Держава, зацікавлена в розвитку підприємництва, повинна гарантувати всім підприємцям незалежно від обраних ними організаційних форм

підприємницької діяльності однакові права й створювати рівні можливості для доступу до матеріально-технічних, фінансових, трудових, інформаційних й інших ресурсів, а також гарантувати недоторканність майна [119, с. 93].

Однак, в сучасній Україні відбувається порушення взаємозв'язку між державою і суспільством, що призвело до непомірного зростання впливу регіональних груп інтересів. Отже, держава дедалі більше втрачає контроль над суспільством, а суспільство – зневірюється в можливостях держави. Взаємна автономізація державної влади і суспільства, викликана слабкістю першої і неструктурованістю другого, відсутністю повноцінних соціальних груп і усвідомлення ними своїх інтересів та механізмів впливу на владу щодо їх реалізації. Обидві вади можна розглядати як рудимент тоталітаризму. Влада до сьогодні продовжує розглядати спілкування із суспільством лише у монологічному режимі і тому не має адекватної інформації про стан справ у ньому. Громадяни України теж особливо не переймаються проблемами та інтересами держави – їхня активність спрямована на забезпечення життєвих потреб, найчастіше шляхом утворення неофіційних, тіньових форм зайнятості. В невідконтрольних державі сферах формуються тіньові суспільні структури, де діють нові, відмінні від тих, що приймаються Верховною Радою, закони. Відтак формуються й нові соціальні сили, що їх реалізують – тобто тіньова влада. Потенціал цієї влади вже вищий, ніж офіційної. В розрідженому просторі між державною владою і реформованим, а тому безвладним громадянським суспільством знайшли себе регіональні політичні «клани», котрі активно впливають і на владу, і на суспільство, і аж ніяк не визнають їхнього впливу на себе. Дані «клани» не є структурами у сферах офіційної, публічної політики. Вони – найголовніші учасники тіньової політичної гри. Проте очевидним є їхнє намагання легалізуватися, добитися легітимних важелів влади [88, с. 46].

Підтримка виборцями свого патрона – керівника регіону нерідко виражається в схваленні реалізації вигідної йому стратегії приходу великого бізнесу до керування ресурсами регіонів. Ці стратегії найчастіше є

корупційними насамперед тому, що всі вони засновані на тіньових схемах впливу на регіональну політику. Зокрема, при реалізації таких стратегій виборці виключаються із процедур прийняття рішень по розвитку регіонів після виборів, кандидатури переможців регіональних виборів визначаються вузьким колом осіб і задовго до призначення дати виборів, бізнес, приходячи до контролю над ресурсами регіону, реалізує звичайно винятково власні інтереси, не розвиває, наприклад, споживчі ринки й мало піклується про підвищення реального життєвого рівня громадян і т. ін. [137, с. 76].

Історичний досвід свідчить, що приватний бізнес, підприємці та громадяни стають тим більше зацікавленими у зміцненні держави, контролюють всі дії, що спрямовані на захист її інтересів, чим ефективніше розвивається економіка країни та чим впевненіше держава створює оптимальні умови для реалізації приватних економічних інтересів, для стабільності. Однак в сучасних реаліях соціальний контроль в сфері бізнесу є недосконалим. Функцію контролю все частіше беруть на себе не дрібні та середні підприємці, а фінансово-промислові групи. Порівняно з іншими політико-економічними угрупованнями, фінансово-промислові групи (ФПГ) – відносно новий тип актора суспільно-політичного життя в країні. Поряд із корпоративними групами, успадкованими із пізньої радянської політичної практики – галузевими лобі та регіональними політико-адміністративними «кланами», – ФПГ складають основний реєстр політико-економічних утворень, які формують основні системні контури української політики. Понад те, роль та значення ФПГ останнім часом стрімко зростає [156].

У ХХІ столітті відбуваються глобалізаційні процеси, в наслідок яких контроль над економікою окремих країн може перейти від суверенних урядів у інші руки, у тому числі до найсильніших держав, багатонаціональних або глобальних корпорацій і міжнародних організацій. Тобто у процесі глобалізації можна побачити загрозу національному суверенітету [43].

В умовах посткомуністичної України стійка система патронажно-клієнтельних зв'язків і обміну складає загрозу утвердженню громадянської

культури та демократії. Вияви клієнтелізму зустрічаються не лише у сфері стосунків представників еліти з народом, але й у характері відносин між найвищими посадовими особами в державі, у способі формування та діяльності великої частини партій. Патронажно-клієнтельні партії зі своїми опікунами – «олігархами», протидіють незалежності виборців, формуванню конкурентних механізмів захисту інтересів. Вони є провідниками партикулярних, егоїстичних, відірваних від суспільних потреб інтересів [80, с. 40].

Лобювання своїх інтересів через чиновників і безпосереднє представництво «своїх» у владних структурах також набуло в Україні поширеної практики [38, с. 117].

Добре розуміючи специфіку інтересів бюрократії як особливої соціальної групи, самі державні чиновники бачать її, насамперед, у збереженні й постійному збільшенні свого впливу й влади, захисту власних класових інтересів. Цікавий факт, що населення й самі чиновники в більшості розглядають владу не як самоціль, гарантію міцного благополуччя й високого соціального статусу, а як інструментальну цінність. Якщо гроші для забезпечення міцного становища й високого статусу важливіше влади, а головний інтерес бюрократії складається в тому, щоб зберегти й закріпити своє привілейоване становище навіть всупереч інтересам країни і її народу, то прагнення чиновників конвертувати владу в гроші без втрати самої влади (що, і є середовищем живильної корупції) зовсім природно [160, с. 7].

Об'єднання підприємств звичайно беруть досить активну участь у виробленні і реалізації фінансованих державою програм підтримки дрібних підприємств. Вони співпрацюють з державою, але що не менш важливо, об'єднання підприємств самостійно виконують функції інститутів підтримки дрібного бізнесу: правове і технічне консультування, сприяння в пошуку бізнес-ідей, проектів, навчанні кадрів; інформаційне сприяння; впровадження і освоєння нових техніки і технологій; вдосконалення системи управління виробництвом і контролю за якістю [27, с. 59].



В теперішній час в розвинутих країнах йде активний пошук нових моделей взаємодії між структурами громадянського суспільства, з одного боку, і владними органами – з іншого. Головними формами такої самоорганізації сьогодні прийнято вважати розвинену демократію, вільну боротьбу політичних сил і ринок [79, с. 110].

Неокорпоративістський механізм принципово модифікував характер політичної влади, перетворивши провідні групи інтересів у прямих учасників створення і ухвалення державних рішень [118, с. 14].

Без законів, що забезпечують права власності і дотримання контрактів, неможливе зростання при капіталізмі і навіть існування цієї суспільно-економічної системи [8, с. 12].

Монополізована і кримінальна економіка України, в якій держава не здатна здійснювати найважливіші функції, такі як забезпечення безпеки громадян, дотримання права в громадських відносинах, збір податків і підтримку в робочому стані валютної і фінансової систем [100].

Крім того, в державах, що трансформуються, відносно слабкіше виражається перевага приватної власності як необхідної умови ринкової економіки, економічної ефективності і демократичних політичних відносин. Існує і помилкова думка, ніби тільки введення (точніше, повернення) до приватної власності викличе зростання економіки і продуктивності праці [96, с. 79].

Піраміда радянської влади-власності, була напівзруйнована ринком, але зберегла свій «кістяк» (ієрархічну структуру владної вертикалі), ідеально підійшла на роль головної «інституціональної пастки», що перешкоджає реалізації потенціалу приватної власності й економічному розвитку країни [55, с. 132].

У підприємців з'являється нагода до об'єднання заради захисту власних інтересів. З одного боку, представники крупного бізнесу займають високі керівні посади в уряді, з іншого боку, ті підприємці, що потерпають від аморальних дій монополій об'єднуються, в регіональні групи інтересів, які

дозволяють протистояти владі та монополіям. Відзначимо, що регіональні групи інтересів є чи не найскладнішою версією організації впливу на владу. Насамперед, «вони в тій чи іншій формі відображають комплексні інтереси регіону як певної цілісності [88, с. 45].

Відносно низька життєздатність малих форм бізнесу з одного боку, і об'єктивно висока соціально-економічна значущість їх функцій з іншого боку, породжує головну суперечність малого підприємництва. Для того, щоб малий бізнес міг виконувати власні соціально-економічні функції, необхідно підвищувати життєздатність, стійкість малих підприємств, для чого потрібен комплекс цілеспрямованих дій по їх підтримці. Життєздатність малого бізнесу визначається його тісною взаємодією з державою і крупними господарськими структурами [132, с. 49].

Підприємницька діяльність, орієнтована виключно на здобуття прибутку, призвела до виникнення економічних еліт. Аналіз механізму впливу в регіональній економіці показує, що входження до складу економічної еліти визначається, в першу чергу, об'ємом контрольованих ресурсів, як владних, так і економічних [36, с. 22].

Наприклад, так звана «дніпропетровська сім'я» почала формуватися ще в застійні часи. До моменту розпаду СРСР більше половини кадрового складу української виконавчої влади складали вихідці з Дніпропетровська. Серед них Володимир Щербицький, Олексій Ватченко, Валентина Шевченко. Економічну опору дніпропетровської групи складала підприємства військово-промислового комплексу Дніпропетровського регіону, що були взаємозв'язаними між собою і підлеглими єдиному керівництву. Продовжувачем політики Володимира Щербицького став обраний в 1994 році на пост Президента Леонід Кучма [47, с. 1].

Об'єднання представників економічної еліти призводить до виникнення кланів. Підставою для утворення відповідних кланів можуть бути родові зв'язки, відносини земляків, етнічна або релігійна близькість [9, с. 300].

Групою українських дослідників під керівництвом М.Шульги в 1998 році був проаналізований склад всіх восьми українських кабінетів міністрів, що перебували у влади в період 1990-1997 років. Аналіз їх біографій показав, що домінуючим є дніпропетровський клан, що постійно рекрутує своїх представників у владні структури найвищого рангу. Він утворився і затвердився як добре інтегрована структура задовго до утворення незалежної української держави [9, с. 301]. На сьогодні більше 50% керівників регіонів України мають відношення до бізнесу [12, с. 58].

Масовий прихід бізнесу у владу і виникнення прошарку так званих «універсалів», тобто осіб, впливових як в політиці, так і в економіці зумовив об'єднання політичних і економічних еліт в більшості регіонів. Формування співтовариства «універсалів» обумовлене не стільки особистісними якостями представників еліти, скільки об'єктивними чинниками [36, с. 25]. Можна виділити дві групи «універсалів»: у першій політико-адміністративна бюрократія конвертує свій політичний і адміністративний капітал в економічний, друга, – економічний капітал конвертує в політичний.

Питання про співвідношення держави і бізнесу останнім часом привертає все більше пильну увагу дослідників. Від відповіді на це питання, схоже, будуть залежати реальні перспективи української економіки і суспільства. Держава намагається досить сильно впливати на бізнесменів і підприємців, і усунути їх від прийняття політичних рішень [192, с. 35]. Одночасно бізнес прагне захистити себе і свою власність від свавілля влади шляхом створення суперкампаній, здатних врівноважувати консолідовані відомства, які впливають на економіку, а також шляхом підвищення капіталізації цих кампаній і продажу в них акцій крупним іноземним інвесторам. При цьому негласна домовленість про збереження власності в обмін на невтручання в політику неминуче ставала все більш умовною, в міру того, як політика починала входити в сферу інтересів бізнесу [192, с. 38].

Високий рівень державного регулювання і зловживання в цій сфері призводять до фактичної селекції приватного капіталу. Виживає капітал, зрощений з державною бюрократією, – за рахунок раніше перелічених пільг і звільнення від карних санкцій за тіньову діяльність. Чиниться пряма протидія створенню великих приватних капіталів, незалежних від держави. На початку приватизації ця мета досягалася шляхом формування закритих акціонерних товариств і подібних товариств на основі приватизації, а потім – шляхом створення численних методичних і організаційних перешкод продажу контрольних і взагалі великих пакетів акцій зовнішньому індустріальному інвесторові [116, с. 35].

Саме у механізмі взаємодії політичної та економічної систем закладено принцип самоорганізації суспільного ладу, що його треба використати як інструмент для досягнення стану економічного зростання [177, с. 59]. Взаємодія політичної та економічної систем має циклічний характер. Діяльність уряду, що реалізує економічну політику, виглядає як політичний діловий цикл, в якому є спади і підйоми. На думку Д.Чистиліна, в умовах взаємодії економічного та політичного ділових циклів (економічної та політичної систем) лежить ключ до розуміння принципів сталого розвитку національного господарства і пояснення невідповідності між поточною економічною політикою та практичними її результатами [177, с. 60].

В Україні у структурі елітної економіки значно більшу роль відіграє реальний сектор, що, однак, не змінює її (елітної економіки) загальної природи як в основному віртуальної економіки і функції як творця налагодженої системи висмоктування ресурсів з її ординарної частини, за рахунок штучної тінізації економічного життя, використання тіньових схем переводу фінансових ресурсів за межі країни.

До контурів елітно-олігархічних груп та їх внутрішньої структури в Україні слід віднести такі головні з них:

Донецька група – вугільна індустрія, гірничовидобувна промисловість, ринок нафтопродуктів, фінансовий сектор, спорт, металургія, сфера послуг, регіональні ЗМІ;

Дніпропетровська група – трубна промисловість, чорна та кольорова металургія, вугільна індустрія, ринок нафтопродуктів, нафтодобування, нафтопереробка, постачання газу та електроенергії, фінансовий сектор, телеканал ICTV, регіональні друковані ЗМІ [130, с. 252];

Група об'єднаних соціал-демократів – електроенергетика, кольорова та чорна металургія, ринок нафтопродуктів, сільське господарство, машинобудування, фінансовий сектор, спорт, телеканал «Інтер», газета «Київські відомості»;

Альянс Волкова – вугільна промисловість, електроенергетика, фінансовий сектор, ринок горілчаних напоїв, металургія, телеканал «Гравіс», друковані ЗМІ;

Російська група – добування та переробка нафти, ринок нафтопродуктів, нафто- і газопроводи, хімія та нафтохімія, кольорова металургія, фінансовий ринок, телеканали «Новий канал», СТБ.

Панування елітно-олігархічних груп в Україні призводить до становлення так званої елітної економіки, в якій майже немає місця дрібному й середньому підприємництву, конкуренції. До структури елітної економіки також відносять частину головних економічних інституцій держави – НБУ, Мінфін, Укрспецекспорт, Міністерство економіки. Сюди ж слід віднести також інші її складові, зокрема деякі транспортні організації, наприклад, морського, залізничного та трубопровідного, підприємства паливного комплексу, що включають виробляючі, переробні та реалізуючі структури, підприємства енергетики, насамперед електроенергетики, різні посередницькі структури у сфері оптової та роздрібної торгівлі, фінансових спекулянтів тощо [130, с. 253].

Політична і економічна еліти значною мірою співпадають, взаємодія між ними здійснюється, як правило, у форматі співпраці. Специфіка відносин

між політичною і бізнес-елітою регіону визначається ступенем збігу двох списків. Таким чином, в наявності виразна тенденція до зосередження політичних і економічних ресурсів в одних руках, і формування на цій базі регіональних політико-фінансових олігархічних конгломератів. Основа таких конгломератів – союз адміністрації і бізнесу [36, с. 26].

По суті, сьогодні в Україні конкурують між собою бізнес, якій діє по загальним для всіх правилам гри, і бізнес, засновники якого не визнають інших законів, крім створених ними ж для себе. У цьому випадку політика, влада – лише засіб нарощування бізнесу. Не дивно, що великий бізнес в Україні сьогодні носить відверто «силовий» характер. Успіх буде у того, хто знайшов спільну мову із владою або сам прилучився до владного пирога. Така ситуація істотно спотворює ринок. Вона не сприяє ні технологічному прогресу, ні підвищенню продуктивності праці. Тому навіть порівняно низька вартість найманої праці не додає конкурентоздатності українським товарам. І таке становище речей не зміниться, поки бізнес-еліта буде керуватися у своїх діях правом «сильного». Як слідство, будь-яка спроба звернення іншої частини українських підприємців до влади з вимогою встановлення прозорих правил гри на ринку приречена на провал [28, с. 18].

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.

### РОЗДІЛ 3

## ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ МОРАЛЬНО-ЕТИЧНИХ ЗАСАД СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО ПІДПРИЄМЦЯ ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ

Характерною особливістю розвитку сучасного суспільства є зростання динамізму суспільного життя. Весь час ускладнюючись, багатогранні суспільні процеси збільшують можливість стихійного розгортання соціальних явищ. Стихійність проявляє себе як «недобровільно здійснювана, «безпланова», самочинного, інстинктивного характеру діяльність індивідів [193, с. 117]».

Вона породжена системою розподілу праці, при якій діяльність людей має примусовий характер, виступає як нав'язаний соціальними обмеженнями спосіб їх існування. Тому люди в своїй життєдіяльності завжди прагнуть обмежити дію сліпих стихійних начал, поставити їх під контроль, підпорядкувати своїй владі. З цією метою активізують свою діяльність, спрямовану на пізнання стихійних, сліпих начал та їх усвідомлення. Пізнання влади людини над грою випадку, сліпими соціальними силами, регулювання впливу на явища і події, постановка і реалізація цілей та відповідність їм досягнутих результатів виступають структурними елементами реалізації людьми свідомого підходу до дійсності. Останній залежить від того, наскільки люди правильно уявляють собі цілі своєї діяльності, розуміють завдання, які стоять перед ними, організують їх виконання, як повно враховують об'єктивні зв'язки, відношення тощо [19, с. 59]. В зв'язку з цим виникає об'єктивна потреба в пошуку дієвих засобів і форм управління як суспільством загалом, так і кожною сферою його життєдіяльності зокрема. Не становить виключення і сфера моралі, яка в своєму соціальному заломлюванні набуває стихійного або свідомого характеру існування. У підприємстві з його стихійним і свідомо – планомірним аспектами розвитку процес формування-етичних засад



виступає об'єктом управління як усвідомленої організованої і систематичної взаємодії індивідів. Таким чином, методологічно необхідною ланкою в аналізі морально-етичних засад підприємництва виступає управління.

В науковій літературі управління розглядається переважно як «свідомий вплив людей, соціальних інститутів на суспільну систему в цілому або її окремі ланки (підсистеми) на основі наукового пізнання і використання властивих їй об'єктивних закономірностей і прогресивних тенденцій в інтересах забезпечення її оптимального функціонування і розвитку досягнення поставленої суспільством мети [86, с. 198]». Такий підхід до управління зумовлює існування соціальної комплексної науки про соціальне управління, хоча це не виключає того, що всі суспільні науки мають безпосереднє відношення до його аналізу. Так, у філософській літературі досліджується вираження і практичне здійснення суттєвих самокерованих властивостей суспільства, їх джерела і характер, механізм прояву. Велика увага приділяється питанням поєднання на основі управління об'єктивних і суб'єктивних процесів суспільного життя. Значна увага приділяється вивченню закономірностей управління, його місця і ролі у взаємодії стихійного і свідомого значення для історичного досвіду і розвитку соціального знання.

В економічній літературі аналізуються шляхи, механізми, методи і засоби свідомого використання об'єктивних економічних законів. Досліджуються також особливості управління на різних рівнях економічної діяльності (територіальний економічний район, виробничо-господарський комплекс, виробниче об'єднання, підприємство тощо) [23; 33].

Юридична наука досліджує і право як найважливіші знаряддя, за допомогою яких забезпечується впорядкування суспільних відносин, їх розвиток відповідно до вимог об'єктивних законів суспільної життєдіяльності. В юридичній літературі ведеться розробка теорії державного управління [68].

Кібернетика виявила загальні закономірності і елементи, притаманні управлінню в механізмах, організах і соціальних системах. З її допомогою

були розкриті значення таких явищ, як цілеспрямованість і доцільність, зворотний зв'язок і самоорганізація, цілісність і інформація. Кібернетика сприяла розробці інструментарію для формалізації і моделювання процесів управління, ошуку ефективних шляхів і засобів вдосконалення управління [50].

В психології проаналізовано психологічні взаємозв'язки між керівниками і підлеглими, мотиви, установки і вольові якості, які визначають поведінку суб'єктів управління, психологічні аспекти взаємозв'язку людини і техніки в управлінні та ін. [181; 190].

Істотно поглибилися уявлення про управлінські механізми внаслідок їх аналізу в етичній літературі. В дослідженнях з етики основна увага приділяється моралі як регулятору суспільних процесів, як знаряддю управління механізмами соціального життя. Досить активно аналізувалися потреби, цінності, моральна мотивація, оцінка і самооцінка як регулятори поведінки індивідів, совість і обов'язок як морально-психологічні механізми самоконтролю особистості тощо [22; 85; 180].

Переважна більшість вказаних досліджень основну увагу концентрувала на аналізі певних сторін, елементів, аспектів управління під кутом зору завдань і з позицій галузевого знання. Проте навіть така деталізація і конкретизація не вичерпує всіх аспектів аналізу управління. Особливо це стосується вивчення моралі як об'єкту управління і цілеспрямованої організації суспільно цінної діяльності людей відповідно до моральних принципів і норм. При цьому особливої уваги заслуговує вивчення нових сторін, граней управління моральними процесами сучасного динамічного суспільства. Насамперед, це стосується аналізу управління процесом формування морально-етичних засад підприємництва з врахуванням специфіки його розвитку в сучасних умовах.

Управління моральним розвитком особистості існувало і в попередньому, тоталітарному суспільстві. Воно було спрямоване на впорядкування існуючої суспільної системи. З цією метою розроблялися і

впроваджувалися «принципи комуністичної моралі», насаджувався «кодекс будівника комунізму» та ін. Цілеспрямоване формування «комуністичних моральних якостей» розглядалося як приведення у відповідність з інтересами суспільного розвитку морального складу особистості як керованої підсистеми. Цілеспрямовано впливаючи на особистість, соціалістичне суспільство як суб'єкт управління покликане було застосовувати «всі необхідні засоби для того, щоб сформувані в свідомості особистості ті моральні переконання, які ефективно сприяють задоволенню суспільних потреб [51, с. 38]». Оскільки вищим рівнем свідомого управління людьми визнавалося політичне керівництво, воно проголошувалося вищим, загальним і суттєвим елементом наукового управління всіма сферами життя суспільства. А відтак всі зусилля спрямовані на створення єдиної на чолі з КПРС, системи управління моральним розвитком суспільства, покликану забезпечити єдину спрямованість моральної регуляції суспільного життя і внутрішньо особистісної саморегуляції.

Але потреба в регуляції морального розвитку суспільства не була реалізованою. І не лише тому, що цілісна стійка система ідеалів і принципів, норм і оцінок, уявлень і відчуттів, потреб і мотивів існувала лише в головах прожекторів, а різноманітні «зусилля» по її регулюванню зводилися до чергових постанов ЦК КПРС і Ради Міністрів СРСР. В самому суспільстві існував механізм протидії «провідній» і «спрямовуючій» ролі політичного авангарду робітничого класу – КПРС – в реалізації «закономірностей» становлення комуністичної моралі. В нашому суспільстві сформувалися і діяли немов би дві ціннісна та інструментальна різні системи регуляторів. «Одна «сільська», орієнтована на натуральні економічні показники, зрівняльний розподіл, та традиційний «гвинтовий» колективізм, на зовнішній контроль за поведінкою людини, командні методи управління, бюрократичне адміністрування і т. ін. Друга «міська» система бере за основу ринкові механізми, грошові доходи, оплату за працею, індивідуальні здібності людини, свободу вибору, основу на її внутрішній відповідальності, свідому

солідарність людей, об'єднаних загальними інтересами тощо [92, с. 64]». Ці дві системи регуляторів склалися історично, об'єктивно зумовлені станом розвитку суспільства і свідчать про те, що в процесі формування моральних якостей особистості визначальну роль відіграє соціальне середовище.

Хоч сьогодні в Україні кількість працездатних становить близько 56% від кількості всього населення, проте їх участь у здійсненні ринкових реформ бажає бути кращою. Це диктується не тільки відсутністю сучасних технологій, законодавчої бази для впровадження ринкової економіки та денационалізації власності на засоби виробництва, але й того, як сказав би Гегель, «морального духу нації», від якого значною мірою залежатиме успіх розпочатих суспільством реформ. Якщо до цього додати, що структура і механізм управління реформами залишилися у незмінному стані, стане цілком зрозумілим, що виключно економічні критерії оцінки сучасного поступу суспільства не враховують стану його моральності. «Цинізм щодо панівної донедавна ідеології знищив у народі поняття правдомовності. Підхід до праці некритичний, бо школа всіх рівнів та вертикальна й централізована система прийняття рішень притупили індивідуальну ініціативу. Хист до індивідуального підприємництва тільки-но дістав можливість розвиватися. Всеохоплююча «соціалістична» система планування і досі подекуди примушує менеджерів державних підприємств виконувати накладені на них згори завдання, а не задовольняти попит споживачів. До того ж система була побудована так, що рішення окремих менеджерів не завжди виявлялися благом для національної економіки [72, с. 139]». Залишити в таких умовах розгортання ринкової економіки формування морально-етичних основ підприємництва на поталу існуючій системі управління можна тільки при умові, що значущість моральної поведінки підприємців стане зрозумілою для владних структур. А вони, в свою чергу, повинні перейнятися «капіталістичним духом» з його протестантською етикою індивідуальної праці і особистої відповідальності. Таким чином, формування механізму управління процесом становлення моральних засад підприємництва породжує

тоталітарної системи організації і керівництва моральним життям суспільства. В нинішніх умовах необхідним стає переосмислення існуючих і вироблення нових принципів, методів і засобів управління процесом формування морально-етичних засад підприємництва. Принципи такого управління повинні фіксувати і утримувати в собі найбільш стійкі, необхідні, істотні, такі, що повторюються характеристики його сутності. Оволодіння ними дозволяє правильно організувати формування морально-етичних основ підприємництва, із знанням справи, обґрунтовано і ефективно здійснювати управлінські впливи.

В зв'язку з цим, великого значення для управління формуванням морально-етичних засад підприємництва набуває проблема виділення опису і систематизації конкретних принципів цього процесу. Причому, справа полягає не в тому, щоб більшу чи меншу кількість принципів управління складним процесом становлення моральних якостей підприємців, а в тому, щоб саме виділити ці принципи як об'єктивні закономірності, відношення і взаємозв'язки управління. Так, один із теоретиків менеджменту А.Файоль підкреслював, що кількість принципів управління є необмеженою. Серед них він виділив чотирнадцять основних, гнучких, які йому доводилося найчастіше застосовувати при різноманітних запитах [171, с. 21]. Інший класик менеджменту Г.Емерсон виділяв дванадцять принципів продуктивності, які, на його думку, мали допомогти розвитку нової моралі і забезпечити успіх та доцільність будь-якої справи.

Звичайно, принципи управління процесом формування основ підприємницької моралі базується на всій системі закономірностей, відносин і взаємозв'язків суспільства. В той же час такі принципи не повинні ототожнюватися з принципами соціального управління, а тим більше з тими правилами, якими їх іноді намагаються замінити. Ця проблема виникає у зв'язку з тим, що в сучасних умовах впровадження соціальних механізмів ринкової економіки принципи управління. Конкретними аспектами життя індивідів часто підміняються загально соціологічними принципами або

принципами економічного управління. Так, в якості таких принципів висуваються такі положення, як «Служіння суспільству і народу», «праця – основна умова людського життя», «від кожного – за здібностями, кожному – за працею» та ін. До них часто відносять різноманітні цільові установи управління (режим економії, оптимальність, оперативність, використання даних науки, передового досвіду), елементи стилю роботи апарату управління (конкретність керівництва і діловитість, особиста відповідальність і компетентність кадрів, перевірка виконання) та інші прояви сучасного управління розвитком суспільства [6, с. 78-90]. Наприклад, В.Нелеп висовує десять основних принципів реформування організаційних форм господарювання у сільському господарстві України. Серед них вказуються такі, як добровільність, приватизація власності, врахування менталітету нації, створення малих підприємств, недопущення різкого зменшення розмірів полів, зниження концентрації поголів'я, збереження обсягів сільськогосподарського виробництва та ін. [107, с. 68]. Виділені в даному випадку явища сільськогосподарського виробництва аж ніяк не належать до його закономірностей, а є лише своєрідною констатацією деяких специфічних аспектів його розвитку. Свого часу Г.Емерсон писав: «Дайте самому Наполеону дефектну організацію і хибні принципи і результати, яких він досягне, в кращому разі виявляться посередніми [189, с. 112]». Тому виділення, аналіз і реалізація принципів управління в будь-якій сфері життя суспільства повинні пов'язувати з їх науковими характеристиками. Звичайно, управління в різних сферах суспільного життя, в тому числі і в сфері моралі, має певну специфіку, але за специфічним не можна не бачити загального. Отже, управління процесом формування морально-етичних засад підприємництва повинне виступати єдиним з іншими видами управління явищем, оскільки його об'єктивні закономірності, відношення і взаємозв'язки лежать в основі всіх його компонентів і елементів, надають їм загальну природу і характер, зумовлюючи в той же час і специфічне.

Тому в якості принципів управління процесом формування моральних основ підприємництва сьогодні можуть виділятися тільки ті закономірності, відношення і взаємозв'язки, які мають власне управлінську природу. Безпосередньо пов'язані з організацією і функціонуванням підприємницької діяльності, включені в механізм становлення і реалізації керуючих впливів у підприємстві. Причому такими є не будь-які, а лише найбільш істотні, визначальні закономірності і взаємозв'язки, що мають стійкий, постійний характер. В сучасних умовах до таких принципів належать: об'єктивність, наукова обґрунтованість, демократизація, гласність, а також спеціальні принципи організації процесу управління – принцип основної ланки, проблемної орієнтації, кінцево-цільового спрямування та ін.

Принцип об'єктивності сприяє реалізації сутності управління формуванням морально-етичних засад підприємництва як процесу відповідності управлінської діяльності об'єктивним законам його функціонування і розвитку. Даний принцип замовляє розгортання інших принципів управління моральною сферою підприємництва. Основу його використання складають створені на базі гуманітарного і природного знання сучасні наукові і технічні засоби управління. Проте в сфері підприємницької діяльності вони на сьогоднішній день залишаються малодослідженими. Здебільшого тут доводиться запозичувати іноземний досвід управлінської діяльності.

Завдяки дії принципу об'єктивності управління процесом формування морально-етичних засад підприємництва спрямовується на використання керуючою системою об'єктивних законів суспільного розвитку. Це дозволяє протидіяти суб'єктивізму і волюнтаризму, довільним рішенням, поспішним діям, які не враховують реальних актуальностей в підприємстві. Для успішного розгортання дії даного принципу необхідна відповідна правова база. Її недосконалість в Україні приводить до того, що принцип об'єктивності повсюди порушується, породжуючи свавілля чиновників. Так, і наприклад, перший президент створеної в Україні Ліги меценатів П.Яцик, підкреслюючи,

що підприємство в Україні все більше набуває кримінального характеру [64, с. 2]. Криміногенність підприємництва є свідчення хисткості його моральних основ, а відтак, і негараздів в управлінні їх формуванням. Управляти відповідно до вимог принципу об'єктивності означає не що інше, як створювати умови, які б забезпечували широкий діапазон дій суб'єктів підприємництва. В дійсності ж все поки що відбувається навпаки – підприємницька мораль складається в умовах недосконалого законодавства, у вирі суперечливих інструкцій, протидії чиновництва та ін.

Реалізація принципу об'єктивності передбачає наукове обґрунтування управлінських рішень. Науковість управління дозволяє формувати морально-етичні засади підприємництва на основі обґрунтованості їх необхідності, походження, сутності, специфіки, ролі в суспільстві, закономірностей розвитку тощо. Для цього необхідні розвинені етичні теорії, які дозволили б проникнути в таємницю підприємницької моральності. Поки що такі теорії знаходяться на стадії формування, тому важко говорити про їх зв'язок з практикою. Проте вони повинні забезпечити вирішення різноманітних проблем управління процесом формування морально-етичних засад підприємництва на трьох рівнях управлінських рішень. На одному з них суб'єкт управління повинен оволодіти системою моральної регуляції, яка охоплює як об'єктивні, так і суб'єктивні площини існування людини. На наступному на основі спеціальних соціологічних теорій і результатів конкретних соціологічних досліджень розробляють типові ситуації моральної поведінки, морального вибору підприємців в реальних умовах життя і діяльності. На останньому рівні виділяються закономірності управлінської діяльності по формуванню взірців, «стилів» життя, стереотипів поведінки підприємців, їх своєрідного етикету. Лише такий підхід забезпечує кологетентність і професіоналізм в управлінні моральною сферою життєдіяльності підприємців.

Вагомого значення в умовах розгортання підприємництва мають принципи демократизації і гласності. Реалізація цих принципів в



управлінській діяльності носить суспільно-політичний характер. Проте поза реалізацією цих принципів формування моральної сфери життєдіяльності підприємців перетворюється в навчання, моралізаторство, суб'єктивістські настанови. Нині існують різноманітні демократичні атрибути управління розвитком підприємництва. Але лише в умовах дійсної демократизації всіх сфер життєдіяльності суспільства закладені витoki етичних основ підприємництва. В нинішніх умовах розвитку країні ще досить часто висловлюють сумніви в тому, наскільки він є дійсно демократичним. Справа в тому, що «капіталізація» суспільства шляхом перерозподілу державної власності (а фактично її розбазарювання і розкрадання) привела до зубожіння основної маси населення України. У «вторинному переділі», пов'язаному з «битвою за приватизацію», переважна більшість людей знову програє «тому, що із рядових громадян ніхто не знає правил і законів приватизації [165, с. 287]». Та й самі ці закони настільки не дають людям змоги, наприклад, придбати акції магазинів, пекарень, ресторанів, аптек тощо. Все це буде можливим і нормальні люди це зрозуміють тільки в тому випадку, якщо їм буде відомим кожен крок, тобто як і що їм необхідно робити в кожній конкретній ситуації [165, с. 287]. А це, в свою чергу, можливо лише в умовах гласності як вихідного пункту процесу демократизації суспільства.

Гласність є основою перебудови в сучасних умовах психології управлінських кадрів, підвищення їх відповідального відношення до процесу формування моральних основ підприємництва. Гласність виступає дієвим принципом захисту підприємців від проявів уседозволеності і безкарності чиновників. Гласність включає правдиву, своєчасну і широку інформацію про діяльність управлінських структур в сфері бізнесу. Тому вона є проявом довіри і поваги до підприємців з боку управлінців, а отже й активної підтримки самими підприємцями управлінської політики в сфері моралі. Таким чином, в системі управління процесом формування морально-етичних засад підприємництва принцип гласності виступає своєрідним інструментом реалізації прямого і зворотного зв'язку між суб'єктом управлінської

діяльності і підприємцями. В демократичному суспільстві обидві сторони «кровно» зацікавлені в реалізації принципу гласності в сфері моралі. Відкрите, гласне, всебічне обговорення найважливіших проблем, що виникають в результаті формування морально-етичних основ підприємництва, зумовлене також неоднозначністю результатів його діяльності в нинішніх умовах реформування суспільства. Гласність якраз дозволяє показати шляхи і способи одержання «чесного багатства», а відтак, служить утвердженню норм і принципів трудової моралі підприємництва.

В зв'язку з цим в сучасних умовах розвитку суспільства існує проблема оптимізації управлінських впливів на процес формування моральності підприємців. Тому гласність, яка сама забезпечує ефективну роботу механізму управління морально-етичною сферою підприємництва, тісно пов'язана з іншими принципами, що забезпечують дієвість організації процесу управління. До таких, насамперед, належить принцип основної ланки, який спрямовує весь процес управління на пошук головного причинного зв'язку, що визначає якісну специфіку розвитку моральної сфери підприємництва. Головна ланка, це те, що цементує систему, об'єднує, інтегрує її в єдине ціле, забезпечує її функціонування і вдосконалення. Вплив на неї відповідно до цілей управління є істотною передумовою оптимізації управлінського процесу в моральній сфері підприємництва. При виділенні такої ланки важливо пам'ятати, що вона не є сталою, постійною величиною. Основна ланка змінюється в ході поступального руху самого управління процесом формування морально-етичних засад підприємництва. і все ж без перебільшення можна сказати, що такою основною ланкою сьогодні є управління формування чесної продуктивно-підприємницької праці. «З народом, в культурі вироблено відношення до праці, як обов'язку перед Богом, суспільством і самим собою, в якого є уявлення про певний обов'язковий рівень чистоти, порядку, освіти, жити без яких просто неможливо, – всі можете зробити все, що завгодно, він однаково швидко відновить свій життєвий рівень [165, с. 7]». Вирішення цієї ключової

проблеми становлення підприємництва в Україні виведе її в когорту держав з розвиненою стійкою ієрархією життєвих рівнів громадян.

Цьому сприятиме також реалізація в процесі управління моральною сферою підприємництва принципів проблемної орієнтації, кінцево-цільової спрямованості та ін. Так, принцип проблемної орієнтації дозволяє виявляти моральні характеристики підприємницької діяльності аналізувати складові елементи структури їх моральної свідомості, ціннісні орієнтації, моральну мотивацію тощо. Даний принцип управління дає можливість визначити сильні та слабкі ланки в керованому об'єкті, з метою концентрації зусиль на подолання останніх, виділенні основних напрямків діяльності по досягненню поставлених цілей, акцентуванні уваги на найближчих або перспективних практичних завданнях.

На особливу увагу в даному відношенні заслуговує принцип кінцево-цільової спрямованості в управлінні розвитком морально-етичної сфери підприємництва. Ціль є тією детермінантою, яка зумовлює спосіб і характер дій суб'єкта управління. Тому вона завжди знаходиться в центрі його уваги, а її досягнення є мірилом якості та ефективності управлінської діяльності. Суб'єкт управлінської діяльності повинен враховувати той момент, що ціль, виступаючи підсумком духовної діяльності, завжди являє собою перехід від осмислення ситуацій до діяльності по їх зміні в бажаному напрямку. Це можуть бути ситуації як практичного, так і пізнавального характеру. В першому випадку від суб'єкта управління вимагається осмислення свого місця і відношення до підприємницької діяльності, вираженою в формуванні цілі і визначення шляхів, що ведуть до досягнення бажаного морального рівня підприємництва. В другому випадку той самий процес відбувається у відношенні до свідомості. Тому практична і пізнавальна цілі в сфері підприємницької моралі можуть бути спрямовані як на формування моральних принципів і норм підприємництва, так і на діючого суб'єкта управління.

В управлінні процесом формування морально-етичних засад підприємництва для здійснення поставлених цілей і вирішення управлінських задач повинен існувати відповідний управлінський механізм. Такий механізм в узагальненому вигляді являє собою сукупність пізнаних закономірностей і принципів, та діючих на їх основі методів і форм, що зумовлюють взаємозв'язок підприємницьких і управлінських структур. «Якщо закони виражають істотні відношення між суб'єктом і об'єктом управління, якщо принципи, виходячи із цих відношень встановлюють основні правила побудови і дії суб'єкта, то методи і форми управління виступають як конкретні засоби організації взаємного впливу суб'єкта і об'єкта в процесі управлінської діяльності [146, с. 68]». В управлінні процесом формування морально-етичних засад підприємництва методи виступають конкретними способами, прийомами, а іноді сукупністю операцій і процедур, які спрямовані на виконання управлінських рішень всіма учасниками управлінської діяльності. Необхідно відмітити, що в теорії управління під операцією розуміють елементарну дію по вирішенню управлінської задачі, в той час як управлінська процедура трактується як послідовність дій, якої необхідно дотримуватися, щоб досягнути вирішення проблеми. Таким чином, метод управління розвитком сфери підприємницької моралі є послідовністю необхідних дій суб'єктів управління, спрямованих на формування моральних норм, цінностей, відносин тощо.

В існуючій ієрархії методів управління найбільш дієвими в моральній сфері підприємництва є аналіз конкретних моральних ситуацій, вирішення практичних завдань, ділові ігри, методи «круглого столу», метод «мозкової атаки» та ін. Саме ці методи активно сприяють формуванню у підприємців як позитивних ділових якостей, так і моральної культури особистості. В процесі формування морально-етичних засад підприємництва такі методи найбільше відповідають змісту кожного окремого його етапу, забезпечуючи активні дії суб'єктів управління. Крім того, управління процесом формування культури моральної свідомості і поведінки підприємців потребує спеціальної організації

управлінської діяльності, активізації і стимулювання її проявів з метою оптимізації такої діяльності, що й забезпечується застосуванням саме цих методів управління.

Так, метод аналізу конкретних моральних ситуацій поєднує в собі простоту організації управління процесом формування морально-етичних засад підприємництва з ефективністю результату. В процесі розв'язування конкретної управлінської ситуації управлінці звичайно діють за аналогією із реальною практикою, використовуючи свій власний досвід. При цьому вони застосовують в підприємницькій аудиторії ті моральні критерії, які були набуті ними в процесі попередньої життєдіяльності. В свою чергу самі підприємці у спілкуванні, тісному контакті з управлінцями досить часто самі з'ясовують що їх моральні критерії, точки зору, вибір рішень, які раніше вважалися ними правильними і надійними, насправді виявляються мало ефективними, а іноді навіть помилковими. Під впливом суб'єктів управління у підприємців формується нова система моральних принципів і норм, цінностей і оцінок. Змінюється моральна поведінка підприємців, вони стають здатними на такі вчинки, на які раніше були неспроможними. Сформована моральна культура робить підприємців впевненими у собі, в своїх силах, вони вважають себе добре підготовленими до ефективної підприємницької діяльності [135; 152].

Метод аналізу конкретних моральних ситуацій передбачає дослідження їх необмеженої кількості. Серед найбільш поширених ситуацій в управлінні процесом становлення моральних основ підприємництва доцільно виділяти ті з них, які, насамперед, пов'язані з реальною підприємницькою діяльністю. До них можна віднести ситуації морального вибору на певній стадії розвитку або стану започаткованої підприємцем справи; моральні явища і процеси, які завершилися або знаходяться в стадії розвитку, перетворення; джерела і причини виникнення, розвитку або відхилення від моральних процесів і явищ; зафіксовані результати або найбільш вірогідні наслідки моральних явищ і процесів, що аналізуються; моральна поведінка або моральні дії конкретних

суб'єктів підприємницької діяльності тощо. Найчастіше всі перераховані суб'єкти управління вивчаються і аналізуються одночасно у всій складності їх взаємозв'язків і взаємозалежностей як складові елементи конкретної моральної ситуації. Тому виникає необхідність типологізації існуючих і можливих моральних ситуацій підприємницької діяльності. Всі вони можуть бути зведеними до трьох основних типів моральних ситуацій, з якими звичайно мають справу суб'єкти управління – стандартної, критичної та екстремальної.

Стандартна моральна ситуація підприємницької діяльності певною мірою є типовою і часто повторюється в одних і тих самих обставинах. Незалежно від позитивного чи негативного характеру, вона має сталі джерела і причини, а тому може бути досить прогнозованою. Критична моральна ситуація вважається нетиповою для окремого підприємця або груп підприємців. Вона, як правило, настає несподівано, загрожуючи руйнуванням встановлених моральних норм і принципів, а тому потребує термінового і радикального втручання суб'єктів управління. Екстремальна ситуація є унікальною, надзвичайною подією, яка не має аналогів у минулому. Вона веде до негативних змін, а іноді й руйнування моральних поглядів, переконань та відношень. Екстремальна моральна ситуація часто спричинює моральні і матеріальні втрати, тому вимагає від суб'єктів управління незапланованих і непередбачених матеріальних і духовних ресурсів, спонукаючи їх до радикального перегляду існуючих положень, інструкцій, режимів роботи підприємців.

Знаходженню виходу із різноманітних моральних ситуацій, що виникають в середовищі підприємців, управлінцям допомагає здатність оптимально вирішувати різноманітні завдання. Зіткнувшись з проблемою морального характеру, вони намагаються якомога швидше її розв'язати. Однак відсутність досвіду і практики системного аналізу моральних ситуацій часто приводять до того, що рішення приймаються на основі зовнішніх, поверхових даних. Разом з тим, істотні ознаки, специфічні характеристики,

особливості прояву, причинно-наслідкові зв'язки і властивості конкретної моральної ситуації залишаються за межами їхнього поля зору. При цьому, як правило, застосовуються два методи вирішення завдання – метод спроб і помилок і метод перебору відомих і освоєних способів вирішення моральної проблеми, які виступають результатами минулого досвіду. Проте застосування двох вказаних методів не завжди дозволяє ефективно вирішувати моральні проблеми: перший не гарантує успіху, а для реалізації другого – потрібен тривалий час. Тому так важливо навчити управлінців вирішувати різноманітні моральні проблеми, які виникають в сфері підприємництва, нетрадиційним шляхом, знаходячи для цього оригінальні рішення.

Їх виробленню сприяє метод ділових ігор, який все більше застосовується у випадках складних проблемних ситуацій і вважається одним із найбільш перспективних методів управління. Ділова гра певною мірою є репетицією управлінської діяльності. Вона дає можливість «програти» практично будь-яку конкретну моральну ситуацію в особах, що дає змогу краще зрозуміти морально-етичні аспекти поведінки підприємців, стати на їх місце, зрозуміти, що ними керує в той чи інший момент реальної події. Виникає необхідність руйнування стереотипів і прийняття нестандартних рішень. Крім того, відносно становлення підприємницької моралі ділова гра повинна переслідувати мету організації спільної діяльності управлінців і підприємців в різноманітних ситуаціях морального вибору, виявлення моральних цінностей, розробки системи моральної регуляції тощо. Особливістю ділової гри є те, що вона покликана допомогти її учасникам почути і зрозуміти один одного, знайти шляхи до узгоджених дій на основі виявлення і розробки морально-психологічних механізмів поведінки особистості в конкретних умовах існування сучасного суспільства. Реалізація цієї особистості повинна враховуватися в різноманітних модифікаціях ділової гри, найпоширенішими з яких є імітаційні операціональні ігри, виконання ролей, інсценізація, психодрама і соціодрама.

Так, під час імітаційної гри повторюються, програються обставини, умови формування і функціонування системи норм і ціннісних орієнтацій підприємців. Тому сценарій імітаційної гри, крім сюжету, повинен містити опис і призначення імітованих моральних явищ, положення і нормативні акти, засоби і спонуки, які визначають специфіку імітованої діяльності підприємців, а також опис обставин конкретної моральної ситуації, що програється [68, с. 87]. В операціональних іграх відпрацьовується виконання конкретних специфічних операцій по управлінню процесом формування морально-етичних засад підприємництва. В рольових іграх відпрацьовується тактика моральної поведінки, дій, виконання функцій та обов'язків підприємцями в ситуаціях, що моделюються. Інсценізація виступає своєрідним «діловим театром», в якому розігрується певна моральна ситуація. «Програючи» поведінку підприємця в конкретних обставинах, управлінці повинні не тільки мобілізувати весь свій досвід, знання і навички, але й зуміти вжитися в образ певного, «реального» підприємця, зрозуміти специфіку його роботи, оцінити конкретні обставини і знайти правильну лінію моральної поведінки. Близькими до методів виконання ролей та інсценізації є психодрама і соціодрама, які дозволяють «театралізувати» моральний клімат цілих приватних підприємств. За допомогою цих методів відпрацьовується вміння відчувати ситуацію в колективі, оцінювати і змінювати моральний стан колективу приватного підприємства, уміти налагодити з ним продуктивний контакт. Таким чином, метод ділових ігор дозволяє управлінцям орієнтуватися в різних обставинах, що виникають в підприємстві, давати об'єктивну оцінку моральної поведінки підприємців, враховувати їх можливості моральної саморегуляції, встановлювати з ними контакти і впливи на їх інтереси, потреби, мотиви, не застосовуючи формальних атрибутів влади.

В сучасних складних умовах розвитку підприємництва особливої уваги при управлінні процесом формування його моральних засад заслуговує метод «круглого стола». Як і метод ділових ігор він має багато різновидів, в основі



яких лежить принцип колективного обговорення моральних проблем становлення і розвитку підприємництва. В процесі колективної роботи за «круглим столом» разом із запрошеними підприємцями, науковцями, усіма зацікавленими особами управлінці інформацією, засвоюють нові знання, вчаться переконувати, аналізувати, слухати, тому «круглий стіл» є досить ефективним методом управління процесом формування морально-етичних засад підприємництва.

Існуючі методи «круглого стола» можна об'єднати у кілька груп. Серед них виділяються зустрічі за «круглим столом», дискусії, міждисциплінарні, проблемні, тематичні, орієнтаційні та системні семінари тощо. Так, для управлінців і підприємців надзвичайно корисними є зустрічі за «круглим столом» з різними спеціалістами – вченими, діячами мистецтва, представниками навчально-виховних і культурно-освітніх закладів, державних органів та ін. Такі зустрічі дають змогу усім зацікавленим сторонам краще зрозуміти одне одного, але й відрегулювати механізм функціонування моральних відношень між підприємцями та іншими групами суспільства. В свою чергу дискусійний метод збільшує обсяг нової інформації, виробляє уміння сперечатися, доводити, захищати і відстоювати свою позицію і прислухатися до думки інших. Досить продуктивними в даному відношенні виявляються різноманітні семінари. Так на міждисциплінарних семінарах управлінці разом з фахівцями в різних галузях знання можуть обговорити будь-яку моральну проблему, що їх цікавить. На такий семінар можуть бути запрошеними і підприємці, що надає йому яскравого практичного спрямування.

Застосування методу міждисциплінарного семінару дозволяє значно розширити світогляд управлінців і привчає їх до комплексного підходу при вирішенні моральних проблем в процесі становлення і розвитку моральної культури підприємництва. Формуванню високого рівня знань управлінців, їх умінь і навичок, стійкого інтересу в управлінні моральною сферою розвитку

підприємництва сприяють також проблемні, тематичні, системні та інші різновиди семінарів.

Якщо традиційні способи вирішення проблемних ситуацій в управлінні процесом формування морально-етичних засад підприємництва не мають успіху, доцільно застосувати метод «мозкової атаки». Він допомагає виявляти і розв'язувати досить складні моральні проблеми, що потребують нестандартного вирішення. Його застосування в управлінні моральною сферою підприємництва сприяє розвитку управлінського персоналу динамічних розумових процесів, здатності абстрагуватися від об'єктивних умов та існуючих обмежень, формує у нього вміння зосередитися на певній вузькій, але актуальній меті, знайти реальні засоби її досягнення тощо.

Для проведення «мозкової атаки» формується відповідна робоча група, яка повинна мати неоднорідний з точки зору знання, досвіду і морально-психологічного стану склад членів [181, с. 40-60]. Останні повинні бути незалежними один від одного, а також вільними від відомчого диктату і контролю. Процедура «мозкової атаки» включає ряд етапів, а тому повинна бути старанно підготовленою. Так, організовуючи процес обговорення моральної проблеми, членів робочої групи інформують лише про тему роботи, але не про саму проблему, щоб досягти спонтанного підходу до її вирішення. Формулювання моральної проблеми повинно включати обґрунтування завдання для пошуку рішення. Тренувальна сесія – розминка – є обов'язковим моментом «мозкової атаки», оскільки допомагає фахівцям по управлінню максимально звільнитися від психологічних бар'єрів і якнайкраще підготуватися до самої «мозкової атаки» – «штурму» поставленої проблеми. Оцінка і відбір кращих ідей повинні проводитися за певними критеріями, що диктуються конкретними моральними умовами життєдіяльності підприємців, можливістю реалізації запропонованих ідей в самій управлінській діяльності по керівництву розгортання моральних процесів у підприємстві, термінами такої реалізації і т. ін.

Але якими б ефективними не були принципи і методи управління процесом формування морально-етичних засад підприємництва, їх успішна реалізація можлива лише при наявності дієвих засобів впливу на самих підприємців. В сучасному суспільстві успішному формуванню моральної культури підприємництва сприяють різноманітні засоби і канали впливу на духовний світ особистості. Серед них – різноманітні політичні організації (і, насамперед, держава), ідеологія, освіта, культура, мистецтво, засоби масової комунікації, кібернетична техніка тощо. Всі вони характеризуються потужною провідною спроможністю управлінського впливу на процес формування морально-етичних засад підприємництва.

Так, держава, яка виступає головним інститутом політичної системи суспільства здійснює управління розвитком моральної культури підприємництва через державно-правове регулювання і відповідні адміністративно-політичні інститути. В демократичній державі державно-правове управління розвитком моральної сфери підприємництва базується на принципі розподілу влади. Цей принцип передбачає, що законодавча, виконавча та судова влада розділені і що ці три влади взаємно контролюють одна одну. Реалізація принципу розподілу влади на практиці дозволяє максимально усунути сваволу державних чиновників в процесі управління розвитком моральної культури підприємців. Якщо даний принцип не реалізується, моральні чинники підприємництва набувають деформованого вигляду.

Крім вказаних державних органів, існують різноманітні інститути громадського права, які не залежать від держави й у рамках законів виконують в інтересах держави суспільні функції. Важливе місце в управлінні процесом формування морально-етичних засад підприємництва органи соціального страхування, а також промислові, торгові, ремісничі плати тощо [18, с. 26-31]. Соціальне страхування виступає однією із форм захисту підприємців від непередбачених випадків у житті. Хоч різноманітні страхові компанії діють самостійно і мають власні органи самоуправління, держава

через законодавчі норми регулює їх діяльність. Самі ж страхові компанії, які вважаються на Заході процвітаючим бізнесом, страхуючи підприємці від нещасних випадків на випадок хвороби тощо, надають йому безумовну психологічну і моральну підтримку. Відповідно зростає рівень психологічної і моральної самооцінки підприємців. Адже застраховане майно, медична страховка звільняють підприємців від випадкових помилок, хвороби та ін. Разом із страховими компаніями своєрідні управлінські функції в процесі становлення підприємницької моралі виконують торгово-промислові та ремісничі палати. «Такі палати беруть на себе державні функції насамперед у сфері професійного навчання в промислових галузях шляхом здійснення контролю за навчальним процесом на окремих підприємствах, а також приймають випускні іспити. Такі самі завдання виконують і ремісничі палати в своїх галузях [53, с. 178]». І хоч, звичайно, неможливо прослідкувати в кожному конкретному випадку пряму залежність між окремими акціями професійного навчання і їх результатами, але на становлення моральних основ підприємництва вони мають вагомий вплив. Адже намагання реалізувати етичні принципи в повсякденній практиці веде до формування трудової етики підприємництва.

Поряд із державою та різноманітними суспільно-правовими інститутами істотну роль в процесі формування морально-етичних засад підприємництва відіграють політичні чинники. Тому управління процесом формування моральної культури підприємництва повинне враховувати не тільки економічні і правові, але й політичні чинники розгортання цього процесу. До них тільки наявність політичних партій і рухів, але й «присутність колишньої партократії, чи номенклатури» і навіть «порозуміння з могутнім сусідом» – Росією [72, с. 142]. Проте мова повинна іти, насамперед, про демократизацію, не тільки політичного, але й усього суспільного життя, яка розкріпачує духовний потенціал підприємництва. Проте у цій сфері прискорює процес у всій інших сферах життя підприємництва. Тому вирішення проблем управління процесом формування морально-етичних засад підприємництва

тісно пов'язане як з політичними, так і з ідеологічними аспектами розвитку суспільства.

Існуюча нині ідеологія як світобачення в цілому визначає реальні умови, шляхи і перспективи перебудови українського суспільства, формування духовного світу його членів. Беручи до уваги цю істотну характеристику ідеології, треба відмітити таку її особливість, як здатність примножувати сили підприємців в результаті реалізації їх інтересів, в результаті розгортання підприємницької діяльності. Остання розгортається в умовах реально існуючих ідеологічних теорій, поглядів, переконань тощо. Незалежно від рівня їх усвідомлення підприємцями, в діях останніх обов'язково присутня певна мета, яка спрямовує ці дії. Доцільний характер моральних дій в свою чергу потребує усвідомлення, оскільки неусвідомлений їх характер веде до неадекватних проявів в конкретних ситуаціях. Інакше кажучи, ідея є необхідною умовою будь-якої дії, в тому числі і моральної. Але оскільки в підприємництві свідомо діяльність пов'язана, насамперед, з інтересами підприємців, то їй притаманні їм різноманітні ідеї, погляди, переконання також пов'язані з їх інтересами. Отже, морально-етичні засади підприємництва формулюються відповідно до інтересів підприємців, з притаманними їм ідеями, цілями, якими вони керуються в своїй діяльності. А ідеологія виступає в цьому процесі опосередковуючою ланкою між процесами управління і формування підприємницької моралі.

Для більш глибокого розуміння такого опосередкування в структурі ідеології відокремити дві частини – теоретичну і практичну. До теоретичної частини ідеології належать різноманітні теорії і доктрини розвитку підприємництва, в яких не тільки прямо і безпосередньо виражаються корінні потреби та інтереси підприємців, але й відображаються закономірності становлення їх духовності та концепції конкретних дій по втіленню теоретичних положень у дійсність. На теоретичній основі базується практична частина ідеології. Істотними складовими елементами її є різні програми, декларації, директиви, постанови тощо, в яких положення теорії виступають

як постановка і обґрунтування існуючих в підприємстві моральних проблем, визначення шляхів, форм і методів їх вирішення. Саме ця частина ідеології найадекватнішим чином забезпечує вплив суб'єктів управління на процес формування морально-етичних засад підприємництва.

Ефективним засобом формування моральної культури підприємництва виступає система освіти. При цьому слід визначити, що 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 ринкових економік, 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 загалом при всіх її сприяє становленню морально-етичних засад підприємництва, оскільки має на меті формування розвиненої особистості. Сучасна система освіти все більше вбирає в себе загальнолюдської 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, відому від жорстких регламентацій і програм, надання широких можливостей для самостійного вибору предметів і дисциплін, курсів і спецкурсів, зміну системи контролю знань тощо.

Одержані процесі навчання знання по-різному реалізуються в життєдіяльності підприємців. Найбільш благотворно впливає на процес становлення їхньої моральності гуманітарне знання. Тому цілком закономірно особливе місце серед засобів управління процесом формування морально-етичних засад підприємництва посідають література і мистецтво. Вони допомагають підприємцям усвідомити своє власне життя, виробити своє ставлення до оточуючої дійсності, навчають їх жити і працювати за моральними принципами і законами краси.

Специфічне призначення літератури і мистецтва як засобів управління процесом становлення підприємницької моралі полягає, насамперед, в тому, що вони формують світогляд підприємців шляхом художньо-образного відображення життя в світлі певних морально-етичних ідеалів, задоволення і розвитку їх моральних та естетичних потреб і художніх смаків. Сила впливу літератури та мистецтва на процес становлення моральної культури підприємництва пояснюється тим, що вони одночасно спрямовані на формування свідомості і відчуттів людини. Отже, самим характером своєрідного відтворення дійсності література і мистецтво здатні глибоко проникати в моральну сферу життєдіяльності підприємців, впливати на складові елементи структури їх моральної свідомості, регулювати морально-психологічні механізми їх поведінки.

Історичне місце в управлінні процесом формування морально-етичних засад підприємництва в сучасному суспільстві займають засоби масової комунікації. Приділяючи багато уваги пропаганді етичних теорій, засоби масової комунікації допомагають підприємцям осягнути сутність моральних аспектів суспільного розвитку. Тим самим вони формують зв'язки підприємців з потребами сьогодення моральними проблемами, які виникають в процесі їх життєдіяльності. В загостренні уваги на таких потребах і проблемах проявляється впливовість засобів масової комунікації, покликаних впроваджувати моральні ідеї, погляди, переконання, оцінки в практику підприємництва. Реалізація організаційного, управлінського потенціалу засобів масової комунікації базується на заздалегідь розробленому плані дій суб'єктів управління, що дозволяє скорегувати їх спільні дії з підприємцями, визначити завдання і обов'язки кожного учасника процесу формування морально-етичних основ підприємництва. Організація «зворотного зв'язку» дозволяє управлінням здійснювати повсякденний контроль за процесом становлення моральної культури підприємництва і колективно оцінювати здійснене.

У сучасному суспільстві відбувається перехід від звукових символів, знаків, букв, до аудіовізуальних образів. «Комп'ютерна техніка і спеціалізовані приймальні пристрої, коаксіальні та скловолоконні кабельні мережі, супутниковий зв'язок, телецентри, телестанції, складна відеоапаратура – ось неповний перелік технічних новинок. Значно розширюється і зміст масової комунікації: відеофільми та відео кліпи, музикальне телебачення, телевізійні шоу й вікторини, «жанрове» кіно, спортивні передачі, новини [61, с. 9]». Це зумовлює необхідність кардинальної перебудови управлінської діяльності по формуванню моральної культури підприємництва. Адже радіо і особливо телебачення широко відкривають двері в будинки навіть тих людей, «які стоять в стороні від культури», пропонуючи їм в достатку такі продукти «люкса» і «напівлюкса», як театральні п'єси, фільми, спектаклі, дискусії спеціалістів, розповіді про



далекі країни [78, с. 189]» тощо. Отже, «машина управління людськими душами, побудована за допомогою привабливої сили доброякісних передач, – не передбачувана гіпотеза, а вже реальна дійсність [61, с. 189]». І хоч вплив нових засобів масової комунікації на процес становлення підприємницької моралі ще потребує детального аналізу в майбутньому, вже сьогодні можна вказати на їх спроможність глибоко аналізувати існуючу в суспільстві систему моральних відносин та цінностей, моральну діяльність, моральну свідомість притаманних йому соціальних груп та ін.

Однією з найважливіших ланок покращання управління процесом формування морально-етичних засад підприємництва є становлення і розвиток індустріальної технології інформаційно-організаційних процесів на основі кібернетичної техніки. Як прогнозують вчені, і суб'єкти і об'єкти управління повинні бути морально готовими до того, що використання телеєфіру, наприклад, вже найближчим часом буде здійснюватися з метою виконання різноманітних економічних операцій та багатьох інших дій, не пов'язаних з прямим переглядом телепередач. Вже сьогодні управлінці повинні враховувати той факт, що новітні засоби розповсюдження радіо – та відеосигналів пов'язані в єдину систему, яку прийнято називати «інформаційною технологією», і яка є надійним засобом управління суспільством.

Становленню і стабілізації морально-етичних основ підприємництва сприяють не тільки ефективні зовнішні вимоги, але й високий рівень моральної саморегуляції самих підприємств. Так, будь-який акт підприємницької діяльності включає в себе як економічну, так і морально-етичну сторону. Адже обранням певного виду підприємницької діяльності, тобто того, які саме товари, роботи, послуги будуть вироблятися чи виконуватися, робота кожного підприємця тільки розпочинається. В подальшому йому обов'язково доведеться вступати у відносини з іншими підприємцями, посередниками, споживачами. Від ділових і моральних якостей усіх сторін такого партнерства залежатиме успіх започаткованої

справи. Наприклад, уже на першій фазі здійснення певної угоди підприємець вступає в різноманітні контакти з потенційними споживачами, покупцями товарів або із закупівельними та торговими організаціями, що представляють їх інтереси. Кожен підприємець, як правило, прагне юридично оформити цю першу фазу здійснення угоди у вигляді контракту з майбутнім покупцем товару. Причому, такий контракт включає не тільки економічно обґрунтовану сторону угоди. Не меншою, а іноді й більшою мірою він передбачає дотримання моральних аспектів і умов реалізації, хоча останні не завжди відображаються в самому контракті. Наприклад, глава компанії США «Форд моторс» домовляється із звичайними постачальниками про закупівлю на мільярди доларів на рік по телефону, користуючись лише начерком контракту. При цьому конфліктів майже не виникає, оскільки взаємне бажання продовжувати ділові стосунки заставляє обидві сторони точно виконувати кожний контракт. Усвідомлення своєї моральної відповідальності перед самим собою і партнерами включає внутрішні «управлінські» механізми самоконтролю підприємців у їх ділових стосунках. Обов'язок, честь, совість та інші саморегулятори поведінки підприємців особливо проявляються в тих випадках, коли контроль з боку управлінських структур відсутній бо є малоефективним. Як контрольні механізми функціонування підприємницької моралі, вони керують виконанням прийнятих норм, заборон, принципів тощо. Ці найважливіші моральні регулятори виробляються у підприємців в результаті всього довгого, тернистого історичного шляху розвитку підприємництва.

## РОЗДІЛ 4

### РОЛЬ ОСВІТИ У ФОРМУВАННІ ІДЕОЛОГІЇ ТА КУЛЬТУРИ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМЦЯ

В нових умовах господарювання всі громадяни України тією чи іншою мірою стають суб'єктами підприємницьких відносин. Ці відносини визначають основні види економічної діяльності: розподіл матеріальних благ шляхом формування доходів з неодмінною роллю держави у їх перерозподілі з метою підтримки соціально незахищених громадян; безпосереднє виробництво матеріальних благ; обмін товарами і послугами між виробниками і споживачами; споживання матеріальних благ.

Швидка зміна економічного устрою в Україні зумовлює необхідність суттєвого реформування всіх без винятку галузей суспільного виробництва. Осторонь цього складного процесу не може залишатися й освіта. В умовах подальшої демократизації нашого суспільства й поступових ринкових перетворень найважливішим є навчання основам і законам цивілізованої підприємницької діяльності, висвітлення переваг і недоліків вільного підприємництва у порівнянні з командно-адміністративним керуванням економікою.

Науковці та практики пов'язують підприємництво з тим, як індивідуум або група людей (організація) виробляють і втілюють нові ідеї та методи діяльності (роботи), реагують на умови, що виникають в процесі підприємницької діяльності, і таким чином призводять до змін, що характеризуються певною мірою невизначеністю, непевністю та складністю. Загальним визначенням підприємництва можна вважати «діяльність з метою отримання прибутку». Але закони і правила здійснення такої діяльності в цивілізованому суспільстві чітко прописуються, що й відрізняє цивілізоване підприємництво від нецивілізованого.

В наш час, в умовах дедалі інтенсивнішого переходу до ринкових відносин, ключовою фігурою стає підприємець. Тим часом однозначного розуміння цього феномена немає ні в громадській думці, ні в повсякденній свідомості, ні в науковій літературі.

Поняття «підприємець» у буржуазній політекономії виникло ще приблизно у XVIII ст. і фактично з самого початку набуло полісемантичного звучання. За ідеями А.Сміта, наприклад, підприємець – це власник, який іде на економічний ризик заради реалізації якоїсь комерційної ідеї і одержання прибутку. Він сам планує, організує виробництво, розпоряджається його результатами. У Ж.-Б.Сея – це економічний агент, який комбінує фактори виробництва.

У більш пізніших працях австрійської школи (Й.Шумпетер, Ф.Хайек та ін.) підприємець трактується вже як своєрідний соціально-психологічний різновид господарника, для якого головне – аналіз і використання ринкових багатоманітних можливостей, реалізація новаторських ідей. Широко розповсюджений нині в західній літературі поділ підприємницької функції на ресурсну (мобілізація капіталу, трудових, матеріальних та інформаційних ресурсів), творчу та організаторську, мабуть найвдаліший, і повністю систематизує набір ознак, які пов'язуються із сучасним підприємництвом.

Цей підхід визначає підприємця як суб'єкта, що прагне до пошуку та реалізації нових можливостей у генеруванні й освоєнні новаторських ідей, розробці якісних продуктів та технологій, здійсненні нововведень і оволодінні перспективними факторами розвитку, знаходженні нових способів обслуговування споживачів, а також до пошуку нових сфер вкладання капіталу.

Це людина, яка орієнтується на стратегічні лінії розвитку, а не на хвилину вигоду. Формування такого підприємця припускає створення нормативної бази цивілізованої діяльності, а також податкової системи, яка стимулює меценатство [17, с. 122-125].

Визначні особливості сучасного підприємництва – уміння починати й вести діло, генерувати і використовувати ініціативу, зважуватись ризикувати, долати опір оточення і т. д. Такий підхід дає можливість досліджувати підприємництво не тільки з точки зору його конкретних носіїв, а й як певного господарського феномена, що має свою поведінку.

Щоб виділити суттєві характеристики підприємця, а також його особливості у перехідному посткомуністичному суспільстві потрібен короткий екскурс в історію західноєвропейської економічної думки і звернення до сучасної світової практики.

Виходячи з основних властивостей підприємця, спробуємо визначити суттєві риси культури цивілізованого підприємця. Основою цієї культури будуть такі його риси, як готовність і здатність до ризику, організаційно-господарське новаторство і незалежність (автономність) у здійсненні задуманого.

Похідні риси культури цивілізованого підприємця – ініціативність, рішучість, орієнтація на ефективність та якість, потреба в досягненні успіху, відданість справі й послаблене відчуття небезпеки.

Характеристики підприємця як особистості формують основи ділових якостей, необхідних кожній людині, яка займається бізнесом. Звичайно вважається, що підприємцеві необхідно мати підготовку в двох галузях: професійні знання у своїй сфері, організаційні навички. Професійна група навичок пов'язана із засвоєнням конкретної професії і, природно, превалює у початкуючих підприємців. Не випадково спеціалісти рекомендують починаючим підприємцям займатись лише тим бізнесом, в якому вони мають професійні навички. В міру розширення рамок бізнесу відносно значення цих навичок звужується. Досить слабка залежність великих підприємців від технологічних навичок пояснюється тим, що всю конкретну роботу вони можуть перекласти на плечі співробітників [73, с. 66].

Умовно професійні навички підприємця можна об'єднати в такі групи: професійні знання; фінанси; маркетинг; основи бухгалтерського обліку; застосування комп'ютерних технологій, Internet.

Дуже важливою складовою особисто підприємця є індивідуалізм – життєва позиція, пов'язана з протиставленням кінцевих інтересів індивіда інтересам суспільства, причому, не якогось конкретного, а суспільства взагалі, світу в цілому. Виразником цієї позиції став німецький філософ М.Штірнер, який, систематизував її у творі «Єдиний і його власність» (1844 р.).

Індивідуаліст сприймає світ як арену боротьби за існування, де виживає лише той, хто наділений одночасно і силою, і вмінням. Сильніший може загинути в боротьбі, якщо йому не пощастить. Тому людина повинна невпинно нарощувати свої темпи, не соромитись користуватись будь-якою нагодою, щоб вирватись уперед, вірити, що саме на неї чекає успіх.

Ідеалом індивідуалізму є людина, яка ніколи, ні кому, і ні в чому не поступається, завжди бореться до кінця, використовує всяку можливість для досягнення своєї мети. Вона прагне завжди досягти свого з найменшою затратою сил і готова вдаватись задля цього до найнечесніших засобів.

Численні соціологічні дослідження показують дедалі більше поширення індивідуалізму в суспільстві. Існує думка, що Росія і Україна – одні з найбільш індивідуалістичних країн світу, а колективістські схильності в них підтримуються лише потребою у груповому захисті індивідуальних інтересів перед лицем всесильної держави.

Варто все ж зазначити, що сучасний постсоціалістичний індивідуалізм у підприємництві за своєю природою істотно відрізняється від індивідуалізму, що ґрунтується на протестантській етиці. Індивідуалізм в умовах перехідного суспільства – продукт розладу всіх механізмів та норм, які забезпечують соціальну солідарність, у тому числі й механізму соціального контролю. Це неминуче надає вітчизняному підприємництву те «дикунство», яке дуже шокує Захід.

Одна з базових якостей підприємця – його ставлення до ризику. Відсутність здатності ризикувати, коли це потрібно, може не тільки обмежувати розвиток справи, а й бути причиною значних втрат, пов'язаних як з фінансами, так і з конкурентоспроможністю фірми. Здатність приймати ризиковане рішення пов'язана з адекватною оцінкою можливостей ситуації і взяттям на себе відповідальності за ризиковані вчинки незалежно від результату.

Навіть маючи інформацію про справжній стан споживчого ринку, підприємець може стояти перед дилемою: розширити напрям діяльності фірми, зробивши пріоритетним новий, можливо, перспективний напрям, чи йти старим, протореним шляхом, роблячи деякі незначні зміни.

Перший шлях більш ризикований – адже немає гарантії того, що зроблене фінансове вкладення виправдає себе і принесе прибуток. З іншого боку, це рішення може дати можливість зайняти вільне місце в споживчому ринку, зробити величезний стрибок у розвитку бізнесу. Другий шлях – менш невизначений, спокійніший, але ховає в собі значну небезпеку – втрату конкурентоспроможності в майбутньому.

До того ж, ризик у бізнесі проявляється не тільки в разі прийняття глобального рішення щодо перспектив розвитку фірми, а набагато частіше. Наприклад, під час розв'язування звичайних проблем, коли виникає ситуація з неясним результатом, і від правильного рішення глави фірми або відповідальної особи залежить, чи буде отримано фінансовий прибуток, чи результатом будуть значні матеріальні втрати.

Ризик сам собою є ситуативною характеристикою, яка має значення для діяльності людини. Про ризик можна говорити лише в ситуації невизначеності, коли людина може, бодай певною мірою, оцінити ймовірність можливої невдачі, а також усіх можливих наслідків і зробити вибір з кількох варіантів рішень.

Американський психолог Т.Леві підкреслював, що конструктивне ризиковане рішення може приймати лише індивід, орієнтований на вільність і розуміння соціальних орієнтирів цінностей суспільства.

Слід враховувати, що, коли рішення приймається спільно з іншими людьми, які ділять відповідальність за прийняте рішення, то воно буде більш ризикованим. Це явище широко відоме як «групове зрушення ризику».

Схильність ризикувати – досить стійка особиста риса людини, хоч може дещо змінюватись залежно від зовнішніх умов (у тому числі екстремальних): самопочуття людини та інших чинників, а також від статевих відмінностей. Різні люди різною мірою готові до ризику. Є дані про те, що в середньому чоловіки більш схильні до ризику, ніж жінки, хоч на початку своєї підприємницької кар'єри жінки більш незалежні і ризиковані, ніж чоловіки.

Чимало вітчизняних та іноземних учених проводили дослідження, в результаті яких одержано дані про зв'язок ризикованості з такими властивостями і якостями людини, як високий рівень освіти, загальна активність, незалежність, мужність, самовідданість, упертість, схильність до домінування, агресивність, рівень тривожності, потреба в нових, незвичайних відчуттях, емоційна стабільність, гнучкість і оригінальність мислення, висока самооцінка, самоконтроль, настроєність на вдалий результат подій, темперамент (сангвініки та холерики здебільшого мають підвищену схильність до ризику).

Так, люди старшого віку, а також ті, хто протягом тривалого часу працював в одній фірмі, схильні уникати ризику, а підприємці з вищим статусом, більшою владою і вищим доходом, а також люди, які працюють у невеликих фірмах, ризикують більше. Вищий рівень освіти підвищує схильність до ризику, а не змушує уникати його, як вважалося раніш.

Було з'ясовано, що люди скоріше підуть на ризик, вже перебуваючи в ризиковій ситуації, ніж увійдуть до неї. Великі підприємці більшою мірою уникають ризику порівняно із середніми. Найбільш ризиковані – підприємці, зайняті у сфері малого бізнесу. При цьому вдаліші готові іти на більший



ризик, і рівень їхнього доходу впливає на схильність до ризику сильніше, ніж вік, освіта і т. д. Дослідження питання ставлення підприємців до ризику показали, що більшість дрібних і середніх підприємців готова ризикувати (81,8%). Основними мотивами для того, щоб іти на ризик, виявилась можливість мати вищий дохід (61%), незалежність (21%) та можливість самореалізації (18%).

При прийнятті ризикованого рішення істотну роль відіграють схильність, установка та мета, яку ставить перед собою людина. Тому, говорячи про такий феномен, як ризик, не можна не говорити про світогляд людини, її моральну орієнтацію. Іноді в основі ризикованих вчинків лежить прагнення одержати бажане будь-яким способом, агресія, егоїзм і антисоціальне настроювання.

Зі здобуттям державної незалежності, з корінними змінами економічної ситуації в Україні, переходом на рейки ринкової економіки постають проблеми формування сучасної економічної культури нації взагалі й удосконалення та переорієнтації економічної освіти зокрема. Гуманістична сутність проведення в Україні економічних перетворень полягає в тому, щоб зробити кожну людину активним учасником господарчого життя країни. Для послідовного втілення цієї мети організовано економічну освіту не тільки фахівців з економіки, а й усієї української молоді. Особливо важливо це в умовах постсоціалістичного розвитку, коли в більшості представників старшого покоління немає відповідного економічного мислення.

Економічна освіта стала потребою сьогодення. Вона покликана сформувати в громадян України не тільки знання, діловитість, підприємництво, а й найголовніше – економічну культуру. Економічна освіта сприяє розвитку економічного мислення на основі глибокого розуміння економічних процесів, що дає змогу аналізувати факти і явища економічного життя, фактори та способи вирішення економічних завдань, установлювати зв'язки й відношення між ними. Саме вона уможлиблює створення та

функціонування ефективного ринкового простору, який є важливою складовою суспільного життя країни.

Вища й середня загальноосвітня школи покликані в межах базової освіти формувати в молодих людей економічне мислення на основі глибокого розуміння явищ, процесів, відношень в економічній системі суспільства, а також факторів, способів і засобів вирішення економічних проблем. Ідеться передусім про економічну освіту, бо вона найтісніше пов'язана зі створенням власної високоефективної економіки, яка є важливою умовою соціальної та державної безпеки. Економіка є живою системою, особливим простором, у якому постійно перебуває кожен із нас. Саме це й зумовлює необхідність формування економічного мислення й культури, що досягається в процесі здобування економічної освіти.

Ще один важливий чинник активізації підприємництва – державна підтримка підприємництва. З метою створення сприятливих організаційних та економічних умов для розвитку підприємництва держава має надати можливість людині отримати знання, необхідні для здійснення підприємницької діяльності.

Чому саме знання? Особливість нинішнього етапу розвитку підприємництва полягає в тому, що Україна фактично стоїть перед проблемою переходу від традиційної моделі суспільно-політичного розвитку до інноваційної, в тому числі й у розвитку підприємництва. Таким чином, питання не тільки в кількості підприємців в Україні, але й у їх якості, тобто конкурентоспроможності, адаптованості до непростих умов ринкового середовища тощо.

Якщо давати характеристику тенденціям розвитку сучасного світового освітнього простору, то провідною буде щорічне зростання попиту на освіту на одну десяту у всіх країнах світу. Проте слід враховувати специфіку стану справ у промислово розвинених країнах і таких, що розвиваються. У перших можна говорити про прогрес освіти, який пов'язаний з потребами сучасної науково-технічної революції [112, с. 101].

Широке використання мікроелектроніки, робототехніки, біотехнології, все більш довершених комп'ютерів змінює характер праці і місце людини у виробничому процесі, модифікує структуру сучасних суспільств, образ життя і психологію людей. Радикально змінюється професійно-кваліфікаційний склад самодіяльного населення.

Постійно зростає чисельність інженерів, працівників науки, культури, освіти, охорони здоров'я, адміністративного апарату. Чисельність висококваліфікованих фахівців, зайнятих у наукових дослідженнях і експериментальних розробках, зростає швидкими темпами. Так протягом 1970-2000 рр. вона збільшилася у США на 80%, у Великій Британії – на 70%, ФРН – на 90%, в Японії – на 120%. У найновітніших галузях виробництва спостерігається тенденція до зближення праці кваліфікованих робітників й інженерно-технічного персоналу, оскільки висока кваліфікація робітника передбачає тепер оволодіння значним колом загальнокультурних і професійних знань [112, с. 103].

Однак тенденції і перспективи розвитку підприємницької освіти не можна розглядати лише через призму потреб економіки. Необхідно переходити від економоцентризму до соціо- і культуроцентризму. Стає наочним та обставина, що соціальний ефект освіти часто перевищує його економічну вигоду. На Заході і у деяких країнах, що розвиваються, одержання повноцінної освіти стає тепер для молодого людини необхідною умовою досягнення бажаного соціального статусу. Між рівнем освіти і тим, скільки людина заробляє виявляється чіткий взаємозв'язок. У США, Західній Європі, Японії підприємці, які закінчили тільки середню школу, заробляють у середньому у півтора-два рази менше, ніж їх однолітки, які мають диплом бакалавра, і майже втричі менше, ніж доктори.

Всюди діють механізми, що стимулюють прагнення різних вікових груп населення до підвищення свого освітнього рівня і сприяють залученню здібної молоді до наукової діяльності.

У розвинених країнах проблеми підприємницької освіти виступають важливим аспектом соціальної стратегії. Стає очевидним, що низький професійний і загальнокультурний рівень значної частини населення, особливо молоді, загрожував би не тільки перспективам економічного зростання, а й соціальної стабільності.

Більшість населення західних держав її дуже цінує. Багато хто вважає, що головні вороги стабільності – малописьменні, некультурні озлоблені маргінали, які не одержали свого часу необхідної освіти. Консенсусу також сприяє й усвідомлення того, що недоліки системи підприємницької освіти, як рушійної сили державного розвитку, послаблюють конкурентоспроможність країни на міжнародній арені.

Специфічна ситуація із підприємницькою освітою склалася в освітньому просторі країн, що розвиваються. На межі тисячоліть їх вже не можна розглядати як єдиний комплекс, бо надто суттєво різняться багато показників їх розвитку. Так звані нові індустріальні країни Південно-Східної Азії (Південна Корея, Тайвань, Гонконг, Сінгапур та ін.) протягом кількох десятиріч швидко скорочували розрив із країнами Заходу у техніко-економічному плані. Насамперед, це досягалося за рахунок розвитку нових галузей наукоємного виробництва, випуску конкурентоспроможних промислових товарів.

Аби цього досягти, вони, наслідуючи досвід Японії, вміло використовували передові технології, запозичені у країн Заходу, успішно стимулювали запровадження досягнень науки і техніки приватним бізнесом, водночас купуючи за кордоном ліцензії та патенти, запрошуючи фахівців із США та Японії в ролі консультантів. Але навіть просте копіювання іноземних технологій передбачало так чи інакше розвиток національної системи освіти. Зростання витрат на освіту перевищувало, як правило, темпи зростання економіки.

Зокрема, у Сінгапурі протягом 30 років – з 1960 до 1989 років сукупні витрати на освіту, державні і приватні, збільшувалися в середньому на 11,4%

щороку – швидше, ніж зростав ВВП країни. У Південній Кореї вже у 1980 році технічні інститути закінчили стільки ж випускників, скільки у Великій Британії, ФРН і Швеції разом взятих.

Аналіз теоретичних підходів і концепцій підприємницької освіти в економічно розвинених країнах світу свідчить, що роль і місце підприємництва в конкретній країні залежить, головним чином, від її суспільно-політичного устрою. В демократичних країнах з ринковою економікою, до яких належать майже всі економічно розвинені країни, вільне підприємництво є основою їх економічного розвитку і прогресу, а підприємницькій освіті надається провідне значення.

В розвинених країнах, що вже досягли значного економічного успіху завдяки підтримці підприємництва, освіта підприємців є важливою складовою частиною виховання у населення поваги до цінностей демократичного способу існування, зокрема до ринкових реформ у напрямку поліпшення добробуту кожної людини – і тих, хто працює, і тих, хто тимчасово є безробітним, і тих, хто існує за рахунок соціальних програм, обсяг яких залежить від успіху підприємництва в країні; покращання економічного стану країни і суспільства загалом.

Підприємницька освіта може бути ефективною лише тоді, коли є (або створюються) політичні умови для стабільного економічного розвитку. Це означає, що навчання підприємству в країні, в якій не сформовано відповідної громадської думки щодо користі та необхідності підприємництва, не досягнуто позитивного ставлення населення до підприємництва, не створено необхідних законодавчих актів на підтримку підприємництва, є малоефективним і безперспективним.

На жаль, як свідчать фахівці в галузі дослідження підприємництва, в багатьох країнах з перехідною економікою національні програми реформ залишаються незавершеними і недосконалими.

В епоху глобалізації економіки, розширення кордонів світового співтовариства цивілізованих країн і підкорення локальних (внутрішніх)

інтересів держав політичним, економічним і соціокультурним вимогам світової спільноти важливим питанням є збереження національних рис, ознак і особливостей кожного її суб'єкта.

На шляху до європейського співтовариства, Україні, яка поступово розвиває демократичні засади і ринкові відносини, реформуючи політично-правову систему, нарощуючи виробництво і зміцнюючи свій науково-технічний потенціал, необхідно закріпити принципи власної, української національної ідеї, направити зусилля інтелігенції на виховання в усіх прошарків населення патріотичної свідомості і національної гідності. В цьому аспекті важливим, на наш погляд, є завдання прищеплення діловій молоді – майбутнім підприємцям та бізнесменам, любові і поваги до всього українського, навчання розумного господарювання на своїй землі, виховання поважного ставлення до продуктивної праці й будь-якої корисної для своєї країни трудової діяльності.

На етапі демократичних змін і ринкових перетворень в сучасній Україні однією з найважливіших є проблема виховання морально-етичних якостей у майбутніх підприємців. Це надзвичайно складне завдання, пов'язане як із психолого-педагогічними проблемами виховання і навчання, так і з уродженими рисами характеру, світоглядом особистості, а також із багатьма об'єктивними і суб'єктивними факторами.

Відомо, що успіх підприємницької діяльності залежить від вихованості, наявності високих морально-етичних якостей підприємця, правдивості, вміння дотримуватися даного слова, інших позитивних рис характеру. Всюди високо шанованими є загальнолюдські цінності, норми етики та моралі, вироблені історичною практикою суспільства. Особливо високо цінуються етичність і моральність бізнесмена в країнах демократії: вони є необхідними для успішного здійснення підприємницької діяльності. Необхідним для підприємця є і вміння поєднувати власні інтереси в галузі бізнесу із захистом національних інтересів та пріоритетів своєї держави.

Справжня ділова людина, як правило, є високо освіченою і високо свідомою, всебічно обізнаною у сфері своєї діяльності, уважною до проблем своїх ділових партнерів, надійною в усіх відношеннях. Історично бізнесмени славилися своїм твердим словом, а також благочинністю та благодійністю. Найвідомішими меценатами, як правило, були і є успішні бізнесмени.

Успішне підприємництво завжди є легальним, здійснюється в межах законодавства і несумісне з явищами корупції, зловживань, обману, підкупу і хабарництва. Від підприємців вимагається відповідність високим нормам ділової етики, моралі, наявність в них загальнолюдських позитивних якостей, вміння співіснувати з іншими людьми в глобальному світовому суспільстві.

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 [112, с. 54].

Підприємництво й виробництво існують в соціальному середовищі. Тому підприємці й виробники мають оцінювати, аналізувати і виміряти ступінь моральності своїх дій з точки зору моралі, а не тільки здорового глузду й власної користі. В інтересах самого бізнесу необхідно вести себе й діяти морально, тоді здоровий глузд може розглядатися як мотив і обґрунтування етичної поведінки.

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 невпинно 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. Так відомо, що в країнах з тоталітарним

режимом ідеологія та етика бізнесу змушені обслуговувати ідеологію режиму й служити керівній верхівці влади. В демократичних країнах ідеологія та етика бізнесу гармонійно доповнюють політичні й економічні підвалини демократії – свободи й захист прав і життя кожної людини, вільні й рівні можливості щодо волевиявлення, вибору сфери діяльності, праці, віросповідання тощо. 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.

Тому саме в таких сприятливих умовах, коли громадська мораль і законодавча система країни разом підтримують підприємливість кожної людини, захищають її права на приватну власність, вільну працю й вільний розподіл виробленої продукції – товарів і послуг, невтручання у приватне життя, можливими є успішне заснування та ведення приватного бізнесу (приватної справи) – основи економічної могутності демократичного суспільства [139, с. 56].

Фахівці представляють модель демократичного суспільства як правильний трикутник, в основі якого знаходиться бізнес (підприємництво, виробництво), а по бокових сторонах – законодавство й церква (яка символізує культуру і мораль). Також, розвиваючи таке уявлення демократичного суспільства, можна запропонувати у якості моделі правильну піраміду, основою якої є бізнес (підприємництво, виробництво), а боковими гранями – державне законодавство, церква і фізичний захист бізнесу (підприємництва, виробництва), який забезпечується державою завдяки армії та поліцейському апарату. Так само, можна представити модель існування бізнесу (підприємництва, виробництва) в демократичному суспільстві як правильний трикутник, основою якого є підприємливість громадян, а боковими сторонами – професійна підготовка (знання) та етика бізнесу, або як



правильну піраміду, основою якої є підприємливість громадян суспільства, а боковими гранями – професійна підготовка (знання), етика бізнесу та державний (юридичний і фізичний) захист бізнесу (підприємництва, виробництва).

Бізнес, як пов'язана з суспільством діяльність, призводить до виробництва продукції – товарів і послуг, серед яких виділяються необхідні й корисні. Бізнес також потенційно може завдавати або реально завдає шкоди суспільству. Етика бізнесу саме досліджує і вивчає ступінь зла – більшого чи меншого, що його може завдавати суспільству в цілому або окремим індивідуумам бізнес.

Слід зауважити, що в демократичному світі вважається, що послідовна етика є запорукою і необхідною складовою успішного бізнесу. Також вважається, що ефективність бізнесу є лише однією з сторін життя суспільства. Головними в житті людства вважаються високо моральні вчинки й етична поведінка, дотримання вимог якої у повсякденній діяльності сприяє вдосконаленню людей як вищих істот і вдосконаленню суспільства, як сприятливого середовища для існування людей. Іншими словами, без високої культури та дотримання етики (в бізнесі – ще й етики бізнесу) людина не може стати ні успішним бізнесменом, ні громадянином суспільства.

Доцільно навчати майбутніх бізнесменів щодо необхідності нести відповідальність за результати своєї діяльності, вміти правильно обирати шляхи реалізації своїх задумів, щоб спричинити суспільству якомога меншої шкоди. Необхідно навчати майбутніх бізнесменів зважувати наслідки й детально аналізувати наміри їх підприємницької діяльності з позицій моралі та професійної етики, запобігаючи, або мінімізуючи зло, чи шкоду, що в результаті може завдати їх бізнес суспільству або окремій особі.

Бізнесмен, як і кожний громадянин суспільства, має певні права та обов'язки. Етика бізнесу формулює такі принципи щодо обов'язків:

Ніхто не зобов'язаний чинити добрі дії, шкідливі побічні ефекти яких переважатимуть заплановані добрі наслідки.

Ніхто не зобов'язаний допомагати людям, які не бажають допомогти самі собі, хоч при бажанні це можна робити.

Людина не зобов'язана до певних добрих дій, якщо хтось інший є більш зобов'язаним до цього, готовий і здатний їх виконати.

Етика бізнесу також розглядає й намагається регулювати норми поведінки бізнесмена щодо дотримання прав особистості. Оскільки право виникає із ставлення особи до певних благ, які є необхідними або корисними для її досконалості, воно (право), по суті, є вимогами до інших людей і всі люди мають поважати права один одного. Virізнюються абсолютно необхідні права, які є вимогами до речей, яких людина потребує, щоб бути справді людиною, та відносні права, які є вимогами, що не повинні безпідставно стояти комусь на перешкоді навіть при намаганні отримати корисне добро.

Німецький учений, економіст і філософ М.Вебер бачив у підприємницькій діяльності втілення раціональності. Під раціональністю він розумів функціональну ефективність, одержання максимальної вигоди від використання вкладених коштів і прикладених зусиль і т.д. М.Вебер вважав, що в основі підприємництва лежить раціональна етика протестантизму. Він доводив, що світогляд, моральність впливають на діяльність підприємця [24, с. 415].

Трактування прав людини, культурних та моральних норм її поведінки в сфері бізнесу є одним з головних аспектів етики бізнесу. Обов'язковою вважається необхідність поважати інших людей, як і поважати самого себе. А з обов'язку кожного поважати інших, випливають обґрунтовані вимоги до речей та інших людей.

Соціологічні опитування свідчать, що для сучасних підприємців важливим економічним мотивом діяльності є ідеї служіння батьківщині, близьким, суспільству. Це свідчить про те, що підприємці, принаймні якась їхня частина, стурбовані проблемою пошуку свого місця в суспільстві, прагнуть самоствердитися, доводячи свою корисність і служіння загальному добру [134, с. 85-94].

Окрім того, потребують змін пріоритети розвитку малого бізнесу. Головним засобом побудови демократичного суспільства, ствердження соціально ринкової економіки України повинно стати навчання і це має бути законодавчо детально врегульовано. Найбільш важливим зараз видається організація системи навчання підприємців на місцях. Яка ж схема організації такого навчання?

По-перше, в рамках подібного навчання необхідно передбачити радіо- і телепрограми, які транслювалися б у зручний для підприємця час (наприклад, з 6.30 до 7.30 ранку), де постійно, причому в доступній формі, буде викладатися ідеологія кроків уряду, влади, нова інформація про те, що може становити інтерес для підприємця.

По-друге, необхідний повний доступ інформації до підприємця про те, чому необхідно ухвалити той або інший закон. До того ж він повинен безпосередньо його обговорювати і знати, хто автор того чи іншого закону, постанови або регуляції в державі. Ця можливість поставить ще один бар'єр на лобістський вплив з боку чиновників.

По-третє, необхідно з боку ЗМІ активізувати просвітницьку роботу загальнопідприємницького плану. Наприклад, про те як зручно вкласти кошти, про права представників малого і середнього бізнесу під час реєстрації, як будувати свої відносини з перевіряючим тощо. Підвищення рівня освіти в цьому напрямі буде сприяти зменшенню корупційного впливу на сферу підприємництва – бізнесмен повинен знати, що існують і хороші закони, він повинен не платити хабаря, а відстоювати власні права.

По-четверте, треба реалізувати навчання на місцях, зокрема, відкривати школи (на зразок вечірніх), щоб надати можливість всім бажаючим вчитися, наприклад, працювати з комп'ютером за мінімальні кошти, скажімо, 20 гривень. У таких закладах варто навчити кожного хоч би мінімальним юридичним знанням захисту своїх прав. Тому що, якщо керівник підприємства, державного, акціонерного, приватного, комунального і т. д, недостатньо обізнаний, освічений – це вже 50% його невдачі.

Як показало вивчення наукової літератури, в Україні ще не здійснено всебічного аналізу зарубіжних підходів до професійної підготовки підприємців. Тому теоретичне опрацювання і практична апробація питань підприємницької освіти з урахуванням наявного в зарубіжних країнах досвіду стало невідкладним питанням сьогодення і найближчої перспективи.

Постановка та вирішення комплексної соціально-педагогічної проблеми підприємницької підготовки має розглядатися через об'єктивну необхідність суб'єктного розвитку в особистості таких цінностей, як знання, компетентність, професіоналізм, естетичні, моральні риси характеру. Як цілісна система вона будується на основі органічної єдності загального, особливого та індивідуального. Як загальна – вона є складовою професійно-педагогічної підготовки підприємця, як особлива – має свою специфіку, зумовлену сучасною економічною теорією, редуційованою до умов формування економічно свідомої особистості; як індивідуальна – розкриває залежність підготовки від бази підприємницьких знань, умінь і навичок, теоретико-методологічної, психолого-педагогічної і методико-практичної готовності до їх реалізації.

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.

Проблеми в українській економіці тісно пов'язані з недостатнім розвитком підприємництва в країні, а, отже і з незадовільним станом підприємницької освіти. З досвіду економічно розвинутих зарубіжних країн виходить, що ефективна організація підприємницької освіти сприяє економічному розвитку цих країн, є основою виробництва та фундаментом подальшого розвитку ринкової економіки і демократії. Тому в процесі

підготовки вітчизняних підприємців доцільно використовувати позитивний зарубіжний досвід.

Одна із найбільших проблем на сьогодні в Україні полягає у відсутності повноцінного менеджменту, а отже культури цього механізму ринкової економіки. Більшість наших вузів продовжує продукувати безробітних зі спеціальностями, які вже не потрібні на ринку років 20.

Проблема полягає і в недостатньому впровадженні ідеології того, що, наприклад, служити чужій справі не соромно і що можна добре заробляти, уміючи добре продавати свої знання і досвід. Без таких змін у масовій свідомості неможливий рух уперед. Якщо держава ставить наголос на те, щоб платити гроші безробітним, то в результаті буде збільшуватися число безробітних. Підприємця варто «вирощувати», навчати. Як показує практика і міжнародний досвід, цей процес не може бути разовим чи короткотривалим. Саме тому в сфері розвитку підприємництва сьогодні головна задача полягає в тому, щоб негайно почати освітню програму.

З цією метою варто розглянути деякі аспекти надання такої освіти в провідних та економічно найстабільніших державах світу.

Освіта США є підприємницькою за визначенням: вона відображає підприємницький характер американського суспільства і належним чином відповідає його запитам і потребам. Найвагоміші здобутки американської нації – свобода і демократія – надійно та ефективно підтримують підприємництво в країні, підприємливість кожного громадянина, захищають права підприємців і забезпечують необхідні гарантії для творчої підприємницької діяльності.

Сама ж американська освіта на сьогоднішній день за своєю суттю є основою, на якій створювалася національна культура, постійно удосконалювалася й пристосовувалася до змін, що відбувалися у житті країни. Одна з великих історичних цілей американського суспільства – всебічна, загальнодоступна освіта для кожного громадянина, починаючи з дитячого садка і до університету, – майже досягнута.

Освіта в провідних економічно розвинутих зарубіжних країнах має векторну підприємницьку орієнтацію, тобто: учні середніх шкіл і студенти вищих навчальних закладів незалежно від обраної спеціальності отримують початкову підприємницьку підготовку при вивченні майже всіх предметів.

Концепція підприємницької освіти ґрунтується на тому, що для ефективної організації такої освіти необхідно, щоб уся освіта була зорієнтована на розвиток у громадян підприємницьких якостей, незалежно від обраної ними професії чи спеціальності, а підприємницький зміст – елемент підприємницької підготовки – був присутній в усіх закладах освіти, в усіх освітніх програмах та дисциплінах. Підприємницький світогляд, відповідні підприємницькі типи поведінки та навички необхідно прищеплювати і розвивати в усіх учнів, студентів і громадян, незалежно від наявності у них підприємницьких задатків.

Сама ж підприємницька діяльність має розглядатися суспільством як продуктивна і творча, результатом якої є новий продукт, що має відповідну вартість.

Головними завданнями підприємницької освіти в зарубіжних країнах є:

- розкрити кожній особистості цінності й переваги демократії, вільного підприємництва та ринкової економіки;
- виховати в людях повагу до свобод, приватної власності та законів;
- прищепити кожному громадянину відчуття відповідальності за свій власний економічний стан і долю всього суспільства;
- виховати в кожній особистості амбіційність, високі матеріальні й моральні запити та потреби;
- розвивати в кожній людині власні економічні навички споживача, сприяти набуттю нею соціальної, громадянської та державної відповідальності, навчити її розуміти ділові операції, а також тому, як функціонувати в якості економічно грамотного громадянина суспільства;

- навчати особистість критично мислити, самостійно приймати життєво важливі рішення, прищеплювати усвідомлення необхідності бути незалежним у бізнесі й житті;

- навчати особистість вмінням та навичкам спілкування з людьми, працювати в групі, команді.

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.

Не менш важливими завданнями підприємницької освіти є:

- 1) виробляти в особистості необхідний екологічний світогляд і розуміння завдання зберігати ресурси та оточуюче середовище, виховувати та прищеплювати розуміння переваг здорового способу життя;

2) прищеплювати особистості повагу до будь-якого виду праці та трудової діяльності взагалі; навчати людину творчо оперувати даними з усіх функціональних ділянок бізнесу та підприємництва, потрібних для прийняття зважених управлінських рішень.

Для успішної реалізації в Україні національно-освітньої програми з питань підприємництва і підготовки власних підприємців і бізнесменів необхідними, на наш погляд, є:

- розробка навчальних планів і програм з підприємницьких дисциплін;
- відкриття та ліцензування нових підприємницьких спеціальностей;
- залучення до педагогічної (навчально-методичної та виховної) діяльності відомих і успішних підприємців;
- психолого-педагогічна підготовка викладачів з мистецтва і практики підприємницької справи з числа видатних і успішних бізнесменів;
- підготовка вищою школою викладачів вищих навчальних закладів і вчителів шкіл для викладання теорії підприємництва, наук з бізнесу та виробництва;
- організація навчання підприємству і надання бізнес-освіти в середній школі;
- допомога молодим потенційним підприємцям у започаткуванні малого бізнесу (власної справи);
- курсові форми післяшкільного навчання підприємству;
- допомога громадянам – потенційним підприємцям у започаткуванні малого бізнесу (власної справи);
- запровадження курсових форм навчання підприємству та підвищення кваліфікації в галузі бізнесу протягом життя;
- консультаційна допомога підприємцям-новачкам і діючим бізнесменам;
- навчання теоретичних основ підприємництва та бізнесу у вищих навчальних закладах;



– підготовка фахівців вищої кваліфікації в галузі теорії бізнесу, підприємництва та виробництва.

Підприємницька освіта може бути корисною та ефективною лише тоді, коли слухачі усвідомлюватимуть загальну ідею підприємництва та відчуватимуть її на власному досвіді, замість того, щоб формально вивчати дисципліни підприємницького спрямування.

Тому при впровадженні підприємницької освіти в Україні для підвищення її ефективності головна увага повинна приділятися тим методам, що заохочують навчання: за допомогою практичного досвіду; за допомогою обміну корисним досвідом; за допомогою наслідування корисного досвіду і навчання через власний досвід; шляхом експериментування; через використання так званих «кейсових методів», створюючи та аналізуючи ділові ситуації, під час яких необхідно йти на ризик, роблячи позитивні помилки; за допомогою творчого вирішення проблем; за допомогою зворотного зв'язку (через соціальну взаємодію); за допомогою інсценізації та рольових ігор; за допомогою впливу позитивних зразків для наслідування, аналізу негативних зразків і навчання на негативному досвіді; через взаємодію з зовнішнім (реальним) світом.

Виходячи з досвіду США та інших економічно розвинутих країн з підготовки своїх громадян до самостійної продуктивної діяльності – бізнесу та підприємництва, доцільним в системі освіти України є організація підприємницької та бізнес-освіти в структурі дошкільної, загальної середньої, позашкільної, професійно-технічної, вищої та післядипломної освіти. Важливим також є впровадження підприємницької та бізнес-самоосвіти громадян протягом життя.

Використання позитивного досвіду підприємницької освіти економічно розвинутих зарубіжних країн необхідно гармонійно поєднувати з вагомими здобутками національної системи освіти України, особливостями історичного та культурного розвитку української держави, а також досягненнями в галузі науки, техніки та промисловості.

Дане дослідження проблем підприємницької освіти в економічно розвинутих зарубіжних країнах і можливості запозичення її досвіду та творчого впровадження в Україні не вичерпує всіх аспектів проблеми. Зокрема, потребує більш глибокого подальшого вивчення досвід організації підприємницької освіти на етапі дошкільного та молодшого шкільного дитинства, надання такої освіти дорослим громадянам інших професій, організація підприємницької освіти громадян протягом життя.

Система підготовки та перепідготовки кадрів здійснюється з використанням можливостей міжнародних організацій і фондів, а також з урахуванням досвіду іноземних держав.

Сприяння розвитку підприємництва в Україні неможливе без його науково-методичного забезпечення, що передбачає: проведення комплексу наукових досліджень, пов'язаних із проблемами розвитку підприємництва, зокрема малого та середнього, визначення найбільш ефективних форм та методів підтримки такого бізнесу; розробку та впровадження нових підходів і методів щодо проведення аналізу та прогнозування розвитку цього сектору економіки; вивчення світового досвіду з питань формування державної політики сприяння розвитку підприємництва.

Особливу роль має відіграти запровадження постійного моніторингу державної підтримки підприємництва та механізмів регулювання діяльності в цій сфері, що дасть змогу відстежувати зміни та напрями його розвитку як на державному, так і на регіональному рівнях, а також своєчасно застосовувати важелі державного регулювання з метою поліпшення економічного клімату для здійснення господарської діяльності підприємницьких структур.

Розвиток підприємництва потребує створення розвинутої системи інформаційно-консультаційного забезпечення та інфраструктури, що підтримує її діяльність.

Основним елементом такої системи має стати мережа регіональних інформаційно-аналітичних центрів, які в майбутньому інтегруються в єдину інформаційну систему.

Головними завданнями регіональних інформаційно-аналітичних центрів мають бути:

- забезпечення доступу підприємців до інформації (правової, нормативно-довідкової, маркетингової, науково-технологічної, комерційної тощо) у процесі як створення, так і функціонування підприємств;
- надання консультаційних послуг з питань стану ринку, кон'юнктурного аналізу, управління підприємством, участі у виставках, підготовки кадрів;
- інформування органів державної влади про стан справ у сфері підприємництва та тенденції його розвитку.

Зазначена система передбачає диференційоване інформаційне обслуговування суб'єктів малого підприємництва залежно від його технічного забезпечення та платоспроможності [44, с. 199].

З метою створення ефективної системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів для підприємницької діяльності в межах системи державної підтримки бізнесу необхідно здійснювати цілий комплекс заходів: навчання основ теорії і практики підприємництва у сфері державної освіти, включаючи загальноосвітню, професійну, середню спеціальну та вищу освіту; забезпечення перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів через розвинуту мережу центрів перепідготовки; сприяння залученню окремих категорій населення до підприємницької діяльності.

Держава повинна сприяти розробленню навчальних планів, програм і методичних посібників для підготовки підприємців залежно від рівня їхньої базової підготовки, термінів навчання, для підвищення кваліфікації вчителів та викладачів, використання державних телерадіоканалів для навчання широких верств населення основ підприємницької діяльності [44, с. 199].

Народ України, ставши господарем своєї землі, прилучається до світової економічної спільноти, шукає своє місце на глобальному ринку розподілу праці, починає усвідомлювати, що рівень його життя, життя майбутніх поколінь залежатиме від результатів їхньої праці, від умілого управління

економікою, від формування та практичної реалізації нового економічного мислення, яке поєднує універсальні засади світової практики із особливостями становлення власного внутрішнього ринку.

Процес трансформації неминуче спричинює зміну різних соціальних структур, наповнює їх функціонування новим змістом. Зазнає змін і система освіти, яка повинна забезпечити підготовку молоді до праці в умовах нових економічних відносин. У зв'язку з цим переосмислюється і посилюється роль економічного виховання: громадяни України повинні зрозуміти суть економічних перетворень, зокрема молоде покоління, прилучившись до витоків підприємницької освіти, повинне забезпечити незворотність економічного зростання держави, гарантувати її розвиток у майбутньому на рівні економічно розвинутих держав світу.

Значні економічні здобутки розвинутих країн світу базуються на державній підтримці розвитку підприємництва, малого бізнесу, приватної ініціативи. Цьому сприяє налагоджена підприємницька освіта і загальна орієнтація всієї системи освіти на підприємництво і бізнес.

Підприємницька освіта громадян в таких країнах розглядається як підґрунтя економічного розвитку демократичного суспільства. Цей досвід, на наш погляд, доцільно широко використовувати в Україні, а підготовку вітчизняних підприємців розглядати як необхідну умову економічного розвитку нашої країни у найближчі роки.

Цікавим і корисним є досвід організації підприємницької освіти в економічно розвинутих країнах із сталими традиціями демократії, захисту свобод і прав людини, в яких законодавчо – на державному рівні – підтримується й захищається приватна власність та індивідуальна діяльність (тобто пріоритет віддається індивідуалізму на відміну від колективізму в пострадянських і постсоціалістичних країнах).

Вивчення досвіду та умов діяльності освітніх систем у могутніх підприємницьких державах, таких, як США, Японія та деяких країнах Західної Європи, в яких підприємницький спосіб життя й загальногромадянський дух

підприємництва ставлять перед освітою високі завдання щодо ефективної підготовки населення країн до самостійної підприємницької діяльності, є необхідним для зрозуміння феномену підприємництва, формування в громадянах України «підприємницького менталітету» й створення умов для подальшого розвитку й підтримки підприємництва.

Досвід надання підприємницької освіти в таких країнах цікавий ще й тим, що вся освіта в них зорієнтована на розвинення підприємницьких якостей в громадянах, незалежно від обраної ними професії чи спеціальності, а підприємницький зміст – елемент підприємницької підготовки – присутній в усіх закладах освіти, в усіх освітніх програмах, у всіх дисциплінах.

Найбільше уваги у підприємницькій освіті має приділятися навчанню навичкам підприємництва (і, навіть їх культивуванню), які, на відміну від рис характеру, можна прищепити, які можна опанувати та закріпити завдяки тренуванням і практиці. Ці навички, що пов'язані з підприємницькими рисами характеру, забезпечують і підтримують реалізацію типів підприємницької поведінки.

Головними принципами підприємництва є цивілізованість і професіоналізм, а також залежність позитивного результату від сприятливих умов. Очевидним є, що за несприятливих умов, неправильної і невмілої реалізації, підприємництво, як єдиний виробничий фактор, може призвести до збитків.

Зарубіжний і вітчизняний досвід в галузі підприємництва свідчить, що підприємницькі риси характеру можуть виявитися в людині ще в досить молодому віці (в дошкільному або молодшому шкільному віці), потяг до самостійного підприємництва, як правило, проявляється в старшому шкільному віці, а реалізація задумів і бажань відкрити підприємство і мати власну справу (власний бізнес) розпочинається або в старших класах середньої школи, або відразу після її закінчення.

Звичайно, що не існує офіційних методик (міністерства освіти та інших офіційних установ) щодо визначення наявності у слухачів природних задатків

до бізнесу, але є багато літератури з деонтологічних та психологічних вимог до спеціалістів з управлінської діяльності вітчизняних та зарубіжних авторів. Тому важливо використовувати активні форми навчання: тренінг, імітацію нестандартних ситуацій, мозкові «штурми», тобто надати можливість слухачу виявити свої здібності в ситуаціях, наближених до екстремальних. На першому етапі навчання є необхідним максимально відмовитися від таких форм, як традиційні лекції – монологи та активізувати роль учня при засвоєнні та відтворенні знань, рішень, інформації. Ці заходи повинні надати слухачеві можливість самому виявити наявність у себе здібностей до бізнес-освіти, а в результаті на основі внутрішньої мотивації визначитися щодо продовження навчання.

Переважна більшість підприємців приходять у світ бізнесу відразу після закінчення середньої школи, дехто – трошки пізніше – після набуття спеціальності та роботи за наймом у фірмах, організаціях, установах. Тільки незначний відсоток розпочинає власне підприємництво в період навчання у вищих навчальних закладах, або після одержання вищої освіти.

Підготовка підприємців – завдання досить складне. По-перше, оскільки підприємництво є проявом таланту, неординарності, особливим видом творчості в галузі організації та реалізації процесу виробництва товарів і послуг, то реально вчити підприємству можуть саме успішні підприємці – особистості, які мають вроджені підприємницькі риси характеру, набуті в процесі практичної підприємницької діяльності навички і типи поведінки.

Крім того, вони повинні вміти вчити мистецтву підприємництва, володіти не лише фаховими підприємницькими знаннями і досвідом, але й педагогічною майстерністю. По-друге, вчити вони мають також тих, хто наділений від природи підприємницькими рисами характеру.

Тому однією з важливих проблем в підготовці вітчизняних фахівців підприємницької справи є пошук і добір потенційних підприємців серед учнів, студентів і дорослого населення. По-третє, для ефективного навчання майбутніх підприємців необхідно мати як відповідні науково-методичне

забезпечення навчального процесу і матеріально-технічну базу, так і можливість практичного стажування потенційних бізнесменів в успішних підприємствах, компаніях, фірмах.

І, найголовніше, необхідною є юридично-правова основа для успішної підприємницької діяльності, розвитку малого бізнесу, захисту приватної власності і свобод людини.

Існуюча система освіти, її різноманітні ланки являють собою надзвичайно суперечливу картину, в якій позитивні зрушення ще досить часто прикриваються негативними або невизначеними тенденціями. Як і раніше гостро стоїть питання про концепцію освіти, її подальше функціонування. Одним із її варіантів є так звана «базова школа», де ставка робиться на зміст освіти, на активні способи введення дитини в світ як єдине ціле. Ось чому наріжним каменем є не окремі шкільні предмети, не кількість годин на ту чи іншу дисципліну і навіть не обсяг інформації, а пошук нових способів організації освіти, при яких би у свідомості майбутнього підприємця виробилось як можна більше прямих, особистісних зв'язків із бізнес-світоглядом.

При розробці підприємницьких навчальних програм і впровадженні їх у навчальних закладах необхідно визначити: як правильно окреслити цілі й завдання таких програм; в якому віці необхідно починати вчити підприємництву і якої тривалості має бути таке навчання; як диференціювати потреби різних груп у підприємницькій освіті в рамках освітньої системи; як розробляти, диференціювати і впроваджувати навчальні курси з підприємництва до навчального плану на різних рівнях освіти (початкова, середня школа та вища освіта); як встановити найбільш ефективні та плідні зв'язки між підприємницькою спільнотою та освітянами.

Бажаними результатами навчання за підприємницькими навчальними програмами мають бути: заснування нового (власного) підприємства; ефективна праця в невеликій фірмі (в малому бізнесі); ефективна праця на

динамічному ринку праці; розвиток особистих підприємницьких навичок, а також навичок конкурентної боротьби і вміння долати негаразди в бізнесі.

Пізнавальний інтерес студентів до підприємницької освіти забезпечується використанням у навчальному процесі комплексу методів, що включає: діагностичні методи (тести), методи опитування (анкети, опитувальники), спрямовані на виявлення переважаючих інтересів, нахилів, здібностей здійснювати підприємницьку освіту; методи стимулювання, які передбачають розвиток особистісних ресурсів (визначення стилю діяльності ділової людини, ознайомлення з прийомами психологічної саморегуляції, зняття стресових станів, ознайомлення з методами самопізнання та самооцінки тощо); мобілізуючі методи, спрямовані на вдосконалення важливих для підприємництва якостей особистості та оперативне їх застосування в реальних або змодельованих ситуаціях (вибір власної моделі поведінки, засвоєння правил міжособистісних контактів, розвиток умінь раціонального використання обмежених ресурсів тощо).

В організації процесу навчання у вищій школі нині недостатньо обмежуватись вдосконаленням відтворювальної діяльності студентів. Розв'язувати поставлені суспільством перед вузом завдання цілеспрямованого розвитку творчих здібностей всіх студентів, їх пізнавальної самостійності можливо лише на основі включення їх у процес творчої діяльності. Для стимулювання пізнавальної активності студентів необхідно, поряд з традиційними методами, застосовувати інтенсивні педагогічні технології, що ґрунтуються на діяльнісних формах навчання.

Таким чином, педагогічна технологія поєднує в собі упорядковану сукупність дій, операцій і процедур, покликаних забезпечувати прогнозований і гарантований результат у навчальному процесі, що постійно піддається певним змінам.

Організаційні форми навчання визначаються як взаємодія викладача і студентів, яка регулюється певним, завчасно встановленим порядком і режимом. Характерною ознакою організаційної форми можна вважати те, що



її застосування не пов'язано безпосередньо з характеристикою процесу навчання. Тому в підприємницькій освіті можуть застосовуватись як традиційні форми навчання – лекція, семінар, практичне та лабораторне навчання, екскурсія, – так і деякі нові: дидактичні і рольові ігри, захист творчих проєктів, інтелектуальні конкурси, «мозкові штурми», «кейси» тощо.

В процесі застосування останніх метою заняття стає не просто досягнення певного рівня підприємницьких знань, умінь і навичок, але й створення належних умов для розвитку економічно важливих якостей особистості, економічного мислення й економічної поведінки. Реалізація такої мети значною мірою визначається наявністю у студентів внутрішньої мотивації.

Адаптація великого сегменту сучасної вищої освіти до бізнесу стала вимогою часу.

Підприємницька освіта є невід'ємною складовою бізнес-освіти. Процес підприємницької освіти, якщо його адаптувати на сучасний стан розвитку освіти України, виглядає так: учень – студент – молодший спеціаліст – бакалавр – спеціаліст – магістр – кандидат наук – доктор наук.

У розвинених капіталістичних країнах, що вже досягли значного економічного успіху завдяки підтримці підприємництва, освіта підприємців є важливою складовою виховання в населення поваги до цінностей демократичного способу існування, а також до ринкових реформ у напрямку поліпшення добробуту кожної людини – і тих, хто працює, і тих, хто тимчасово є безробітним, і тих, хто існує за рахунок соціальних програм (обсяг яких залежить від успіху підприємництва в країні).

Серед нових освітніх проблем України – поєднання вільного доступу молоді до вищої освіти з досягненням європейського рівня підготовки випускників для діяльності на національному і міжнародному ринках праці. Розв'язання саме цього завдання ускладнене з багатьох аспектів. Доцільно використовувати зарубіжний досвід та інноваційні підходи до модернізації освітньої системи.

Реформування освіти на новому етапі має розроблятися та здійснюватися як комплекс заходів державної політики, що враховують законні права й інтереси особистості та суспільства.

Державна політика визначає напрями подальшого розвитку суспільства: нарівні з розв'язанням поточних економічних і соціальних проблем стратегічного пріоритетного розвитку потребують освіта, виховання нової людини, здатної жити і працювати в принципово нових умовах глобалізації світу, ринкової економіки і конкуренції по всьому спектру людських відносин.

Навчальні заклади, реагуючи на зміни і події повсякденного життя, часом першими помічають ті тенденції, що мають вияв у глобальному масштабі й впливають на процес освіти. Знаряддя пристосування до умов, які змінюються, є правильно розроблена стратегія впровадження підприємницької освіти до освітньої системи України.

Загалом формування морально-етичних засад підприємництва неможливе поза наявним культурним досвідом людства. Вже перші кроки будь-якого бізнесмена пов'язані із освоєнням культурного, в тому числі й морально-етичного досвіду. Це не тільки набуття навичок діловитості чи вміння орієнтуватися в так званому діловому світі. Насамперед, освоєння культурного досвіду в підприємстві відбувається шляхом формування первинних ціннісних орієнтацій, тісно пов'язаних з духовно-моральною культурою суспільства. Індивідуально цей процес починається в дитинстві і продовжується в зрілому віці. Тобто, кожний підприємець індивідуально повинен пройти той самий шлях морального становлення, який на момент його існування пройшло все людство.

Таким чином, 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. Ще К.Маркс свого часу зауважував з цього приводу, що історія є послідовною зміною окремих поколінь, кожне з яких використовує матеріали, капітали, продуктивні сили, ідеї, які воно успадкувало від попередніх поколінь. Завдяки цьому дане покоління, з одного боку, продовжує успадковану діяльність в умовах, які повністю змінилися, а з другого – видозмінює старі умови за допомогою зовсім зміненої діяльності [97, с. 44-45].

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 виступати в ролі засобів виховання морально-етичних основ підприємництва, включатися в систему виховання в міру того, як вони можуть бути використані для вирішення виховних завдань.

Виховання в сучасному суспільстві є складною динамічною системою цілеспрямованої, свідомо керованої взаємодії об'єктивних і суб'єктивних факторів формування особистості. В даному відношенні воно проявляється як своєрідне управління процесом соціального формування індивіда. Основними структурними елементами системи виховання виступають цілеспрямований вплив суб'єкта виховання на вихованців, цілеспрямований вплив з боку суб'єкта виховання на об'єктивні, насамперед економічні умови з метою

створення «виховного середовища», діяльність людей, яка складає основу системи виховання [67, с. 22]. Останнє, таким чином, спрямовує, орієнтує і контролює процес формування морально-етичних засад підприємництва, відіграє в ньому вирішальну роль. Цілеспрямований вплив на підприємця необхідний з багатьох причин, але насамперед тому, що ним не народжуються. Та й моральною істотою підприємець стає лише в процесі своєї життєдіяльності. Крім того, «для освоєння колективного морального досвіду, об'єктивного в культурі, людина потребує посередників, допомоги інших людей, що вже оволоділи цією культурою [77, с. 201]». Створенню найбільш сприятливих умов формування морально-етичних засад підприємництва сприяють також відповідні суспільні відносини, розгортання демократії, всієї системи виховання і освіти.

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, вилитиме на нього усе подальше життя. Саме тому можна вважати, що найважливіші морально-етичні аспекти діяльності майбутнього підприємця залежать від батьків, які виробляють в своїх дітях необхідні суспільству якості, на долю батьків випадає особлива місія – не тільки дати життя новому людському індивіду, виростити його, але й, спираючись повноцінну людину. Перефразовуючи відому істину можна сказати: підприємцями не народжуються, ними стають лише в процесі включення в систему суспільних відносин, що склалися історично, засвоєння через пізнавальну і трудову діяльність соціального і культурного досвіду людства. Найважливішими посередниками в цьому процесі виступають батьки, загалом дорослі, які уособлюють в собі той культурно-смысловий рівень на який ще треба піднятися вихованцям. Звичайно, морально-етичні

засади підприємництва в ранньому дитинстві формуються не безпосередньо в суспільно-трудовій діяльності. Просто батьки майбутнього підприємця виступають носіями того, що прямо не закладено в самій формуючій дії або навичках, а може бути зрозумілим в загальному і широкому контексті виховання.

Особливо велике значення надається сім'ї у вихованні морально-ціннісної сфери майбутнього підприємця. Батьки, як правило, уособлюють в собі ті морально-етичні якості, які розвиваються в майбутньому у їхньої дитини. Для неї в ранньому дитинстві батьки загалом виступають носіями тих морально-сміслових рівнів, яких немає (і звичайно, їх не можуть передбачити) у самого вихованця. На ці рівні він сам може піднятися через спілкування з батьками, сумісну з ними діяльність, спільні емоції переживання тощо. Цим же шляхом іде формування морально-етичної сфери вихованця, яка спочатку є немов би розділеною між батьками і дитиною, а згодом «осідає» в ній, стає основою її відношення до дійсності. В даному відношенні найкращих результатів досягає виховання певних якостей у дітей в сім'ях – династіях. В таких сім'ях необхідні морально-етичні основи певного роду діяльності закладаються вже з раннього дитинства. Але так чи інакше в таких сім'ях дітям обов'язково прививається любов до праці, звичка і потреба в праці на благо суспільства.

Важливу роль у формуванні особистості дитини у ранньому віці має не тільки з дорослими, але й з однолітками. Взаємовідносини між дітьми виникають на основі їх дій з предметами, в основному з іграшками. Їх діяльність носить різноманітну форму. Це і гра, і малювання, і конструювання, і елементи інших різновидів праці. Але провідним видом діяльності дітей дошкільного віку виступає рольова гра. Її сутність полягає в тому, що діти, відображаючи в грі різні сторони життя та особливості діяльності і взаємовідносин дорослих, набувають і уточнюють свої знання про навколишню дійсність, засвоюють позицію суб'єкта діяльності, від якого вона залежить [87, с. 494-496]. Саме в таких рольових іграх формуються моральні

норми поведінки, проявляються моральні почуття. Відповідне «програвання» дітьми різних ситуацій поведінки інших, формує їх власну поведінку в аналогічних ситуаціях. Так, в результаті постійного порівняння своєї власної поведінки з поведінкою іншої людини (наприклад, тата – підприємця, знайомих-підприємців) у дитини з'являється можливість не лише кращого усвідомлення самої себе. Виконання ролі підприємця в таких іграх веде до усвідомлення свого власного «підприємницького «я». В «підприємницьких» іграх у дітей виховуються охайність, акуратність, чистота, обов'язковість, бережливість, вміння цінувати свій і чужий час тощо. Таким чином, рольові ігри в дитинстві здійснюють великий вплив на формування морально-етичних якостей майбутніх підприємців.

Вже до початку дошкільного віку психічний розвиток дитини досягає такого рівня, який дозволяє формувати інтелектуальні навички. У дорослих з'являється можливість вводити в процес виховання дитини елементи навчальної діяльності. Остання дозволяє формувати у дітей специфічну трудову мораль, навички трудової дисципліни, виробляти звичку до повсякденної, систематичної праці, берегти час тощо. Засвоєння дитиною певних норм трудової моралі і правил поведінки виробляє у них такі риси характеру як стійкість, активність, відповідність зовнішніх вчинків внутрішній позиції. Коли така дитина поступає в школу, вона швидко «навчається» вчитися, оволодіває навчальною діяльністю.

Школа покликана навчати і виховувати не одних лише бізнесменів. Тому шкільні програми спрямовані на формування широких знань і умінь школярів. Проте й в загальноосвітній школі відбувається процес формування морально-етичних основ майбутньої професійної діяльності школярів. В сучасних умовах важливо цей процес спрямувати в необхідне русло виховання активної життєвої позиції учнів. Адже після навчання в школі їх чекає професійна праця – важка, повсякденна, а іноді й досить монотонна. В школі у учнів повинна виховуватись інтелектуальна і моральна готовність до майбутньої професійної діяльності.

В процесі навчання в школі формуються моральні знання, навички, уміння майбутніх бізнесменів. Оволодіння науковими знаннями, формування прийомів і операцій, способів набуття і використання знань в шкільні роки здійснюється разом з розвитком і подальшим вдосконаленням морально-етичної сфери життя учнів. В останній проявляються позитивні мотиви і спонуки соціального характеру: в учнів формується потреба в праці для інших. Завдяки тому, що в учнів зберігається потреба у грі, вона може бути використана як ефективний засіб морального виховання. Граючись, школярі прагнуть оволодіти іншими якостями особистості, які найбільше привертають їх увагу в реальному житті. Якщо в іграх дітей проявляється «підприємницька жилка», учителям варто звернути увагу на моральну сторону підприємництва. Адже в подальшому гра стає різновидом професійної активності і мало чим відрізняється від неігрових форм праці, завдяки яким формуються і розвиваються моральні якості особистості.

З розвитком індивіда змінюється ритм його життя і праці. Для збереження життєдіяльності і працездатності навіть у молодому віці людині потрібна постійна морально-психологічна напруга. Весь комплекс морально-етичних якостей індивіда, які виховуються в шкільні роки, формуються в умовах сучасного динамічного розвитку суспільства. Тому неабиякої ваги набувають ті морально-етичні аспекти їх життєдіяльності, які передбачають формування здатності сміливо і оперативно приймати відповідальні, самостійні і нестандартні рішення. Самостійність найяскравіше проявляється в підлітковому віці. Саме в цей період учні прагнуть розширити сферу своєї самостійної діяльності шляхом прилучення до життєдіяльності дорослих. Підлітки виступають тим благодатним «грунтом», впавши на який можуть прорости і розвинути зерна підприємництва. Тому моральне виховання підлітка як майбутнього підприємця повинне мати за мету розвиток особистості, зміну її психології як цілісної системи, її глибинних основ, формування специфічних мотивів і здібностей [29]. Виховання в собі готовності і поваги до праці має стати квінтесенцією, кінцевим результатом і в

той же час «каналом зв'язку» підлітка з дійсністю. На жаль, в сучасній субкультурі продовжує панувати стійка відраза до праці, особливо непристизної, сформована ще в надрах тоталітарного радянського суспільства. Ця відраза підтримується позаекономічними мотивами і стимулами трудової активності, які все більше переміщуються у сфері влади, бюрократичного і тіньового перерозподілу.

В такій ситуації стає необхідним етико-філософське оправдання праці, тому що «молодим людям зовсім неможливо довести «логічно», чого ж, власне, треба «вкачувати», працюючи серйозно, а не «з прохолодою», коли відомо, що «робота дураків любить». Посилення на те, що треба працювати, щоб жити, тут «не працює», так як тут же слідує заперечення: щоб жити, треба не працювати, а «заробляти гроші», а «заробіток» і робота – не одне й те ж саме [165, с. 14]». Власне, сучасні підприємці прагнуть саме «заробляти гроші», а не працювати серйозно. Ось чому актуалізується необхідність цілої релігійно-філософської «моральної будови» на кшталт протестантської, яка утверджує працю як особисту відповідь кожного протестанта на заклик самого Бога, звернений безпосередньо до нього.

Без сумніву, підліток розкривається в своїх моральних якостях як особистість. Проте лише в пору юності людина робить більш ґрунтовними моральні оцінки судження. Юність приносить в моральну свідомість якісно нові утворення, серед яких чи не найважливішим є формування ідеалів. Плюралізм форм власності зумовлює сьогодні існування різних ідеалів у суспільстві. Поряд із ідеалом «заробляння грошей», який виражає практично утилітарну орієнтацію частини суспільства, панують ідеали істини, добра, краси, справедливості тощо. В зв'язку з цим в суспільстві складаються нові системи потреб, інтересів і цінностей, мотивів і норм поведінки, форм і стилів спілкування. В таких умовах зробити історично вивіреним, узгодженим із суспільною необхідністю вибір смислу життя, ідеалу, шляхів досягнення щастя молоді досить важко. Тому сім'я, школа, вуз та інші соціальні інститути



повинні формувати у молоді відповідні соціальні, моральні, духовні орієнтири.

Формування у молоді морально-етичних засад підприємництва є дуже складним і суперечливим процесом. Зовнішній вплив на юнацтво з боку суспільства обмежений, оскільки в цьому віці у людини формуються власні погляди і моральні основи, відбувається пошук свого самовизначення. В цьому виражається самостійність молоді, яка прагне мати на все власні погляди, оцінки, думки. Прагнення у всьому розібратися самостійно сприяє формуванню моральних поглядів і переконань молоді, але обмежує вплив на процес їх формування з боку суспільства. В той же час прагнення до самостійності не виключає потреби спілкування з дорослими, оскільки життєвий досвід ровесників часто виявляється недостатнім для вирішення ряду моральних проблем. Саме дорослі повинні переконати молодь, яка вирішила присвятити себе бізнес, в необхідності чесного підприємництва. А це можливо лише в тому випадку, якщо існує відповідний рівень моральності самого суспільства. Інакше аморалізм підприємництва стає неминучим.

Розвиток особистості її моральності продовжується все життя. І хоча провідних діяльностей людини залишається переважно постійним (робота, сім'я, спілкування тощо), проте в кожній такій діяльності відбуваються постійні видозміни, пов'язані з конкретними мікросоціальними ситуаціями розвитку особистості. Це стосується і сфери підприємництва, моральні основи якого виробляються поступово, під дією різноманітних соціальних факторів, серед яких важливе місце займають регулятори механізму функціонування підприємницької моралі. Завдяки їм процес формування основ підприємницької моралі активізується або навпаки – гальмується. Такі доцільно організовані зовнішні впливи на підприємницьку мораль є об'єктивно необхідним, і дозволяє підприємцям найоптимальніше включатися в процеси суспільного виробництва.

## 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 пошукові і комбінаційній організації, підприємництво формує суб'єкта нового типу, провідними характеристиками якого є високий (як правило, раціоналізований) прагматизм, готовність до ризику, самостійність, прагнення до отримання прибутку, орієнтації на сьогодення.

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. В роботі розглядаються її можливості в контексті управлінського впливу на формування морально-етичних якостей підприємця.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агапова И.И. История экономической мысли. Курс лекций / И. И. Агапова; Ассоц. авт. и изд. «Тандем». – М. : Издательство ЭКМОС, 1998. – 248 с.
2. Адорно Т. Проблемы философии морали / Т.Адорно ; [пер с нем. М.Л.Хорькова]. – М. : Республика, 2000. – 239 с.
3. Акопян В.Г. Морально-етичні цінності підприємця: формування та розвиток (соціально-філософський аналіз): дис... канд. філос. наук: 09.00.03 / Акопян Валерій Григорович. – К., 2004. – 167 с.
4. Андрущенко В.П. Організоване суспільство. Проблема організації та суспільної самоорганізації в період радикальних трансформацій в Україні на рубежі століть: Досвід соціально-філософського аналізу / В.П.Андрущенко. – К.: ТОВ «Атлант ЮЕМСі», 2005. – 498 с.
5. Ануфрієва Н.М. Професійна та комунікативна компетентність сучасної ділової людини / Н.М. Ануфрієва, Я.А. Дорога // Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки: збірник наукових праць. – Випуск 2. – К. : Київський університет, 2004. – С. 84-87.
6. Аузан А.А. Социалистическое самоуправление в экономике: политэкономический аспект / А.А. Аузан. – М. : Экономика, 1987. – 149 с.
7. Ашин Г.К. Элитология. Становление. Основные направления / Г.К. Ашин – М. : Прогрес, 1995. – 368 с.
8. Баумол У. Предпринимательство, инновации и рост: симбиоз Давида и Голиафа / У. Баумол // Проблемы теории и практики управления. – 2005. – №2. – С. 6-13.
9. Бевзенко Л.Д. Социальная самоорганизация. Синергетическая парадигма: возможности социальных интерпретаций / Л.Д. Бевзенко. – К.: Институт социологии НАН Украины, 2002. – 437 с.
10. Беленок А.А. Жизненный успех «по украински» навязанные

образцы и творческое конструирование / А.А. Беленок // Соціологічна наука і освіта в Україні : зб. наук. пр. / уклад. В.І. Судаков, М.В. Туленков. – К.: МАУП, 2000. – Вип. 2 : Соціологія в контексті сучасних соціальних змін. – 2003. – 404 с.

11. Бех І.Д. Цінності як ядро особистості / І.Д. Бех // Цінності освіти і виховання: наук.-метод. зб. [заг. ред. О.В. Сухомлинська ] / АПН України; Центр інформації та документації Ради Європи в Україні. – К., 2003. – С. 42-51.

12. Бизнес-структуры и общественные организации к которым имели или имеют отношение новые руководители регионов. Спецвыпуск: птенцы гнезда Викторова // Бизнес. – 2005. – № 9 (28.02.05). – С. 58-60.

13. Бичко А.К. Феномен української інтелігенції: Спроба екзистенціального дослідження / А. Бичко, І. Бичко. – Дрогобич, 1997. – 115 с.

14. Бизнес-менеджмент : навч. посібник для студ. вищих навч. закл. / [Л.І. Федулова, В.Г. Федоренко, В.Ф. Гриньов та ін.] ; за ред. Л.І. Федулової. – К. : МАУП, 2007. – 631 с.

15. Білорус О. Імперативи стратегічного розвитку України в умовах глобалізації / О. Білорус // Економіка України – 2001. – № 11(480). – С. 4-13.

16. Благова З.И. Предпринимательство в Российской экономике / З.И. Благова. – СПб. : Изд-во Санкт-Петербург. ун-та экономики и финансов, 1995. – 102 с.

17. Болотова В.В. Ділова культура як культура підприємців / В.В. Болотова // Культура народів Причорномор'я. – 2004. – № 50. – Т.2. – С. 122-125.

18. Братишко В. Національна економіка як об'єкт державного управління / В. Братишко // Економіка України. – 1994. – № 6. – С. 50.

19. Бугреев А.Н. Диалектика стихийности и сознательности в общественном развитии / А.Н. Бугреев. – М. : Мысль, 1982. – 199 с.

20. Бутенко А.І. Підприємництво в Україні: напрямки розвитку: монографія / А.І. Бутенко, І.М. Сараєва, С.В. Якимов / НАН України ;

Институт проблем рынка та економіко-екологічних досліджень. – Одеса : Фенікс, 2007. – 68 с.

21. Бьюкенен Джеймс М. Минимальная политизация рыночного порядка / М. Джеймс Бьюкенен // От плана к рынку: будущее посткоммунистических республик ; пер с англ. под ред. Б.С. Пинекера / сост. Л.И. Пияшева и Дж. А. Дорн. – М. : Catallaxу, 1993. – С. 105-116.

22. Вардомацкий А.Б. Моральная регуляция поведения личности / А.Б. Вардомацкий. – Мн. : Наука и техника, 1987. – 126 с.

23. Васильев Ю.П. Управление развитием производства. Опыт США / Ю.П. Васильев. – М. : Экономика, 1989. – 237 с.

24. Вебер М. Избранные произведения / Макс Вебер ; [пер. з нім.]. – М.: Прогресс, 1990. – 808 с.

25. Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма / Вебер М. ; [пер. з нім.] // Избранные произведения. – М. : Прогресс, 1990. – С. 6-272.

26. Вінтюк Ю.В. Особливості життєвого самовизначення молоді в сучасних умовах і його вплив на ситуацію в Україні / Ю.В. Вінтюк // Євроатлантичний вибір України: погляд молоді: матеріали наукової конференції. – Львів, 2007. – С. 82-89.

27. Виленский А.В. Российские объединения малых предпринимателей как институт гражданского общества / А.В. Виленский // Политические исследования. – 2004. – № 3. – С. 59-68.

28. Витенко Л. Общество по-украински / Л. Витенко // Бизнес. – 2007. – № 47. – 19 ноября. – С. 46-49.

29. Выбор профессии: мотивы и их реализация : [Сб. ст. / Составитель Кузнецова С. В. ; предисл. А. Г. Харчева]. – М. : Знание, 1986. – 61 с.

30. Войтов А.Г. История экономических учений: краткий курс / А. Г. Войтов. – М.: Дашков и К., 2007. – 200 с.

31. Впровадження досвіду економічно розвинених країн з підготовки підприємців (аналіз і використання навчальних програм і планів в галузі підприємництва і управління бізнесом): Метод. реком. / Національний

педагогічний ун-т ім. М.П.Драгоманова; Українсько-американський гуманітарний ін-т «Вісконський міжнародний ун-т (США) в Україні» / О.О. Романовський (авт.-уклад.). – К. : ВПФ «ОМІ», 2003. – 40 с.

32. Галактионова В. Новый литературный герой: выразитель интересов своего народа или идей глобализации? / В. Галактионова // Наш современник. – 2006. – № 1. – С. 36-48.

33. Галушка И. Управление экономикой / И. Галушка ; [пер. со словац.]. – М. : Политиздат, 1985. – 222 с.

34. Герасимчук А.А. Філософські основи менеджменту і бізнесу / А.А. Герасимчук, З.І. Тимошенко, С.В. Шейко. – К. : Вид-во Укр.-фін. ін-ту менедж. і бізнесу, 1999. – 111 с.

35. Гибадуллин Р. Предпринимательство: сущность и основные черты / Р. Гибадуллин, В. Шадрин // Управленческое консультирование. – 1999. – № 1. – С. 54-63.

36. Гоман-Голутвина О.В. Региональные элиты России: персональный состав и тенденции эволюции / О.В. Гоман-Голутвина // Политические исследования. – 2004. – № 3. – С. 22-32.

37. Горшков М.К. Массовое сознание россиян в период общественной трансформации – реальность против мифов [Электронный ресурс] / М.К. Горшков, В.В. Петухов, А.Ю. Чепуренко та ін. – Режим доступу : <http://www.nns.ru/anaiyt/doc./doclad.html>.

38. Грищенко С. Чтобы работать с этой командой, нужно меняться / С. Грищенко // Бизнес. – 2005. – № 15 (11.04.05). – С.116–119.

39. Грушевський М.С. Вільна Україна / М.С. Грушевський // Великий Українець: матеріали з життя та діяльності М.С.Грушевського. – К., 1993. – С.96-97.

40. Грушевський М. Хто такі українці і чого вони хочуть / Михайло Грушевський. – К. : Т-во «Знання України», 1991. – 240 с.



41. Губерський Л. Культура. Ідеологія. Особистість. Методологічно-світоглядний аналіз / Л. Губерський, В. Андрущенко, М. Михальченко. – К. : Знання України, 2002. – 580 с.
42. Гуманізм: сучасні інтерпретації та перспективи / [відп. ред. В.С. Пазенок]. – К. : Український центр духовної культури, 2001. – 319 с.
43. Дацків Р. Глобальні економічні війни та національна безпека / Р. Дацків // Банківська справа. – 2005. – № 1. – С. 30-36.
44. Державне регулювання економіки: навч. посібник / [за ред. О.С. Маслової]. – К. : Знання-Прес, 2000. – 316 с.
45. Діденко М.М. Підприємництво в Україні / М.М. Діденко / Київський ун-т ім. Тараса Шевченка. Економічний факультет. – К., 1995. – 86 с.
46. Динамика ценностей населения реформируемой России / [под ред. Н.И. Лапина, Л.А. Беляевой]. – М. : Эдиториал УРСС, 1996. – 221 с.
47. Днепропетровский клан [Електронний ресурс] // Інтернет видання Інформаційний центр Україна.ru – Режим доступу до журн.: <http://www.ukraine.ru/images/go.gif>.
48. Долженков О. Чи є пострадянські країни перехідними суспільствами? / О. Долженков // Людина і політика. – 2007. – № 2(14). – С. 43-51.
49. Донець Л.І. Підприємництво в умовах трансформації економіки в Україні: мотивація, маркетингова орієнтація, ефективний менеджмент / Л.І. Донець / Донецький держ. ун-т економіки і торгівлі. – Донецьк : Джерела, 1999. – 343 с.
50. Дряхлов А.Н. Предпринимательство как объект и субъект управления: методологические подходы / А.Н. Дряхлов, В.А. Давыденко // Социальные исследования. – № 6. – 1996. – С. 65.
51. Дюркгейм Э.О. разделении общественного труда. Метод социологии / Э.О. Дюркгейм ; [пер. с фр.]. – М. : Наука, 1991. – 572 с.

52. Економічна енциклопедія : у 3-х т. / [редкол. В.Д.Гаврилишин та ін.; ред. Л.М.Воронович]. – Тернопіль, 2001. – Т. 2. – С. 723.
53. Енгстлер П. Ринкова економіка для бізнесменів-початківців / Петера Енгстлер. – К. : ВІК, 1992. – 238 с.
54. Ермоленко А.Н. Этика ответственности и социальное бытие человека / А.Н.Ермоленко. – К. : Наукова думка, 1994. – 175 с.
55. Ефимчук И.В. Пирамида власти-собственности: будущее планетарной экономики? / И.В. Ефимчук // Общественные науки и современность. – 2004. – № 2. – С. 131-142.
56. Жданов И. Украина в XXI в.: вызовы для политической элиты / И. Жданов, Ю. Якименко // Зеркало недели. – 2003. – 15 ноября – С. 5.
57. Зарубина Н.Н. Модернизация и хозяйственная культура (концепция М. Вебера и современные теории развития) / Н.Н. Зарубина // Социс. – 1997. – № 4. – С. 46-54.
58. Зарубина Н.Н. Этика служения и этика ответственности в культуре русского предпринимательства / Н.Н. Зарубина // Общественные науки и современность. – 2004. – № 1. – С. 96-105.
59. Заславская Т.И. Современное российское общество: проблемы и перспективы / Т.И.Заславская // Общественные науки и современность. – 2004. – № 5. – С. 5-15.
60. Здравомыслов А.Г. Ответственность экономической элиты: мнения россиян / А.Г. Здравомыслов // Общественные науки и современность. – 2005. – № 1. – С. 45-58.
61. Зернецька О.В. Нові засоби масової комунікації: соціокультурний аспект / О.В. Зернецька / НАН України, Інститут світової економіки і міжнародних відносин. – К. : Наукова думка, 1993. – 225 с.
62. Злобіна О. Соціальний простір життя як суб'єктивна символічна реальність / О. Злобіна, І. Мартинюк, Н. Соболева, В. Тихонович. – К. : Інститут соціології НАН України, 2004. – 299 с.

63. Іванов М. Приватизація державної власності / М. Іванов // Економіка України. – 2001. – № 4 (473). – С. 23-30.
64. Истина и ценности в научном познании : [сб. ст.] / АН СССР, Ин-т философии; [отв. ред. А. Л. Никифоров]. – М. : ИФ, 1991. – 144 с.
65. Капто А. Этика бизнеса / А. Капто // Международная экономика. – 2007. – № 4. – С. 53-59.
66. Кашиков Б.Н. Марксизм как радикальная критика либеральной справедливости / Б.Н. Кашиков // Вопросы философии. – 2005. – № 6. – С. 37-50.
67. Киселев В.П. Экономика и воспитание / В.П. Киселев. – М. : Знание, 1987. – 67 с.
68. Козлов Ю.М. Научная организация управления и права / Ю.М. Козлов, Е.С. Фролов. – М. : Изд-во Московского ун-та., 1986. – 247 с.
69. Козьма В. Концепції середнього класу в західній історико-політичній традиції / В.Козьма // Політичний менеджмент. – 2006. – № 4. – С. 157-162.
70. Кондрачук В.В. Государственное влияние на развитие малого бизнеса: во зло или во благо? / В.В. Кондрачук // Политические исследования. – 2005. – № 3. – С. 131-136.
71. Коржов Г. Соціокультурна легітимність підприємництва в українському суспільстві першого десятиліття трансформацій / Г. Коржов // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2005. – № 3. – С. 165-177.
72. Коропецький І.С. Дещо про минуле, недавнє минуле та сучасне української економіки / І.С. Коропецький. – К. : Смолоскип, 1995. – 139 с.
73. Кошарна Г. Становлення культури особистості вітчизняного підприємця / Г. Кошарна // Легка промисловість. – 1999. – № 3. – С. 66-67.
74. Кремінь В.Г. Людина і освіта у вимірах економічної цивілізації / В.Г. Кремінь // Дзеркало тижня. – № 40 (619). – 21-27 жовтня 2006 р. – С. 13.
75. Кривега Л.Д. Мироззренческие ориентации личности в условиях трансформации общества / Л.Д. Кривега. – Запорожье : ЗГУ, 1998. – 202 с.

76. Крупка М.І. Фінанси і підприємництво в Україні на межі тисячоліть / М.І. Крупка / Львівський держ. ун-т ім. І.Франка. – Львів : Діалог, 1997. – 270 с.
77. Крутов Н.Н. Мораль в действии / Н.Н. Крутов. – М. : Гуманитарий, 1997. – 367 с.
78. Кукаркин А.В. По ту сторону расцвета : Буржуаз. о-во: культура и идеология / А.В. Кукаркин. – [Изд. 3-е, дораб.]. – М. : Политиздат, 1981. – 479 с.
79. Куличенко А.В. Государственная власть и процессы общественной самоорганизации. К вопросу о государственном строительстве в России / А.В.Куличенко // Политические исследования. – 2004. – № 6. – С. 108-111.
80. Кучеренко О. До соціально-політичної стабілізації через принципи неокорпоратизму / О. Кучеренко // Розбудова держави. – 1997. – № 11. – С. 37-42.
81. Лавой Дон «Демокгасу» открытость и проблема знания: к демократической рыночной экономике / Дон Лавой // От плана к рынку: будущее посткоммунистических республик ; пер с англ. под ред. Б.С. Пинекера / [сост. Л. И. Пияшева и Дж. А. Дорн.]. – М. : Catallaxy, 1993. – С. 33-52.
82. Лапин Н.И. Базовые ценности и социокультурная трансформация Розсипи / Н.И. Лапин // Социология власти. – 1999. – № 4. – С. 74-86.
83. Лапин Н.И. Модернизация базовых ценностей россиян / Н.И. Лапин // Социологические исследования. – 1996. – № 5. – С. 3-34.
84. Ларцев В. Сутність та основні форми процесу роздержавлення в Україні / В.Ларцев // Економіка України. – 2001. – № 9 (478). – С. 17-23.
85. Левицька О.І. Моральний розвиток особистості / О.І. Левицька. – К. : Політвидавництво України, 1990. – 132 с.
86. Ленинская теория отражения и современная наука. – М. : София, 1973. – 267 с.

87. Леонтьев А.Н. Проблемы развития психики / А.Н. Леонтьев. – [4-е изд.]. – М. : Изд-во МГУ, 1981. – 584 с.
88. Лісничук О. «Кланова демократія» в Україні привид чи реальність / О. Лісничук // Розбудова держави. – 1997. – № 11. – С. 43-47.
89. Лугвин С. Переход к новой модели государственного управления в постиндустриальном обществе / С. Лугвин // Проблемы теории и практики управления. – 2004. – № 4. – С. 34-40.
90. Лях В. Свобода: сучасні виміри та альтернативи / НАН України; Інститут філософії ім. Г.С.Сковороди / В. Лях, В. Пазенок, К. Райда, Р. Лях, О. Соболев. – К.: Український центр духовної культури, 2004. – 486 с.
91. Магас В. Теоретичні проблеми неконкурентної приватизації / В. Магас // Економіка України. – 2000. – № 8 (465). – С. 42-49.
92. Макконнелл Кэмпбелл Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика : в 2 т. / Макконнелл Кэмпбелл Р., Брю Стэнли Л. ; пер. с англ. 11-го изд. Е.С. Иванова. – М. : Республика, 1995. – Т. 1. – 400 с.
93. Малий бізнес України. Підприємці здатні відродити країну / [Н.Д. Кожевіна, З.С. Варналій та ін.] / Асоціація сприяння розвитку приватного підприємництва в Україні «Єднання». – К., 1997. – 143 с.
94. Мальтус Т.Р. Опыт о законе народонаселения / Т.Р. Мальтус ; [перевод]. – Петрозаводск : Предприятие по торг. и изд. деятельности «Петроком», 1993. – 136 с.
95. Мангайм К. Идеология та утопія / Карл Мангайм ; [пер. Володимир Швед]. – К. : Дух і літера, 2008. – 370 с.
96. Маркович Д.Ж. О трудовой морали в трансформирующихся обществах / Д.Ж. Маркович // Проблема теории и практики управления. – 2004. – № 2. – С. 78-82.
97. Маркс К. Економічно-філософські рукописи 1844 року / Маркс К., Енгельс Ф. // Твори. – М. : Политиздат, 1979. – Т. 42. – 879 с.

98. Маслоу А. Новые рубежи человеческой природы / А. Маслоу; [пер. с англ. под общ. ред Г.А. Балла, А.В. Киричука, Д.А. Леоньева]. – М. : Смысл, 1999. – 425 с.
99. Масюк О.П. Патерналізм як об'єкт соціально-філософської рефлексії: дис. ... кандидата філос. н.: 09.00.03 / Масюк Олег Петрович. – Запоріжжя, 2006. – 190 с.
100. Мейерер П. Культура бизнеса / П. Мейерер // Проблемы теории и практики управления. – 2001. – № 4. – С. 97-101.
101. Менюк О.А. Формування правової культури підприємця: теоретичні та прикладні аспекти / НАН України; Інститут держави і права ім. В.М.Корецького / О.А. Менюк. – К. : Оріяни, 2001. – 172 с.
102. Міщенко В.І. Духовна культура особистості і суспільства в умовах трансформації до ліберальних цінностей / В.І. Міщенко // Наукові записки Харківського університету Повітряних Сил. Соціальна філософія. Психологія. – Харків : ХУПС. – 2006. – Вип. 1 (25). – С. 114-120.
103. Мироззрение и трансформации современного общества // Материалы международной конференции. Симферополь, 22-25 сентября 2004 / Таврический национальный ун-т им. В. И. Вернадского. – Симферополь, 2004. – 174 с.
104. Набока О. Навчання і виховання майбутніх підприємців / О. Набока // Рідна школа. – 1999. – № 9. – С. 24-29.
105. Найдьонов В. Про реформування податкової системи України / В. Найдьонов, О. Махмудов // Економіка України. – 2001. – № 12 (481). – С. 24-29.
106. Наливайченко С. Економічні підйоми вдосконалення державного регулювання / С. Наливайченко // Економіка України. – 2001. – № 11 (480). – С. 31-35.
107. Нелеп В. Ринкова стратегія сільськогосподарського підприємства / В. Нелеп // Економіка України. – 1994. – №7. – С. 89.

108. Нестеров В. Петля обратного времени / В. Нестеров // Коммунист. – 2005. – № 59 (791). – 29 июля. – С. 3.
109. Ніколаус Піпер. Історія бізнесу / Піпер Ніколаус ; [пер. з німецької]. – К.: «К.І.С.», 2006. – 172 с.
110. Никиенко А. Методы формирования корпоративной культуры / А. Никиенко // Персонал-Микс. – 2003. – № 3. – С. 109-112.
111. Новиков В.В. Характеристика общностей предпринимателей / В.В. Новиков // Социальная психология в трудах отечественных психологов / [составитель А.Л. Свенцицкий]. – СПб. : Издательство «Питер», 2000. – 512 с.
112. Орлова Г.В. Історія сучасного світу / Г.В. Орлова. – К. : Вікар, 2007. – 552 с.
113. О'Шоннеси Теории мотивации в исследовании организаций / О'Шоннеси // Организационная психология: [хрестоматия] / [сост. и общая редакция Л.В. Винокурова, И.М. Скрипнюка]. – СПб. : Питер, 2000. – С.214-233.
114. Панарин А.С. Заблудившиеся западники и пробудившиеся евразийцы / А.С. Панарин // Цивилизации и культуры. – Вып. I. – М., 1994. – С. 70-92.
115. Парсонс Т. О структуре социального действия [под общ. ред. В. Ф. Чесноковой, С. А. Белановского] / Талкотт Парсонс – М. : Академический Проект, 2002. – 879 с.
116. Пасхавер О. Перспективи приватного підприємництва в Україні: приватизація і зростання нового капіталу / О. Пасхавер // Економіка України. – 2000. – № 4 (461). – С. 31-39.
117. Пасько Я. Українське суспільство в глобалізаційному контексті: виміри свободи і несвободи / Я. Пасько // Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. Серія «Теорія культури і філософія науки». – Харків : ХНУ, 2005. – № 660. – С. 30-35.
118. Перегудов С. Группы интересов в условиях перехода к информационному обществу / С. Перегудов // Мировая экономика и

международные отношения. – 2004. – № 6. – С. 13-20.

119. Петюх В.М. Рыночная экономика. Настольная книга делового человека / В. М. Петюх. – К. : «Урожай», 1995. – 432 с.

120. Пияшева Л. Программа экономического возрождения России / Л. Пияшева // От плана к рынку: будущее посткоммунистических республик; пер с англ. под ред. Б.С. Пинекера / [сост. Л.И. Пияшева и Дж. А. Дорн]. – М. : Catallaxy, 1993. – С. 98-102.

121. Плахов В. Д. Западная социология. Исторические этапы, основные школы и направления развития (XIX–XX вв.) : учебное пособие. / В. Д. Плахов. – СПб. : Издательство РГПУ им. А. И. Герцена, 2000. – 303 с.

122. Плискевич Н. Деловая культура российского общества: «Круглый стол» ученых / Н. Плискевич // Общественные науки и современность. – 1993. – № 3. – С. 17-30.

123. Плюснин Ю.М. В каком направлении изменяются базовые ценности в современном российском обществе / Ю.М. Плюснин, Г.В. Долматова, В.М. Плюснин // Гуманитарные науки в Сибири. – 1999. – № 1. – С. 90-95.

124. Побочий И.А. Элита классическая и элита украинская: ее место в политической борьбе / И.А. Побочий // Грані. – № 3 (47). – 2006. – С. 112-116.

125. Покритан А. Про економічний зміст сучасних суспільних відносин в Україні / А. Покритан // Економіка України. – 2000. – № 10 (467). – С. 46-53.

126. Попович М. Ліберальні цінності, або Роздуми біля парадного під'їзду Європи / М. Попович // Дзеркало тижня. – 2001. – 1-7 грудня. – С. 18.

127. Попович М. Національна культура та культура нації / М. Попович. – К. : Абрис, 1991. – 221 с.

128. Попович М. Нарис історії культури України / М. Попович. – К. : АртЕк, 1998. – 727 с.

129. Правові аспекти приватизації в Україні : у 2 т. / [Білько В.О., Бондар О.М., Бородавко О.М., Бутнік-Сіверський О.Б., Буца Б.Е.] ; под ред.



Ю.І. Єханурова. – К. : Руська правда, 1996. – Т. 1. – 410 с.

130. Предборський В.А. Детенізація економіки у контексті трансформаційних процесів. Питання теорії та методології: [монографія] / В.А. Предборський. – К. : Кондор, 2005. – 614 с.

131. Предприниматель Украины: эскизы к социальному портрету / [под ред. В. Вороны, Е. Суименко]. – К. : НАН Украины, Ин-т социологии, 1995. – С. 73.

132. Процай А.Ф. Социально-экономическая сущность малого предпринимательства и его основное противоречие / А.Ф. Процай // Культура народов Причерноморья. – 2001. – № 21. – С. 47-50.

133. Прусова Л.Г. Основы рыночной экономики / Л.Г. Прусова. – К.: «Полиграф книга», 1993. – 350 с.

134. Радаев В. Внеэкономические мотивы предпринимательской деятельности (по материалам эмпирических исследований) / В. Радаев // Вопросы экономики. – 1994. – № 7. – С. 85-97.

135. Райзберг Б.А. Предпринимательство и риск / Б. А. Райзберг. – М. : Знание, 1992. – 61 с.

136. Рикардо Давид. Начала политической экономии и налогового обложения. Избранное. / Давид Рикардо ; [пер. с англ. Сраффа П.]. – М. : ЭКСМО, 2007. – 960 с.

137. Римский В.Л. Бюрократия, клиентелизм и коррупция в России / В.Л. Римский // Общественные науки и современность. – 2004. – № 6. – С. 68-79.

138. Розумний М. Ідея і нація в інформаційну епоху / М. Розумний. – Харків : «Майдан», 2006. – 340 с.

139. Романовський О. Мораль і етика в підприємницькій діяльності / О. Романовський, Ю. Романовська // Пам'ять століть. – № 5. – 2003. – С. 54-62.

140. Світгарєва О.Г. Феномен «економічної людини»: підходи до розуміння сутності / О.Г. Світгарєва // Гуманітарний вісник Запорізької

державної інженерної академії: збірник наукових праць / гол. ред. В.Г. Воронкова. – Вип. 31. – Запоріжжя : Вид-во ЗДІА, 2007. – С. 66-76.

141. Селіванов А.М. Підприємництво в Україні як об'єкт моделювання та прогнозування / А.М. Селіванов / Науково-дослідний ін-т приватного права і підприємства Академії правових наук України. – К., 2001. – 171 с.

142. Сергиенко Я.В. Особенности динамики развивающихся рынков / Я.В. Сергиенко. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 192 с.

143. Сердюк О. Етика бізнесу та коло її проблем / О. Сердюк // Філософська думка. – 2005. – № 4. – С. 93-102.

144. Сидорина Т.Ю. Социальная политика – попытка философской интерпретации / Т.Ю. Сидорина // Вопросы философии. – 2005. – № 12. – С. 20-29.

145. Скотна Н. Особа в розколотій цивілізації: освіта, світогляд, дії [монографія] / Н. Скотна. – Львів: Українські технології, 2005. – 384 с.

146. Слепенков И.М., Аверин Ю.П. Основы теории социального управления : [учеб. пособие для вузов] / И.М. Слепенков, Ю.П. Аверин. – М. : Высш. шк., 1990. – 301 с.

147. Смакота В.В. Экономическое поведение в социологии / В.В. Смакота // Соціологічна наука і освіта в Україні : зб. наук. пр. / уклад. В.І. Судаков, М.В. Туленков. – К. : МАУП, 2003. – Вип.2 : Соціологія в контексті сучасних соціальних змін. – 404 с.

148. Смит Адам. Исследование о природе и причинах богатства народов / Адам Смит ; [перевод с английского]. – М.: ЭКСМО, 2007. – 956 с.

149. Солдатенко В.Ф. Українізація як іманентна потреба розвитку модерної нації / В.Ф. Солдатенко // Сучасна цивілізація: гуманітарний аспект: зб. наук. праць / НАН України ; Інститут політичних і етнонаціональних досліджень; Журнал «Діалог. Історія, політика, економіка». – № 5 / [відп.ред. Іван Курас]. – К., 2004. – С. 235.

150. Соломон Р. Етика бізнесу / Р. Соломон // Філософська думка. – 2005. – № 4. – С. 103-117.

151. Спивак В.А. Корпоративная культура / В.А. Спивак. – СПб. : Питер, 2001. – 352 с.
152. Стаддарт Э.Л. Ключи к миру бизнеса / Э.Л. Стаддарт // Деловой мир. – 1992. – 8 февраля.
153. Стеченко Д. Актуальні завдання і функція державного регулювання в реалізації економічної політики / Д. Стеченко // Вища школа. – 2004. – № 4. – С. 55-62.
154. Суименко Е.И. Homo economicus современной Украины. Поведенческий аспект / Е.И. Суименко, Т.О. Ефременко. – К. : Институт социологии НАН Украины, 2004. – 244 с.
155. Суспільство на порозі ХХІ століття: філософське осмислення плінного світу / Київський ін-т філософії ім. Г.С.Сковороди НАН України; Київський ін-т туризму, економіки і права / [відп.ред. В.С. Пазенок]. – К. : Укр. Центр духовної культури, 1999. – 272 с.
156. Сушко О. Українські фінансово-промислові групи в політико-економічних процесах / О. Сушко, О. Лісничук // Економічний часопис. – ХХІ. – 2003. – № 6. – С. 33-37.
157. Сушко О.О. Непмани: соціально-історичний тип приватних підприємців в УСРР (1921-1929) / Національний педагогічний ун-т ім. М.П.Драгоманова / О. Сушко. – К. : НПУ ім. М.П.Драгоманова, 2003. – 94 с.
158. Тарануха Ю.В. Предприятие и предпринимательство в трансформируемой экономике / Ю.В. Тарануха. – М. : «Дело и сервис», 2003. – 368 с.
159. Терещенко Н. Методологія дослідження процесу мотивації трудової діяльності / Н. Терещенко // Вісник Української академії державного управління. – 2002. – № 2. – С. 320-329.
160. Тихонова Н.Е. Бюрократия: часть общества или его контрагент? / Н.Е. Тихонова // Социологические исследования. – 2006. – № 3. – С. 4-28.

161. Томилов В.В. Маркетинг и интрапренерство в системе предпринимательства / В.В. Томилов, А.А. Крутанин, Т.Д. Хакунов. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 1998. – 68 с.
162. Тоффлер Э. Шок будущего / Э. Тоффлер ; [пер. с англ.: Е. Руднева и др.]. – М. : АСТ, 2003. – 557 с.
163. Трансформація моделі економіки України. Ідеологія, протиріччя, перспективи / [В.М. Геєць, Б.Є. Кваснюк та ін.] / НАН України; Інститут економічного прогнозування. – К. : Логос, 1999. – 497 с.
164. Трапкова А.В. Доверие в российском малом и среднем бизнесе / В.В. Трапкова // Общественные науки и современность. – 2004. – № 4. – С. 36-48.
165. Трудовая этика как проблема отечественной культуры: современные аспекты : материалы «круглого стола» // Вопросы философии. – 1992. – № 1. – С. 3-30.
166. Узунов В.Н. Экономические и организационные предпосылки формирования оптимальных условий конкуренции в переходный период / В.Н. Узунов // Культура народов Причерноморья. – 2001. – № 22. – С. 65-67.
167. Уманский Л. И. Организаторские способности и их развитие / Л. И. Уманский // Учен. записки Курск. пед. ин-та. – Курск, 1967. – № 27. – С. 32-46.
168. Управление социальной сферой : учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности «Менеджмент» и «Менеджмент в социальной сфере» / [Бабаджанов А.А., Ваганова Н.К., Виленчик В. И. и др.] ; под ред. В.Э. Гордина. – СПб. : Изд-во С.-Петербур. гос. ун-та экономики и финансов, 1998. – 288 с.
169. Федотова В.Г. Когда нет протестантской этики... / В.Г. Федотова // Вопросы философии. – 2001. – № 10. – С. 27-44.
170. Фиглин Л. Модель управления качеством социальной ответственности организации / Л. Фиглин // Проблемы теории и практики управления. – 2003. – № 2 – С. 86-91.

171. Файоль А. Общее и промышленное управление / А. Файоль // Управление – это наука и искусство : [сборник / сост. Г. Л. Подвойский]. – М. : Республика, 1992. – С. 121.
172. Фіцула М.М. Педагогіка / М.М. Фіцула. – Тернопіль : Навчальна книга, 1997. – 190 с.
173. Франкл В. Человек в поисках смысла / В. Франкл. – М. : Мысль, 1990. – 368 с.
174. Харина Т.Г. Влияние культурных традиций на традиционные методы менеджмента / Т.Г. Харина // Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. – Одеса, 2001. – Т. 4. – С. 263.
175. Ценности культуры и современная эпоха: [сб. ст.] / АН СССР, Ин-т философии ; [Редкол.: Н. Н. Лебедева (отв. ред.), Е. В. Ознобкина]. – М. : ИФАН, 1990. – 132 с.
176. Чередниченко И.П. Психология управления / И.П. Чередниченко, Н.В. Тельных. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2004. – 608 с.
177. Чистилін Д. Проблеми самоорганізації у перехідні економіці / Д. Чистилін // Економіка України. – 2000. – № 3 (460). – С. 31-39.
178. Чухно А. Постіндустріальна економіка: теорія, практика та їх значення для України / А. Чухно // Економіка України. – 2001. – № 12 (481). – С. 49-54.
179. Швальбе Б. Личность, карьера, успех: Психология бизнеса / Бербель Швальбе, Хайнц Швальбе ; [пер. с нем.]. – М. : Прогресс, 1993. – 239 с.
180. Шварцман К.А. Проблемы нравственного воспитания : (В поиске решений) / К.А. Шварцман. – М. : Знание, 1988. – 63 с.
181. Шепель В.М. Управленческая психология / В.М. Шепель. – М. : Экономика, 1984. – 246 с.
182. Шейн Э. Организационная культура и лидерство: Построение. Эволюция. Совершенствование / Э. Шейн; [пер. с англ. Ч. Жильцов]. – СПб., М., Минск: Питер, 2002. – 336 с.

183. Шпакова Р.П. Макс Вебер и Вернер Зомбарт о западноевропейском капитализме / Р.П. Шпакова // Социологические исследования. – 1992. – № 12. – С. 126-132.
184. Штомпка П. Социология социальных измерений / П. Штомпка. – М. : Аспект Пресс, 1996. – 416 с.
185. Шумпетер Й. Теория экономического развития / Й. Шумпетер ; [пер. с англ.]. – М. : Прогресс, 1982. – 378 с.
186. Шумпетер Й.А. Капитализм, Социализм и Демократия. / Й.А. Шумпетер ; [пер. с англ. , предисл. и общ. ред. В.С. Автономова]. – М. : Экономика, 1995. – 540 с.
187. Щербак В. Світові моделі оподаткування / В. Щербак // Економіка України. – 2001. – № 11 (480). – С. 21-27.
188. Эйзенштадт Ш. Революция и преобразование обществ: сравнительное изучение цивилизаций / Ш. Эйзенштадт. – М. : Аспект Пресс, 1999. – 416 с.
189. Эмерсон Г. Двенадцать принципов производительности // Г. Эмерсон ; [пер. с англ.]. – [2-е изд]. – М. : Экономика, 1992. – 224 с.
190. Юрчишин В.В. Руководитель и коллектив / В.В. Юрчишин. – К. : Урожай, 1988. – 199 с.
191. Якимец В.Н. Сложносоставные конфликты – атрибут постсоциалистической трансформации / В.Н. Якимец, Л.И. Никовская // Социологические исследования. – 2005. – № 8. – С. 77-90.
192. Яковлев А.А. Власть, бизнес и движущие силы экономического развития в России: до и после дела «Юкоса» / А.А. Яковлев // Общественные науки и современность. – 2005. – № 1. – С. 35-44.
193. Ящук Т.И. Диалектика объективного и субъективного в общественном развитии / Т.И. Ящук. – К. : Наукова думка, 1989. – 167 с.
194. Anderson B. Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism / Benedict Anderson. – London; New York: Verso, 1995. – 224 p.

195. Bertalanffy L., von. Problems of Life: an Evaluation of Modern Biological and Scientific Thought / Ludwig von Bertalanffy. – New York: Harper & Brothers, 1960. – 216 p.
196. Bowman C. & Asch D. Strategic management. – London: Macmillan, 1987.
197. Kenichi Ohmae. The End of the Nation State: the Rise of Regional Economies.. – New York : Simon & Schuster, 1995. – 214 p.
198. Krawchenko B. Social Change and National Consciousness in Twentieth-Century Ukraine / B.Krawchenko. – Oxford: Canadian institute of Ukrainian studies University of Alberta, 1987. – 333 p.
199. Eller J. The Poverty of Primordialism / J.Eller, R.Coughlan // Ethnicity [eds. J.Hutchinson, A.Smith]. – Oxford; New York, 1996. – P.43-56.
200. Hagen M., von. Does Ukraine Have a History? / M.von Hagen // Slavic Review. – 1995. – Vol.54. – №3. – P.658-673.
201. Hobsbawm E. Mass Producing Traditions: Europe, 1870-1914 / E.Hobsbawm // The Invention of Tradition / Eds. E.Hobsbawm, T.Ranger. – Cambridge; New York; Port Chester; Melbourne; Sidney, 1983. – P.263-297.
202. Force M. L'ordre improbable. Entropie et processus sociaux / M.Force. – Paris, 1989. – 388 p.