

А. О. Цвібель

аспірантка

СОЦІОКУЛЬТУРНА ОБУМОВЛЕНІСТЬ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Аналітичний матеріал дослідження обґрунтовує потребу у вивченні феномену підприємництва з точки зору практичної філософії. Доведено соціокультурну складову бізнесу. Окреслено мотиви і результати міждисциплінарного вивчення економічного явища з необхідним залученням альтернативних методологій постнекласичної науки.

Ключові слова: підприємництво, бізнес, діяльність, соціум.

Дослідження феномену підприємництва як форми соціальної активності особистості в умовах перетину культурно-етичних і політико-економічних факторів для досягнення індивідуально визначеної мети є недостатнім на рівні економіки та культури, оскільки дані дослідження не надають аналізу ядра і відправної точки діяльності підприємця, що складає основне джерело розкриття питання про причини появи феномену бізнесу. Саме це є ключовим елементом дослідження питання про виокремлення підприємництва з-поміж діяльності людини загалом та економічної активності зокрема. Дослідивши причини появи та мотиви підприємницької справи, ми зможемо дати відповідь на питання про гарантії успішної бізнес діяльності, що дозволить розкрити недоліки підприємництва в системах економіки та дасть змогу реорганізувати і підвищити соціокультурний та політико-економічний рівень не лише в рамках заданої теми, але і з проекцією на стан суспільства у цілому.

Бізнес – це завжди джерело інновацій, зайнятості та економічного зростання. Міжнародні організації, такі як Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) (Організація економічного співробітництва та розвитку) та European Union (EU) (Європейський союз) зосереджені саме на екзогенних факторах бізнесу, зокрема соціальних та культурних, що впливають на індивідуальний вибір кар'єри [11].

Відповідно, держава має зосередити сили на створенні соціокультурного базису на правових засадах для успішного функціонування бізнесу й економіки в цілому. Більше того, ґрунтовні дослідження ефективності стратегії створення умов для функціонування соціокультурних чинників мають відстежуватися на професійному рівні фахівців різних галузей знань – зокрема економіки, філософії, кібернетики, логіки, етики тощо.

Соціокультурна обумовленість підприємництва як теза висувалась західними вченими, на думку яких бізнес завжди вбудований у соціальний контекст. Менше з тим, література вказує на індивідуальний та економічний характер цих факторів. Дослідження підприємництва у цілому вказує на мотивацію нових економічних цілей, починаючи від самозайнятості до створення великих корпорацій.

Однак учені неухильно вважають, що підприємницьку діяльність слід досліджувати з огляду на соціальне середовище, в якому функціонує справа, оскільки, окрім економічної діяльності, бізнес являє собою соціальне явище. Хоча економічні умови можуть пояснити деякі процеси трансформації, без урахування соціальних та культурних передумов, аналіз їх буде неповним, а отже – неточним.

Дослідження підприємництва в рамках підходу, що бере за основу соціокультурні засади, може бути розроблено шляхом декількох методів – як якісних, так і кількісних. Урахування співставлення національних та культурних розгалужень дозволили Данії, Іспанії, Китаю, Сінгапуру та США створити на основі цих досліджень транснаціональні корпорації.

Додавши нові актуальні дослідження соціальних теорій капіталу, шляхом емпіричних пошуків, вже вдалося прокласти шлях для нових орієнтованих стратегій у вивченні бізнесу [11].

Вивчати поняття підприємництва безвідносно до діяльності – схоластичне заняття: намагання ухопити в одиничному епізоді динамічне явище бізнесу вочевидь призведе до численних похибок через більш ніж обмеженість предмету дослідження. Тому визначимо, чим є діяльність підприємця.

Актуальність вивчення бізнесу доводить факт неповноти визначень даного поняття у словниках і довідниках. Неоднозначність і суперечливість визначень можуть стати приводом для аналізу заради пошуку істинного лаконічного формулювання. Однак, з іншого боку, багатогранність визначень наштовхує на думку про багатоаспектність явища та недостатній рівень дослідженості теми. Цікавим фактом є відсутність поняття бізнесу у Большой Советской Энциклопедии, як у першому її виданні 1927 року, так і в останньому 1976 року. Цілком очевидно з огляду на відсутність бізнесу в СРСР і прагнення відокремити ра-

дянського громадянина від Заходу, де бізнес уже існував. Виникає питання, чи були бізнесменами радянські підприємці чи спекулянти? У 2му виданні 1950-го року майже мимохідь все ж згадано подібне явище. Психологічно насичений характер визначення формулюється наступним чином: "Бизнес (буквально—дело, сделка, коммерческая деятельность, бизнесмен — коммерсант, делец) — распространенный термин среди капиталистов Англии и особенно США. Капиталисты и их прислужники, буржуазные экономисты и политики, в целях одурманивания трудящихся масс распространяют вредоносные иллюзии, будто каждый человек, участвуя в каком-либо бизнесе, может стать в будущем" капиталистом и даже миллионером..." [1].

Суб'єктивно окресливши мотиви бізнесу та ареал використання поняття (Англія та США), автор статті зупиняється на двох ключових моментах, які на його думку визначають істинну природу бізнесу. Використовуючи відомий у формальній логіці прийом представлення одиничного як загального, він указує на те, що прагнення до мільонів матиме негативні наслідки для трудового народу, а стремління капіталістів наживатися на військових поставках обумовлює мілітариську жагу капіталістичних держав. Ці два обвинувачення були покликані пробудити у читачах почуття ненависті до його явища.

Словарь иностранных слов, виданий "Советской Энциклопедией" у 1964 р. дублює, щоправда скорочено, попереднє визначення: "общедоступное пособие для самого широкого круга советских читателей". Інформація про бізнес представлена у тут двох коротких статтях:

"Бизнес — дело, занятие, связанное с личной наживой, предпринимательская деятельность, коммерция".

"Бизнесмен — делец, воротила, коммерсант, предприниматель; капиталист, стремящийся из всего извлечь крупные барыши, не гнушающийся никакими средствами в целях личной наживы" [10, с. 102; 7, Ч.1, Гл. 1]. Висновки: по-перше, дані визначення є дескриптивними, а отже — неповними: той самий елемент схоплення одного епізоду замість дослідження явища у його динамічній цілісності. По-друге, що вони є суб'єктивними, продиктовані соціо-культурною та політичною ситуацією — а отже сам бізнес є залежним від політики, культури та соціальних процесів, від ідеології власне кажучи.

Однак основний парадокс в тому, що в класичних енциклопедіях Англії та Америки ще у ХХ-му сторіччі не було чіткої відповіді на питання "що таке бізнес?". В одному з найбільш поважних у 90-х роках виданні США "The Encyclopedia Americana" знайти визначення "бізнесу" було не можливо. Знайти значення цього поняття можна

було лише контекстуально. Бізнес ще на перетині тисячоліть навіть у країнах-колисках його визначався як фінансова, комерційна чи торгівельна діяльність, котра вимагає часу, увагу і роботи людей, характеризується капіталовкладеннями у пошуках прибутку чи удосконалень [7, Ч. 1, Гл. 1].

Цікаво те, що бізнес-кар'єра і бізнес як такий могли різко відрізнитись за сутністю: мова йшла про роботу менеджера, управлінця або офісну, виконавчу діяльність у рамках бізнес-організації. Таким чином, бізнес розумівся — власне і був — таким, що керував зацікавленими у ньому особистостями, вимагаючи і диктуючи. Нині ж бізнес діяльність є керованою самим бізнесменом, який керує своїм життям та справою у межах власної мотивації і вибору.

Щоправда "American Heritage Dictionary" давав такі варіанти визначення:

"Бизнес — заняття, до якого залучена людина. 2. Комерційні, промислові чи професійні угоди. 3. Комерційне підприємство. 4. Об'єм комерційної торгівлі (напр., Бизнес зазнав збитків). 5. Патронаж, управління (напр., Розповсюдити свій бизнес). 6. Цікавість чи стурбованість. 7. Серйозна робота (напр., Зосередитись на бізнесі). 8. Синонім «справи», «предмету». 9. Раптова дія, здійснювана актором для заповнення паузи. 10. Словесна (неформальна) образа, докір (напр., Що за справи із твоїми запізненнями?)" [там само].

У давньому французькому тлумачному словнику "Grand Larousse" зазначається:

"Бизнес (робота) — 1. Активність, спрямована на фінансові потоки та комерційні справи (напр. Мати нюх на бізнес). 2. Робота (напр., Піти у бізнес). 3. Заплутана чи сумнівна справа (напр. Це що за угода?). Бізнесмена тут визначено як "ділову людину" [там само].

Отже, бізнес на Заході визначається як, перш за все, "справа" та "ділова активність". Бізнес діяльність спрямована на здійснення процесів купівлі-продажу, виробництво, фінанси обов'язково заради вигоди чи удосконалення. Цікаво й те, що позитивність слова "бізнес" у англіїців контрастує з негативним відтінком цього терміну у росіян та французів [там само].

Очевидно, що мова йде про сприйняття терміну на тлі культури, традицій, релігії, ідеології. Православні росіяни і англіїці-протестанти певне, що мають розбіжності у світогляді і позиціях стосовно роботи. Це досить чітко виписано у роботах Макса Вебера, хоча б у "Протестантській етиці..." [2, с. 805].

Французи взагалі наполовину атеїстичні, наполовину католики — їх розуміння праці різко відрізняється від потужних релігійних країн.

Західна традиція зближення понять "бізнесу" і "активності", "справи" дає змогу ототожнити бізнес діяльність із специфічним родом діяльності

людини, яка має визначену мету і стратегію подолання шляху до неї. Як бачимо, словники відмічають ризиковий характер такої діяльності та значну свідому зацікавленість у ній.

Проведений аналіз дозволяє нам визначити бізнес з максимальною об'єктивністю. Проте віднайти чіткі межі бізнес діяльності чи власне бізнесмена – складно з огляду на проведений аналіз понять. Вочевидь, ми можемо говорити про обов'язкові критерії. Етимологічно слово "бізнес" і дієслово "to be busy" є спільнокореневими і спорідненими.

Підприємництво – це активність, спрямована на отримання прибутку. Отже діяльність та результат – дві необхідні складові бізнесу. Слід розмежувати бажання наживи і готовність до дій заради неї. Це надважливий для критерій – готовність, розрахована рішучість.

Додаткового уточнення потребує поняття "прибутку". Вигода підприємця не обмежується грошми, більш того, гроші радше виступають засобом для досягнення істинної вигоди. Різниця між грошима подарованими, грошми чесно заробленими і грошима, які виручив бізнесмен репрезентує суттєвий елемент зацікавленої активності. Тобто для бізнесмена важливо не просто отримати монету і не забрати її у касі від роботодавця, а від початку до кінця бути причетним (або й керувати) до гри, у кінці якої він отримає перемогу. Підприємця не цікавить виграш – він готовий програти (взяти позику, бути готовим до мінусових показників підприємства, ризикувати), але заради перемоги – подальшої вигоди, прибутковості фірми чи розумно розрахованої угоди.

У статті не розгалужено поняття "бізнесу" та "підприємницької діяльності" з огляду на складність виокремлення даних термінів, з приводу чого тезово опубліковано дослідження [4, с. 58–62], що буде розкрито в окремій парці. Однак, власне ідея залежності приватних осіб та організації від соціального контексту є аргументом як класичних, так і сучасних соціологій. На різних рівнях аналізу підприємництва, він популярно залучався до обґрунтування. Такий підхід використовували дослідники Заходу з різних точок зору: у Вебера, 1930 року, це багаторівнева структура на основі індивідуалізму, який сприяв економічному розвитку. Ця позиція була розвинена шляхом залучення різних трансформативних важелів: культури, психології, соціології та економіки. Однак вимірювання підприємницької діяльності через критерії соціокультурні є багатовекторним з огляду на принципову складність і неподільність вказаних факторів. Рейнольдс (1991), наприклад, запропонував розглянути у якості відправної точки те, як кожна людина бере участь у різноманітних групах з різних сфер життя: сім'я, робота, політика, релігія, відпочинок, місце проживання

тощо. Типізація не нова, але відносно бізнесу мала цікаві перспективи. За аналогією було встановлено, що контакти у підприємстві мають широкий діапазон випадковості. Отже, різні соціальні зв'язки у той чи інший період за певних умов можуть стати вагомою передумовою для успішного розвитку бізнес-ідеї, рішення стати бізнесменом і отримати ресурси для реалізації [11].

Тому тлумачення бізнесу як соціального явища дозволяє вести мову про соціальний капітал і соціальну комунікацію як фундаментальні для такого роду діяльності. Поняття соціального капіталу успішно експортується із соціології до інших наук. Походження терміну "соціальний капітал" приписують Якобсону (1962) та Лоурі (1977), що розробили індивідуалістичну та економічну концепції. Соціальний капітал можна визначити як матеріальні та віртуальні ресурси, спрямовані на досягнення цілей акторів, акумулюючись через соціальну структуру.

Соціальна ж комунікація являє собою коло суб'єктів (фізичних осіб та організацій), що знаходяться у мережі взаємозв'язків. Соціальні мережі, таким чином, є відношеннями, через які людина отримує можливість використовувати фінансовий капітал. Соціальна комунікація відображає множину взаємовідносин, що визначають суспільні зв'язки – як у бізнесі, так і в іншій діяльності людини [там само].

Таким чином, суспільство є мережею комунікативних "вузлів", що пов'язані між собою. Такі "вузли" зв'язків репрезентують взаємодоповненість і принципово неподільну цілісність різних факторів впливу за деяких обставин для визначеної мети. При чому процеси, які базуються на такій цілісності, виникають після того, як взаємозв'язки утворюють вузлову єдність. Намагання спровокувати деяке явище штучно створеними вузлами в кращому випадку дасть нетривкий результат, адже наслідки поширення і взаємодії зв'язків є лише частково передбачуваними (точки біфуркації). Такі вузли – "точки зрілості" – виражають потребу соціуму та відповідну готовність окремої особистості надати бажані послуги, реалізуючи себе у власній справі.

Соціальні зв'язки з необхідністю формують базу культурно-етичних норм, які у свою чергу впливають на подальші зв'язки у мережі соціальної комунікації, являючи собою водночас ідеологічні відображення дійсності. Урахування впливу ідеологічних утворень на свідомість доводить вплив соціокультурних факторів на підприємницьку діяльність як рушійних і ключових. У такому разі, соціальний капітал виступає ресурсом взаємозв'язків між людьми. Ця ідея спонукає до перегляду розуміння соціального капіталу та його функціонування у підприємницькій діяльності – в умінні прорахувати наслідки стратегій

використання капіталу. Співпраця із соціальним капіталом для будь-якого суб'єкта може призвести до появи міцного фундаменту для зародження експлуатаційних відносин. Однак, чи має місце експлуатація у бізнесі? Так, із необхідністю.

Чи можна подолати експлуатацію? Адже, за логікою підприємства, у цивільних стосунках експлуатаційні відносини теж мають місце: ведення домашнього господарства чи психологічна допомога друзів – теж прояви експлуатації. Однак ми не міркуємо про їх правомірність, легітимність. Чому? Ця експлуатація відбувається на рівних умовах "ти – мені, я – тобі"? Ні. Такими є саме ділові відносини з чітким розгалуженням інтересів та розподілом сфер впливу. Доцільно тут розглянути розуміння сімейних стосунків з точки зору Г.Ф.В. Гегеля: дух збагачується, черпаючи сили і оновлюючись через проникнення в Іншого: віддаючи себе, ми збагачуємось, розділивши душу з Іншим – отримуємо себе нового, кращого, примноживши свою сутність [3]. Власник постає носієм експлуатації людей, оскільки володіє засобами виробництва – людським капіталом. Однак достатньо унормувати експлуатацію: для того, щоб зняти питання експлуатації, треба аби розподіл був не за капіталом, а за іншою формою – за працею. Тобто, про ліквідацію експлуатації не йдеться, якщо передбачається вигідна співпраця кожного учасника. Власник несе соціальну відповідальність як суб'єкт, що реалізує свою діяльність через відношення індивідуальної і соціальної свободи. Пригадаймо "доброчесного мужа" у Конфуція: самоповага, чесність відносно тих, хто вище за тебе, доброчинність до тих, хто нижче, справедливість – прості життєві істини, втілені у мудрості епох, становлять фундамент успішної бізнес діяльності. Отже, ми не відчуваємо експлуатації, якщо ці дії мають в основі морально-етичний базис, засновками якого виступають довіра, чесність, самоповага, доброчинність, справедливість, а ядром постає людина як найвища цінність та життя людини як безцінне. Такі засновки діяльності, практично, за Конфуцієм [напр. 6] свідчать про цивілізованість і "повноліття" національної економіки та суб'єктів економічної діяльності зокрема [8, с. 25–36].

Привілейованийий доступ до ресурсів і активів, партикулярні відносини за рахунок універсалістських прав – підтвердження чіткого розгалуження суб'єктів на касти, що суперечить нормам демократії, цивілізованості та морально-етичним засядам будь-якої діяльності. Це доводить відмінність між країною з успішною економікою та відсталіми країнами, між підприємцем (бізнесменом) та дрібним спекулянтном. Отже, соціальний капітал можна тлумачити як механізм контролю, що відображає домінуючі культурного устрою у конкретному суспільстві. А кожен із соціо-куль-

турних чинників є суттєвим і необхідним у суспільному розвитку. Визначальними є всі чинники. Йдеться про суперечливе поєднання впливу різноманітних чинників, які міняються місцями за тих чи інших конкретно-історичних умов і відіграють визначальну або підпорядковану роль.

Звернімось до історії появи бізнесу. Розвиток надлишкового виробництва з необхідністю спровокував явище підприємництва. Поява грошей як самостійного товару також стала вагомим аргументом для становлення бізнесу. "Міняли" Греції, Єгипту, Риму, Візантії, на Сході досягли піку у середні віки в Італії та Нідерландах і, закріпившись, надалі отримали назву "банк". Негативний відтінок лихварства, художньо висвітлений як у Ч. Дікенса на Заході, так і у Ф. Достоєвського на Сході породжує широкий спектр нових етичних питань для філософії та релігії: жадібність і щедрість, срібнолюбність та благородство і т. д.

Сучасний бізнес сформувався на основі низки пікових для історії економіки подій, зокрема:

1. Система оплати праці, вперше масштабно розроблена у Римській імперії. Суттєвий фактор мотивації.

2. Поява бухгалтерського обліку в Італії XV ст. Розрахункове мислення бізнесмена.

3. Поява страхування у Голандії XVI ст. Виникнення механізмів зниження високої міри ризику під час укладання угод, фінансових операцій.

4. Поява резервної банківської системи у Лондоні середини XVII ст. Підвищення рівня надійності операцій, спрямованих не лише на просування товарів та послуг, але і збереження грошей.

5. Розвиток операцій з акціями, біржева діяльність у XVIII ст. Нові горизонти можливостей для підприємців, зокрема: довгострокових фінансових вкладень, можливість не обмежуватись накопиченими чи залученими в оберт грошима, але і поточна об'єктивна ринкова оцінка зміни курсу акцій підприємств, що дозволяє попередити небажану динаміку чи збагатитись за рахунок неї. Ф'ючерсні угоди сприяли освоєнню стратегічного планування та організації праці на далеку перспективу з урахуванням змін та ризиків, при можливості – активного впливу на кон'юктуру попиту і пропозиції, політичних подій та громадської думки.

Отже, низка факторів, що вкорінюються у свідомості кожного більшою чи меншою мірою, провокують передбачувану позицію суб'єкта відносно конкретних обставин, дій чи явищ.

Бізнес сьогодні – складна динамічна єдність, яка має багатоаспектний простір досліджень і вимагає міждисциплінарного рівня дослідження. З 80-х років у соціо-економічні дослідження почали проникати ідеї синергетики – із розумінням того, що техніка не відіграє ключову роль у прогнозуванні майбутніх подій без соціологічних конструктів. Стало очевидним, що виділення пара-

метрів порядку, побудова нелінійних математичних моделей тощо забезпечать нові результати досліджень в економіці, що здатні змінити методологічні концепції цієї науки.

"Екологічні природні і соціально-природні комплекси, живі організми, міста, підприємства, економічні структури – є відкритими системами, нерівнобічними, такими, що управляються нелінійними законами," – пише І. Добронравова у вступі до книги "Синергетика: становлення нелінійного мислення" [5, с. 7]. Нелінійний спосіб мислення виявляється ефективним засобом осмислення сучасного світу. З'являючись як науковий напрям, який "вивчає єдину сутність найрізноманітніших явищ, які розглядаються як процес переходу від неупорядкованості до порядку" [5, с. 3], синергетика виявляється такою, що теж підтримує ідею принципово складності соціокультурних факторів бізнес діяльності, спрямовуючи створений із хаосу порядок у русло практичного застосування з якомога більш високим коефіцієнтом корисної дії.

"... Синергетика, математично описуючи безповоротні якісні зміни, що забезпечують перехід від простого до складного, виявляється теоретичним описом систем, що розвиваються. Вивчення їх має величезне значення, тому що більшість систем, які цікавлять нас, – і ми самі, і міста, у яких ми живемо, і, нарешті, наша планета – відноситься саме до такого типу" [там само].

Бізнес діяльність постає явищем, яке недостатньо розглядати через традицію детермінованого мислення. Бізнес як об'єкт дослідження виходить за рамки механічного підходу. Мусимо апелювати також до органічної версії дослідження, здатної пояснити причини виникнення та шляхи розвитку успішного ведення справ.

Кожен із факторів соціальних чи культурних, рівно як будь-який із окремо взятих критеріїв бізнесмена як особистості, не відіграють значної ролі у досліджуваному процесі, якщо не взаємодіють з іншими факторами чи критеріями. Саме принципова випадковість варіанту взаємодії декількох факторів з і значною вірогідністю є тим "вузлом", "точкою зрілості", що зароджує бізнес.

Методологічними принципами економічного аналізу при цьому виступають [9, с. 194–212]:

- 1) не замкненість економічних систем;
- 2) незворотність поступу в економіці;
- 3) нерівноважність економічних процесів;
- 4) нелінійність економічних змін
- 5) неоднозначність цілей.

Замість психологічних орієнтирів у рамках замкненої системи ми говоримо про створення умов для сприятливого розвитку необхідних факторів. У нашому випадку – передумов бізнес діяльності.

Підприємництво постає таким явищем, яке недостатньо розглядати через традицію детер-

мінованого мислення. Бізнес як об'єкт дослідження виходить за рамки механічного підходу. Мусимо апелювати також до органічної версії дослідження, здатної пояснити причини виникнення та шляхи розвитку успішного ведення справ. Кожен із факторів соціальних чи культурних, рівно як будь-який із окремо взятих критеріїв підприємця як особистості, не відіграють значної ролі у досліджуваному процесі, якщо не взаємодіють з іншими факторами чи критеріями. Саме принципова випадковість варіанту взаємодії декількох факторів з і значною вірогідністю є тим "вузлом", "точкою зрілості", що зароджує підприємницьку справу.

Низка взаємопов'язаних факторів, що вкорінюються у свідомості кожного більшою чи меншою мірою, провокують передбачувану позицію суб'єкта відносно конкретних обставин, дій чи явищ. Проте, генеза бізнес-мислення є індивідуальною для кожного суб'єкта. Це стан свідомого цілеспрямованого пізнання, спекуляції думки, критичність та самоконтроль.

Отже, досліджуючи соціокультурну обумовленість підприємницької діяльності, ми отримуємо такі висновки:

1. Бізнес (підприємницька діяльність) має соціокультурну обумовленість, що формується як принципова складність і має бути досліджена з огляду на свою специфічність, методами міждисциплінарних досліджень та філософського аналізу зокрема.

2. Мотиви, прогресивні та рушійні сили бізнес активності базуються на культурних, соціальних та індивідуальних установах, що не підлягають чіткому передбаченню, однак можуть розвиватися на основі штучно створеного фундаменту взаємодії зазначених факторів.

3. Підприємець постає специфічною формою самореалізації особистості, що володіє унікальними параметрами мислення, яке можна розвинути за умов наявності особистого мотиву індивіда.

4. Принциповими критеріями бізнесу постають активність і азарт, спрямовані на духовне збагачення особистості шляхом реалізації себе як підприємця, що вимагає розвитку потужності когнітивних та владних сил, відповідно до норм моралі і права.

5. Дослідження підприємницької діяльності є актуальним в умовах кризового стану економіки і вимагає ґрунтовного вивчення на базі філософії.

Переорієнтація суспільства "споживання" дозволить зламати ті уявлення, які не дозволяють людській спільності досягти взаєморозуміння на глобальному рівні. Подолання кризи мислення, культурної кризи є засновком ефективного вирішення глобальних, зокрема економічних проблем шляхом концентрації енергії, породженої соціальною комунікацією, і спряму-

вання цієї енергії у вектор розвитку нового суспільства високоморальної, інтелектуальної духовно багатой людини.

Зміна ціннісного базису дасть змогу укорінити необхідний фундамент для створення умов функціонування соціо-культурних факторів зародження підприємництва і його вдалого прогресу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Большая Советская Энциклопедия. – Изд. 2-е. – М. : Научное издательство "Большая Советская Энциклопедия", 1950. – Т. 5. – С. 153.
2. Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма // Вебер М. Избранные произведения / сост., общ. ред. и послесл. Ю. Н. Давыдова ; предисл. П. П. Гайденко. – М. : Прогресс, 1990. – 808 с. – (Социологич. мысль Запада).
3. Гегель Г. В. Ф. Философия права / пер. Б. Г. Столпнера и М. И. Левиной. – М. : Мысль, 1990 – 524 с.
4. "Дні науки філософського факультету – 2014", Міжн. наук. конф. (2014; Київ), 15–16 квіт. 2014 р. : [матеріали доповідей та виступів] / редкол. : А. Є. Конверський [та ін.]. – К. : Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2014. – Ч. 6. – С. 58–62
5. Добронравова И. С. Синергетика: становление нелинейного мышления [Электронный ресурс]. – К. : Лыбидь, 1990. – Режим доступа: <http://www.philsci.univ.kiev.ua>.
6. Древнекитайская философия. Собрание текстов в двух томах. Т.1. – М. : Мысль, 1972. – 303 с.
7. Емельянов Е. Н., Поварницына С. Е. Психология бизнеса [Электронный ресурс]. – М. : АРМАДА, 1998. – 511 с. – Режим доступа: http://lib.vvsu.ru/books/psych_bis/default.asp.
8. Кант И. Сочинения : в 6 т. Т. 6. – М. : Мысль, 1966. – 743 с. – (Философское наследие).
9. Сапецький А. О. Социосинергетика // Труды семинара "Естественнонаучные, социальные и гуманитарные аспекты". – М. : Изд-во МГУ, 1999. – С. 194–212.
10. Словарь иностранных слов / под ред. Ф. Н. Петрова и др. – Изд. 6-е. – М. : Государственное издательство иностранных и национальных словарей, 1964. – С. 102.
11. [Электронный ресурс] // International Small Business Journal. – 2011. – 29(2). – P. 105–118. – Режим доступа: <http://patriciathornton.com/wp-content/uploads/2012/02/Socio-Cultural-Factors-and-Entrep-Activity.pdf>.

Цвибель А. А. Социокультурная обусловленность предпринимательства. Аналитический материал исследования доказывает необходимость в изучении предпринимательства с точки зрения практической философии. Доказано социокультурную составляющую бизнеса. Очерчено мотивы и результаты междисциплинарного изучения экономического явления с необходимым вовлечением альтернативных методологий постнеклассической науки.

Ключевые слова: предпринимательство, бизнес, деятельность, социум.

Tsvibel A. Socio-cultural preconditions of business. Analytical research material proves the need for investigation of business in terms of practical philosophy. Proved sociocultural component of business. Delineated the motives and results of an interdisciplinary explore of economic phenomena with the necessary involvement of alternative methodologies postnonclassical science.

Keywords: entrepreneurship, business, activity, society.