

ЕТИКА ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ: СОЦІОКУЛЬТУРНІ ВИМІРИ

Розглянуто етичні аспекти підприємництва в контексті глобалізаційних процесів і культурних традицій в Україні.

Ключові слова: культура, економіка, підприємництво, підприємницький етос, мораль, етика, релігія, господарство, бізнес.

Рассмотрены этические аспекты предпринимательства в контексте глобализационных процессов и культурных традиций в Украине.

Ключевые слова: культура, экономика, предпринимательство, предпринимательский этос, мораль, этика, религия, хозяйство, бизнес.

Examines the ethical aspects of business processes in the context of globalization and cultural traditions in Ukraine.

Key words: culture, economics, entrepreneurship, entrepreneurial ethos, morality, ethics, religion, economy, business.

Сьогодні, коли надзвичайно швидко зростають масштаби господарської діяльності людини, стають дедалі виразнішими позитивні та негативні наслідки цієї діяльності, актуалізуються питання аналізу співвідношення економіки й етики, підприємництва і моральної поведінки господарюючих суб'єктів. Господарчі акти і технології в умовах глобалізації неминуче набувають аксіологічного характеру, примушуючи ставитися до них з позиції загальнолюдських цінностей, стають предметом моральної рефлексії. Господарчий етос є необхідною складовою соціокультурного процесу. Без оптимального вирішення етичних проблем господарювання як у регіонах, так і в планетарному масштабах неможливо визначити стратегією людської діяльності. Проблеми господарства — це не тільки економічні, технічні й технологічні, а й філософсько-моральні, культурологічні, що фокусуються в людині, її свідомості, від духовного, морального потенціалу якої залежить подальше існування соціуму.

Мета статті — розглянути етичні аспекти підприємництва в контексті глобалізаційних процесів та національно-культурного ґрунту в сучасній Україні.

Феномен підприємництва дедалі активніше набуває соціокультурного значення. Якщо раніше він був предметом аналізу лише в теорії та історії економічної думки, то нині його досліджують філософи [8], соціологи [6], соціальні технологи [10]. Підприємницький етос став важливою складовою глобалізаційних процесів, його не можна ігнорувати під час розгляду політичних й економічних аспектів глобалізації, зокрема питань «глобальної влади», «глобального управління» («global governmence») [10, с. 74]. Підлягають осмисленню моральні зміни, що відбуваються в країнах «золотого мільярду». Вони,

на думку окремих фахівців, зумовлені побудовою в цих країнах у другій половині ХХ ст. кейнсіанської економіки, що дозволило перебороти одвічне протистояння між працею і капіталом. На важливому значенні підприємницького етосу для проведення ринкових реформ, модернізації економіки сучасної України наголошують автори, котрі досліджують європейські вектори економічної інтеграції України [5], ліберально-демократичні засади в процесі модернізації України [4], цивілізаційні аспекти і національний колорит ринкової економіки [9], корупцію та її негативний вплив на сучасну українську економіку [7].

Підприємництво як важлива складова соціокультурної діяльності ґрунтується на певній системі цінностей, зокрема, на моральних заасадах, етичних нормах. Відомо, що сутність підприємництва, його соціально-економічна роль глибоко досліджені в працях економістів Й. Шумпетера, Ф. Хайєка. В узагальненому вигляді в їх роботах підприємництво постає як «організаційно-господарське новаторство, що спрямовано на утворення нових комбінацій факторів виробництва, на реалізацію інновацій в економіці; як пошукова діяльність, унаслідок якої людина має змогу поєднати свої особливі знання з ринковою ситуацією і завдяки цьому перемогти в конкурентній боротьбі» [8, с. 4].

Іноді в розумінні ринкової діяльності підприємництво ототожнюється з бізнесом. Але поняття «бізнес» і «підприємництва» дещо різняться. Підприємництво — ініціативна, самостійна діяльність громадян, їх об'єднань, що здійснюється на свій ризик, під свою майнову відповідальність, спрямована на інновації і отримання прибутку. Бізнес — будь-який вид діяльності, оснований на ризику та спрямований на отримання прибутку [3, с. 54]. Різниця між цими поняттями - в інноваційній складовій. Підприємець — революціонер ринку, для якого новаторська діяльність — це той життєвий стрижень, який виправдовує його існування в цьому світі.

О. Б. Дворцова в підприємстві вбачає активну, творчу поведінку, що реалізується в інноваційній діяльності в умовах економічної свободи, невизначеності та ризику, із прийняттям на себе соціальної, моральної й фінансової відповідальності з метою досягнення комерційного успіху та особистого задоволення. Необхідними ознаками підприємницької діяльності, на думку цього автора, є організаційно-господарське новаторство, економічна свобода; ризик та відповідальність за рішення і дії, що прийняті, орієнтація на досягнення комерційного успіху [6, с. 9-10].

Окремі автори пропонують визначення підприємницької діяльності як організаційно-господарське новаторство, творчість у сфері бізнесу, економіки. Таке трактування підприємництва дозволяє уникнути спрощеного розуміння цієї діяльності як руйнівної для суспільства, прагнення до збагачення будь-якими засобами.

У культурологічному вимірі підприємництво можна характеризувати як достатньо складну форму людської діяльності — певний

комплекс елементів: морально-регламентовану діяльність, ігрову діяльність та творчу діяльність як спосіб самореалізації особистості [8, с. 11-12].

Соціокультурні, зокрема етичні, аспекти підприємницької діяльності осмислювали М. Вебер, Р. К. Мертон, Й. Хейзінг, Ф. Бродель, Й. Бентам, С. М. Булгаков та інші історики культури, соціологи, філософи, економісти. Нагадаємо, що поняття етики (система норм моральної поведінки людей, їх обов'язків у ставленні один до одного та до суспільства в цілому), моралі (система норм, що відображені в спеціальній формі суспільної свідомості і виконують функції регулювання поведінки окремої особистості або певних соціальних груп) почали застосовуватися людьми ще на початку становлення суспільства. Поняття «підприємницький етос» було виникненням такого феномену, як підприємництво і набуло поширення в гуманітарному знанні з другої половини XIX ст. Сучасні дослідники поняття етосу використовують для визначення колективних, визнаних ціннісних уявлень щодо належних характеристик підприємницької діяльності та особистих якостей підприємців [6, с.10]. Саме ж поняття «етос», як відомо, має давньогрецьке походження і означає: «звичай», «спосіб мислення», «поведінку», «характер».

Спеціалісти з менеджменту і маркетингу акцентують увагу на певних суб'єктивних якостях особистості, які необхідні для здійснення підприємницької діяльності. Ось, наприклад, деякі з них:

- чітке розуміння підприємництва, відокремлення фактів від міфів;
- вміння надавати виважені оцінки;
- вміння знаходити нестандартні рішення;
- вміння поводити себе і приймати рішення в умовах невизначеності;
- вміння розробляти нові комерційні ідеї;
- вміння оцінювати перспективність нових ідей;
- знання, необхідні для створення нової справи;
- вміння оцінювати зовнішню ситуацію;
- вміння оцінювати дії з точки зору етики і моралі;
- вміння укладати угоди, налагоджувати контакти, вести переговори;
- вміння отримати належне. [10, с. 168]

Отже, це певний комплекс особистісних якостей, серед яких є природжені, а також і ті, які набуває людина в соціальному середовищі. До останніх, зокрема, належать етичні, моральні орієнтири особистості підприємця.

Але одних тільки суб'єктивних якостей для успішної діяльності підприємця недостатньо. Необхідною передумовою для цього є об'єктивні фактори, соціальне середовище, в якому він здійснює свою діяльність. Одним із таких об'єктивних факторів є існуюча

національна культура. Захід і Схід — це різні соціокультурні світи, зі своєю специфічною ментальністю населення. Характеризуючи соціальні і культурні, технологічні особливості підприємницького середовища в Західній культурі фахівці з теорії і практики підприємництва зазначають, що існують країни, де до людини, що створила власну справу, дивляться схвально... В США до людини, котра сама собі хазяїн, має власну справу, досягла успіху і заробляє гроші, завжди ставилися з великою повагою. Недивно, що в цій країні нові компанії виникають як гриби після дощу. Однак і в цій країні є регіони, в яких для підприємництва існує особливо сприятлива атмосфера. Це дорога номер 128 під Бостоном, Силіконова долина в Каліфорнії, Північно-Каролінський трикутник. Традиції цих центрів сприяють створенню нових підприємств, перетворюючи місцевості в найбільші фінансові і промислові вузли [10, с. 168].

У чому ж секрет почесності підприємства в Америці? Він полягає в тому, що американці не відділяють підприємницьку культуру від традиційної, національної. Як перша, так і друга культури ґрунтуються на загальнонаціональних цінностях — таких як успіх, свобода, ефективність та ін. Підприємництво — це почесна справа, вона корисна не тільки для бізнесмена, а й для усього суспільства. У США бізнесмен — національний герой і приклад для наслідування. Змалечку «талановитих» дітей орієнтують на цей вид суспільної діяльності (виробляють спеціальні дитячі іграшки, практикують бізнес-ігри, розробляють спеціальні освітні бізнес-програми та ін.). Особливе місце в облагороджуванні підприємництва належить засобам масової інформації [10, с. 169].

З огляду на історію становлення господарства, підприємницької діяльності на Заході класичними стали дослідження М.Вебера. Маючи широку наукову ерудицію (економіст, правник, соціолог, історик, філософ), він у численних працях зарекомендував себе як історик, теоретик господарства. В центрі його уваги — специфіка капіталізму як історичного типу господарювання. Осмислюючи місце і роль господарської діяльності в житті людини, М.Вебер розглядає господарство як необхідну сферу культури. «Раціональне господарство» не одразу утвердилося в західноєвропейській культурі, воно зароджувалося в ірраціональних відносинах, поступово долаючи їх. В докапіталістичному суспільстві на Заході, в період первісного накопичення капіталу, суб'єктам підприємництва було притаманне прагнення будь-якою ціною отримати прибуток, хитрацькими, розбійницькими методами, брутально і силоміць заволодіти засобами виробництва, накопичити фінансові ресурси, змусити працівника неекономічним шляхом створювати прибутковий продукт. Таким чином на певному історичному етапі утвердився господарський раціоналізований у всіх своїх вимірах суспільний устрій.

М. Вебер наголошує, що становлення «раціонального господарства», підприємницької діяльності утверджувалося в західноєвропейській культурі на таких об'єктивно існуючих передумовах:

1) привласнення приватними підприємцями засобів виробництва (земля, прилади, машини, знаряддя тощо);

2) вільний ринок, тобто свобода ринку від нераціональних обмежень обміну, наприклад, від станових обмежень;

3) раціональна, тобто точна і тому механізована техніка як виробництва, так і обміну;

4) раціональне, тобто чітко визначене право. Щоб капіталістичний устрій міг функціонувати раціонально, господарство повинне ґрунтуватися на чітких правових формах суду і управління;

5) вільна праця, тобто наявність таких людей, котрі не тільки мають право вільно продавати на ринку свою робочу силу, але й економічно вимушені це робити;

6) комерційна організація виробництва, що припускає широке застосування цінних паперів для встановлення прав участі в управлінні підприємств і прав на їх майно [1, с. 255-256].

Але західноєвропейський раціоналістичний стиль життя і господарювання утвердився значною мірою також завдяки потужному впливові ще одного дуже важливого суб'єктивного фактора. Ключовою, з точки зору веберівської методології дослідження цієї проблематики, є праця «Протестантська етика і дух капіталізму». Саме в ній він довів, що не тільки економічні відносини можуть бути базисними в загальній структурі соціальних відносин, але рівною мірою будь-які інші «фактори», зокрема тип релігії і відповідний їй спосіб духовно-практичного ставлення людини до дійсності, а також господарський етос. Господарська етика є реальним утіленням духовно-практичної орієнтації людини у світі. М.Вебер, по суті, вперше досконало розглядає це питання в порівняльному аналізі господарських етик буддизму, конфуціанства, іудаїзму, християнства в його різних конфесіях, перш за все в контексті протестантського віросповідання. Господарська етика як специфічна форма духовно-практичної діяльності виникає на стику релігійних вірувань і світської, зокрема трудової, діяльності.

Поступово формується західноєвропейський духовний феномен — новий господарський етос, з притаманним йому духом раціональності. М.Вебер визначає, що певний тип віросповідання впливає на соціальне розшарування: конфесійна статистика, наприклад, свідчить, що протестанти чисельно переважають серед власників капіталу, керівників виробництва і кваліфікованих працівників. Так званий «буржуазний» середній клас виявився найактивнішим переважно у сфері виробництва завдяки своєму трудовому «героїзму і подвижництву», — як зазначає англійський релігійний публіцист Карлейль. Католики ж, зауважує М.Вебер, були більше схильними до гуманітарної, ніж до торгово-промислової діяльності. Багато з них намагалися посісти

місце в правлячій еліті. Протестанти із середніх і нижніх верств суспільства соціально самоутверджувалися в галузі переважно господарської, підприємницької діяльності, виявляли схильність до економічного раціоналізму. Підприємництво вони розглядають як богоугодну справу [2, с. 330].

Зовсім в інших умовах формувалось підприємництво в країнах східного регіону, особливо в тих, які впродовж тривалого часу перебували в складі супердержави — СРСР. Остання утворилася на основі Російської імперії, що мала свою економічну, політичну і культурну специфіку — дуже відмінну від тієї, що притаманна країнам Заходу.

Ідеологія і практика підприємництва в Росії формувалися на ґрунті православно-язичницької ментальності населення. Протягом багатьох віків сповідувалися принципи слов'янської общини: традиціоналізм, релігійність, патріотизм, ворожість до іноземних ідей і культур, залежність від ритмів природи, зв'язок із селянським способом життя, благодійництво, взаємодопомога. У середовищі підприємців (купців, буржуазії) існував певний кодекс поведінки, зумовлений православними настановами «допомоги ближньому», етичними принципами честі, що не дозволяли надмірно збагачуватися, отримувати прибуток нечесним способом. Вважалося блюзнірством називати право власності «священним». Зі сторони селянства і робітничого класу, що орієнтувалися на общинні, зрівняльні цінності, виникали почуття заздрості, а іноді навіть ненависті до підприємців. Унаслідок реформ наприкінці XIX ст. в Росії основним суб'єктом, що володіє приватною власністю, став підприємець (буржуазна еліта). Отже, він став прекрасним об'єктом для звинувачень у незадовільному житті народу [10, с. 156]. Таким чином, СРСР успадкував від попереднього господарювання низький рівень ринкової економічної культури і її складової — підприємництва. Після жовтневого перевороту почалося штучне створення нової економічної культури, що базувалося на утопічних ідеях К.Маркса: безкласове суспільство, в якому не існує поділу на «багатих» і «бідних», скасування приватної власності на засоби виробництва і землю, ігнорування ринкових відносин у класичному їх розумінні, ліквідація буржуазії (а отже і підприємців) «як класу» та ін. Намагання В. І. Леніна частково повернути країну до ринкової економіки (НЕП), поєднати її з комуністичною ідеологією не було реалізовано через об'єктивних і суб'єктивних причин. Як зазначають окремі автори, новий господарчий порядок, оснований на скасуванні приватної власності, призводив до того, що люди, котрі обіймали високі посади і мали усталені моральні якості вдавалися до хабарництва і «безвідповідальної розпорядності» щодо довіреної їм власності, знаючи, що це будуть суворо покарані. В основній масі населення країни сформувалося незацікавлене ставлення до володіння власністю. «Проста» радянська людина ніколи не виявляла симпатій до володарів власності і е була зацікавлена в її збереженні

[10, с. 102]. Підприємництво в радянські часи виявилось неprestижною формою діяльності, сприймалося як експлуатація народу, підприємці підлягали репресивним діям зі сторони тоталітарної влади. «Хрущовська відлига» певним чином сприяла деякому відродженню ідей і практики підприємництва (робота в комсомолі, структурних органах КППРС, номенклатурі). Іншою сферою, де з початку 60-х рр. змогли виявити себе люди з підприємницькими задатками, стала «тіньова економіка». Саме з цих соціальних структур, починаючи з 1990-х рр., коли підприємництво стає офіційно дозволеною діяльністю. Початкові капітали «тіньовиків» стали основою для створення акціонерних товариств, банків, бірж та ін.

Сучасний підприємець в Україні залишається представником бізнесу, котрий характеризується невисоким рівнем довіри серед населення. У свідомості «простих» українців, особливо представників старших поколінь, він асоціюється з людиною, що має невисокі моральні якості, схильна до обману і кримінальної поведінки. Серед так званих «нових українців», котрі репрезентують себе які «нові» підприємці багато шахраїв, які злочинним шляхом накопичують капітали, маючи підтримку окремих державних чиновників, народних депутатів, використовуючи капітал переважно не для подальшого розвитку суспільства, а для забезпечення розкішного життя.

Нині Україна належить до країн з надзвичайно високим рівнем корупції. Про це свідчать результати дослідження міжнародної антикорупційної організації «Transparency International», проведеного у 2011 р., де за рівнем поширення корупції у світі Україна посідає 152 місце (для порівняння: у 2007 р. — 118, у 2010 р. — 134) в загальному рейтингу, що складається для 178 країн [7, с. 17]. Це явище притаманне суспільному сектору загалом, а у деяких випадках — і установам приватного сектора економіки та релігійних організацій. Найвищою мірою корумповані судова система, МВС, парламент, меншою — державні установи, політичні партії, система освіти, меншою мірою СМІ і неурядові організації. Найнижчий рівень корупції притаманний релігійним організаціям. Бізнес (приватний сектор) за рівнем корумпованості перебуває на одному щаблі з державними службовцями, політичними партіями та системою освіти [7, с. 14]. У підприємстві, як і в інших сферах суспільства, практикуються майже всі типи корупційної поведінки: хабарництво, відкат, підкуп, здирництво, фаворитизм. Корупція негативно впливає на всі сфери суспільного життя. Так, в економічній сфері її наслідки призводять до підриву економічної системи держави, розвитку нечесної конкуренції, монополізації економіки, перешкоджають розвиткові ринкових відносин, криміналізації та тінізації економіки.

Не менш загрозливими є і морально-психологічні наслідки: корупція є потужним фактором деморалізації суспільства і девальвації моральних цінностей, знищує духовні та моральні устої, в психології

громадян відчуття безсилля, беззахисності перед державою, її окремими інститутами та посадовими особами [7, с. 18-19].

Отже, підсумовуючи розгляд питання про місце і роль підприємництва в житті соціуму, функціонування його в сучасній Україні, визначимо два аспекти: по-перше, нагальної необхідності потребує вирішення питань налагодження партнерських відносин між державними установами і підприємницькими інституціями та суб'єктами. Держава має створити всі необхідні умови для розвитку ринкової економіки, а отже, і оптимізації всієї підприємницької діяльності в країні. По-друге, формувати підприємницьку культуру, яка опосередковано репрезентує українську національну культуру з її системою цінностей, ідей і символів, традиційним кодексом моральної поведінки особистостей. Для цього необхідно: розробити концепцію підприємницької діяльності з урахуванням існуючого світового і національного досвіду, визначити її структуру і компоненти діяльності в контексті сучасного українського законодавства стосовно підприємництва; створити програму відбору талановитих людей (переважно молоді), орієнтованих на цей вид діяльності, забезпечити їх системне навчання, практичну участь у реальній бізнесовій діяльності; сприяти діяльності мас-медіа, засобів масової інформації щодо формування в масовій свідомості, суспільній думці українського суспільства позитивного іміджу підприємництва та його суб'єктів — підприємців.

Список літератури

1. Вебер М. История хозяйства. Город / М. Вебер. — М.: Кучково поле, 2001. — 576 с.
2. Вебер М. Протестантська етика і дух капіталізму / М.Вебер. — К.: Основа, 1994. — 261 с.
3. Воробйов Є. М. Економічна теорія в питаннях та відповідях / Є. М. Воробйов. — Харків: ТОВ «Р.И.Ф.», 2002. — 640 с.
4. Гець В. Ліберально-демократичні засади: курс на модернізацію України // Економіка України, 2010, - № 3 (580). — С. 4-20.
5. Гріценко А. Методологічні основи модернізації України // Економіка України, 2011, № 2 (591), С. 4-12.
6. Дворова О. Б. Підприємницький етос в Україні: традиції та сучасність (соціокультурний аспект). Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня канд. соціол. наук. — Х.: 1997. — 22 с.
7. Длугопольський О. В., Іващук Ю. П. Сучасні погляди на корупцію та мінімізація її негативного впливу на економіку України // Економіка України, 2012, № 9 (610). — С. 13-23.
8. Журженко Т.Ю. Становлення підприємницького етосу: соціально-філософський аспект проблеми. Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня канд. філос. наук. — Х., 1993. — 17 с.
9. Тарасович В. Ідеологічні доктрини: цивілізаційні аспекти і національний колорит // Економіка України, 2011, № 2 (591). — С. 12-27.
10. Экономическая психология / Под ред. И.В. Андреевой. — СПб, 2000. — 512 с.

Надійшла до редколегії 12.09.2013 р.