

УДК 316.75.

А.О.ПРИЯТЕЛЬЧУК (кандидат філософських наук, доцент, зав. кафедрою філософії гуманітарних наук)

Київський національний університет імені Т.Г.Шевченка, Київ, Україна

E-mail: kua07@ukr.net

ВІРА ТА ДОВІРА У КОНТЕКСТІ БІЗНЕСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

У статті аналізуються особливості віри та довіри у філософській традиції, наголошується на їх важливості у контексті реалізації бізнес-діяльності, а також розглядаються причини прояву недовіри до бізнесу з боку суспільства.

Ключові слова: віра, довіра, бізнес, мотив, досвід, розум, цінність.

Безсумнівним імперативом нашого часу є інтенсифікація людської діяльності. Адже тільки такий шлях дозволяє тій чи іншій цивілізованій спільноті успішно виживати у нинішньому світі. Однією із основних форм діяльності людини є бізнес, оскільки ця форма життєвого світу своїм змістом і організаційним потенціалом пронизує не тільки економічну сферу, а й, у тій чи іншій мірі, усі інші сфери суспільного життя. У такому контексті особлива відповідальність покладається на суб'єкта бізнес-процесу-бізнесмена.

Сучасне економічне, політичне та культурне життя суспільства вимагає від бізнесмена постійного пошуку. Внутрішня напруга ділової людини в процесі конкурентної боротьби настільки зростає, що бізнесмен не витримує такого тиску навіть психологічно. В цих умовах необхідна духовна основа, що надає особистості внутрішньої рівноваги. Такою основою є релігія, мистецтво, філософія, спираючись на які людина приймає і реалізовує рішення в усіх царинах суспільного життя, і особливо, в найбільш динамічній його сфері – бізнесі. Тому питання взаємозв'язку віри як філософської категорії і бізнесу як особливого роду діяльності є абсолютно логічним. Віра – це почуття і усвідомлення певного ідеалу як вищої сутності, до якої у вічному прагненні перебуває людина. Тому віра – це беззастережне прийняття людиною обраного нею ідеалу [1, 127]. Американський філософ та психолог релігії Дж. Пратт визначав віру як “ментальну настанову, що стверджує реальність даного об'єкту” [2, 185]. При цьому поняття віри трактувалося ним досить широко і включало різні види нерелігійної віри. Дослідник виокремлював три види віри: наївну довірливість, інтелектуальну та емоційну віру. Перша, на його думку, властива дітям, які керуються принципом: “існувати – значить бути сприйнятим”, і тому не завжди можуть відокремити реальні об'єкти від уявних. Другий вид можливий лише за наявності сумнівів і вимагає певних доказів. Третій – віра, що має своїм джерелом життєві потреби та глибокі почуття, що часто створюють ілюзії реальності об'єктів, яких в дійсності немає [2, 186–190].

Безперечно, що віра в основоположні принципи необхідна людині незалежно від її світоглядних чи релігійних переконань. Віра є невід'ємною часткою уявлення особистості про світ та своє місце в ньому. Вона присутня в структурі онтологічної впевненості, відчуття особистої значущості, Я-образу та Я-концепції. До того ж, Я-образ виступає як особисте уявлення про себе, власні особистісні якості, здібності, позицію в системі значимих взаємовідносин, а Я-концепція – як власне уявлення про свій життєвий шлях, його мету та можливості її здійснення. Проте, віра – це не тільки ментальна (когнітивна) похідна, але й феномен, що містить емоційний та вольовий компоненти. За У. Джемсом, віра “передбачає впевненість в тому, що з теоретичної точки зору може збуджувати сумніви. Оскільки мірою віри може служити готовність до дії, то можна стверджувати, що віра – це готовність діяти заради мети, досягнення якої не гарантоване заздалегідь” [3, 103]. Інший американський психолог початку ХХ ст. Дж. Леуба вважав, що віра, в тому числі й релігійна, містить у собі як впевненість в істинності суджень або поглядів, так і почуття, потреби особистості та волю до їх здійснення. Ще одна важлива ознака віри полягає в тому, що вона може виступати в ролі психологічного фактора, який вмотивовує діяльність особистості [4, 511].

Поняття “філософська віра”, запропоноване К. Ясперсом, означає впевненість в існуванні буття, з яким ми стикаємося щоденно, до якого ми відносимося, але яке “насправді” завжди залишається не таким, яким ми собі його уявляємо. Тому філософія спрямована на розкриття потаємної сутності відомих явищ, керується вірою в її існування [5]. На відміну від релігійного уявлення про таємниче, філософське уявлення здійснюється через переконання в можливості перетворювати невідоме на відоме. За допомогою понятійного поділу на “форму і зміст”, “явище і сутність” філософи створюють образ процесу пізнання раніше невідомого. Формування таких образів відбувається шляхом узагальнення і систематизації уявлень про істотне, суттєве, яке розкриває зміст різних явищ. Зразком таких образів філософи визнають загальні закони природи, історії, мислення.

Незважаючи на те, що віра може суперечити набутому досвіду, вона визнається непересічною духовною цінністю. Віруюча людина часто вступає у суперечність із аргументами розуму, свідомо стає на шлях, протилежний знанню й науці, покладаючись лише на свої сподівання. Усвідомлюючи, що набуті людством знання про властивості дійсності принципово не вичерпують всеосяжність світу, люди можуть цілеспрямовувати свою діяльність, керуючись витворами своєї уяви, які не можна вважати знанням. Віра – це основа творчих потенцій людини, вона забезпечує спроможність особистості долати само обмеженість. Внутрішній світ людини – її досвід, знання, чуттєві образи у пам'яті, душа – часто виявляються як чинники, що обмежують творчість. Позитивність віри як основи творчого ставлення до світу полягає у врахуванні (яке може мати усвідомлений або неусвідомлений характер) тієї обставини, що кожний відомий, досліджений і вивчений процес відбувається завдяки дії безлічі

невідомих сил і властивостей, які принципово не можна пізнати у повному обсязі. Людський досвід завжди обмежений часом існування людини, людства. Якщо визнавати єдиним визначальним чинником цілеспрямованої діяльності лише знання, відоме, то людина має бути істотою, яка тільки повторює набутий досвід, не створює нічого нового. А новий досвід, за такого розуміння, може бути лише наслідком випадкового збігу обставин.

По суті, саме віра як властивість душі надихає людину на конкретне волевиявлення, на самочинну дію стосовно оточуючих обставин, що перетворює ці обставини із фактора випадковості на фактор необхідності духовної самореалізації. Тому новий досвід, нове знання не є суто результатом випадкового збігу обставин, вони – результат активності людини, її активної науково-пізнавальної діяльності. Завдяки вірі людина робить новий крок у безмежно-невідоме, долає власну обмеженість, що притаманна їй через обмеженість досвіду, розсудливості. Виявлення діяльної сили віри найчастіше спостерігається у молоді, яка, усвідомлюючи обмеженість свого життєвого досвіду, формулює ідеали безрозсудливої сміливості, живе духом першовідкривача, безапеляційного бажання нових почуттів, вражень, прагне невідомих світів.

Будь-яке наукове та технічне відкриття пройняте вірою. Бо, якщо конкретна діяльність здійснюється вченим чи інженером уперше, то вона не може бути цілком тотожною попередньому досвіду, вже відомому. Отже, діями цих людей керували не тільки знання, а й віра. Що стосується проблеми віри у бізнесі, то можна стверджувати наступне. Мета діяльності бізнесмена зводиться до головного – отримання найвищого прибутку шляхом підприємницької, комерційної, чи будь-якої іншої діяльності суб'єкта господарювання. А оскільки мірою віри може служити готовність до дії, то віра – це готовність діяти заради мети, досягнення якої не гарантоване заздалегідь. Гарантувати успішне ведення бізнесу неможливо, адже на бізнес впливають різноманітні фактори, які тією чи іншою мірою можуть завадити досягненню мети. Тому бізнесмен постійно знаходиться у стані ризику, пов'язаного зі змінами макросередовища.

В більшості випадків бізнес не залежить від початкового капіталу, а він починається з віри, віри у світле майбутнє, віри в бізнес, віри в ідеали, досягнення яких залежить від можливості людини до самореалізації, отримання якоїсь вигоди. Можливо, головна концепція бізнесу проявляється в абсолютній та беззастережній повазі до людини, віри в те, що успіх бізнесу забезпечується індивідуальним внеском кожного і злагодженою роботою всього колективу. До того ж будівництво бізнесу на фундаменті віри в ідеал вимагає від підприємця особливої педантичності у відносинах зі співробітниками та клієнтами. Не можна говорити одне, а робити інше, виправдовуючи себе обставинами, як це нерідко буває. Загалом, віра в бізнес має об'єднувати людей за такими параметрами:

- сприйняття бізнесу як привабливої творчості, ставлення до бізнесу, як до мистецтва;

- переконаність у корисності своєї праці не тільки для себе, але й для

інших, для суспільства, для держави;

- визнання необхідності конкуренції при одночасному прагненні до співробітництва;

- довіра стосовно інших, повага професіоналізму і компетентності інших людей;

- повага законів, форм власності, державної влади, соціального порядку.

Враховуючи вищезгадані параметри, і маючи при цьому віру у власний бізнес, власні сили та можливості, людина може досягти свого ідеалу в бізнесі. Віра у бізнесі є основою діяльності бізнесмена. Так, наприклад, директор компанії Toyota вірить у створення такої компанії, в якій кожен співробітник пишається тим, що працює саме в ній. В бізнесі оптимізм не надає такої впевненості, як віра в себе та власні сили кожного з учасників бізнес-процесу. Впевнений в собі той, хто, спираючись на минулий досвід, знає, що може на себе покластися у майбутньому. Отже, одне із завдань бізнесу полягає в тому, щоб сформувати у суспільстві впевненість у майбутньому. Віра – основа розвитку, завдяки якому підвищується якість життя людей. Важливо, що і роль довіри у сучасному бізнесі стає дедалі відчутнішою. Довіра членів команди один до одного дозволяє підвищити відданість колективу, готовність до взаємодопомоги, знижує конфліктність в цілому та витрати керівника на контроль виконання завдань, зокрема.

Результати багатьох досліджень підтверджують, що у довіри є дві складові: раціональна та емоційна. До першої – раціональної – відноситься впевненість у тому, що колега, керівник або підлеглий здатні виконати взяті на себе зобов'язання. Емоційна складова довіри базується на оцінці “доброї волі” партнера, спільності цінностей: доброзичливості, відкритості для успішного вирішення проблем, порядності. На підтримку цих результатів говорить також те, що більшість підприємців у різних країнах світ серед критерії довіри називають одні й ті ж самі риси: компетентність, надійність, порядність. Довіра у бізнесі – це відчуття можливості працювати з партнерами, не зазираючи у підписаний документ з метою аналізу судових механізмів його примусового виконання. Досвід останніх років показує, що будь-які юридичні документи можуть зазвучати іншим чином через деякий час, інтерпретуватися залежно від ситуації по-різному; тоді як суди виносять суперечливі одне одному рішення. І люди змінюються. Тому відчуття довіри до партнера може виникати і зберігатися на інтуїтивному рівні.

Ф.Фукуяма, який досліджував феномен довіри у бізнесі, визначав це поняття, як “очікування, яке виникає в межах спільноти і полягає в тому, що інші члени цієї спільноти будуть демонструвати правильну, чесну поведінку, витриману в дусі співпраці, побудовану на загальноприйнятих нормах цього суспільства. Подібні нормативні очікування можуть бути пов'язані як з глибокими ціннісними питаннями, так і з нормами повсякденного життя, такими як критерій професіоналізму і кодекси професійної поведінки.” [6].

Приятельчук А.О., 2012

Ф. Фукуяма підкреслює, що довіра формується в результаті тривалої еволюції того чи іншого суспільства, і рівень довіри слугує фундаментальною запорукою стабільності соціальної структури. Він зазначає, що нестача довіри може бути пом'якшена, але не компенсована державним втручанням у господарське життя, і що в суспільствах з низьким рівнем довіри державна регламентація здатна підтримувати господарську ефективність, але не в змозі привести до позитивних змін у соціальному цілому.

Загалом, довіра виникає на основі спільних цінностей, яких дотримуються ті чи інші спільноти, і які можуть підпорядковувати індивідуальні інтереси окремих особистостей інтересам великих груп, що визначає здатність до спілкування, до колективних дій. Довіра – це також очікування, яке виникає в межах деякої спільноти, того, що її члени будуть поводити себе нормально і чесно, проявляючи готовність до взаємодопомоги у відповідності із загальноприйнятими нормами. Останні можуть відноситися як до сфери фундаментальних цінностей, так і носити “побутовий” характер, наприклад, професійні стандарти і кодекси поведінки. Саме довіра проголошується головною умовою ефективності інститутів ринкової економіки, таких як фондовий ринок та банківська система [7]. Економічну цінність довіри можна пояснити, якщо уявити, яким був би світ за її відсутності. Наприклад, якщо при укладанні будь-якого контракту нам доводилося б вважати, що партнери не пропустять жодного шансу обманути нас, ми витрачали б безліч часу на розробку абсолютно безпечних формулювань і положень, що виключають будь-які юридичні суперечності. Договори стали б величезними, в них доводилося б детально перераховувати всі мислимі й немислимі умови та обставини, а також зобов'язання сторін. Зі свого боку, ми ніколи не стали б пропонувати більше, ніж належить відповідно до юридичних зобов'язань, побоюючись, що партнер отримає за наш рахунок невинуваті переваги, і насторожено ставилися б до будь-яких ініціатив, вважаючи їх махінаціями, спрямованими на шкоду нашим інтересам. Крім того, ми завжди вважали б, що, незважаючи на всі зусилля при розробці договору, деякі контрагенти все одно зможуть нас ошукати і ухилитися від виконання своїх зобов'язань. Скористатися послугами арбітражу ми не зможемо, оскільки ми не зовсім довіряємо стороннім арбітрам. Всі суперечки доведеться вирішувати у судовому порядку, із застосуванням громіздкої процедури і, можливо, навіть звертатись до кримінального суду.

Очевидно, що спеціаліст повинен працювати у слабо регламентованому середовищі, і йому потрібно надавати велику довіру. Кількість правил і ступінь довіри обернено пропорційні. За довіру платять якістю та ефективністю. Звісно, мова йде про висококваліфікованого спеціаліста, який потребує довіри, самостійності, свободи вибору при прийнятті рішень. Надмірна бюрократизація та юридизація суспільства знищують довіру. А це, у свою чергу, призводить до декваліфікації найбільш цінних кадрів. Працівники із великим потенціалом у такому

середовищі стають пасивними виконавцями, байдужими до результатів праці. Більше того, якщо працівника позбавляють довіри, то автоматично з нього знімається і уся відповідальність. Відсутність довіри, як правило, знищує особисту ініціативу, зникає гордість за майстерність та особисті якості.

Будь-яка соціальна система, наприклад, менеджмент корпорації, не може існувати без довіри, саме довіра виявляється не лише фундаментом її ефективного функціонування, а й взагалі базою всіх управлінських процесів. Довіра нейтралізує невизначеність. Лише у просторі довіри можна чогось очікувати від своїх партнерів, очікувати передбачуваного виконання ролей всіма учасниками бізнес-процесу. Лише у такому просторі стають стратегічно прогнозованими результати із виконання попередньо соціально чи юридично зафіксованих зобов'язань. А оскільки всі зобов'язання бюрократично зафіксувати неможливо, то очікування поширюється на цілий комплекс неписаних правил, зобов'язань, ролей і функцій. Таким чином, довіра – це необхідний елемент, без якого нереальною є суспільна стабільність при взаємодії будь-якого типу. Причому, власне довіра є базовим ресурсом, задіяним у таких процесах.

Видатний американський економіст М. Спенс, лауреат Нобелівської премії з економіки 2001 р., так виклав своє бачення виходу зі світової економічної кризи: “На даний момент віра в стабільність глобальної економіки підірвана. Баланс між ризиками й прибутковістю в глобальній економіці істотно змінився. В першу чергу від цього постраждали фінансові інститути. Загроза загальносвітової рецесії викличе втрату “довіри” до “глобальної економіки” і фінансової системи. Зараз потрібні скоординовані заходи урядів розвинених країн, та країн, що розвиваються. У глобальній економіці відбулися зміни поняття багатства й цінності. Цінність – це довіра. Довіра будується на впевненості, що держава виконує свої гарантії. Якщо ми втратимо це, то ніде вже буде подітись. Уряд не має допустити втрату віри населення в купівельну спроможність грошей” [8]. У функціональному плані довіра зміцнює систему, робить її більш стабільною. Ряд процесів у бізнесі повністю базується на довірі і блокується за її відсутності. Банк втрачає вкладників, а компанія – інвесторів, якщо зникає довіра. На довірі повністю базується вся система кредитування, вся діяльність на фондовій біржі. Без довіри не може існувати інститут інвестицій.

Втрата довіри на ринку означає крах компанії. Навіть елементарне делегування повноважень неможливе без довіри. Таким чином, при зникненні довіри неможлива взаємодія і розподіл функцій в рамках тієї чи іншої корпорації. Відсутність довіри означає втрату компанією клієнтури. Будь-який бізнес-процес базується на розподілі ролей і зобов'язань, тобто на делегуванні повноважень, а при відсутності довіри всі ці зв'язки розриваються, компанія перестає бути ефективною. Довіру в такому контексті можна визначити як соціальний простір, у якому можливі групові дії; у полі недовіри індивід вимушений діяти один. Крім того, існує довіра

до намірів, до компетенції, до цілей, до отриманої інформації і джерела інформації, до якості продукції тощо. З іншого боку, довіра – це стан свідомості. Відповідно, довіра через цю призму породжується у процесі комунікації і, таким чином, виявляється ще й мовною проблемою, проблемою розуміння.

Довіра складається із віри у компетенцію, передбачуваність і прозорість партнера. Вірити можна не лише людям, а й системам, цілям, намірам, достовірності подій та інформації, адекватності оцінок тощо. Такий погляд відображає спрямованість довіри у майбутнє. Однак не можна забувати і про важливість минулого досвіду. Ніхто не повірить у злі наміри партнера, який жодного разу раніше не порушував своїх зобов'язань. Суб'єктивно оцінюючи неможливість виконання зобов'язань, індивід завжди оцінює контекст. Можна довіряти партнеру, однак, оцінюючи загальну негативну ситуацію на ринку, можна не очікувати на виконання взятих ним раніше зобов'язань за об'єктивними причинами. Звичайно, у полі недовіри комунікація також можлива, однак вона не призводить до переміщення цінностей. Без досягнення мінімального рівня довіри в бізнесі всі ключові процеси стають заблокованими. Можна виділити критичні рівні недовіри: спочатку унеможлиблюється переміщення цінностей, при подальшому зниженні довіри – блокується делегування повноважень, потім – групові дії, далі – контрагенти повністю приховують свої наміри та інформацію про себе, тоді – зникає комунікація. І наостанок спостерігається відтік капіталу із даного простору. Проходження вищенаведених рівнів недовіри може призвести до величезних втрат. Неможливість делегувати повноваження, непрозорість, відсутність комунікації – все це знижує ефективність бізнес-процесів.

Довіра здатна ліквідувати застарілі форми взаємодії і з легкістю породжувати нові, які відповідають мінливим вимогам сучасного суспільства. При наявності довіри актуалізація нових форм співробітництва відбувається практично миттєво і не потребує довгих бюрократичних процедур із узгодження нових правил. Таким чином, світ довіри багатоманітний і динамічний, в той час, як світ недовіри приречений на бюрократизацію і стагнацію, постійно перебуває під загрозою руйнації, позбавлений розвитку та змін. Можна виділити дві форми довіри: перший ступінь – це очікування передбачуваної поведінки. Є сильніша форма довіри – це очікування того, що взаємні зобов'язання виконуються без якихось соціальних санкцій [9]. Високий ступінь особистої довіри дозволяє навіть бізнесменам задовольнятися у деяких випадках усними домовленостями, якщо мова йде про найближче коло спілкування. Однак, високий рівень недовіри до суспільних і державних організацій змушує, зокрема український бізнес, нести великі витрати на “фінансування” силових відомств, власних служб безпеки, судових і юридичних послуг. Дослідження показують, що неодмінною умовою ефективності бізнесу є високий рівень довіри до нього з боку населення. І навпаки, у якості причин, що перешкоджають розвитку бізнесу, виступають правовий нігілізм, недовіра

населення до ринкових цінностей і до конкретних представників бізнес-суспільства. Відсутність довіри пояснюється інформаційною закритістю бізнесу. Дійсно, чи можна довіряти людині чи структурі, якщо про них мало що відомо і явне приховування інформації про власну діяльність? Все це дозволяє побудувати ланцюг понять, на який слід орієнтуватися: інформаційна відкритість – довіра – соціальне партнерство – об'єднання зусиль – ефективне вирішення проблем – сталий розвиток [10].

Процедурами, що відновлюють довіру, можуть бути процедури контролю дотримання зобов'язань, оскільки у діловій практиці в рамках добровільно взятих на себе сторонами зобов'язань і реалізується ідея довіри. І у випадку, якщо одна зі сторін ці зобов'язання з тих чи інших причин не може виконати, до цієї сторони з метою відновлення довіри і зниження відповідних транзакційних витрат бізнес-процесу дуже важливо застосувати різноманітні санкції, які в підсумку приводять до відновлення довіри. Отже, довіра як очікування на адекватну поведінку з боку контрагента обумовлює дієвість бізнес-процесу відповідно до того, чи кожен його учасник керується загальноприйнятими корпоративними цінностями, чи поділяє інтереси керівників та власників, чи справджує сподівання інших зацікавлених сторін. Критична маса осіб, культурний рівень яких повністю виключає ймовірність неналежного виконання або повної відмови від взятих на себе зобов'язань, утворює середовище для побудови і розвитку бізнесу без зайвих транзакційних витрат.

Список літератури

1. Губерський Л.В. Людина і світ: підручник / Л.В.Губерський, А.О.Приятельчук, В.П.Андрущенко. – К.: Український центр духовної культури, 1999. – 512 с.
2. Readings in the Psychology of Religion / Orlo Strunk. – Abingdon Press, 1959. – 288 pp.
3. Джемс У. Зависимость веры от воли и другие опыты популярной философии / У.Джемс. – СПб.: М.В.Пирожков, 1904. – 375 с.
4. Колодний А. Академічне релігієзнавство / А.Колодний та ін. – К.: Світ Знань, 2000. – 862 с.
5. Ясперс К. Философская вера. / Ясперс К. – М.: ИНИОН, 1992. – 150 с.
6. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию / Ф. Фукуяма. – М.: ООО “Издательство АСТ”, 2004. – 730 с.
7. Де Сото Э. Загадка капитала: почему капитализм торжествует на Западе и терпит поражение во всем остальном мире. / Эрнандо де Сото. – М.: Олимп-Бизнес, 2004. – 263 с.
8. Шрейн М. Роль бизнеса в обществе: взгляд со стороны // режим доступа до ресурсу: www.u-journal.com/sections/.../193.
9. Радаев В. Легализация бизнеса: баланс принуждения и доверия. / В. Радаев // Публичные лекции. Полит.ру. – 09.03.2005.
10. Дзялошинский И. Без информационной открытости доверия к бизнесу не будет / И. Дзялошинский // БОСС. – № 11. – 2002. – С. 6–10.

А.ПРИЯТЕЛЬЧУК

Киевский национальный университет имени Т.Г.Шеченка, Киев, Украина
E-mail: kua07@ukr.net

ВЕРА И ДОВЕРИЕ В КОНТЕКСТЕ БИЗНЕСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В статье анализируются особенности веры и доверия в философской традиции, подчеркивается их важность в контексте реализации бизнес-деятельности, а также рассматриваются причины проявления недоверия к бизнесу со стороны общества.

Ключевые слова: вера, доверие, бизнес, мотив, опыт, разум, ценность.

A.PRIYTELCHUC

Taras Shevchenko Kyiv University, Kyiv, Ukraine
E-mail: kua07@ukr.net

FAITH AND TRUST IN A CONTEXT BUSINESS OF ACTIVITY

In the article are analyzed the features of faith and trust in philosophical tradition, underlined their importance in the context of business-activity realization, as well as examined the reasons of mistrust to business from the society.

Key words: faith, trust, business, reason, experience, motive, value.

Стаття надійшла до редколегії 02.06.12

Прийнята до друку 07.06.12