

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПРІОРИТЕТИ ФОРМУВАННЯ СУЧАСНОЇ ЛЮДИНИ ЕКОНОМІЧНОЇ

© Олексенко Р.І.

Міністерство освіти і науки України. Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького (Мелітополь), E-mail: roman.xdsl@ukr.net, ORCID 0000-0002-2171-514X

© Молодиченко В.В.

Міністерство освіти і науки України. Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького (Мелітополь), E-mail: molodychenko@gmail.com, ORCID 0000-0002-2508-1383

В статті розглядаються світоглядні та моральні основи буттєвої самореалізації сучасного підприємця, яка можлива лише на основі активної соціокультурної самоідентифікації. Філософія, світогляд та мораль сучасного підприємця водночас є складовими загальнокультурного простору сучасного економіко-соціального розвитку суспільства. Головна мета статті – концептуалізація та систематизація досліджень у формуванні людини економічної. Дослідження принципів формування сучасного підприємця на основі комплексного підходу. Методологія - дослідження фундаментальних принципів формування сучасного підприємця на основі онтологічних основ світогляду, філософії і моралі сучасного підприємця побудованої на принципах людиновимірності феномену підприємця. В основі дослідження - виявлення принципу формування сучасного типу людини економічної на основі толерантності, чесності, та людяності. Наукова новизна дослідження - полягає у комплексному дослідженні формування світогляду, філософії, моралі нового типу сучасного підприємця. Висновок - саме підприємницький прошарок в будь-якому демократичному суспільстві несе основний потенціал його національно-креативного та перетворювально-інноваційного розвитку. Отже людина як феномен ринкової економіки є не виробником і споживачем, не власником і робітником, але людиною-творцем, джерелом інноваційної активності, носієм духовно-вольового прагнення до перетворення навколишньої дійсності і самої себе, до самореалізації своїх внутрішніх потреб та прагнень. Таким чином, діловитість, ініціативність, творчість, креативність як продовження онтологічних основ світогляду, філософії і моралі сучасного підприємця є необхідними характеристиками формування ключової ролі ділової людини, людини економічної нової формації в соціокультурному просторі сучасної цивілізації.

Ключові слова: людина економічна, менталітет, мораль, цінності, підприємництво, зростання людського капіталу

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями. Актуальність дослідження викликана реаліями сьогодення, проблемами ведення бізнесової діяльності, причинами та факторами які формують сучасну людину бізнесу. Сучасний світ висуває перед людиною нові виклики щодо світоглядно-ціннісного формування її особистісної та соціальної сутності. Надшвидка динамічність знаково-інформаційної цивілізації змушує людину включати в структуру власної феноменологічності такий елемент, як підприємливість, без якого неможливим є набуття соціокультурної суб'єктності в надскладному інформаційному світі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми, на яку спирається автор.

Результати наукового пошуку дозволяють зробити висновок про те, що проблема формування сучасної людини економічної була предметом досліджень багатьох видатних вітчизняних і зарубіжних вчених, як: В. Андрущенко, В. Воронкова, З. Самчук, В. Акоюн, А. Абрамова, О. Рудницька, О. Шпак, М. Бердяєв, І. Прокопенко, І. Савицький, І. Смолюк, О. Шпак, О. Криштановський, Г. Шмідт та ін.

Мета наукового дослідження – полягає у концептуалізації ринкових відносин в Україні, в контексті соціально-філософської проблематики. Обґрунтування цілісної соціально-філософської концепції формування людини економічної у сучасних соціокультурних умовах.

Цілі дослідження: проаналізувати специфіку формування людини економічної та її

вплив на становлення ринкових відносин; окреслити значення світогляду, філософії, моралі та науки для ефективності формування сучасної людини економічної; виявити проблеми у формаванні сучасного типу людини економічної.

Обговорення проблеми.

Взаємопов'язаність феномену підприємництва з ціннісно-смысловими характеристиками соціокультурного простору сучасної цивілізації особливо актуалізує концептуально-теоретичне дослідження процесу формування, становлення та розвитку світогляду та моралі сучасного українського підприємця [19, с. 31]. Філософія, світогляд та мораль сучасного підприємця водночас є складовими загальнокультурного простору сучасного економічно-соціального розвитку будь-якого суспільства [20, с.41]. Необхідно підкреслити, що будь-яка підприємницька, бізнесова активність завжди була пов'язана з моральними та світоглядними орієнтирами, адже являє собою один з найактивніших видів соціальної дії та особистісної самореалізації. Водночас, сучасне підприємництво відрізняється від подібної діяльності минулих століть саме тим, що прагне не вступати у суперечності із загальноприйнятими морально-етичними настановами, а навпаки інноваційно їх використовувати або ж, навіть, визначати тенденції моральнісного самовияву сучасної людини. Загалом, підприємці в будь-якому сучасному суспільстві утворюють один з найпрогресивніших та найактивніших прошарків, що особливо підкреслює їх роль в поступовій еволюції суспільно-економічних, соціально-політичних, громадянських форм. Важливим є й те, що сучасний підприємець є одним з найактивніших суб'єктів формування, становлення і захисту демократичних елементів громадянського світогляду [29, с. 101 – 102].

Вхід України у вир глобального економічного життя наприкінці минулого століття, а також намагання нашої країни перетворитися на активного суб'єкта міжнародних економічних відносин – на початку теперішнього, ставить перед нашими громадянами, особливо молоддю, завдання адаптації до нових соціально-економічних реалій. Поки що наше суспільство далеке від його виконання. «Чимала кількість українців працездатного віку не змогла або не захотіла адаптуватися до нових умов. Багато в чому наші співвітчизники ще зберігають рудименти настанов, норм та практик радянської доби, які – без упевнених сподівань відновлення елементів

соціалістичної системи – сьогодні в Україні малоефективні. Необхідна нова «пересоціалізація», сприяння адаптації працездатного населення, у першу чергу молоді, до нових умов соціально-економічних взаємовідносин» [30, с. 646]. Для здійснення такої «пересоціалізації», насамперед, необхідно здійснити глибинний концептуально-теоретичний соціально-філософський аналіз та пошук практичних шляхів становлення в нашому суспільстві філософії, світогляду, морально-етичного середовища справжнього підприємництва сучасної доби, з усім різноманіттям його аксіологічної реальності.

В цьому аспекті важливо теоретично визначити економічну сутність людини ринкових відносин: людина-працівника, людина-власника, їх основні характеристики. Сьогодні, в умовах становлення та розвитку економіки знань, ключовою характеристикою людини як елементу ринкових відносин, що розвиваються, є здатність до постійного саморозвитку, інноваційної зміни дійсності, пошуку та реалізації новітніх методів соціально-економічної, підприємницької, управлінської, комерційної активності. «Зміна змісту праці із репродуктивної, характерної для індустріальної, ресурснозалежної економіки, на творчу працю, що домінує у знаннєвій економіці, – основна тенденція нових соціальних відносин, які безпосередньо визначають роль і місце людини у новій економіці. Саме людина виступає рушійною силою розвитку суспільного виробництва за рахунок накопичення і використання продуктивних сил і знань, проте така діяльність завжди спрямована всередину суб'єкта, передбачає зміну, перетворення внутрішнього світу людини. При цьому матеріальний прогрес, зрозуміло залишається необхідною умовою формування нового господарського порядку, проте новою сутнісною умовою є зміна ціннісних орієнтирів людини. Формується ситуація, в якій головним прагненням особистості стає розвиток і вдосконалення її внутрішнього потенціалу» [27, с. 139]. Таким чином, людина як феномен ринкової економіки є не виробником і споживачем, не власником і робітником, але людиною-творцем, джерелом інноваційної активності, носієм духовно-вольового прагнення до перетворення навколишньої дійсності і самої себе, до самореалізації своїх внутрішніх потреб та поривань.

Становлення такого особистісно сильного суб'єкта підприємницької активності в нашій країні, яка знаходиться під впливом згаданих

нами вище застарілих ідеологічних та світоглядно-ціннісних конструктів, є надзвичайно складним завданням. Це зумовлює нагальну необхідність теоретичної розробки методів адаптаційно-креативної соціалізації української молоді до системи ринкових відносин, що розвиваються в нашому національному суспільстві та в світі. «Сучасні умови формування культури ринкової економіки в Україні вимагають від особистості активної позиції у системі економічних відносин, творчої взаємодії з іншими їх суб'єктами.» [6, с. 110]. Трансформація ціннісних уявлень, глобальне перетворення соціальних стереотипів і зміна систем цінностей є актуальною соціально-психологічною проблемою. Злам стереотипів у масовій свідомості відбувається непросто і часто розуміється окремими групами людей як крах ідеалів, втрати сенсу життя. Нові стереотипи, що виникають важко адаптуються, суперечливо сприймаються, іноді заперечуються. Щодо системи цінностей то вона в цьому процесі набуває нових й затребуваних суспільством ціннісних орієнтацій, нової ієрархії цінностей. Сьогодні відокремлюють три полюси в оцінці масової свідомості цінностей щодо моралі: стан морального вакууму, де переважає всездозволеність; переважають тільки цінності ринкових відносин. де світ оцінюється категоріями ціни, вартості, грошей, ділових комунікацій; незначна частина соціуму продовжує сповідувати традиційні цінності нашої культури з відповідним негативним відношенням до людей з іншим ставленням до духовних цінностей.

У XXI ст. людина, як носій цінностей традиційної культури, втрачає свої колишні переваги, потрапляє у сувору залежність від стереотипів поведінки, що їй нав'язують. Через об'єктивні обставини вона змушена включатися у жорстоку конкурентну боротьбу за виживання, за матеріальне благополуччя, дотримання незвичайних форм духовно-практичної діяльності. Ставши жертвою таких обставин, людин, як і все суспільство потерпають від душевного дискомфорту, втрати автономності духовного життя, традиційних ідеалів національної та світової культури [17, с.23]. Усвідомлюючи, що найвищою цінністю сучасного цивілізаційного процесу є людина, її права і свободи слід зауважити, що в умовах глобалізаційного розвитку сучасного світу з'являються нові загальні цінності які є необхідними для життя в єдиному світовому співтоваристві. Серед групи універсальних соціально-економічних цінностей – це право

кожної людини на самозабезпечення. Маючи основні права та свободи сучасного демократичного суспільства, людина може проектувати та вибудовувати своє майбутнє в системі реальної життєдіяльності, зокрема й у професійній сфері.

Сьогодні в світі проблематика підприємницької сутності сучасної економічної людини постає дуже гостро навіть в економічно розвинених країнах. Питання про сутність бізнесу, ієрархію цінностей, роль та місце людини у сфері підприємницької діяльності все частіше задають собі як окремі робітники, так і керівники відділів та фірми. Головною проблемою сучасного бізнесу є створення специфічної для конкретної фірми економічної культури, яка б була адекватним вираженням її ділової стратегії [26, с. 15]. В основі новітньої підприємницької культури лежить принцип людиноцентричності та моральності будь-якого сучасного бізнесового процесу. «Найбільш цінним капіталом фірми в сучасних умовах стає її робітник – висококультурна особистість, майстер своєї справи. А можливості професійного росту і кар'єри все більше пов'язують з поняттям бізнесу» [15, с. 202]. Людина-власник і людина-робітник в основі своїй визначаються саме суспільними відносинами, тобто соціально-гуманітарною нормативністю, що означає фундацію їх щоденної професійної та побутової поведінки на основі морально-ціннісного самовизначення. Природна еволюція підприємництва як частини людської цивілізації, що спирається на прогрес економічної культури, свідчить, що процвітання в бізнесі повинне бути пов'язане із високою мораллю підприємництва. Інакше бізнес не має майбутнього [25, с. 179]. Розглядаючи економічну сутність людини ринкових відносин – людини-працівника, людини-власника – необхідно, з нашої точки зору, зупинитися на визначенні ключових морально-етичних особливостей, що характеризують суб'єкта активної, творчо-інноваційної підприємницької діяльності. «Основними моральними критеріями сучасної підприємницької діяльності в умовах сучасної економічної кризи ми вважаємо наступні: культура ділової поведінки на ринку, професіоналізм, справедливість, довіра, завоювання репутації чесного, компетентного та порядного партнера, гідна конкуренція, найбільш надійний партнер той, який теж матиме зиск від угоди, дотримання чинних законів, об'єднання з однодумцями, які поділяють дані принципи» [28, с. 170].

Виконання такого завдання залежить ще й від чіткого формулювання в структурі національної суспільної свідомості співвідношення колективного та індивідуального начал, які по різному розуміються в адміністративно-командній та ринковій системі управління господарським комплексом. В свідомості українців поки ще залишаються значними і впливовими уявлення про фундаментальність групоцентричного типу мислення. Аналіз показників соціологічного дослідження «Ставлення до способу життєдіяльності (колективізм/ індивідуалізм)» свідчить, щодо цих принципів організації господарського життя у масовій свідомості українців, як і раніше, превалює ідея колективної взаємопідтримки (48,6 %) над принципом індивідуального самозабезпечення (40,1 %). Незважаючи на деяке переважання в умовах людей ідеї колективної взаємопідтримки над ідеєю індивідуального самозабезпечення, свідомість українського населення нині являє собою доволі сприятливий ґрунт для формування колективістської і індивідуалістичної культури» [10, с. 31]. Економічна культура людини, в тому числі підприємця, формується в рамках всього різноманіття соціальних відносин, а, отже, не може не містити колективістського, осуспільненого компоненту. «Особливість феноменів економічної культури в тому, що цінності, норми, потреби й ін. – застосовуються до всього, що оточує людину: цінністю може бути родина, споріднення, знайомство, заняття, професія, посада, влада, дохід, освіта, місце проживання, житло – тобто все, що складає «світ людини». Завдяки цьому реально економічна культура виявляється немовби «вмонтованою» у тканину суспільних відносин, причому в процесі їхнього формування вона бере дуже активну участь» [13, с. 232]. Таким чином, індивідуальне та колективістське начало в рамках сучасної підприємницької культури може творчо поєднуватися з метою досягнення економічного зиску та соціокультурного розвитку в рамках ринкових форм управління економічними процесами. Саме підприємець є суб'єктом гармонійного поєднання соціального та індивідуального в економічній сфері цивілізаційного простору.

Підприємець, як і будь-яка інша людина, формується як особистість на перетині чи в суперечності між внутрішньо-особистісними пориваннями та потребами та об'єктивно-соціальними явищами дійсності. Саме в цій сфері зустрічаються тенденції індивідуалізму та

колективізму, які можуть здійснювати як руйнівний вплив на людину (при перекосах та абсолютизації однієї з них), так і сприяти особистісній самотворчості (при гармонійному поєднанні). «Процес економічної соціалізації особистості відбувається як безперервне встановлення відповідності між рівнем і особливостями структури внутрішньої мотиваційно-потребової системи і відповідними їй об'єктивними обставинами, нормативно-ціннісною системою суспільства. В такому ракурсі, з урахуванням впливу зовнішнього ціннісного середовища на економічну свідомість особистості ми можемо розглядати процес економічної соціалізації як психолого-економічну адаптацію до умов мінливого ціннісного середовища» [9, с. 163]. Окрім того, підприємництво та ринкова економіка можуть функціонувати та розвиватися лише в демократичному суспільстві, а демократія втілює в собі поєднання індивідуальних воľ та загальносуспільних принципів життєдіяльності, що також поєднує її із соціальною та колективною відповідальністю бізнесу. «Так, у сучасній Україні більшість людей досі не навчилася повною мірою використовувати ті права та свободи, які надає демократія» [2, с. 84]. Сучасним українським підприємцям на світоглядному та ціннісно-моральному рівні необхідно навчитися колективно-демократичному стилю мислення, а не лише прагненню до індивідуальної самовдоволеності. Саме в цьому, на нашу думку, полягає проблема суперечливого поєднання колективного та індивідуального начал в структурі свідомості підприємця нової формації.

Вивчаючи світогляд, філософію, мораль сучасного підприємця, необхідно звернутися до соціально-філософського аналізу його інтересів, потреб та захоплень як економічної людини, яка формує своє буттєве середовище в рамках ринково-економічного простору. В цьому аспекті важливо зазначити, що вузько економічні, комерційні інтереси і потреби обов'язково доповнюються особистісно значимими, духовно орієнтованими, індивідуально задовольняючими. «В умовах господарського розвитку, адекватного новій економіці, особливого значення набувають якісні характеристики не лише людини-працівника (такі як компетентність, тобто знання, навички, досвід, кваліфікація; здатність до неперервної освіти, самоосвіти; інтелект; інновативність; креативність), але й людини-особистості – це порядність, чесність, відповідальність, комунікабельність, довіра,

колективізм, здатність до співробітництва тощо» [27, с. 140]. Інтереси і потреби сучасного підприємця охоплюють весь спектр соціальних взаємодій та комунікативних інтеракцій – від професійної діяльності до культурно-творчого самовтілення, від щоденної рутинної роботи до емоційно насиченого дозвілля тощо. В цьому аспекті сучасний підприємець проявляє себе як найактивніший суб'єкт соціокультурної активності, чому також необхідно вчитися представникам підприємницького сегменту нашої країни.

В сучасних економіко-теоретичних концепціях людина економічна вже не розглядається як суб'єкт насамперед виробничої чи прибуткової діяльності. Людина економічна, підприємлива проявляється переважно у вмінні та прагненні раціонально вибудувати свою буттєву сферу, в якій духовно-творчі елементи не поступаються місцем виробничо-зисковим [24, с. 354]. Загалом, аналізуючи соціокультурну сутність підприємництва як феномену людського буття, важливо говорити про те, що воно спрямоване в своїй сутнісній структурі на задоволення амбівалентних потреб у споживанні і творчості, використанні і перетворенні, самозадоволенні і самопожертві тощо. Разом з багатоспрямованістю та різноманітністю інтересів, потреб та захоплень сучасний підприємець характеризується такими рисами, як діловитість, ініціатива, творчість. Саме вони дозволяють людині економічній нової формації відокремитися в загально-соціальній структурі в якості найактивнішого суб'єкта соціокультурного розвитку. «Бізнес-прошарок – це активні та творчі люди, значною мірою ініціативні, спрямовані на зміни й перетворення, основна діяльність яких спрямована на отримання прибутку. У своїй діяльності активність спрямовують на вирішення проблем. Під час прийняття рішень орієнтуються лише на себе, власний досвід. Своїх підлеглих розглядають як хороших виконавців. У конфліктних ситуаціях намагаються шляхом переговорів та співробітництва прийняти конструктивне рішення. Опинившись у скрутній ситуації, нарікають лише на себе. Це люди, які ставлять перед собою завдання досягти далекосяжних цілей і не бояться інновацій. Бізнес-прошарок – категорія людей, котрі постійно в пошуках нових ідей та ресурсів розвитку» [14, с. 266]. Саме підприємець з сучасним світоглядом, філософією, мораллю, спрямованими на творчу трансформацію дійсності та на духовно-вольове самовтілення, здатний до реальних реформ, які можуть

вивести країну на сучасний рівень соціокультурного та цивілізаційного розвитку.

Поки що усвідомлення та розуміння сутності підприємливості в нашій країні викривлене у зв'язку з історично-культурними стереотипами і забобонами. Саме нерозуміння світоглядних та моральних основ підприємницької діяльності веде до повільного розгортання ініціативно-творчих процесів у вітчизняній економіці. «Які якості повинен мати підприємець? На це запитання відповіли так: жителі України – комерційна кмітливість, хитрість, вміння викручуватися, комбінувати; жителі США – сильний характер, чесність, почуття відповідальності, обов'язковості» [21, с. 94].

Світоглядний, філософський, морально-етичний рівень аналізу таких якостей підприємця нової формації, як діловитість, ініціатива, творчість, потребують деталізації в конкретних особистісно-духовних та соціально-психологічних параметрах, на що сьогодні спрямована значна увага філософів, психологів, соціологів тощо. Загально визнаними є такі диспозиції підприємницького типу особистості: ініціативність – бачить і використовує нові або незвичні ділові можливості; діє до того, як його примусять обставини; наполегливість – готовий до неодноразових зусиль, щоб подолати перешкоду; змінює стратегії, щоб досягти мети; готовність до ризику – віддає перевагу ситуації «виклик» або помірному ризику; надає перевагу діям, що зменшують ризик або дозволяють контролювати результат; цілеспрямованість – чітко висловлює цілі, має довгострокове бажання; постійно ставить і корегує короткострокові завдання; управлінські якості – використовує ефективні стратегії для впливу і переконання людей; розробляє або використовує процедури спостереження за виконанням робіт; незалежність – прагне до незалежності від правил і контролю інших людей; покладається лише на себе в ситуації протистояння і відсутності успіху; прагнення до самореалізації – бере на себе виконання важких завдань; постійно підвищує фаховий рівень; прагне досягти досконалості в своїй діяльності; поінформованість – постійно збирає нову інформацію з напрямів своєї діяльності; використовує особисті й ділові контакти для своєї поінформованості; відповідальність – приймає на себе відповідальність і йде на особисті жертви для виконання роботи; вірить у свою здатність виконувати важкі завдання [18, с. 12]. Існує широкий спектр індивідуально - та соціально - психологічних характеристик та

конкретних проявів загально-світоглядних, ціннісно-філософських, морально-етичних основ сутнісно-буттєвої природи підприємницької активності та сучасного підприємця як креативно-інноваційного суб'єкта цивілізаційного та соціокультурного розвитку національного суспільства. «Культура бізнесу вчить розуміти смисл двох взаємозв'язаних боків підприємницької діяльності – економічного та соціокультурного. Бізнесмен – справжній професіонал своєї справи – вносить у ринкову сферу не тільки поняття «норма прибутку», але й поняття високої якості товару або послуги, поняття «честь марки», «честь фірми», облагороджуючи свою працю, роблячи її сенсом життя. У цьому випадку одержаний прибуток у бізнесі відобразить і професійну майстерність, і творчий зріст, і суспільну користь. Особиста культура бізнесмена направляє його діяльність в русло загальнолюдського процесу духовного розвитку і гуманізує виробничі відносини. Культура бізнесу поєднує прагматичний та гуманістичний аспекти людської діяльності. Висока культура бізнесмена приводить до виразного усвідомлення своєї творчої ролі в професійній справі та соціокультурного значення своєї діяльності для прогресивного розвитку суспільства» [15, с. 201]. Таким чином, діловитість, ініціативність, творчість, креативність як продовження онтологічних основ світогляду, філософії і моралі сучасного підприємця є необхідними характеристиками формування ключової ролі ділової людини, людини економічної нової формації в соціокультурному просторі сучасної цивілізації. Особливо важливо усвідомлювати це представникам підприємницьких прошарків сучасної України, яка всіляко намагається позбутися негативних наслідків тривалого перебування в світоглядно-ціннісному полі тоталітарної держави, а також виробити національно орієнтовані та цивілізаційно адекватні принципи соціального функціонування, в тому числі в підприємницькій сфері.

В будь-якій сфері соціокультурної активності людини ініціатива, творчість, інновація в обов'язковому порядку тягнуть за собою відповідальність як світоглядно-ціннісний фундамент прояву особистісної буттєвості. Не є виключенням в цьому аспекті і підприємництво, яке втілює в своїй новітній формі найактивніші прояви соціальної відповідальності та підґрунтя для формування «людського потенціалу» системи ринкових

відносин. «Оскільки в ХХІ ст. у світі утверджується гуманістична парадигма, то питання відповідальності також набувають особливої ваги. Підвищення відповідальності в сфері підприємництва має поєднуватися із зростанням самосвідомості суб'єктів підприємництва, ефективною законодавчою базою та реальним здійсненням свободи вибору. Крім юридичної відповідності, сьогодні особливо актуальною стає соціальна відповідальність, яка пов'язана з категоріями моралі та етики бізнесу» [8, с. 191].

Соціальна відповідальність бізнесу, а також роль підприємництва у зрощенні людського потенціалу нації та народного господарства полягає ще й у тому, що середній клас, підприємливі особистості несуть історично на собі тягар відповідальності за формування певних загальних, типових, розповсюджених морально-етичних та соціокультурних типів поведінки, діяльності, особистісної активності. «Головні моральні принципи, що визначають концептуальні засади бізнесу, передбачають повагу до людської гідності й відповідальність, слідування обов'язку і чесність, справедливість і легітимність, сприяння суспільному благу й екологічну свідомість. Підприємницька діяльність повинна ґрунтуватися також на таких моральних категоріях, як благородство, надійність, відкритість, порядність, солідарність. Кредо бізнесу можна висловити так: «Прибуток вищий за все, але вище прибутку – честь» [12, с. 121]. Сучасний бізнес не є лише діяльністю щодо видобутку якнайбільшого прибутку, але й важливим соціокультурним явищем, на яке покладається відповідальність щодо встановлення значної частини соціальної нормативності, в тому числі і морально-етичної. «Важливою цінністю бізнесу є соціальна відповідальність, яка передбачає певний рівень добровільного відгуку на соціальні проблеми, виконання моральних вимог, що висуває суспільство. Окрім того, соціальна відповідальність сучасного бізнесу в його розвинутих, новітніх формах є не просто зумовленою зовнішньою необхідністю чи законодавством, але є глибоко усвідомлюваною та раціонально і, навіть, науково обґрунтованою. Водночас таке усвідомлення і обґрунтування можливе лише за умови формування достатньої питомої ваги освічених та інтелектуально-інноваційних управлінців, робітників, власників-підприємців тощо, що ще більше пов'язує проблематику соціальної відповідальності бізнесу та зрощення його людського капіталу. «Базовою умовою

усвідомлення потреби в самореалізації й самовідповідальності у бізнесі є економічна самостійність, основана на знаннях, а не на уседозволеності. У теорії фірми економічна самостійність будь-якого суб'єкта бізнесу розуміється як поєднання свободи і відповідальності. Свобода стосується вибору стратегії і тактики легальної роботи у конкретному ринковому середовищі і має враховувати певні обмеження, які накладають на цю діяльність держава, закон, інші суб'єкти бізнес-діяльності. Відповідальність регулюється законами бізнес-етики, яку слід розуміти як сукупність моральних норм, правил та уявлень, що регулюють поведінку і взаємовідносини людей в процесі їх виробничої діяльності» [7, с. 125]. Таким чином, нами встановлено чітку і безпосередню залежність між такими феноменами підприємницької буттєвої сфери, як інтереси, потреби та захоплення підприємця як економічної людини, його діловитістю, ініціативністю і творчістю, а також відповідальністю бізнесу та його зацікавленням у формуванні людського потенціалу системи ринкових відносин.

Для того, щоб і в українських підприємців формувалися такі характерні для сучасної економічної людини риси, як ініціативність, креативність, діловитість, відповідальність, творчість, особистісна зацікавленість тощо, необхідно створювати систему зрощення людського капіталу засобами освіти, культури, виховання. Саме ці засоби, з нашої точки зору, є ефективними для зростання якості людського капіталу країни, що зрештою має проявитися у формуванні міцного та креативного середнього класу. «Носієм морального прогресу у будь-якому суспільстві завжди був провідний соціальний клас. У демократичному суспільстві сьогодення ця місія належить новому середньому класу. Сучасний представник середнього класу повинен бути не лише зорієнтований на здобуття матеріального успіху, але й соціально відповідальним, готовим до діалогу, мати достатні знання, постійно вдосконалюватись в своїй галузі, мислити критично та, водночас, інноваційно» [3, с. 325]. Такі якості можна формувати лише на основі розвинутої на загальнонаціональному та загальнодержавному рівні системи освіти, культури, виховання, які були б здатні переконувати молодь і все суспільство в необхідності керуватися певними моральнісними, когнітивними, етико-естетичними, відповідальнісними тощо

критеріями в рамках власної професійної та особистісної самореалізації.

Від розвиненості таких соціальних підсистем, як освітня, культурна, виховна, безпосередньо залежить суспільно-формувальна здатність соціуму до виховання підприємницької культури економічної людини сучасного типу, що є нагальною необхідністю для трансформаційних суспільств, які випереджальними темпами намагаються формувати ринкову економічну систему, притаманну розвинутим західним країнам. «Під професійною культурою підприємця необхідно розуміти соціальне явище, що відображає ступінь оволодіння професійною групою підприємців, її представниками практиологічними та ментальними алгоритмами розширеного відтворення приватного капіталу в будь-якій сфері матеріального та духовного виробництва» [16, с. 15]. Тому суспільству надзвичайно важливо зрощувати рівень підприємницької культури, адже від цього безпосередньо залежить загальнонаціональний економічний розвиток та рівень конкурентоспроможності країни на міжнародних ринках. Підприємницька культура сьогодні є одним з ключових показників, за яким оцінюється економічна розвиненість та перспективність національних господарських систем. Таке значення рівня підприємницької культури і свідомості для загальносуспільного та загальнонаціонального розвитку робить надзвичайно актуальною активність громадськості щодо зрощення морально-етичних чеснот представників бізнесу, що належать до тієї чи іншої громади, а також молоді як носія значного підприємницько-ділового потенціалу. «Істотну роль у формуванні ділової етики, а також у виявленні та усуненні неетичних методів ведення підприємницької діяльності відіграє громадськість. Питання етики повинні обговорюватись у пресі, на телебаченні, у товариствах споживачів, різних асоціаціях» [22, с. 118].

Розвиток інтелектуального потенціалу суспільства відбувається за такими принципами: свобода творчості; недоторканність інтелектуальної власності; непротиставлення інтелектуалізації суспільства загальному перебігу прогресивних змін, їх синхронізація і взаємодоповнення; взаємопоєднання інтелектуалізації та інформатизації; надання нового змісту його структурним утворенням; активне залучення до міжнародного поділу праці [5, с. 6 – 7]. Всі ці параметри і критерії

зрощення національного економічно-людського потенціалу в основі своїй мають значну необхідність до розвитку національної системи освіти в усіх її вимірах – від отримання конкретно-підприємницьких компетенцій до виховання особистісної творчості, креативності, інноваційності, громадянської активної позиції, соціальної відповідальності. В цьому аспекті, необхідно якнайактивніше використовувати також потенціал народної культури для того, щоб на основі її потужного морально-духовного енергетичного імпульсу формувати етичні принципи економічно-підприємницької діяльності. В усі історичні часи підприємництво, ділова активність тим чи іншим чином були пов'язані з народною культурою, побутом, фольклором, тощо. Багато десятиліть свідомого тоталітарного знищення національно-культурних українських здатностей до підприємливості і діловитості не пройшли дарма, і сьогодні перед культурно-освітньою спільнотою України постає завдання відродження національних соціокультурних підґрунть економічної людини народно-національного моральнісного типу. «Сутнісне начало підприємництва безпосередньо пов'язане з моральними цінностями, виробленими культурою народу. Воно опосередковує мотивацію та соціальну спрямованість цього виду трудової діяльності. Моральні цінності та їхня перевага в різних народів не збігаються. До того ж при виробленні духу підприємництва в шкалу цінностей можуть вноситися корективи, що й відбувалося при становленні капіталізму. Усе це унеможливило успішну приживлюваність запозичень, далеких національній культурі: вони набувають спотворених форм» [31, с. 87]. При тому, що в глибинах української національної свідомості вкорінені ефективні властивості та механізми виховання сучасної економічної людини. «Особливостями українського господарського менталітету дослідники також називають завзятість у праці, розвинуті приватновласницькі інстинкти, толерантність та відкритість до засвоєння чужого досвіду» [4, с. 11]. Посткомуністична Україна, на жаль, в соціально-феноменологічному плані є носієм і багатьох негативних економічно-свідомісних феноменів. Н.Г.Комих серед соціокультурних особливостей сучасного українського підприємництва підкреслює такі риси, як наявність інституту соціальних зв'язків (кумівство, дружба, родинні зв'язки) та патерналізм (очікування підтримки, захисту, допомоги, пілг з боку держави) [11, с. 5]. Саме

на подолання таких негативних явищ в структурі сучасного національного економічного типу мислення мають бути спрямовані зусилля української освіти, культури, виховання.

Загалом, необхідно підкреслити особливе значення національної системи освіти і виховання у формуванні сучасного світогляду, філософії, моралі сучасного українського підприємця. «Успішному формуванню морально-етичних засад підприємництва сприяє існуючий соціальний механізм впливу на індивіда. Морально-етичні якості підприємців формуються, насамперед, в процесі функціонування системи виховання і навчання, які спрямовані на перетворення етичних знань в моральні переконання. Причому саме виховання необхідно розглядати в нерозривній єдності з перетворюючою діяльністю, а отже не тільки з наявними об'єктивними умовами, але й із зміною цих умов. Інакше кажучи, виховання морально-етичних засад підприємництва покликане передати соціальний досвід попередніх поколінь, ввести підприємця в існуючі суспільні відносини. Разом з тим, воно спрямоване в майбутнє, на постійний розвиток і вдосконалення, зміну умов як власного життя, так і життя інших людей. Таким чином, наявні об'єктивні і суб'єктивні фактори виступають в ролі засобів виховання морально-етичних основ підприємництва, включаються в систему виховання в міру того, як вони можуть бути використані для вирішення виховних завдань» [1, с. 12]. Таким чином, засоби освіти, культури, виховання є, з нашої точки зору, найефективнішими засобами зростання (зрощення) людського капіталу з метою підвищення рівня його економічної та підприємницької культури та свідомості. Підсумовуючи наше дослідження, необхідно відзначити, що саме підприємницький прошарок в будь-яком демократичному суспільстві несе основний потенціал його національно-креативного та перетворювально-інноваційного розвитку. «На сучасне підприємництво покладаються надії і як на механізм, що регулює соціальну взаємодію з позиції орієнтації на гуманістичні цінності. Духовно-практичний потенціал суб'єкта підприємництва містить творчо-інноваційний актив, сполучений із зусиллями волі й знань у сфері організації й управління, які сукупно спрямовані на самовдосконалення й самозбереження» [23, с. 272].

Висновки

Проаналізовано, що людині економічної нової формації притаманне орієнтування на ціннісні імперативи духовно-творчого, інноваційного, ціннісно-вольового характеру з нормативним принципом – підприємливістю. Для вирішення проблем формування сучасного підприємця необхідна реалізація наступних умов: створення відповідного світоглядно-ціннісного, морально-етичного національного середовища; набуття молоддю нових ціннісних орієнтирів з урахуванням українських

національних народних традицій та культури, базових принципів – людиноцентричності та моральності; формування сучасного підприємця як інноваційної особистості з рисами ініціативності, креативності, діловитості, творчості через освіту, культуру та виховання; сприяння державними та соціальними інституціями формуванню провідного «середнього» соціального класу як фундаменту розвитку сталого демократичного українського суспільства.

Список використаних джерел

1. Акоюн В. Г. Морально-етичні цінності підприємця: формування та розвиток (соціально-філософський аналіз). Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата філософських наук. Спеціальність: 09.00.03 – соціальна філософія та філософія історії/К., 2004. – 18 с.
2. Андрієнко О. В. Ліберально-демократичні цінності в пострадянській Україні / О.В. Андрієнко // Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського. Науковий журнал. 2009. Випуск 2. С. 81 – 86.
3. Андрієнко О. В. Світоглядно-аксіологічна роль грошей у розбудові демократії / О.В. Андрієнко // Гілея: науковий вісник. Збірник наукових праць.– К.: ВІР УАН, 2010. Випуск 35.– С. 322 – 327.
4. Галушка З. І. Фактори формування економічної культури українського суспільства / З.І. Галушка // Науковий вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. Економічні науки. 2009 Випуск 1 (33). С. 8 – 15.
5. Геєць В. Характер перехідних процесів до економіки знань. Економіка України. 2003. № 4. С. 4 – 15.
6. Дембицька Н.М. Економічний досвід як чинник становлення суб'єкта економічної соціалізації: концепція дослідженн. Проблеми загальної та педагогічної психології. Збірник наукових праць Інституту психології ім. Г.С. Костюка АПН України. Т. XI, част. 1. К., 2009. С. 110 – 118.
7. Діденко Н. Аксіологічні детермінанти соціальної відповідальності бізнесу. Схід. Аналітично-інформаційний журнал. 2009. № 7 (98), жовтень. С. 124 – 126.
8. Захарчин Г. М. Розвиток підприємництва на основі синтезу культури і відповідальності. Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України. Збірник науково-технічних праць. 2011. Випуск 21.6 С. 186 – 192.
9. Зубіашвілі І. К. Економічна соціалізація як психологічна проблема. Проблеми загальної та педагогічної психології. Збірник наукових праць Інституту психології ім. Г.С. Костюка АПН України. Т. XI, частина 1. К., 2009. С. 153 – 165.
10. Коваленко О. В. Проблема формування економічної культури в сучасному просторі української освіти / О.В. Коваленко // Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка (педагогічні науки). 2011. № 10 (221), травень, частина 2. С. 29 – 34.
11. Комих Н. Г. Соціокультурний контекст становлення та розвитку підприємництва в Україні. Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата соціологічних наук. Спеціальність: 22.00.04 – спеціальні та галузеві соціології. Харків, 2006. 18 с.
12. Ліщинська О. Моральні аспекти підприємницької діяльності. Вісник Львівського університету. Філософські науки. 2008. Випуск 11. С. 115-123.
13. Лукашевич М. П. Соціологія економіки: Підручник. К.: Каравела, 2005. 288 с.
14. Максимець Ю. В. Типи підприємців у вимірі поведінкової активності в сучасних умовах економічного розвитку. Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України. Збірник науково-технічних праць. 2012. Випуск 22.1. С. 262 – 266.
15. Маслов В. В. Бізнес як проблема культури. Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права. Збірник наукових праць. Серія «Філософські науки. К.: КУТЕП, 2010. Випуск 8. С. 198 – 210.
16. Модель І. М. Професійна культура підприємця. Соціологіческие исследования. 1997. – № 10. С. 10 – 15..
17. Молодиченко В. В. Соціокультурна динаміка цінностей у дискурсі модернізації освіти: автореф. дис. д-ра філос. наук. Київ, 2010. 32 с.
18. Москаленко В. Соціально-психологічні засади економічної культури особистості. Соціальна психологія. 2007. № 4. С. 3 – 16.
19. Олексенко Р. И. Философия, мировоззрение и мораль современного предпринимателя как составная экономика-социального развития общества. Социосфера: науч.-метод. и теор. журнал. 2013. № 1. С. 31-37
20. Олексенко Р. І. Управління кадровими ресурсами підприємств у сучасних умовах господарювання. АгроСвіт. 2010. № 14. С. 41.

Концептуальні пріоритети формування сучасної людини економічної

21. Основи підприємницької діяльності та агробізнесу: Навчальний посібник / М.М. Ільчук, Т.Д. Іщенко, В.К. Збарський та ін.; за ред. М.М. Ільчука. К.: Вища освіта, 2002. 398 с.
22. Підборський Ю. Культура та етика підприємництва і підприємницької діяльності. Економічний вісник університету. Збірник наукових праць учених та аспірантів. Переяслав-Хмельницький: Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди, 2009. Випуск 13. С. 112 – 119.
23. Проценко О. Підприємництво в системі ціннісних орієнтирів. Філософія освіти. 2010. № 1 – 2 (9). С. 271 – 278
24. Радченко Н. І. Теоретичний аналіз моделі економічної людини. Проблеми загальної та педагогічної психології. Збірник наукових праць Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України. Т. XIII, част. 3. К., 2011. С. 349 – 358.
25. Райзберг Б. А. Основы бизнеса. М.: Издательство «Ось-89», 2000. 256 с.
26. Рюттингер Р. Культура предпринимательства / Пер. с нем. М.: Эком, 1992. 240 с.
27. Савицька Н. Л. Еволюція моделі людини в економічній теорії. Вісник Хмельницького національного університету. 2010. № 3, том 2. С. 137 – 140.
28. Сидоренко С. В. Підприємницька етика та шляхи її врегулювання. Культурологічний вісник: Науково-теоретичний щорічник Нижньої Наддніпряни. Науковий журнал. 2009. Випуск 23. С. 167 – 170.
29. Сірий Є.В. Культура підприємництва в контексті його соціальної ролі. Український соціум. Соціологія. Економіка. Політика. 2005. № 2 – 3. С. 100 – 108.
30. Соціально-економічний стан України: наслідки для народу та держави: національна доповідь / за заг. ред. В.М. Гейця. К.: НВЦ НБУВ, 2009. 687 с.
31. Ушно І. М. Соціокультурне регулювання ділової активності: український контекст. Культура України. Збірник наукових праць. Харків: ХДАК, 2010. Випуск 30. С. 86 – 94.

REFERENCES

1. Akopian, V. H (2004). Moralno-etychni tsinnosti pidpriyemtsia: formuvannya ta rozvytok (sotsialno-filosofskyi analiz). Avtoreferat dysertatsii na zdobuttia naukovoogo stupenia kandydata filosofskykh nauk. Spetsialnist: 09.00.03 – sotsialna filosofiia ta filosofiia istorii. K. 18 s. [in Ukrainian].
2. Andriienko, O. (2009). Liberalno-demokratychni tsinnosti v postradianskii Ukraini./ Visnyk Donetskoho natsionalnoho universytetu ekonomiky i torhivli imeni Mykhaila Tuhan-Baranovskoho. *Naukovyi zhurnal. Vypusk 2. S. 81 – 86* [in Ukrainian].
3. Andriienko, O. V. (2010). Svitohliadno-aksiolohichna rol hroshei u rozbudovi demokratii. *Hileia: naukovyi visnyk. Vypusk 35. P. 322 – 327* [in Ukrainian].
4. Halushka, Z. I. (2009). Faktory formuvannya ekonomichnoi kultury ukrainskoho suspilstva. *Naukovyi visnyk Chernivetskoho torhovelno-ekonomichnoho instytutu KNTEU. Ekonomichni nauky. Vypusk 1 (33). P. 8 – 15* [in Ukrainian].
5. Heiets, V. (2003). Kharakter perekhidnykh protsesiv do ekonomiky znan. *Ekonomika Ukrainy. № 4. P. 4 – 15* [in Ukrainian].
6. Dembytska, N. M. (2009). Ekonomichniy dosvid yak chynnyk stanovlennia subiekta ekonomichnoi sotsializatsii: kontsepsiia doslidzhennia. Problemy zahalnoi ta pedahohichnoi psykholohii. *Zbirnyk naukovykh prats Instytutu psykholohii im. H.S. Kostiuka APN Ukrainy / Za red. S.D. Maksymenka. T. KhI, chast. 1. K., 2009. P. 110 – 118* [in Ukrainian].
7. Didenko, N. (2009). Aksiolohichni determinanty sotsialnoi vidpovidalnosti biznesu. *Skhid. Analitychno-informatsiinyi zhurnal. № 7 (98), zhovten. P. 124 – 126* [in Ukrainian].
8. Zakharchyn, H. M. (2011). Rozvytok pidpriemnytstva na osnovi syntezy kultury i vidpovidalnosti. *Naukovyi visnyk Natsionalnoho lisotekhnichnoho universytetu Ukrainy. Zbirnyk nauково-tekhnichnykh prats. Vypusk 21.6. P. 186 – 192* [in Ukrainian].
9. Zubiashvili, I. K. (2009). Ekonomichna sotsializatsiia yak psykholohichna problema. Problemy zahalnoi ta pedahohichnoi psykholohii. *Zbirnyk naukovykh prats Instytutu psykholohii im. H.S. Kostiuka APN Ukrainy / Za red. S.D. Maksymenka. T. KhI, chastyna 1. P. 153 – 165* [in Ukrainian].
10. Kovalenko, O. V. (2011). Problema formuvannya ekonomichnoi kultury v suchasnomu prostori ukrainskoi osvity. *Visnyk Luhanskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka (pedahohichni nauky). № 10 (221), traven, chastyna 2. P. 29 – 34* [in Ukrainian].
11. Komykh, N. H. (2006). Sotsiokulturnyi kontekst stanovlennia ta rozvytku pidpriemnytstva v Ukraini. Avtoreferat dysertatsii na zdobuttia naukovoogo stupenia kandydata sotsiolohichnykh nauk. Spetsialnist: 22.00.04 – spetsialni ta haluzevi sotsiolohii. Kharkiv, 18 s. [in Ukrainian].
12. Lishchynska, O. (2008). Moralni aspekty pidpriemnytstvoi diialnosti. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Filosofski nauky. Vypusk 11. P. 115-123* [in Ukrainian].
13. Lukashevych, M. P. (2005). Sotsiolohiia ekonomiky: Pidruchnyk. K.: Karavela, 2005. 288 s.
14. Maksymets, Yu. (2012). Typy pidpriemstv u vymiri povedinkovoi aktyvnosti v suchasnykh umovakh ekonomichnoho rozvytku. *Naukovyi visnyk Natsionalnoho lisotekhnichnoho universytetu Ukrainy. Zbirnyk nauково-tekhnichnykh prats. Vyp. 22.1. P. 262 – 266* [in Ukrainian].

15. Maslov, V. V. (2010). *Biznes yak problema kultury. Naukovi zapysky Kyivskoho universytetu turizmu, ekonomiky i prava. Zbirnyk naukovykh prats. Seriya «Filosofski nauky»*. K.: KUTEP. Vyp. P. 198 – 210 [in Ukrainian].
16. Model, Y. M. and Model, B. S. (1997). *Professyonalnaia kultura predprynimatelia. Sotsyolohycheskye yssledovaniia. № 10*. P. 10 – 15 [in Ukrainian].
17. Molodychenko, V. V. (2010). *Sotsiokulturna dynamika tsinnosti u dyskursi modernizatsii osvity: avtoref. dys.d-ra filos. nauk*. Kyiv. 32 s. [in Ukrainian].
18. Moskalenko, V. (2007). *Sotsialno-psykholohichni zasady ekonomichnoi kultury osobystosti. Sotsialna psykholohiia. № 4*. P. 3 – 16 [in Ukrainian].
19. Oleksenko, R. I. (2013). *Filosofiya, mirovozzrenie i moral sovremennoho predprinimatelya kak sostavnaya ekonomiko-sotsialnogo razvitiya obshchestva. Sotsiosfera: nauch.-metod. i teor. zhurnal. № 1*. P. 31-37 [in Ukrainian].
20. Oleksenko, R. I. (2010). *Upravlinnia kadrovymy resursamy pidpriemstv u suchasnykh umovakh hospodariuvannia. AhroSvit. № 14*. P. 41. [in Ukrainian].
21. *Osnovy pidpriemnytskoi diialnosti ta ahrobiznesu: Navchalnyi posibnyk (2002)*. Za red. M.M. Ilchuka. K.: *Vyshcha osvita*. 398 s. [in Ukrainian].
22. Pidborskyi, Yu. (2009). *Kultura ta etyka pidpriemnytstva i pidpriemnytskoi diialnost. Ekonomichni visnyk universytetu. Zbirnyk naukovykh prats uchenykh ta aspirantiv. Pereiaslav-Khmelnytskyi: Pereiaslav-Khmelnytskyi derzhavnyi pedahohichnyi universytet imeni Hryhoriia Skovorody. Vyp. 13*. P. 112 – 119 [in Ukrainian].
23. Protsenko, O. (2010). *Pidpriemnytstvo v systemi tsinnisnykh oriientyriv. Filosofiia osvity. № 1 – 2 (9)*. P. 271 – 278 [in Ukrainian].
24. Radchenko, N. I. (2011). *Teoretychnyi analiz modeli ekonomichnoi liudyny. Problemy zahalnoi ta pedahohichnoi psykholohii. Zbirnyk naukovykh prats Instytutu psykholohii imeni H.S. Kostiuks NAPN Ukrainy / Za red. S.D. Maksymenka. T. KhIII, chast. 3*. P. 349 – 358 [in Ukrainian].
25. Rayzberg, B. A. (2009). *Osnovy biznesa*. M.: Izdatelstvo «Os-89». 256 s. [in Ukrainian].
26. Ryuttinger, R. (1992). *Kultura predprinimatelstva. Per. s nem. M.: Ekom*. 240 s. [in Ukrainian].
27. Savytska, N. L. (2010). *Evolutsiia modeli liudyny v ekonomichnii teorii. Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. №3, tom 2*. P. 137 – 140.
28. Sydorenko, S. V. (2009). *Pidpriemnytska etyka ta shliakhy yii rehuliuвання. Kulturolohichni visnyk: Naukovo-teoretychnyi shchorichnyk Nyzhnoi Naddnpianshchyny. Naukovyi zhurnal. Vyp. 23*. P. 167 – 170 [in Ukrainian].
29. Siryi, Ye. V. (2005). *Kultura pidpriemnytstva v konteksti yoho sotsialnoi roli. Ukrainskyi sotsium. Sotsiolohiia. Ekonomika. Polityka. № 2 – 3*. P. 100 – 108 [in Ukrainian].
30. *Sotsialno-ekonomichni stan Ukrainy: naslidky dlia narodu ta derzhavy: natsionalna dopovid (2009)*. K.: NVTs NBUV. 687 s. [in Ukrainian].
31. Ushno, I. M. (2010). *Sotsiokulturne rehuliuвання dilovoi aktyvnosti: ukrainskyi kontekst. Kultura Ukrainy. Zbirnyk naukovykh prats. Kharkiv: KhDAK, 2010. Vyp.30*. P. 86 – 94 [in Ukrainian].

Олексенко Р. И. - доктор философских наук, доцент. Мелитопольский государственный педагогический университет имени Богдана Хмельницкого. (Мелитополь, Украина)

E-mail: roman.xdsl@ukr.net

Молодыченко В. В. - доктор философских наук, профессор. Мелитопольский государственный педагогический университет имени Богдана Хмельницкого. (Мелитополь, Украина)

E-mail: molodychenko@gmail.com

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПРИОРИТЕТЫ ФОРМИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО ЧЕЛОВЕКА ЭКОНОМИЧЕСКОГО

В статье рассматриваются мировоззренческие и нравственные основы бытийной самореализации современного предпринимателя, она возможна только на основе активной социокультурной самоидентификации. Философия, мировоззрение и мораль современного предпринимателя одновременно является составляющими общекультурного пространства современного экономико-социального развития любого общества. **Главная цель статьи** - сбор, концептуализация и систематизация исследований в формировании человека экономического. Исследование принципов формирования современного предпринимателя на основе комплексного подхода. **Методология** - исследование фундаментальных принципов формирования современного предпринимателя на основе онтологических основ мировоззрения, философии и морали современного предпринимателя построенной на принципах человекомерности феномена предпринимателя. В основе исследования - выявление принципа формирования современного типа человека экономического на основе толерантности, честности и человечности. **Научная новизна исследования** - заключается в комплексном исследовании формирования мировоззрения, философии, морали нового типа современного предпринимателя. **Вывод** - именно предпринимательский слой в любом демократическом обществе несет основной потенциал его национально-креативного и преобразующее-инновационного развития. Итак, человек как феномен рыночной экономики является не производителем и потребителем, не собственником и работником, но человеком-творцом, источником инновационной активности, носителем духовно-волевого стремления к превращению окружающей действительности и самому себе, к самореализации

своих внутренних потребностей и стремлений. Таким образом, деловитость, инициативность, творчество, креативность как продолжение онтологических основ мировоззрения, философии и морали современного предпринимателя является необходимыми характеристиками формирования ключевой роли делового человека, человека экономического новой формации в социокультурном пространстве современной цивилизации.

Ключевые слова: человек экономический, менталитет, мораль, ценности, предпринимательство, рост человеческого капитала

Oleksenko, Roman - Doctor of Philosophy, Associate Professor. Melitopol State Pedagogical University named after Bogdan Khmelnytsky (Melitopol, Ukraine)

E-mail: roman.xdsl@ukr.net

Molodychenko, Valentin - Doctor of Philosophy, Professor. Melitopol State Pedagogical University named after Bogdan Khmelnytsky (Melitopol, Ukraine)

E-mail: molodychenko@gmail.com

CONCEPTUAL PRIORITIES OF THE FORMATION OF A MODERN ECONOMIC HUMAN

The article deals with the ideological and moral foundations of the existential self-realization of a modern entrepreneur, it is possible only on the basis of active sociocultural self-identification. Philosophy, ideology and morals of modern entrepreneurs at the same time are components of the general cultural space of modern economic and social development of any society. The main purpose of the article is the collection, conceptualization and systematization of research in the formation of the economic human. Research of the principles of formation of a modern entrepreneur on the basis of the integrated approach. Methodology - the research of the fundamental principles of the formation of a modern entrepreneur on the basis of ontological foundations of philosophy, ideology, and morality of a modern entrepreneur built on the principles of human-dimensionality of the entrepreneur's phenomenon. On the base of research there is the discovery of the principle of formation a modern type of human economic based on tolerance, honesty, and humanity. The scientific novelty of research is the complex study of the formation of a ideology, philosophy, morality of a new type of modern entrepreneur. The conclusion - the entrepreneurial stratum in any democratic society carries the main potential of its national-creative and transformative-innovative development. Therefore, human as a phenomenon of a market economy is not a producer and a consumer, not an owner and a worker, but a creator of people, a source of innovative activity, a bearer of the spiritual and volitional desire to transform the surrounding reality and itself, to the self-realization of own internal needs and aspirations. Thus, business activity, initiative, creativity as the continuation of the ontological foundations of the ideology, philosophy and morality of the modern entrepreneur are necessary characteristics of the key role formation of a business person, a person of a new economic formation in the socio-cultural space of modern civilization.

Key words: human economical, mentality, morality, values, entrepreneurship, growth of human capital

Стаття рекомендована до публікації д.філософ.н., проф. В.Г. Воронковою (Запоріжжя, Україна)

Надійшла до редколегії: 05.07.2017

Прийнята до друку: 10.07.2017

Олексенко Роман Іванович, доктор філософських наук, доцент, професор, завідувач кафедри філософії, Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького (Мелітополь, Україна), вул. Гетьманська, 20, Мелітополь, 72312 Запорізька обл. Україна,

E-mail: roman.xdsl@ukr.net, ORCID 0000-0002-2171-514X

Молодиченко Валентин Вікторович, доктор філософських наук, професор кафедри філософії, Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького (Мелітополь, Україна), вул. Гетьманська, 20, Мелітополь, 72312 Запорізька обл. Україна,

E-mail: molodychenko@gmail.com, ORCID 0000-0002-2508-1383