

Роман Олексенко

ОЛЕКСЕНКО Роман Іванович – доктор філософських наук, доцент, професор, завідувач кафедри філософії Мелітопольського державного педагогічного університету імені Богдана Хмельницького.

ПОРТРЕТ ПІДПРИЄМЦЯ НОВІТНЬОЇ ФОРМАЦІЇ В СУЧАСНИХ СОЦІО- КУЛЬТУРНИХ УМОВАХ

У статті розкритий вплив соціокультурної детермінації як механізм адаптації до середовища. Суспільство виробляло подібні механізми протягом всієї культурної історії. Оскільки економічні відносини відомі впродовж тисячоліть, то в кожен історичну епоху вони супроводжувалися певними нормами і правилами, які регулюють увесь економічний процес: від виробництва до споживання.

***Ключові слова:** підприємець, суспільство, підприємство, культура.*

Все більш гостро постає питання існування людини в соціокультурному просторі в період глобалізації та інформаційної революції, де прибуток і жага наживи стоїть на вершині підприємницької діяльності, де брехня полонила усі верстви населення, усі вікові прошарки та людей із різним рівнем доходів. Це і є портрет підприємця, так званого, нового типу, з великими амбіціями та малими етичними нормами. Зараз ми спробуємо намалювати портрет новітнього підприємця в соціокультурному просторі.

Сучасний світ висуває перед людиною нові виклики щодо світоглядно-ціннісного формування її особистісної та соціальної сутності. Різні уявлення про соціум як систему суспільного співжиття людей формувалися з найдавніших часів розвитку інтелектуальної культури людства [17].

Суспільство – надзвичайно складний і суперечливий предмет пізнання. Воно постійно змінюється, набуваючи все нові і нові форми.

Надшвидка динамічність знаково-інформаційної цивілізації змушує людину включати до власної феноменологічності такий елемент, як підприємливість, без якого неможливий вступ соціокультурної суб'єктності в складному інформаційному світі. [11, с. 31]

© Р. І. Олексенко, 2015

<http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.35289>

У сучасному світі людина будь-якої професії і сфери діяльності має необхідність у досить високому рівні економічної освіченості, культури та свідомості, особливо це стосується тих, хто вибрав для своєї професійної самореалізації сферу підприємницької діяльності. [1, с. 31]

Термін «підприємець» (від фр. entrepreneur – посередник) вперше було введено до наукового обігу англійським економістом Р. Кантільйоном, який також вперше здійснив наукову інтерпретацію підприємництва як діяльності, пов'язаної з ризиком. [3, с. 50].

Як показує історичний досвід, підприємці – це люди, які мають властивість значною мірою впливати на економічний і на соціальний стан країни і створюють їй імідж в міжнародному діловому світі.

У соціально-економічних системах існують певні «інструменти управління»: ієрархія (організація), де основний засіб впливу – тиск на людину за допомогою примусу; культура; ринок.

Поряд з «ринковими» інструментами управління важливо розвивати «культурні» інструменти управління. Становлення ринкових відносин від періоду «первісного накопичення капіталу» переходить у більш цивілізоване русло. Чим більш цивілізоване суспільство, тим більш висока в ньому культура підприємництва.

Соціокультурні фактори, що впливають на інституціоналізацію підприємництва:

- загальнолюдські цінності – у сучасному суспільстві демократичного типу серед загальнолюдських цінностей згадують повагу гідності людини, терпимість, світоглядний плюралізм, культуру світу;

- національно-культурні та релігійно-культурні стереотипи способу життя країни – важлива група факторів. Культури різних країн, що формують різні системи цінностей, істотно впливають на культуру підприємництва і на поведінку підприємців. Одна культура схвалює більш ризиковану поведінку, інша – більш обережне. В одних культурах заохочується тверда й однозначна позиція при прийнятті рішення, тоді як в інших – цінується схильність до компромісів;

- ціннісно-мотиваційний – ставлення до праці, багатства;

- просторовий фактор повинен бути врахований як особливості ландшафту, клімату, місцезнаходження країни, розміри її загальної та сільськогосподарської території, які зумовлюють характер господарювання, види і типи підприємницької діяльності.

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 та громадянських форм. Важливим є й те,

що сучасний підприємець є одним з найактивніших суб'єктів формування, становлення і захисту демократичних елементів громадянського світогляду [13, с. 101-102].

Ефективність впровадження державою відповідних цільових установок в свідомість і поведінку підприємців залежить насамперед від міри довіри підприємців до держави; ступеня консолідованості суспільства; активізуючої ролі релігійної свідомості; наявності в суспільстві широкої мережі різного роду спонсорів, покровителів, які не тільки заохочують ділову активність, але й надають матеріальну підтримку у разі зривів; важлива роль політичних інститутів суспільства; суспільні інститути, організації – зміцнюють підприємницький дух шляхом ділової просвіти та інформування [9].

У сучасному соціумі ситуація продукує підвищений інтерес особистості до свого соціального становища і прагнення змінити його шляхом зміни соціальних позицій. Можемо припустити, що під поняттям «підприємець», в повсякденному значенні, потрапляють всі члени суспільства, які вчинили перехід від одних соціальних відносин до інших, які змінили свій соціальний статус та місце в суспільному розподілі праці [6].

Разом зі статусом, людина змінює і рольову поведінку, яка буде відповідати загальноприйнятим нормам, де на неї покладаються нові соціальні функції. У науково теоретичному плані підприємець – це індивід, що відтворює нестандартну поведінку і дає максимальний результат.

В останні роки з огляду монографій, наукових статей та дисертаційних робіт вчених, дозволяється в загальному плані досліджувати соціокультурні основи підприємництва з кількох позицій. Наприклад:

1) підприємець і суспільство, їх взаємовідносини, вплив традицій і культури на становлення особистості підприємця;

2) підприємець як представник соціального шару; він може бути зрозумілий через норми, правила, етику даного шару;

3) підприємець як суб'єкт економічної діяльності, продукує особливим чином організовану поведінку, в якій висловлюється вся сукупність рис і якостей характеру, вихованого в процесі суспільних цінностей, традиції, культури, цілей, завдань, заломлених через індивідуальне сприйняття [6].

Сучасний підприємець, тобто людина економічна, що формувалася за попередньої – індустріальної – цивілізаційної матриці, була ціннісно зорієнтована перш за все на видобування користі і прибутку, виробництва та примноження матеріальних благ, їх статусне споживання. Кожне суспільство породжує два типи людей (адже однією із сутнісних ознак людини є двозначність, амбівалентність): адекватний

даному суспільству і протилежний йому, з позитивними й негативними рисами [15, с. 67]. Саме «економічна людина» сучасного типу має потенціал подолання такої амбівалентності на основі вибудовування нових взаємозв'язків між світоглядно-ціннісними значеннями чисто економічних категорій, понять, явищ і процесів та духовно-особистісними потребами, прагненнями та морально-вольовими пориваннями. [8, с. 118]. Феномен підприємництва зумовлює відносно новий тип – «людини економічної», головними характеристиками і відмінними рисами, якого є послідовна ідентифікація у сфері праці.

Отже, соціокультурні ознаки сучасного підприємця полягають: «по-перше, у визначенні підприємництва існує таке поняття, як творчість, інновації, яким притаманна сучасна видова корпоративна культура – інновація культури; по-друге, особиста ініціатива є основною характеристикою як корпоративної культури, так і підприємництва; по-третє, об'єктивним чинником є готовність до ризику; по-четверте, наявність цілі, а відтак і цілеспрямованість, притаманні культурі й підприємству; по-п'яте, підприємство розглядають як особливий спосіб господарської поведінки, засадними основами якої є архетипи, що виходять із національного менталітету і є складниками культури; по-шосте, підприємницьке середовище, містить, крім економічного, політичного, правового, технологічного, ще й культурне, який є одним з найважливішим компонентом» [7, с.188]. Як бачимо, всі ці ознаки містять в собі елемент соціокультурної активності, що перетворює підприємця новітньої формації на ключову складову одиницю загальної системи розвитку соціальної системи людства в його цілісно-цивілізаційному вимірі [11, с. 273].

Люди, які прагнуть стати підприємцями не завжди враховують, що підприємство – це не хобі, статус підприємця не може ототожнюватися з «членством» у якомусь суспільному, соціальному чи економічному об'єднанні [4]. «Підприємець – це господарюючий суб'єкт, функцією якого в економіці як системі господарювання є створення (й реалізація) нових комбінацій факторів виробництва, й який сам виступає активним елементом цього процесу. Підприємець – це ініціатор економічних інновацій у суспільній життєдіяльності» [2, с. 330]. Виходячи з енциклопедичного соціологічного словника, підприємець – «провідний суб'єкт ринкового процесу, який ініціює бізнес для випуску товарів та надання послуг з метою здобування прибутку» [12, с. 391]. Щоб стати підприємцем, необхідно поряд з певними індивідуальними особливостями мати знання, уміння і навички, необхідні для успішної орієнтації й ефективної діяльності в ринковому середовищі. Саме такий підхід до визначення статусного положення під-

приємця дозволить вирішити завдання, що заплановані в програмах розвитку підприємництва [4].

Підприємець, як і будь-яка інша людина, формується як особистість на перетині чи в суперечності між внутрішньо-особистісними порівняннями та потребами та об'єктивно-соціальними явищами дійсності. Саме в цій сфері зустрічаються взаємонаправлені тенденції індивідуалізму та колективізму, які легко можуть здійснювати як руйнівний вплив на людину (при перекосах та абсолютизації однієї з них), так і сприяти особистісній самотворчості (при гармонійному поєднанні) [2].

Слід зазначити, що для підприємців, які ведуть активний спосіб життя, для яких конкуренція та динаміка – це стихія, для яких бізнес – це не тільки можливість самореалізації чи отримання прибутку, але й фактор постійного вдосконалення, розвитку, отримання певних нових знань, творення новітніх концепцій та ідей, освіта відіграє особливо важливу роль. Немає такого бізнесу, та немає такого виду підприємницької діяльності, який би тільки сформувався і функціонував. Кожен бізнес є рухливим, він розвивається, потребуючи нововведень, системи пристосувань, постійного моніторингу ринку, впровадження нових технологій та інновацій як у виробленні продукту чи наданні послуг, так і в організації управління, регулювання ризиків. Слід звернути увагу, що основою кожного ефективно функціонуючого бізнесу є людина. Саме людина, як суб'єкт підприємництва, її особисті соціальні характеристики, мотиви, бажання самоутвердитися, організаторський талант, здатність до навчання, безперервне прагнення удосконалюватися і впроваджувати щось нове формує розвиток підприємництва, визначає його роль у ринковій економіці, її інноваційних перетвореннях» [11, с.33]. Загальна і професійна економічна освіта сьогодні для будь-якого суспільства, особливо трансформуючого, є ключовим чинником забезпечення його поступального розвитку в рамках загальносвітових глобальних тенденцій.

Тобто, високий рівень економічної освіченості, культури та свідомості в країнах з розвиненою формою ринкової економіки забезпечується як наявністю економічної реальності сучасного типу, так і розвиненим економічною освітою. [15, с.13].

Висновки. Таким чином, суспільство – це реальний процес життєдіяльності людей, має історичний характер та існує незалежно від свідомості і волі людей, хоча вони як носії свідомості і волі є головними дійовими особами суспільно-історичного процесу.

«Економічна культура» 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». Необхідно відзначити, що соціокультурна сфера, як найбільш ємна група детермінаційних факторів, яка забезпечують соціальний розвиток, направляє відродження підприємництва, дозволяє вивчати і прогнозувати результати його динаміки надалі. Підприємець живе і діє в суспільстві, воно допомагає йому, тому його поведінка впливає на передбачуване і динамічний розвиток суспільної системи. Підприємець зацікавлений у відтворенні соціокультурної стійкості системи, а система може стабільно розвиватися за наявності прогресизму підприємницької діяльності [13].

Разом з багато спрямованістю та різноманітністю інтересів, потреб та захоплень сучасний підприємець характеризується такими рисами, як діловитість, ініціатива, творчість. Саме вони дозволяють людині економічній нової формації виокремитися в загально-соціальной структурі в якості найактивнішого суб'єкта соціокультурного розвитку.

Література:

1. Білоконь І.В. Проблеми формування соціально-економічних настанов молоді як суб'єкта соціалізації / І.В. Білоконь // Проблеми загальної та педагогічної психології : збірник наукових праць Інституту психології ім. Г. С. Костюка АПН України. Т. XI. Ч. 1 / за ред. С.Д. Максименка. – К., 2009. – С. 31–39.
2. Бондаренко О.В. Ментальний вимір підприємницької активності: теоретико-методологічні засади дослідження / О. В. Бондаренко, О. П. Зоря // Гілея: науковий вісник. Збірник наукових праць / Гол. ред. В.М. Вашкевич. – К. : ВІР УАН, 2010. – Вип. 35. – С. 328–336.
3. Верхан П.Х. Підприємець. Його економічна функція та суспільно-політична відповідальність / П.Х. Верхан. – К.: Юрінком, 1994. – 50 с.
4. Донець Л.І. Основи підприємництва. Навчальний посібник / Л.І. Донець, Н.Г. Романенко. – К.: Центр на вчальній літературі, 2006. – 320 с.
5. Захарчин Г.М. Розвиток підприємництва на основі синтезу культури і відповідальності / Г.М. Захарчин, Л.Р. Струтинська, С.В. Андрусів // Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України. Збірник науково-технічних праць. – 2011. – Випуск 21.6. – С. 186–192.
6. Ліщинська О. Моральні аспекти підприємницької діяльності / Ольга Ліщинська // Вісник Львівського університету. Філософські науки. – 2008. – Випуск 11. – С. 115–123.
7. Макеева В.Г. Культура предпринимательства. Учебное пособие / В.Г. Макеева. – М.: ИНФРА, 2002. – 218 с.
8. Міщенко М.Д. Підприємець сьогодні: штрихи до соціально-психоло-

гічного портрету / М.Д. Міщенко // Філософська і соціологічна думка, 1993. – № 6. – С. 84–92.

9. *Мищенко О.О.* Економічна культура особистості як результат економічної соціалізації / О.О. Міщенко // Проблеми загальної та педагогічної психології. Збірник наукових праць Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України / За ред. С.Д. Максименка. – Т. XIII. Ч. 1. – К., 2011. – С. 265–273.

10. *Олексенко Р. И.* Философия, мировоззрение и мораль современного предпринимателя как составная экономико-социального развития общества / Р. И. Олексенко // Социосфера: науч.-метод. и теор. журнал. – 2013. – № 1. – С. 31-37.

11. *Сірий Є.В.* Культура підприємництва в контексті його соціальної ролі / Є.В. Сірий // Український соціум. Соціологія. Економіка. Політика. – 2005. – № 2–3. – С. 100–108.

12. Соціологія: терміни, поняття, персоналії. Навчальний словник-довідник / Укл.: В.М. Піча, Ю.В. Піча, Н.М. Хома та ін.; за заг.ред. В.М. Пічі. – К.: Каравела; Львів: Новий Світ–2000, 2002. – 480 с.

13. Социология труда: Учебник / Под ред. Н.И. Дряхлова, А.И.Кравченко, В.В.Щербины. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1993. – 368 с.

14. *Попов В.В.* Социальные функции предпринимательства: дисс. кандидата социол. наук: 22.00.03 / Попов Виктор Владимирович. – М., 1997. – 144 с.

15. *Філіпенко А. В.* Готовність молоді до підприємницької діяльності як філософсько-педагогічна проблема / А.В. Філіпенко // Вісник НТУУ «КПІ». Філософія. Психологія. Педагогіка. – 2009. – Вип. 3. – С. 13–19

16. *Цимбрикевич Й.* Людина, її суспільна та індивідуальна життєдіяльність / Йосиф Цимбрикевич // Вісник Прикарпатського університету. Філософські і психологічні науки. – 2008. – Вип. XI. – С. 64–68.

Олексенко Р.И.

ПОРТРЕТ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ НОВОЙ ФОРМАЦИИ В СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ УСЛОВИЯХ

В статье раскрыто влияние социокультурной детерминации как механизм адаптации к среде. Общество производило подобные механизмы в течение всей культурной истории. Поскольку экономические отношения известны на протяжении тысячелетий, то в каждую историческую эпоху они сопровождалась определенными нормами и правилами, регулирующими весь экономический процесс: от производства до потребления.

Ключевые слова: предприниматель, общество, предприятие, культура.

Oleksenko R.I.

PORTRAIT OF A BUSINESSMAN IN A FORMATION OF A NEW SOCIO- CULTURAL CONDITIONS

The article deals with the problem of human existence in sociocultural space between globalization and the information revolution.

As history shows, entrepreneurs – people who have the ability to significantly affect the economic and social situation of the country and create her image in the international business world.

In the socio-economic systems, there are certain «management tools»: hierarchy (organization), where the primary means of influence – pressure on a person with the help of coercion; culture; market.

Along with «market management tools it» is important to develop management tools «cultural» management tools (instruments). The formation of market relations period of «primitive accumulation of capital» becomes more civilized direction. The more civilized a society is, the more it is culture of entrepreneurship.

In modern society? The situation produces an increased interest of the individual to his social position and desire to change by changing social positions. We can assume that the term «entrepreneur» in the everyday sense, get all members of society who committed the transition from one to the other social relations that changed their social status and place in the social division of labor.

The modern entrepreneur is economic person, formed under the previous – industrial – civilizational matrix was value oriented primarily to benefit and profit extraction, production and multiplication of wealth, a status of consumption.

With much focus and diversity of interests, needs and passions modern entrepreneur is characterized by such features as efficiency, initiative, creativity. They allow people of new economic structure to stand out in the a general social structure as the most active subject of social and cultural development.

Keywords: *businessman, community, business and culture.*

Надійшла до редакції 17.06.15 р.

