



УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ  
ПОЛЕССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

И.В. ГОРИШ, В.Л. ЛОЗИЦКИЙ

## ФИЛОСОФИЯ БИЗНЕСА

---

*специальность*  
*1-23 01 02 «Лингвистическое обеспечение*  
*межкультурных коммуникаций (по направлениям)»*

**Пояснительная записка**

**Нормативный модуль**

- учебная программа дисциплины
- список рекомендуемой литературы и использованных источников
- десятибалльная шкала и показатели оценивания
- вопросы к зачету

**Справочно-информационный модуль**

- тезаурус
- глоссарий

**Теоретический модуль**

- конспект лекций

**Практический модуль**

- планирование семинарских занятий

**Контрольно-диагностический модуль**

- тестовые комплексы обобщение

Пинск  
ПолесГУ  
2021

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Электронный учебно-методический комплекс предназначен для подготовки студентов дневной формы обучения на первой ступени высшего образования. Он является нормативным документом, которым определяются содержание обучения и устанавливаются требования к объему и уровню подготовки студентов по специальности 1-23 01 02 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (по направлениям)».

**Целью** курса является формирование и развитие у обучающихся интеллектуальных инструментов философского уровня для формирования стратегий и методов мышления, с помощью которых можно было бы давать собственное объяснение действительности, бизнес-реальности, и на основе которых формировать свободное отношение к сложным явлениям бизнеса.

**Задачи изучения дисциплины** (определяются требованиями к овладению студентами обобщенными знаниями и умениями, лежащими в основе профессиональных компетенций):

- рассмотрение основных понятий и проблем философии бизнеса;
- изучение различных подходов к осмыслению предпринимательства в научной и учебной литературе;
- исследование современных концепций в предпринимательской деятельности;
- выявление связи предпринимательской деятельности и религии;
- анализ этической составляющей предпринимательства;
- рассмотрение бизнеса как фактора социализации личности;
- исследование предпринимательства в контексте сохранения национально-культурной самобытности белорусского народа.

**Электронный учебно-методический комплекс (ЭУМК)** по учебной дисциплине «Философия бизнеса» структурирован в соответствии с существующими требованиями Положения об электронном учебно-методическом комплексе по дисциплине для учреждений высшего образования Республики Беларусь и включает в себя следующие модули:

– нормативный (содержит документацию, определяющую содержание высшего образования на первой ступени в данной предметной области, и иные программно-планирующие и учебно-методические документы: учебная программа, перечень рекомендуемых учебных изданий и информационно-аналитических материалов, вопросы экзамена, десятибалльная шкала оценивания);

– справочно-информационный (содержит элементы дидактического обеспечения организации и проведения учебных занятий: тезаурус – понятийно-терминологическое структурирование учебного материала; электронный глоссарий, включающий в себя элементы теоретического знания – понятийно-терминологический аппарат);

– теоретический (содержит электронные материалы лекционного курса,

обеспечивающие теоретическое изучение дисциплины в объеме, определяемом требованиями образовательного стандарта и предметной программы);

– практический (включает в себя материалы семинарских/практических занятий);

– контрольно-диагностический (содержит варианты тематических и обобщающих комплексов разноуровневых тестовых заданий – электронный инструментарий, позволяющий осуществлять педагогическую диагностику и контроль с целью определения соответствия результатов учебно-познавательной деятельности студентов требованиям образовательного стандарта и учебной программы).

Содержание ЭУМК по учебной дисциплине «Философия бизнеса» позволяет формировать комплекс профессиональных компетенций, определенных образовательным стандартом, с учетом требований Концепции оптимизации содержания, структуры и объема социально-гуманитарных дисциплин в учреждениях высшего образования. Содержательное наполнение модулей ЭУМК оптимизировано с учетом специфики содержания, дидактической направленности и функции того или иного элемента модуля. Их эффективное применение в системе организации и при осуществлении процесса обучения студентов УВО будет способствовать решению задач современного высшего образования в социально-гуманитарной предметной области, при изучении учебной дисциплины «Философия бизнеса».

Учреждение образования "Полесский государственный университет"  
(название учреждения высшего образования)

---

## УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе  
Учреждение образования  
"Полесский государственный  
университет"

\_\_\_\_\_ О.А.Золотарева

\_\_\_\_\_  
(дата утверждения)  
Регистрационный № УД-\_\_\_\_\_/уч.

## ФИЛОСОФИЯ БИЗНЕСА

(название учебной дисциплины)

---

### Учебная программа по учебной дисциплине для специальностей:

1-23 01 02

"Лингвистическое обеспечение межкультурных  
коммуникаций (по направлениям)"

\_\_\_\_\_  
(код специальности)

\_\_\_\_\_  
(наименование специальности)

2020 г.

# Философия бизнеса

---

Учебная программа составлена на основе учебного плана №069-20-УЧ от 07.02.2020 и ОСВО 1-23 01 02-2013

Название образовательного стандарта,

по дисциплине “Философия бизнеса”

---

## СОСТАВИТЕЛИ:

И.В. Гориш, старший преподаватель кафедры историко-культурного наследия учреждения образования “Полесский государственный университет“

(И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание)

## РЕЦЕНЗЕНТЫ:

В.Л. Алешкевич, заведующий кафедрой спортивно-педагогических дисциплин учреждения образования “Белорусский государственный педагогический университет имени Максима Танка“, кандидат педагогических наук, доцент

(И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание рецензента)

И.М. Зборина, доцент кафедры экономики и бизнеса учреждения образования “Полесский государственный университет“, кандидат экономических наук, доцент

(И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание рецензента)

## РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой межкультурных коммуникаций

(название кафедры-разработчика учебной программы)

(протокол № \_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ );

Научно-методическим советом учреждения образования “Полесский

(название учреждения высшего образования)

государственный университет“

(протокол № \_\_\_\_ от \_\_\_\_ . \_\_\_\_ . 2020 )

## СОГЛАСОВАНО:

Заведующий библиотекой \_\_\_\_\_

Методист УМО \_\_\_\_\_

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

---

## 1 Цели и задачи учебной дисциплины

*Цель дисциплины* – освоение студентами интеллектуальных инструментов философского уровня для формирования стратегий и методов мышления, с помощью которых можно было бы давать собственное объяснение действительности, бизнес-реальности, и на основе которых формировать свободное отношение к сложным явлениям бизнеса.

*Задачами учебной дисциплины* является изучение основных тем программы:

- рассмотрение основных понятий и проблем философии бизнеса;
- изучение различных подходов к осмыслению предпринимательства в научной и учебной литературе;
- исследование современных концепций в предпринимательской деятельности;
- выявление связи предпринимательской деятельности и религии;
- анализ этической составляющей предпринимательства;
- рассмотрение бизнеса как фактора социализации личности;
- исследование предпринимательства в контексте сохранения национально-культурной самобытности белорусского народа.

## 2 Место дисциплины в системе подготовки специалиста

Учебная программа "Философия бизнеса" является нормативным документом, определяющим содержание обучения и устанавливающим требования к объему и уровню подготовки студентов в соответствии с образовательным стандартом и типовым учебным планом по специальности 1-23 01 02 "Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (по направлениям)".

Курс предполагает содержательное пересечение с дисциплинами "Философия", "Культурология".

## 3 Требования к уровню освоения учебной дисциплины

В результате изучения дисциплины "Философия бизнеса" студент должен закрепить и развить следующие академические (АК), социально-личностные (СЛК) компетенции, предусмотренные в образовательном стандарте 1-23 01 02 - 2013.

### а) академические:

АК-1. Уметь применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач;

АК-2. Владеть системным и сравнительным анализом;

АК-4. Уметь работать самостоятельно;

АК-5. Быть способным порождать новые идеи (обладать креативностью);

АК-6. Владеть междисциплинарным подходом при решении проблем;

### б) социально-личностные:

СЛК-3. Обладать способностью к межличностным коммуникациям;

СЛК-5. Быть способным к критике и самокритике;

СЛК-6. Уметь работать в команде;

В результате изучения дисциплины студент должен:

- воспринимать предпринимательство как особый вид инновационной экономической деятельности, основанной на продуктивно-творческой, а не на распределительно-потребительской мотивации;

*знать:*

- особенности возникновения и действия механизмов управления; сущность системного подхода к экономическим процессам; специфику концепций теории катастроф в экономической сфере; основные проблемы нелинейной экономики; перспективы экономического развития;

*уметь:*

- анализировать экономические проблемы и процессы: использовать диалектический метод философии в различных видах деятельности; вырабатывать и обосновывать свою позицию по всем вопросам, касающимся ценностного отношения к человеку в экономической сфере;

*владеть навыками:*

- интеллигентного человека с высоким уровнем культуры общения и мышления, организации своего труда, иметь навык самостоятельного приобретения новых знаний и в условиях дальнейшего социально-экономического развития переоценки накопленного опыта, анализа своих возможностей и действий.

## 4 Объем дисциплины и виды учебной работы

В соответствии с учебными планами по дисциплине "Философия бизнеса" всего часов по дисциплине – 72 часа, из них всего аудиторных - 34, в том числе лекционных - 16, семинарских занятий – 8, УСП - 10.

Форма получения высшего образования – **дневная**.

*На лекциях* студентам предлагается рассмотреть бизнес как социокультурный феномен, ознакомиться с основными направлениями анализа предпринимательства в зарубежной и отечественной литературе, изучить современные подходы к систематизации теорий предпринимательства, проанализировать связь предпринимательства с религией.

*На семинарских занятиях* студенты выступают с докладами и сообщениями на актуальные темы, осуществляется контроль и коррекция имеющихся представлений, формируются убеждения и основы профессиональной деятельности.

При изучении курса используются учебно-наглядные пособия: презентации, учебные фильмы.

*Контроль усвоения знаний* осуществляется посредством письменных или устных опросов, тестирования, работы в группах, зачета.

*Формы текущей аттестации по дисциплине:* устный и письменный опрос, тестирование.

К зачету допускаются студенты, успешно выполнившие программу по дисциплине.

Дисциплина изучается в 4 семестре.

## СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

### **Тема 1 Философия бизнеса: основные понятия и проблемы**

Категориальное пространство современной теории предпринимательской деятельности (капитал, капитализм, рынок, предприниматель, потребитель). Предпринимательство как культурно-цивилизационный феномен. Гендерные аспекты предпринимательства. Проблема духовно-нравственной легитимизации предпринимательства. Легитимизация предпринимательства на основе культурно-исторических традиций.

### **Тема 2 Осмысление предпринимательства в социально-философской литературе**

М. Вебер "Протестантская этика и "дух капитализма". В. Зомбарт "Современный капитализм. Историко-систематическое исследование общеевропейской экономической жизни от ее зачатков до современности", "Буржуа: этюды по истории духовного развития современного экономического человека". А. Смит "Исследование о природе и причинах богатства народов". Р. Кантильон "Очерк о природе коммерции". Ж. Б. Сэй "Трактат по политической экономии". К. Рэндолл "Кредо свободного предпринимательства". Й. Шумпетер "Теория экономического развития". Сильвестр "Домострой". С.Н. Булгаков "Философия хозяйства", "Православие. Очерки учения Православной Церкви". П. Савицкий "Хозяин и хозяйство". "Экономические проблемы и национальное самосознание" (Л. Горичева), "Возродятся ли христианские начала в экономической науке?" (Ю. Егоров), "Духовные истоки российского предпринимательства" (А. Соболевская), "Православие в его хозяйственных возможностях" (Д. Платонов), "Экономические проблемы в Новом Завете" (В. Симонов), "Христианская экономия в свете насущных задач экономической реформы в России" (А. Глаголев), "О некоторых православных принципах формирования рыночной экономики" (Э. Афанасьев). О. Платонов «Экономика русской цивилизации». Ю. Бородай "Почему православным не годится протестантский капитализм?". Н.Н. Зарубина "Религиозные ориентации постсоветского предпринимательства". Р. Апресян "Ценностные контroversы предпринимательства". В.И. Чуешов, И.Г. Подпорин "Христианская мораль, социальная коммуникация, предпринимательство". В. Орлов "Философия бизнеса в обществах переходного типа".

## **Тема 3 Современные концепции в предпринимательской деятельности: теоретический статус и социальные функции**

Основные подходы к систематизации теорий предпринимательства. Социальные функции бизнеса в современном обществе. Предпринимательство как особый вид инновационной деятельности. Значение предпринимательства в инновационном развитии в Республике Беларусь.

## **Тема 4 Бизнес и теория деятельности**

Основные подходы к определению деятельности, ее структура. Роль мотива и мотивации в предпринимательской деятельности. Соотношение общественного идеала и частного интереса в предпринимательстве. Социальная ответственность бизнеса. Дискуссии о социальной ответственности.

## **Тема 5 Предпринимательская деятельность и религия**

Феномен православных предпринимателей. Католицизм и предпринимательство. Преуспевание как образ жизни – девиз предпринимателей-протестантов. Бизнес по Корану. Бизнес по-еврейски: основные правила.

## **Тема 6 Этическое измерение предпринимательства**

Мораль и этика. Нравственные ценности и формирование нравственного поведения. Уровень нравственного развития. Этические проблемы деловой жизни. Становление этики бизнеса как научной дисциплины. Причины повышения внимания к этике бизнеса. Структура этики бизнеса.

Экзистенциально-нравственный смысл предпринимательской деятельности. Основные принципы деловой этики. Этический кодекс предпринимательской деятельности: история и современность. Проблемы бизнес-этики в Республике Беларусь.

Типология корпоративных культур. Организационная культура: её содержание и ключевые понятия. Формирование и поддержание организационной культуры.

## **Тема 7 Бизнес и социализация личности**

Понятие социализации. Стадии и факторы социализации. Особенности самоопределения личности в бизнесе. Трансформация сознания человека под влиянием денег. Бизнес как способ самовыражения. Бизнес как хобби.

## **Тема 8 Предпринимательская деятельность как форма коммуникации и социальной игры**

Понятие коммуникации. Коммуникация как информация, деятельность, общение. Принципы классификации коммуникации. Основные функции коммуникации. Понятие и предмет бизнес-коммуникации. Особенности и формы деловой коммуникации. Бизнесмен как ”человек играющий“: роли и правила игры.

## **Тема 9 Предпринимательство и инновационное развитие Беларуси в контексте мирового культурно-цивилизационного процесса**

Предпринимательство как особый вид инновационной деятельности. Предпринимательство в контексте сохранения национально-культурной самобытности белорусского народа. Основные положения концептуальной модели белорусского предпринимательства.

## УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Номер раздела, темы,	Название раздела, темы, занятия; перечень изучаемых вопросов	Количество аудиторных часов					Материальное обеспечение занятия (наглядные, методические пособия и материалы)	Формы Контроля знаний	
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Управляемая самостоятельная работа			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	<p><b>Философия бизнеса: основные понятия и проблемы</b></p> <p>Категориальное пространство современной предпринимательской деятельности (капитал, капитализм, рынок, предприниматель, потребитель). Предпринимательство как культурно-цивилизационный феномен. Гендерные аспекты предпринимательства.</p> <p>Проблема духовно-нравственной легитимизации предпринимательства.</p>	2							
2	<p><b>Осмысление предпринимательства в научной и учебной литературе</b></p> <p>М. Вебер "Протестантская этика и "дух капитализма".</p> <p>В. Зомбарт "Современный капитализм. Историко-систематическое исследование общеевропейской экономической жизни от ее зачатков до современности", "Буржуа: этюды по истории духовного развития современного экономического человека".</p> <p>А. Смит "Исследование о природе и причинах богатства народов".</p> <p>Р. Кантильон "Очерк о природе коммерции".</p> <p>Ж.Б.Сэй "Трактат по политической экономии".</p> <p>К. Рэндолл "Кредо свободного</p>			2		2			Выступления Подготовка конспекта-схемы

	<p>предпринимательства“.</p> <p>Й. Шумпетер ”Теория экономического развития“.</p> <p>Сильвестр ”Домострой“.</p> <p>С.Н. Булгаков ”Философия хозяйства“, ”Православие. Очерки учения Православной Церкви“.</p> <p>П. Савицкий ”Хозяин и хозяйство“.</p> <p>О. Платонов ”Экономика русской цивилизации“.</p> <p>Н.Н. Зарубина ”Религиозные ориентации постсоветского предпринимательства“.</p> <p>Ю. Бородай ”Почему православным не годится протестантский капитализм? “.</p> <p>В.И. Чуешов, И.Г. Подпорин ”Христианская мораль, социальная коммуникация, предпринимательство“.</p> <p>Р. Апресян ”Ценностные контрверзы предпринимательства“.</p> <p>В. Орлов ”Философия бизнеса в обществах переходного типа“.</p>							
3	<p><b>Современные концепции в предпринимательской деятельности: теоретический статус и социальные функции</b></p> <p>Основные подходы к систематизации теорий предпринимательства.</p> <p>Социальные функции бизнеса в современном обществе.</p> <p>Предпринимательство как особый вид инновационной деятельности.</p> <p>Значение предпринимательства в инновационном развитии в Республике Беларусь.</p>	2				2		Подготовка конспекта-схемы
4	<p><b>Бизнес и теория деятельности</b></p> <p>Основные подходы к определению деятельности, ее структура.</p> <p>Роль мотива и мотивации в предпринимательской деятельности.</p> <p>Соотношение общественного идеала и частного интереса в предпринимательстве.</p> <p>Социальная ответственность бизнеса.</p> <p>Дискуссии о социальной ответственности бизнеса.</p>	2		2				Дискуссия
5	<p><b>Предпринимательская деятельность</b></p>	2		2		2		Устный

	<p><b>и религия</b> Религия и бизнес. Феномен православных предпринимателей. Католицизм и предпринимательство. Преуспевание как образ жизни – девиз предпринимателей-протестантов. Бизнес по Корану. Бизнес по-еврейски: основные правила.</p>							опрос Подготовка презентации
6	<p><b>Этическое измерение предпринимательства</b> Мораль и этика. Нравственные ценности и формирование нравственного поведения. Уровень нравственного развития. Этические проблемы деловой жизни. Становление этики бизнеса как научной дисциплины. Причины повышения внимания к этике бизнеса. Структура этики бизнеса. Экзистенциально-нравственный смысл предпринимательской деятельности. Основные принципы деловой этики. Этический кодекс предпринимательской деятельности: история и современность. Проблемы бизнес-этики в Республике Беларусь.</p>	2			2			Подготовка конспекта
7	<p><b>Бизнес и социализация личности</b> Содержание процесса социализации. Этапы социализации. Социально-экономические факторы социализации. Особенности самоопределения личности в бизнесе. Трансформация сознания человека под влиянием денег. Бизнес как способ самовыражения. Бизнес как хобби.</p>	2			2			Реферат
8	<p><b>Предпринимательская деятельность как форма коммуникации и социальной игры</b> Понятие коммуникации. Коммуникация как информация, деятельность, общение.</p>	2	2					Письменный опрос

	<p>Принципы классификации коммуникации.</p> <p>Основные функции коммуникации.</p> <p>Понятие и предмет бизнес-коммуникации.</p> <p>Бизнесмен как "человек играющий": роли и правила игры.</p>							
9	<p><b>Предпринимательство и инновационное развитие Беларуси в контексте мирового культурно-цивилизационного процесса</b></p> <p>Предпринимательство как особый вид инновационной деятельности.</p> <p>Предпринимательство в контексте сохранения национально-культурной самобытности белорусского народа.</p> <p>Основные положения концептуальной модели белорусского предпринимательства.</p>	2						
	<b>Итого 34</b>	<b>16</b>		<b>8</b>		<b>10 (лек)</b>		<b>Зачёт</b>

## СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

### Перечень основной и дополнительной литературы:

#### Основная литература

1. 1000 лет русского предпринимательства. Из истории купеческих родов. /Сост. О.Платонов. – М.: Современник, 1995. – 479 с.
2. Автономов, В.С. Предпринимательская функция в экономической системе. /Отв. ред. В.И. Кузнецов. – М.: ИМЭМО, 1990. – 82 с.
3. Автономов, В.С. Человек в зеркале экономической теории (Очерк истории западной экономической мысли) /В.С. Автономов. – М., 1993. – 176 с.
4. Агеев, А., Кузин, Д. Социализм и предпринимательство: проблемы совместимости /А. Агеев, Д. Кузин// Вопросы экономики. – 1990. – № 3. – С. 58–69.
5. Андрос, И.А. Социокультурные факторы формирования предпринимательства в экономике Республики Беларусь (на примере Брестской области): Дис. канд. социол. наук: 22.00.03. – Минск, 2003. – 192 с.
6. Апресян, Р. Ценностные контрверсы предпринимательства /Р. Апресян// Общественные науки и современность. – 1993. – № 2. – С. 19–29.
7. Архипов А. Особенности и пути утверждения нового экономического мышления.// Экономист. - № 12. – 1999.
8. Афанасьев, Э.О некоторых православных принципах формирования рыночной экономики /Э. Афанасьев// Вопросы экономики. – 1993. – № 8. – С. 54–59.
9. Бабаков, В.Г., Семенов, В.М. Национальное сознание и национальная культура (методологические проблемы)/В.Г. Бабаков, В.М. Семенов. – М.: ИНФРАН, 1996. – 70с.
10. Бабосов, Е.М. Социально–стратификационная панорама современной Беларуси /Е.М. Бабосов - Мн.: ООО «ФУАинформ», 2002. – 360 с.
11. Бакштановский, В.И., Согомонов, Ю.В. Прикладная этика: идея, основания, способ существования /В.И. Бакштановский, Ю.В. Согомонов// Вопросы философии. – 2007. – №9. – С. 39–49.
12. БГ – ЗНАНИЕ.РУ [Электронный ресурс] / Дятлов, С.А. Православные основы русской экономики. – Режим доступа: <http://www.bg-znanie.ru/article.php?nid=20735>. – Дата доступа: 05.08.2017.
13. Белорусская модель развития: теория и практика / Е.В. Матусевич, Н.М. Шевцов, Г.М. Пашковский. – Мн.: ИСПИ, 2003. – 172с.
14. Библиотека православного христианина «Благовещение» [Электронный ресурс] / Основы социальной концепции Русской Православной Церкви. – 2000. – Режим доступа: <http://www.wco.ru/biblio/books/koncept1/>. – Дата доступа: 27.11.2020.

15. Библия. Современный перевод библейских текстов. – М., 1997.
16. Бизнес союз предпринимателей и нанимателей [Электронный ресурс] / Кодекс деловой этики. – Режим доступа: <http://bspn.by/>. – Дата доступа: 22.09.2020.
17. Блинов А.О., Шапкин И.Н. Предпринимательство на пороге третьего тысячелетия. — М., 2000.
18. Гребнев, Л.С. Философия экономики (старые истины и новое мышление) / Л.С. Гребнев. – М.: Луч, 1991. – 154с.
19. Орлов, В.И. Философия бизнеса в обществах переходного типа: монография \ В.И. Орлов. – Минск: Экономпресс, 2004. – 288с.

### Дополнительная литература

- 20.1 Атаманчук, Т.С. Составление бизнес-плана для малого Бородай, Ю. Почему православным не годится протестантский капитализм /Ю. Бородай// Наш современник. – 1990. – № 10. – С. 3–16.
21. Бочкарева, В. Из истории социологии предпринимательства в дореволюционной России /В. Бочкарева// Журнал социологии и социальной антропологии. – 2001. – № 4. – С. 150–170.
22. Братющенко, С.В. Социальная ответственность предпринимательства (обзор концепций)/С.В. Братющенко// Актуальные проблемы социально-экономического развития: взгляд молодых ученых. – Новосибирск: ИЭОПП СО РАН, 2005. – С.166–178.
23. Бродель, Ф. Время мира. Материальная цивилизация, экономика и капитализм. XV–XVIII вв. Т. 3 /Ф. Бродель/ Пер. с франц. д.и.к. Л.Е. Куббеля. – М.: Прогресс, 1992. – 680с.
24. Бузгалин, А.В., Колганов, А.И. Глобальный капитал /А.В. Бузгалин, А.И. Колганов. – М., 2004. – 512с.
25. Булгаков, С.Н. Очерки учения православной церкви /С.Н. Булгаков. - 3-е изд. – Paris: YMCA-PRESS, 1989. – С. 345–369
26. Вебер, М. Избранные произведения / М. Вебер. – М.Пер. с нем./Сост., общ. ред. и послесл. Ю. Н. Давыдова; Предисловие П. П. Гайденко. – М.: Прогресс, 1990. (Социологическая мысль Запада). – С. 44–271.
27. Вебер, М. Работы М. Вебера по социологии религии и идеологии. К XVI международному конгрессу исторических наук (Штутгарт, ФРГ, 1985) (Для служебного пользования)
28. Верхан, Петер Х. Предприниматель. Его экономическая функция и общественно-политическая ответственность /Петер Х. Верхан. – Минск: Эридан, 1992. – 60с.
29. Вогель, Д.Д. Этика бизнеса: прошлое и настоящее // Уроки организации бизнеса. – 1994.
30. Гараджа М., Петрунин Ю. Трудно ли богатому войти в Царствие Небесное, или Православие и рынок. //Наука и религия. - № 2. – 1993.
31. Голенкова, З.Т., Игитхян, Е. Д. Российский предприниматель: некоторые аспекты

- современной жизни /З.Т. Голенкова, Е.Д. Игитханян// Социс. – 2006. – № 11. – С. 29–37.
32. Горичева, Л. Экономические проблемы и национальное самосознание /Л. Горичева// Вопросы экономики. – 1993. – № 8. – С. 44-53.
33. Гориш, И.В. Культурно-исторические и религиозные основания предпринимательства в Республике Беларусь /И.В. Гориш/ Вестник Могилевского государственного университета. – 2006. – №4 (25). – С.47– 51.
34. Горыш, І.У. Праваслаўныя традыцыі ў прадпрымальніцтве /І.У. Горыш/ Весці Нацыянальнай акадэміі навук Беларусі. Серыя гуманітарных навук. – 2007. – №4. – С.9– 13.
35. Гориш, И.В. Основные аспекты социально-философского анализа предпринимательства /И.В. Гориш/ Вестник Полесского государственного университета. Серия общественных и гуманитарных наук. – 2012. – №2. – С. 56– 59.
36. Гориш, И.В. Философия бизнеса: Методические рекомендации по подготовке к семинарским занятиям для студентов всех форм обучения / И.В. Гориш.- Пинск: ПолесГУ, 2013. – 61с.
37. Гориш, И.В. Философия бизнеса: ресурс современной системы образования и совершенствования общественных отношений /И.В. Гориш/ Вестник Полесского государственного университета. Серия общественных и гуманитарных наук. – 2013. – №2. – С. 57– 61.
38. Государство и частное предпринимательство в условиях догоняющего развития. Круглый стол ученых // Общественные науки и современность. – 1999. – № 1. – С. 5–17.
39. Гуляка, Л. Роль государства и общества в сохранении национальных культур /Л. Гуляка// Разнообразие языков и культур в контексте глобализации: мат. междунар. симпозиума (в 2-х кн.). – т. 2. – Мн.: БелСаЭс « Чернобыль», 2003. – С. 277–281.
40. Гусеў, Ю., Пазнякоў, В. Нацыянальная духоўная культура ў інфармацыйным грамадстве (вопыт сістэмнага аналізу) /Ю. Гусеў, В. Пазнякоў/ Лес нацыянальнай культуры на паваротах гісторыі (1995, 1997):мат. рэсп. навук.-практ. канф. – Мінск: МГА «Беларускі кнігазбор», 2000. – С. 61–67.
41. Даниленко, В.В., Петров, О.В. Славянский мир в условиях глобализации // Национальная безопасность и геополитика России /В.В. Даниленко, О.В. Петров. – М., 2004. – № 5–6 (58–59). – С.143–146.
42. Данилова, В.С., Кожевников, Н.Н. Важнейшие философские аспекты глобального эволюционизма /В.С. Данилова, Н.Н. Кожевников// Наука и образование. – 2001. – № 3. – С.8– 17.
43. Домников, С.Д. Мать-земля и Царь-город. Россия как традиционное общество /С.Д. Домников. – М.: Алетейа, 2002. – 672с.
44. Душацкий Л.Е. Ценностно-мотивационные доминанты российских предпринимателей //Социологические исследования. - 1999. - № 7.
45. Дынкин, А.А. Предпринимательство в конце XX века /А.А. Дынкин. – М.: Наука, 1992.

– 312 с.

46. Егоров, Ю. Возродятся ли христианские начала в экономической науке? /Ю. Егоров// Вопросы экономики. – 1993. – № 8. – С. 106–112.
47. Жытко, А. Дваранскае прамысловое прадпрымальніцтва ў Беларусі /А. Жытко// Беларускі гістарычны часопіс. – 2003. – №2. – С. 10–15.
48. Залоска, Ю. Роля рэлігіі ў жыцці чалавека і глабалізацыя /Ю. Залоска/ Міжкультурны дыялог у Беларусі: нацыянальна-культурнае і духоўнае развіццё ва ўмовах глабалізацыі: матэрыялы нав.-практ. канф., г. Мінск, 10-12.12.2003г./ Праект ЮНЕСКА №18342407 ВУЕ; рэдкал.: Л. Уладыкоўская-Канаплянік [і інш.]. – Мн, 2004. – С. 181–188.
49. Зарубина, Н.Н. Российский предприниматель в художественной литературе XIX – начала XX века /Н.Н. Зарубина// Общественные науки и современность. – 2003. – №1. – С.101–115.
50. Зарубина, Н.Н. Социально-культурные основы хозяйства и предпринимательства/ Учеб. пособие /Н.Н. Зарубина. – М.: Магистр, 1998. – 360 с.
51. Зарубина, Н.Н. Без протестантской этики: проблема социокультурной легитимизации предпринимательства в модернизирующихся обществах /Н.Н. Зарубина // Вопросы философии. – 2001. – №10. – С.45–56.
52. Зарубина, Н.Н. Религиозные ориентации постсоветского предпринимательства /Н.Н. Зарубина// Преподавание истории и обществознания в школе. – 2003. – №3. – С. 11–19.
53. Зарубина, Н.Н. Этика служения в российской хозяйственной культуре: светские и духовные предпосылки / Н.Н. Зарубина // Христианские начала экономической этики. – М.: Антология, 2001. – С.117–124.
54. Зарубина, Н.Н. Этика служения и этика ответственности в культуре русского предпринимательства /Н.Н. Зарубина// Общественные науки и современность. – 2004. – № 1. – С. 96–105.
55. Заславская, Т.И. Бизнес-слой российского общества: сущность, структура, статус /Т.И. Заславская// Социологические исследования. – 1995. – № 3. – С.3–12.
56. Заславская, Т.И. Социетальная трансформация российского общества: Деятельностно-структурная концепция /Т.И. Заславская. – М.: Дело, 2002. – 568с.
57. Зодчество [Электронный ресурс] / Кандалинцев, В. Бизнес во Христе. Бизнес и христианство. – Режим доступа: <http://sobor.vinchi.ru/pages/author/kandalincev/business/kandalincev1.html>. – Дата доступа: 05.08.2020.
58. Зомбарт, В. Буржуа: Этюды по истории духовного развития современного экономического человека / В.Зомбарт. – Пер. с нем.; изд. подгот. Ю.Н. Давыдов, В.В. Сапов. – М.: Наука, 1994. – 443с.
59. Зомбарт, В. Современный капитализм. Историко-систематическое исследование общеевропейской экономической жизни от ее зачатков до современности Т.1 Полутом 1. – Л.: Путь к знанию, 1924. – 275с.

и современность. - № 5. - 1993.

- 60.Иванисов, А.М. Психологические аспекты предпринимательства /А.М. Иванисов// Предпринимательство в Белоруссии. – 2001. – №3. – С. 29–30.
- 61.Кириенко, В.В. Белорусская ментальность: истоки, современность, перспективы / В.В. Кириенко. – Гомель: ГГТУ им. П.О.Сухого, 2009. – 319с.
- 62.Кириенко, В.В. Менталитет современных белорусов: монография / В.В. Кириенко. – Гомель: ГГТУ им. П.О.Сухого, 2004. – 225с.
- 63.Кириенко, В.В. Негосударственное предпринимательство в Беларуси: культурно-цивилизационный аспект /В.В. Кириенко// Предпринимательство в Белоруссии. – 2001. – №3, 4.
- 64.Кирилл, митрополит Смоленский и Калининградский. Россия и православный мир // Предпринимательство. – 2004. – №12. – С.19–34.
- 65.Колганов М. Особенности предпринимательства в переходной экономике.// Экономист № 1. – 1999.
- 66.Колесников, И. Бизнес и его опасности /И. Колесников// Крыніца жыцця. – 1998. – №4. – С. 20–22.
- 67.Комитет по развитию малого предпринимательства [Электронный ресурс] / Предпринимательская этика в развитых экономиках – Режим доступа: <http://sme.ural-business.ru/?page=struct/consults&topic=187&id=51>. – Дата доступа: 25.10.2018.
- 68.Концепция молодежной политики Республики Беларусь // Союз предпринимателей. – 2009. – №8, июль.
- 69.Корпоративный менеджмент [Электронный ресурс]/ Нецадин, А. Общественные ценности, этика предпринимательства, процессы глобализации и особенности России. – Режим доступа: [www.cfin.ru/management/practice/masterman-02/neshadin.shtml](http://www.cfin.ru/management/practice/masterman-02/neshadin.shtml). – Дата доступа: 27.02.2020.
- 70.Костюк, К.Н. Христианские начала экономической этики /К.Н. Костюк. –М.: Директмедиа Паблишинг, 2001. – 256с.
- 71.Ксеневиц, А. Сейчас многие в Беларуси на предпринимателей смотрят, как на бандитов./ А. Ксеневиц// Обозреватель. – 20.08.2010. – №33 (416).
- 72.Куделин, А. Типологический анализ трактовок предпринимательства /А.Куделин // Предпринимательство. – 2004. – №3. – С.40–62.
- 73.Литература по психологии [Электронный ресурс] / Дружинин, В.Н. Психология предпринимательства / В.Н. Дружинин. – Режим доступа: [http://psychology.do.am/load/po\\_avtoru/druzhinin/druzhinin\\_v\\_n\\_psikhologija\\_predprinimatelstva/48-1-0-253](http://psychology.do.am/load/po_avtoru/druzhinin/druzhinin_v_n_psikhologija_predprinimatelstva/48-1-0-253). – Дата доступа: 23.03.2020.
- 74.Лынова, Т. Предприимчивость и мораль должны объединиться /Т. Лынова// Директор. – 2003. – сентябрь. – С.44–47.
- 75.Лынова, Т. Социальный портрет белорусского предпринимательства /Т. Лынова// ЭКОВЕСТ. – 2002. – №2, 4. – С. 614–635.
- 76.Манаев, О. Бизнес и общество: от равнодушия – к взаимодействию \О. Манаев//

- Экономическая газета. – 15.03.2002. – №19(539).
77. Манаев, О.И. Имидж предпринимателя - залог настроений. Подчас сиюминутных /О.И. Манаев// Дело (Восток+Запад). – 2002. – № 3. – С. 10–11.
78. Маргун В.С. Трудовые ценности российского общества. // Общественные науки и современность. - № 6. – 1996.
79. Мартовская, С. Национальная платформа бизнеса Беларуси – 2010: независимость страны – мощный национальный бизнес /С. Мартовская// Обозреватель. – 12.03.2010. – №10 (393).
80. Мартовская, С. Предприниматели – золотой фонд страны. /С. Мартовская// Обозреватель. – 09.01.2009. – №2 (332).
81. Мартовская, С. Что беспокоит белорусских предпринимателей? /С. Мартовская// Обозреватель. – 15.01.2010. – №2 (385).
82. Микулич, А.В. Рыночная модель мотивации труда в условиях крупного интегрированного товарного производства / А.В. Микулич, С.А. Микулич // Белорусская экономика: анализ, прогноз, регулирование. – 2005. – № 2. – С. 40–48.
83. Мясникович, М.В. Инновационная деятельность в Республике Беларусь: теория и практика /М.В. Мясникович. – Мн.: Аналитический центр НАН Беларуси, ИООО "Право и экономика", 2004. – 178с.
84. Мясникович, М.В. Научные основы инновационной деятельности /М.В. Мясникович. – Мн.: ИООО "Право и экономика", 2003. – 280с.
85. Национальная платформа бизнеса Беларуси – 2009 // Союз предпринимателей. – 2009. – №1, март.
86. Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Хартию корпоративной и деловой этики приняли представители делового сообщества нашей страны - некоммерческие организации. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/showtext.asp?1084457540288> – Дата доступа: 13.04.2020.
87. Основные положения программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2001–2005 годы. Основные направления социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2010 г. / Сост. М.И. Плотницкий. – Мн.: ООО «Мисанта», 2002. – 111 с.
88. Отечественные записки [Электронный ресурс] / Зарубина, Н. Этика предпринимательства в русской культуре. – Режим доступа: <http://www.strana-oz.ru/?numid=5&article=269>. – Дата доступа: 13.05.2020.
89. Официальный сайт Министерства экономики Республики Беларусь [Электронный ресурс] О развитии малого предпринимательства в 1-ом полугодии 2009 года.; «Комплекс мероприятий по достижению прогнозных параметров развития малого и среднего предпринимательства на период до 2010 года». – Режим доступа: <http://w3.economy.gov.by>. – Дата доступа: 23.07.2020г.
90. Павлов, В.В. Характерные особенности экономического поведения предпринимателей /В.В. Павлов// Предпринимательство в Белоруссии. – 2001. – №5. – С. 36–37.
91. Панарин, А. Парадоксы предпринимательства, парадоксы истории /А. Панарин//

- Вопросы экономики. – 1995. – № 7. – С. 62–73.
92. Пантин, В.И. Философия исторического прогнозирования: ритмы истории и перспективы мирового развития в первой половине XXI века /В.И. Пантин, В.В. Лапкин. – Дубна: Феникс+, 2006. – 448с.
93. Перепелкин О.В. Российский предприниматель: штрихи к социальному портрету// Социс. - № 2. – 1995.
94. Петрунин Ю.Ю. Этика бизнеса: современные концепции. // Общественные науки и современность. - № 3. – 1998.
95. Пиатковский, М. Экономические и институциональные факторы «новой экономики» в странах с переходной экономикой / М. Пиатковский// Белорусский экономический журнал. – 2004. – №1. – С. 14–23.
96. Пивоваров, И.С. Предпринимательство и предпринимательская деятельность: Учебное пособие /И.С. Пивоваров. – Мн.: Высшая школа, 2000. – 266с.
97. Платонов, Д. Православие в его хозяйственных возможностях (заметки историка-экономиста) /Д. Платонов// Вопросы экономики. – 1993. – № 8. – С. 82–87.
98. Платонов, О. Экономика русской цивилизации /О. Платонов// Наш современник. – 1994. – № 4, 6, 7, 11–12.
99. Позняков, В.П. Психологические отношения и деловая активность российских предпринимателей /В.П. Позняков / РАН. Ин-т психологии. – М., 2001. – 240 с.
100. Сидорский, С.С. О состоянии и путях развития инновационной деятельности в Республике Беларусь // Инновационная политика государства и пути ее реализации. Мн., 2004. – С. 3–15.
101. Симонов, В. Экономические проблемы в Новом Завете /В. Симонов// Вопросы экономики. – 1993. – № 8. – С. 72–81.
102. Смит, А. Исследование о природе и причинах богатства народов /А. Смит; [пер. с англ.; предисл. В.С. Афанасьева]. – М.: Эксмо, 2007. – 960с.
103. Соболевская, А. Духовные истоки российского предпринимательства /А. Соболевская // Вопросы экономики. – 1993. – № 8. – С. 88–96.
104. Современный бизнес: этика, культура, безопасность: Ретросп. библиогр. указ. (1993-1996 гг.) / ГПНТБ России; Сост.: В.В. Климова, О.М. Мещеркина. – М., 1997. – 130 с.
105. Уткин, Э.А. Этика бизнеса. – 1998.
106. Шихирев, П.Н. Этические принципы ведения дел в России. – 1999.
107. Шургалина И.Н. Анализ экономической реформы в России и её последствия в свете теории катастроф. Вестник МГУ. – Серия 6. – Экономика. - № 4. – 1996.

### **2 Технологии и методы обучения**

Среди эффективных педагогических методик и технологий, которые способствуют вовлечению студентов в обучение и самостоятельного выполнения разнообразных задач, следует выделить:

- технологии проблемно-модульного обучения;

- технологии частично-поисковой деятельности;
- коммуникативные технологии (дискуссии и др.);
- информационно-коммуникационные технологии (презентации, мультимедиа и др.);
- игровые технологии.

Для управления учебным процессом и организации контрольно-оценочной деятельности рекомендуется использовать рейтинговые, системы оценки учебной деятельности студентов, управляемую самостоятельную работу, учебно-методические комплексы.

В целях формирования профессиональных компетенций выпускника вуза в практику проведения лекционных, практических семинарских занятий целесообразно внедрять методики активного обучения (семинар, дискуссия, диспут и др.) и нетрадиционные формы организации учебных занятий (деловые игры, круглые столы и др.).

### **3 Перечень средств диагностики результатов учебной деятельности:**

В целях стимулирования познавательной активности и организации работы студентов в течение семестра рекомендуется использование модульно-рейтинговой системы оценки.

Промежуточный контроль проводится после изложения теоретического материала по соответствующему разделу, модулю на семинарских занятиях. Итоговая оценка учебных достижений студента осуществляется на зачете.

Для текущего контроля качества усвоения знаний студентами используется следующий диагностический инструментарий:

- 1 Выступления.
2. Реферат.
3. Письменные или устные опросы
4. Дискуссия.
5. Сдача зачета по дисциплине.

### **4 Примерный перечень заданий управляемой самостоятельной работы**

Управляемая самостоятельная работа студента по дисциплине "Философия бизнеса" направлена на рассмотрение основных подходов к систематизации теорий предпринимательства углубленное теоретическое изучение этического пространства бизнеса, его основных проблем и путей их решения.

Управляемая самостоятельная работа студентов предусматривает использование материалов, размещенных в модульной объектно-ориентированной среде e-learning ПолесГУ.



**Таблица 1 – Примерный перечень заданий управляемой самостоятельной работы**

Тема	Задания	Форма контроля
1	2	3
Тема 5 Предпринимательская деятельность и религия	Подготовка доклада (до 5 стр.) «Примеры успешного бизнеса у представителей различных конфессий»	Выступление с докладом на аудиторных занятиях
Тема 6 Этическое измерение предпринимательства	Подготовка краткого конспекта с изложением следующих вопросов: 1. Мораль и этика. Нравственные ценности и формирование нравственного поведения. 2. Этические проблемы деловой жизни. Становление этики бизнеса как научной дисциплины. 3. Причины повышения внимания к этике бизнеса. Структура этики бизнеса. 4. Основные принципы деловой этики. 5. Этический кодекс предпринимательской деятельности: история и современность. 6. Проблемы бизнес-этики в Республике Беларусь.	Экспресс-опрос на аудиторных занятиях
Тема 6 Этическое измерение предпринимательства	Подготовка примера этического кодекса предпринимательской деятельности	Защита творческой работы
Тема 8 Предпринимательская деятельность как форма коммуникации и социальной игры	Подготовить презентацию (не менее 25 слайдов) с отражением следующих вопросов: 1. Понятие коммуникации. 2. Коммуникация как информация, деятельность, общение. 3. Принципы классификации коммуникации. 4. Основные функции коммуникации. 5. Понятие и предмет бизнес-коммуникации. 6. Бизнесмен как "человек играющий": роли и правила игры.	Письменный опрос на аудиторных занятиях
Тема 9 Предпринимательство и инновационное развитие Беларуси в контексте мирового культурно-цивилизационного процесса	Подготовка краткого конспекта с изложением следующих вопросов: 1. Предпринимательство как особый вид инновационной деятельности. 2. Предпринимательство в контексте сохранения национально-культурной самобытности белорусского народа. 3. Основные положения концептуальной модели белорусского предпринимательства.	Дискуссия

## 5 Примерный перечень практических занятий

Планом не предусмотрены

## 6 Примерный перечень семинарских занятий:

1. Осмысление предпринимательства в научной и учебной литературе
2. Бизнес и теория деятельности
3. Предпринимательская деятельность и религия
4. Предпринимательская деятельность как форма коммуникации и социальной игры

## 7 Примерный перечень вопросов к зачету

1. Определение понятий «бизнес» и «предпринимательство».
2. Категориальное пространство современной теории предпринимательской деятельности (капитал, капитализм, рынок, предприниматель, потребитель).
3. Предпринимательство как культурно-цивилизационный феномен.
4. Гендерные аспекты предпринимательства.
5. Проблема духовно-нравственной легитимизации предпринимательства.
6. Трудности формирования нового экономического мышления.
7. Предпринимательская деятельность как предмет осмысления.
8. Обоснование предпринимательской деятельности в русской философии и культуре.
9. Основные подходы к систематизации теорий предпринимательства.
10. Социальные функции бизнеса в современном обществе.
11. Предпринимательство как особый вид инновационной деятельности.
12. Значение предпринимательства в инновационном развитии в Республике Беларусь.
13. Основные положения концептуальной модели белорусского предпринимательства.
14. Основные подходы к определению деятельности, ее структура.
15. Роль мотива и мотивации в предпринимательской деятельности.
16. Соотношение общественного идеала и частного интереса в предпринимательстве
17. Социальная ответственность бизнеса.
18. Проблема отношений в системе «бизнес-религия».
19. Феномен православных предпринимателей.
20. Анализ «Свода нравственных принципов и правил ведения хозяйства».
21. Католицизм и предпринимательство.

22. Преуспевание как образ жизни – девиз предпринимателей-протестантов.
23. Бизнес по Корану.
24. Бизнес по-еврейски: основные правила.
25. Мораль и этика. Нравственные ценности и формирование нравственного поведения.
26. Уровень нравственного развития.
27. Этические проблемы деловой жизни. Становление этики бизнеса как научной дисциплины.
28. Причины повышения внимания к этике бизнеса. Структура этики бизнеса.
29. Экзистенциально-нравственный смысл предпринимательской деятельности.
30. Основные принципы деловой этики.
31. Этический кодекс предпринимательской деятельности: история и современность.
32. Проблемы бизнес-этики в Республике Беларусь.
33. Анализ этических кодексов бизнес-сообщества в Республике Беларусь.
34. Содержание процесса социализации.
35. Этапы и факторы социализации.
36. Социально-экономические факторы социализации. Особенности самоопределения личности в бизнесе.
37. Трансформация сознания человека под влиянием денег.
38. Бизнес как способ самовыражения.
39. Бизнес как хобби.
40. Понятие коммуникации.
41. Коммуникация как информация, деятельность, общение.
42. Принципы классификации коммуникации.
43. Основные функции коммуникации.
44. Понятие и предмет бизнес-коммуникации.
45. Бизнесмен как ”человек играющий“: роли и правила игры.

## 8 Примерный перечень рефератов

1. Социальные функции бизнеса в современном обществе.
2. Преимущества и выгоды ведения предпринимательской деятельности, истории успеха.
3. Приоритеты и особенности мышления предпринимателя.
4. Предпринимательство как особый вид инновационной деятельности.
5. Значение предпринимательства в инновационном развитии в Республике Беларусь.
6. Понятие капиталистического духа в работе М. Вебера ”Протестантская этика и ”дух капитализма“.

7. Проблемы взаимовлияния капиталистического духа и капитализма в работах В. Зомбарта.
8. Личность буржуа в произведении В. Зомбарта "Буржуа: этюды по истории духовного развития современного экономического человека".
9. Духовные характеристики современного экономического человека.
10. А. Смит о природе капитала, его накоплении и применении.
11. Сущность и функции предпринимательства в труде Ж. Б. Сэя "Трактат по политической экономии".
12. Честность как неотъемлемое качество предпринимателя в работе К. Рендолла "Кредо свободного предпринимательства".
13. Характеристика предпринимательства, предлагаемая Й. Шумпетером.
14. "Домострой": правила ведения хозяйства.
15. Хозяйственный аскетизм и хозяйственный эгоизм как модели хозяйствования в произведениях С.Н. Булгакова.
16. Предприниматель как добрый хозяин в работе П. Савицкого "Хозяин и хозяйство".
17. Основные черты русской цивилизации и ее самобытность в произведении О. Платонова "Экономика русской цивилизации".
18. Рассмотрение предпринимательства в работах Н.Н. Зарубиной.
19. Принципы православия и капитализм: вероятность или невозможность совмещения.
20. Социально-этическая ответственность предпринимателя в статье Р. Апресяна "Ценностные контрверзы предпринимательства".
21. Практическое значение монографии В. Орлова "Философия бизнеса" для улучшения бизнес-климата в Беларуси.
22. Основные подходы к определению деятельности, ее структура.
23. Многофункциональная структура бизнес-деятельности.
24. Соотношение общественного идеала и частного интереса в предпринимательстве.  
Социальная ответственность бизнеса. Дискуссии о социальной ответственности.

## ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Философия	Кафедра межкультурных коммуникаций	нет	Согласовать Пр.№4 от 05.06.2020
Культурология	Кафедра межкультурных коммуникаций	нет	Согласовать Пр.№4 от 05.06.2020

## ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ на 2021 / 2022 учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание
1	Изменение соотношения аудиторных часов и УСП (учебно-методическая карта прилагается)	На основании учебного плана специальности №069-20-УЧ от 07.02.2020 Утверждение методических рекомендаций по организации самостоятельной работы обучающихся УО "ПолесГУ" от 08.05.2020 №5

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры  
межкультурных коммуникаций

\_\_\_\_\_ (протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.)  
(название кафедры)

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ (ученая степень, ученое звание)

\_\_\_\_\_ (подпись)

\_\_\_\_\_ (И.О.Фамилия)

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета  
экономики и финансов

\_\_\_\_\_ (ученая степень, ученое звание)

\_\_\_\_\_ (подпись)

\_\_\_\_\_ (И.О.Фамилия)

## ДЕСЯТИБАЛЛЬНАЯ ШКАЛА И ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНИВАНИЯ

Десятибалльная шкала в зависимости от величины балла и отметки включает следующие критерии:

### **10 (десять) баллов, зачтено:**

систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине, а также по основным вопросам, выходящим за ее пределы;

точное использование научной терминологии (в том числе на иностранном языке), грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы;

безупречное владение инструментарием учебной дисциплины, умение его эффективно использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач;

выраженная способность самостоятельно и творчески решать сложные проблемы в нестандартной ситуации;

полное и глубокое усвоение основной, дополнительной литературы, по изучаемой учебной дисциплине;

умение свободно ориентироваться в теориях, концепциях и направлениях по изучаемой учебной дисциплине и давать им аналитическую оценку, использовать научные достижения других дисциплин;

творческая самостоятельная работа на практических, лабораторных занятиях, активное творческое участие в групповых обсуждениях высокий уровень культуры исполнения заданий.

### **9 (девять) баллов, зачтено:**

систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

точное использование научной терминологии (в том числе на иностранном языке), грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы;

владение инструментарием учебной дисциплины, умение его эффективно использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач;

способность самостоятельно и творчески решать сложные проблемы в нестандартной ситуации в рамках учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

полное усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

умение ориентироваться в теориях, концепциях и направлениях по изучаемой учебной дисциплине и давать им аналитическую оценку;

систематическая, активная самостоятельная работа на практических, лабораторных занятиях, творческое участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий.

### **8 (восемь) баллов, зачтено:**

систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной

программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине в объеме учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

использование научной терминологии (в том числе на иностранном языке), грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать обоснованные выводы и обобщения;

владение инструментарием учебной дисциплины (методами комплексного анализа, техникой информационных технологий), умение его использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач;

способность самостоятельно решать сложные проблемы в рамках учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

умение ориентироваться в теориях, концепциях и направлениях по изучаемой учебной дисциплине и давать им аналитическую оценку;

активная самостоятельная работа на практических, лабораторных занятиях, систематическое участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий.

### **7 (семь) баллов, зачтено:**

систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

использование научной терминологии (в том числе на иностранном языке), грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать обоснованные выводы и обобщения;

владение инструментарием учебной дисциплины, умение его использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач;

свободное владение типовыми решениями в рамках учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях по изучаемой учебной дисциплине и давать им аналитическую оценку;

самостоятельная работа на практических, лабораторных занятиях, участие в групповых обсуждениях, высокий) уровень культуры исполнения заданий.

### **6 (шесть) баллов, зачтено:**

достаточно полные и систематизированные знания в объеме учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

использование необходимой научной терминологии, грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать обобщения и обоснованные выводы;

владение инструментарием учебной дисциплины, умение его использовать в решении учебных и профессиональных задач;

способность самостоятельно применять типовые решения в рамках, учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

усвоение основной литературы, рекомендованной учебной программой учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

умение ориентироваться в базовых теориях, концепциях и направлениях по изучаемой дисциплине и давать им сравнительную оценку;

активная самостоятельная работа на практических, лабораторных занятиях, периодическое участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий.

### **5 (пять) баллов, зачтено:**

достаточные знания в объеме учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

использование научной терминологии, грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать выводы;

владение инструментарием учебной дисциплины, умение его использовать в решении учебных и профессиональных задач;

способность самостоятельно применять типовые решения в рамках учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

усвоение основной литературы, рекомендованной учебной программой учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

умение ориентироваться в базовых теориях, концепциях и направлениях по изучаемой учебной дисциплине и давать им сравнительную оценку;

самостоятельная работа на практических, лабораторных занятиях, фрагментарное участие в групповых обсуждениях, достаточный уровень культуры исполнения заданий.

### **4 (четыре) балла, зачтено:**

достаточный объем знаний в рамках образовательного стандарта высшего образования;

усвоение основной литературы, рекомендованной учебной программой учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

использование научной терминологии, логическое изложение ответа на вопросы, умение делать выводы без существенных ошибок;

владение инструментарием учебной дисциплины, умение его использовать в решении стандартных (типовых) задач;

умение под руководством преподавателя решать стандартные (типовые) задачи;

умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях по изучаемой учебной дисциплине и давать им оценку;

работа под руководством преподавателя на практических, лабораторных занятиях, допустимый уровень культуры исполнения заданий.

### **3 (три) балла, не зачтено:**

недостаточно полный объем знаний в рамках образовательного стандарта высшего образования;

знание части основной литературы, рекомендованной учебной программой учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

использование научной терминологии, изложение ответа на вопросы с существенными, логическими ошибками;

слабое владение инструментарием учебной дисциплины, некомпетентность в решении стандартных (типовых) задач;

неумение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях изучаемой учебной дисциплины;

пассивность на практических и лабораторных занятиях, низкий уровень культуры исполнения заданий.

**2 (два) балла, не зачтено:**

фрагментарные знания в рамках образовательного стандарта высшего образования;

знания отдельных литературных источников, рекомендованных учебной программой учреждения высшего образования по учебной дисциплине;

неумение использовать научную терминологию учебной дисциплины, наличие в ответе грубых, логических ошибок;

пассивность на практических и лабораторных занятиях, низкий уровень культуры исполнения заданий.

**1 (один) балл, не зачтено:**

отсутствие знаний и (компетенций) в рамках образовательного стандарта высшего образования, отказ от ответа, неявка на аттестацию без уважительной причины.

## ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

1. Определение понятий «бизнес» и «предпринимательство».
2. Категориальное пространство современной теории предпринимательской деятельности (капитал, капитализм, рынок, предприниматель, потребитель).
3. Предпринимательство как культурно-цивилизационный феномен.
4. Гендерные аспекты предпринимательства.
5. Проблема духовно-нравственной легитимизации предпринимательства.
6. Трудности формирования нового экономического мышления.
7. Предпринимательская деятельность как предмет осмысления.
8. Обоснование предпринимательской деятельности в русской философии и культуре.
9. Социальные функции бизнеса в современном обществе.
10. Предпринимательство как особый вид инновационной деятельности.
11. Значение предпринимательства в инновационном развитии в Республике Беларусь.
12. Основные положения концептуальной модели белорусского предпринимательства.
13. Основные подходы к определению деятельности, ее структура.
14. Роль мотива и мотивации в предпринимательской деятельности.
15. Соотношение общественного идеала и частного интереса в предпринимательстве
16. Социальная ответственность бизнеса.
17. Проблема отношений в системе «бизнес-религия».
18. Феномен православных предпринимателей.
19. Анализ «Свода нравственных принципов и правил ведения хозяйства».
20. Католицизм и предпринимательство.
21. Преуспевание как образ жизни – девиз предпринимателей-протестантов.
22. Бизнес по Корану.
23. Бизнес по-еврейски: основные правила.
24. Мораль и этика. Нравственные ценности и формирование нравственного поведения.
25. Уровень нравственного развития.
26. Этические проблемы деловой жизни. Становление этики бизнеса как научной дисциплины.
27. Причины повышения внимания к этике бизнеса. Структура этики бизнеса.
28. Экзистенциально-нравственный смысл предпринимательской деятельности.
29. Основные принципы деловой этики.
30. Этический кодекс предпринимательской деятельности: история и современность.
31. Проблемы бизнес-этики в Республике Беларусь.
32. Анализ этических кодексов бизнес-сообщества в Республике Беларусь.
33. Содержание процесса социализации.
34. Этапы и факторы социализации.

35. Социально-экономические факторы социализации. Особенности самоопределения личности в бизнесе.
36. Трансформация сознания человека под влиянием денег.
37. Бизнес как способ самовыражения.
38. Бизнес как хобби.
39. Понятие коммуникации.
40. Коммуникация как информация, деятельность, общение.
41. Принципы классификации коммуникации.
42. Основные функции коммуникации.
43. Понятие и предмет бизнес-коммуникации.
44. Бизнесмен как "человек играющий": роли и правила игры.
45. Предпринимательство как особый вид инновационной деятельности. Предпринимательство в контексте сохранения национально-культурной самобытности белорусского народа.
46. Основные положения концептуальной модели белорусского предпринимательства.

## СПРАВОЧНО-ИНФОРМАЦИОННЫЙ МОДУЛЬ

### ТЕМАТИЧЕСКИЙ ТЕЗАУРУС ПО ДИСЦИПЛИНЕ

#### «ФИЛОСОФИЯ БИЗНЕСА»

(I ступень высшего образования)

ТЕМА (ЛЕКЦИЯ)	ПОНЯТИЙНО-ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЙ АППАРАТ
ТЕМА 1. ПОНЯТИЯ «ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО» И «БИЗНЕС». ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СФЕРЕ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ (ИКТ)	Предпринимательство, бизнес, деятельность предпринимателя, предприниматель, предпринимательские способности, прибыль, предпринимательская деятельность, основная функция предпринимательства, социальные функции бизнеса, принципы предпринимательства, индивидуальный предприниматель, ответственность бизнеса, предпринимательский образ мышления.
ТЕМА 2. ОСМЫСЛЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В НАУЧНОЙ И УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЕ	Капитализм, частная собственность, рыночная экономика, деловая мораль, инновация, традиция хозяйственно деятельности, предпринимательский и мещанский дух, мотивация предпринимательства, новаторство, хозяйственный аскетизм и эгоизм, хозяин, социальная ответственность предпринимателя
ТЕМА 3. СОВРЕМЕННЫЕ КОНЦЕПЦИИ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ СТАТУС И СОЦИАЛЬНЫЕ ФУНКЦИИ	Теории предпринимательской деятельности, социальные функции бизнеса, инновация, инновационное развитие, программа инновационного развития, принципы предпринимательства, риск, динамичный стиль жизни, обычаи делового оборота, ответственность, инновационность
ТЕМА 4. БИЗНЕС И ТЕОРИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	Деятельность, цель, целеполагание, бизнесмен, организатор, управленец,

	исполнитель, управляющий, полисистема, общественный идеал, частный интерес, социальная ответственность бизнеса
ТЕМА 5. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И РЕЛИГИЯ	Религия, утилитаризм, деонтическая этика (этика долга), этика справедливости, религиозные основания поведения человека, позитивная и негативная полезность, принцип цели, принцип полезности, принцип удовольствия, социальный принцип, моральные права.
ТЕМА 6. ЭТИЧЕСКОЕ ИЗМЕРЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	Мораль, нравственность, этика бизнеса, деловая этика, нравственное развитие, кодекс деловой этики, структура морали, моральные отношения, корпоративная культура
ТЕМА 7. БИЗНЕС И СОЦИАЛИЗАЦИЯ ЛИЧНОСТИ	Социализация, символический интеракционизм, инкультурация, стадии социализации, факторы социализации, поступковый подход, первичная социализация, вторичная социализация, интенциональность личности, микрофакторы, мезофакторы, макрофакторы, человеческий капитал
ТЕМА 8. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФОРМА КОММУНИКАЦИИ И СОЦИАЛЬНОЙ ИГРЫ	Культура, взаимодействие культур, межкультурный, коммуникация, межкультурная коммуникация, формы межкультурной коммуникации, прямая коммуникация, косвенная коммуникация, опосредованная коммуникация, непосредственная коммуникация, контексты коммуникации, внешний контекст, временной контекст, сферы общения для межкультурных коммуникаций, межкультурное взаимодействие, деловой контакт, бизнес-общение.
ТЕМА 9. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ БЕЛАРУСИ В	Национальная инновационная система, продуктивно-творческая мотивация, потребительско-распределительная мотивация, субъект инновационной

КОНТЕКСТЕ МИРОВОГО КУЛЬТУРНО- ЦИВИЛИЗАЦИОННОГО ПРОЦЕССА	деятельности, компетентность, специалист, технологическая инновация, белорусская модель цивилизованного предпринимательства, глобализация
--	--

## ТЕМАТИЧЕСКИЙ СЛОВАРЬ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ «ФИЛОСОФИЯ БИЗНЕСА» (I ступень высшего образования)

ТЕРМИН (ПОНЯТИЕ)	ОПРЕДЕЛЕНИЕ
акционерное общество	А коммерческая организация, уставный капитал которой разделён на определённое число акций, удостоверяющих обязательственные права участников общества (акционеров) по отношению к обществу
бизнес	инициативная экономическая <u>деятельность</u> , осуществляемая за счет собственных или заемных средств на свой риск и под свою ответственность, ставящая главными целями получение дохода и развитие собственного дела
бизнес-общение	коммуникативная предметно-целевая и по преимуществу профессиональная <u>деятельность</u> в сфере социально-правовых и экономических отношений
бизнес-план	программный документ, подробно описывающий главные аспекты определенного вида деятельности при основании предприятия, его модернизации, возможности вливания инвестиционных средств, реорганизации компании или при выявлении новых направлений развития
бизнес-сообщество	объединение предпринимателей, работающих в партнерских отношениях и объединенные общим интересом увеличения прибыли за счет снижения издержек и за счет экспансии на другие территории
бизнес-среда	совокупность внешних сил, факторов и институтов, оказывающих влияние на функционирование и развитие корпораций, предприятий, фирм различных отраслей экономики (к ним относятся: потребители,

	конкуренты, поставщики, правительство, а также социальные, политические, технологические, законодательные факторы)
бизнесмен	лицо, занимающееся собственным бизнесом, имеющее своё дело в целях получения прибыли или иной выгоды
деловая мораль	мораль, которая преследует цель добывания деловых выгод; следовательно, мораль для дела, мораль из-за дела
деловое общение	форма коммуникационного взаимодействия, которая основывается на основных принципах, нормах и правилах делового этикета и характеризуется направленностью на взаимоотношение с субъектами или группой субъектов для получения взаимовыгодных результатов
деловой контакт	такой персональный контакт (деловая встреча), целью которого является договорённость о какой-либо форме делового сотрудничества
деятельность	мотивированный процесс использования тех или иных средств, для достижения цели
изобретение	объект интеллектуальной собственности, имущественные отношения которой определяются патентом или авторским свидетельством
инвестиции	денежные средства, ценные бумаги и/или иное имущество, в том числе имущественные права, иные права, имеющие денежную оценку, вкладываемые в объекты предпринимательской и (или) иной деятельности с целью извлечения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта
инвестиционная деятельность	совокупная деятельность по вложению денежных средств и других ценностей в проекты, а также обеспечение отдачи вложений

инвестор	юридическое или физическое лицо, размещающие <u>собственный капитал</u> , с целью последующего получения <u>прибыли</u>
индивидуальный предприниматель	физическое лицо, зарегистрированное в установленном законом порядке и осуществляющее <u>предпринимательскую деятельность</u> без образования юридического лица
инноваторская деятельность	<u>деятельность</u> неразрывно связанная с мышлением, создающим новое: новейшие потребности, новейшие продукты, новейшие схемы взаимосвязей и т.п. (например, производственная)
инновация	нововведение в области техники, технологии, организации труда или управления, основанное на использовании достижений науки и передового опыта, обеспечивающее качественное повышение эффективности производственной системы или качества продукции
капитал	совокупность <u>имущества</u> , используемого для получения <u>прибыли</u>
капитальные вложения	затраты трудовых, материальных ресурсов и денежных средств на создание новых, реконструкцию и расширение действующих основных фондов
коммандитное товарищество	коммерческая организация, основанная на <u>складочном капитале</u> , в которой две категории членов: полные товарищи и вкладчики-коммандитисты
коммерческая информация	сведения об организациях, видах и направлениях их деятельности, деловых партнерах, поставщиках и покупателях, финансовом положении и выпускаемой продукции (оказываемых услугах), заключенных договорах, должностных лицах
коммерческие организации	<u>юридические лица</u> , преследующие в качестве основной цели своей деятельности извлечение <u>прибыли</u>

ликвидация	прекращение деятельности юридического лица без права передачи прав и обязанностей другому лицу
лицензирование	процесс выдачи специального разрешения на осуществление определенного вида деятельности
лицензия	специального разрешения на осуществление определенного вида деятельности
международный деловой этикет	результат длительного отбора правил и норм наиболее целесообразного поведения, которое способствует успеху в международных деловых отношениях
межкультурная коммуникация	совокупность разнообразных форм отношений и общения между индивидами и группами, принадлежащими к разным культурам
методы финансового контроля	совокупность обоснованных и адаптированных конкретно-определенных приемов, средств или способов, применяемых при осуществлении финансовых контрольных функций
научно-техническая информация	документальная, библиографическая, реферативная, справочная информация в области естественных, технических, общественных наук, по отраслям производства и сферам человеческой деятельности
некоммерческие организации	организации, основной задачей которых не является получение прибыли
новаторство	основной аспект любой предпринимательской деятельности, основанный как процесс создания нового, внесения изменений, экспериментирования, революционных преобразований и трансформаций
общественный идеал	представление о наиболее совершенном общественном строе, соответствующее социальным, экономическим, политическим интересам определенных социальных групп

	и являющееся конечной целью их стремлений и деятельности.
общество с дополнительной ответственностью	хозяйственное общество с числом участников не менее двух и не более пятидесяти, уставный фонд которого разделен на доли определенных учредительными документами размеров; учрежденное одним или несколькими лицами хозяйственное общество, учредительный капитал которого разделен на доли определенных учредительными документами размеров и число участников которого ограничено по Закону об обществах с ограниченной ответственностью
патентное право	регулирует правоотношения, связанные с созданием и использованием объектов интеллектуальной собственности
питч	краткая презентация идеи с целью заинтересовать потенциального покупателя или инвестора
плагиат	нарушение неимущественных авторских прав, умышленное присвоение авторства чужого произведения искусства или достижения науки, технических решений или изобретения
полное товарищество	хозяйственное товарищество, участники которого солидарно несут субсидиарную (дополнительную) ответственность по его обязательствам всем своим имуществом
потребитель	гражданин, имеющий намерения заказать или приобрести, либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности
предприниматель	лицо,

	осуществляюще <u>е</u> предпринимательскую <u>дея</u> <u>тельность</u> , в целях получения прибыли в форме создания торговли или производства
реклама	направление в <u>маркетинговых коммуникациях</u> , в рамках которой производится оплаченное известным спонсором распространение не персонализированной информации, с целью привлечения внимания к объекту рекламирования, формирования или поддержания интереса к нему
рентабельность	это показатель, отражающий эффективность использования материальных, трудовых, денежных и других ресурсов.
рынок	совокупность <u>экономических отношений</u> , базирующихся на регулярных обменных операциях между <u>производителями</u> товаров (услуг) и <u>потребителями</u>
рыночная экономика	это система, основанная на частной собственности, свободе выбора и конкуренции, опирается на личные интересы, ограничивает роль правительства.
сертификат	документ, подтверждающий соответствие продукции, работ, услуг требованиям, установленным законодательными актами и стандартами в отношении данной продукции, работ, услуг
сертификация	<u>деятельность</u> специально уполномоченных государственных органов и заинтересованных субъектов хозяйствования, направленная на подтверждение соответствия продукции, работ, услуг требованиям, установленным законодательными актами и стандартами в отношении данной продукции, работ, услуг
социальная ответственность	обозначает действия хозяйственного субъекта по оказанию благоприятного влияния <u>бизнеса</u> на общество (например, <u>общественный идеал</u> )

стимул	внешнее побуждение к действию;  те или иные блага (предметы, ценности и т.п.), способные удовлетворять потребность при осуществлении определенных действий (поведения)
стимулирование	функция управления, заключающаяся в сознательном использовании <u>стимулов</u> для формирования и усиления <u>мотивов</u> трудового поведения работников предприятий (организаций)
товарный знак	представляет собой словесное, изобразительное, объемное или иное условное обозначение товара (или группы товаров), указывающее на принадлежность данного товара определенной фирме и используемое для его отличия от однородных товаров других изготовителей
унитарное предприятие	это коммерческая организация, не наделенная правом собственности на закрепленное за ней собственником имущество.
устав предприятия	основной закон его функционирования; это нормативный документ общества, утверждаемый при его регистрации, в котором устанавливаются главные нормы внутренних и внешних взаимоотношений общества
уставный фонд	это некоторая сумма активов (вкладов, долей) учредителей, необходимая для создания и обеспечения деятельности конкретного предприятия
учредители	лицо, принимающее участие в основании компании и создание активов, в том числе в подготовке ее устава и заявки на регистрацию, а также в регистрации компании, найме руководства и привлечении средств

учредительный договор	договор, заключаемый между учредителями юридического лица при его создании, регламентирующий взаимоотношения учредителей юридического лица
финансовая деятельность	система форм и методов, используемых для финансового обеспечения функционирования предприятий и достижения ими поставленных целей
фриланс	вид удаленной, проектной работы, при которой заказчик и исполнитель не имеют непосредственного физического контакта, встречи, и все детали проекта, задание, оговариваются и согласуются с использованием средств телекоммуникаций, глобальных сетей, цифровых данных
хозяйственные общества	это фирма, организованная физическими лицами на основе сочетания предпринимательства и личного труда.
хозяйственные товарищества	это объединение капиталов, предоставляемых для предпринимательской деятельности, физическими лицами, юридическими лицами, органами государственного муниципального управления
частная собственность	собственность, владельцем которой является отдельное лицо, и которому принадлежит право владения, пользования и распоряжения, включая передачу или продажу другому лицу
частный интерес	означает отрасли права, регулирующие отношения в области интересов граждан, индивидуальных собственников, предпринимателей, различного рода объединений (корпораций) в их имущественной деятельности и личных отношениях, в отличие от публичного права, регулирующего и охраняющего общие интересы
экономический интерес	понятие, используемое в экономике и

	финансах для обозначения <u>стимулов</u> деятельности субъектов экономических отношений при определении их поведения
юридические лица	организация, которая имеет обособленное имущество и отвечает им по своим обязательствам, может от своего имени приобретать и осуществлять гражданские права, и нести гражданские обязанности, быть истцом и ответчиком в с

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ МОДУЛЬ

### КОНСПЕКТ ЛЕКЦИЙ

#### Лекция 1

#### ТЕМА: Философия бизнеса: основные понятия и проблемы

##### Вопросы:

1. Категориальное пространство современной теории предпринимательской деятельности (капитал, капитализм, рынок, предприниматель, потребитель).
2. Предпринимательство как культурно-цивилизационный феномен.
3. Гендерные аспекты предпринимательства.
4. Проблема духовно-нравственной легитимизации предпринимательства.

1. Отсутствием общепринятой теории предпринимательства объясняется тот факт, что на сегодняшний день в мире не существует четкого определения предпринимательства. Кроме этого, следует отметить, что определение предпринимательства зависит от того, с какой позиции рассматривать этот феномен: как деятельность, цель которой – максимизация прибыли; как особый вид деятельности, направленный на постоянное сканирование социально-экономической реальности и реализацию изменений существующих форм организации предприятий и общества; как инициативную деятельность хозяйствующих субъектов в сфере производства товаров и услуг; как действия, направленные на увеличение капитала, расширение производства и присвоение прибыли.

В "Большом экономическом словаре" под общей редакцией А.Н. Азрилияна дается следующее определение: "Предпринимательство - инициативная самостоятельная деятельность граждан, направленная на получение прибыли или личного дохода, осуществляемая от своего имени, под свою имущественную ответственность или от имени и под юридическую ответственность юридического лица" [30, с. 735].

В ряде научных работ российских авторов под предпринимательством понимается деятельность, осуществляемая небольшой группой лиц, или предприятие, управляемое одним собственником [141, с. 25]. Такая трактовка предпринимательства тесно переплетается с понятием предприниматель, идет привязка к конкретному человеку.

То же самое можно сказать и в отношении следующей трактовки. «Предпринимательство - это деятельность, осуществляемая субъектами рыночной экономики при определенных установленных законами, государственными органами или другими представительными организациями критериях» [109, с. 32].

Российский профессор В.Ф. Богачев предложил следующую оригинальную

трактовку предпринимателя. «Предприниматель – это бедолага и вечный должник: неумный оптимист, добровольно избравший для себя жизненную карьеру, в которой ему не раз придется сменить объект и, может быть, сферу хозяйствования, вероятно, разориться и вновь пытаться стать на ноги; немилосердный самоэксплуататор без нормированного рабочего дня и отпусков, не позволяющий себе даже при успешном ходе тратить на собственное потребление больше, чем квалифицированный наемный работник» [155].

Е.М. Бабосов, академик НАН Беларуси, при дефиниции предпринимательства указывает на то, что это «самостоятельная инициативная деятельность лиц, являющихся владельцами средств производства, направленная на производство товаров и услуг ради получения прибыли или личного дохода и осуществляемая от своего имени, на свой риск и под свою имущественную ответственность (либо под имущественную ответственность юридического лица – предпринимателя)» [14, с. 93-94].

Т.А. Костина, доцент Белорусского государственного экономического университета, автор ряда работ по проблемам предпринимательства, предлагает рассматривать предпринимательство как умение начать и продолжать вести свое дело, использовать свой творческий потенциал и инициативу, решаться на риск [105, с. 27].

Белорусский исследователь проблем предпринимательства О.В. Кобяк характеризует предпринимателя как субъекта предпринимательской активности, целью которого является максимизация прибыли. При этом предприниматель осознанно идет на риск, связанный с вложением в бизнес собственных или заемных средств и принятием на себя имущественной ответственности за результаты хозяйственной деятельности [206, с.783].

А.А. Первачук, доцент Минского института управления, при определении предпринимательства акцентирует внимание на организационных инновациях, осуществляемых с целью извлечения прибыли. При этом выделяет три основных элемента: инициирование изменений, организационное действие, денежный доход как цель и критерий успеха [84, с. 123].

В результате анализа работ по проблемам предпринимательства можно сделать вывод, что российские и белорусские ученые при определении предпринимательства акцентируют внимание на следующих моментах:

- предпринимательство есть самостоятельная инициативная деятельность;
- она осуществляется субъектом на свой риск и под свою ответственность;
- она направлена на получение прибыли или личного дохода.

В соответствии с Законом Республики Беларусь «О предпринимательстве» под последним понимается самостоятельная, инициативная деятельность граждан, направленная на получение прибыли или иного дохода. Предприниматели осуществляют ее от своего имени или от имени юридического лица (предприятия) и под свою имущественную ответственность [70].

В статье 1 Гражданского Кодекса Республики Беларусь, которая называется «Отношения, регулируемые гражданским законодательством» установлено:

*«Предпринимательская деятельность – это самостоятельная деятельность юридических и физических лиц, осуществляемая ими в гражданском обороте от своего имени, на свой риск и под свою имущественную ответственность и направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи вещей, произведённых, переработанных или приобретённых указанными лицами для продажи, а также от выполнения работ или оказания услуг, если эти работы или услуги предназначены для реализации другим лицам и не используются для собственного потребления» [54, с. 3-4].*

*Оригинальное описание предпринимательской функции предложили разработчики Концепции молодежной политики Республики Беларусь: «Предпринимать - это активно искать лучшую жизнь. Это создавать ее своими руками и головой. Предпринимать - это быть внимательным к потребностям других. Это производить людям такие товары и услуги, за которые они готовы платить свои деньги. Предпринимать - это смотреть в будущее, опираясь на знания и опыт прошлого. Это ломать старое и замшелое только тогда, когда новое, инновационное лучше, качественнее и дешевле. Предпринимать - это дружить домами, городами и странами. Это показывать и предлагать людям во всем мире не грубую силу кулака и оружия, а все то лучшее, что может сделать разум, душа и тело человека» [103, с. 6].*

Рассмотренные дефиниции предпринимательства позволяют сделать вывод о том, что экономическая и идеологическая *сущность предпринимательства* состоит не в потребительско-распределительной, а в *продуктивно-творческой мотивации хозяйственной деятельности*. Это главная инвариантная черта предпринимательства. Предприниматель – это человек динамичный, инициативный, заинтересованный, энергичный, постоянно заряженный на творческий поиск и новации, готовый рисковать и нести бремя персональной ответственности. Предприниматель не нуждается в постоянном попечительстве со стороны государства. У него развито чувство собственного достоинства, и он в состоянии позаботиться о своей жизни и не нуждается в подкачках и инструкциях. Все, что ему нужно, - это защищенная законом частная собственность как основа его независимости, честная конкуренция, экономическая и правовая инфраструктура рынка.

Непосредственным стимулом предпринимательской деятельности является получение *прибыли*. Только прибыль позволяет предпринимателю развивать деятельность предприятия, рисковать собственностью и капиталом ради внедрения нововведений, способствующих росту дохода. Прибыль является справедливым вознаграждением предпринимателю за творческие усилия и умение рационально и эффективно, с наименьшими издержками организовать производство товаров и услуг, платой за профессиональную компетентность, понимание конъюнктуры рынка, способность к прогнозированию, готовность нести бремя риска и индивидуальной ответственности.

Однако мотивация предпринимательской деятельности не сводится к чисто

экономическим факторам (прибыль, эффективность, конъюнктура и т.д.). *Нравственные мотивы* в деятельности предпринимателя играют существенную роль. Это, прежде всего, стремление к самореализации, раскрытие творческого потенциала своей личности, внутреннее удовлетворение от сознания общественной полезности своего труда.

2. Чтобы проанализировать предпринимательство как культурно-цивилизационный феномен, обратимся к двум концептуальным ненаглядным понятиям - культурный и цивилизационный срезы общества.

Культурный срез характеризуется такими чертами как ориентация на творчество, уникальность и самобытность. Под творчеством здесь понимается способность субъекта преобразовывать предметы окружающей действительности в некие новые, абсолютно отличные от исходного материала формы; умение анализировать, синтезировать и экспериментировать с уже имеющейся реальностью. Одной из причин умирания культуры и перехода в цивилизацию является отсутствие перманентной необходимости в творчестве.

Основными характеристиками цивилизационного среза являются технологичность, функциональность, алгоритмичность, универсальность. Здесь общество предстает как некая целостная система отношений, которая эту целостность устойчиво воспроизводит в процессе своего функционирования и развития посредством присущих ей организационно-технологических механизмов обеспечения жизнедеятельности (экономических, политических и др.).

Феномен предпринимательства вписывается в цивилизацию, но одновременно содержит культурно-творческий компонент. Предпринимательство встроено в рыночную экономику, но оно в большей степени культурный феномен, нежели сама рыночная экономика, которая представляет собой отработанный универсальный механизм, обладающий постоянным набором характеристик. Рыночная экономика может быть реализована в том или ином социокультурном пространстве с небольшими вариациями. На первый взгляд, предпринимательство также алгоритмично; накоплен богатый опыт осуществления предпринимательской деятельности. Но, прежде всего, предпринимательство - это инновационная творческая деятельность, и это отличает его от любой другой формы экономической активности. Творчество выступает как один из показателей культуры. Во-первых, в предпринимательстве есть дух творчества, несводимый ни к каким образцам. И, во-вторых, даже учитывая то, что механизм осуществления предпринимательства абсолютно универсален, то культурно-исторический субстрат, в который переносится модель, ВСЕГДА будет иметь свои характерные особенности, детерминирующие специфику предпринимательской деятельности.

Предпринимательство как вид хозяйственной деятельности объективно развивается в трех культурно-цивилизационных контекстах:

- 1) в контексте самого себя, образуемом соотношением образующих его элементов;
- 2) в контексте социокультурном, т.е. в том культурном пространстве, в которое хозяйственная деятельность непосредственно погружена;
- 3) в мировом культурно-цивилизационном контексте, анализируемом нами как тенденции мирового развития, существенно влияющие на предпринимательскую деятельность в той или иной конкретной стране.

Рассмотрим первый контекст предпринимательской деятельности. В Республике Беларусь предпринимательство характеризуется своей весьма специфической динамикой. Если рассмотреть его как социокультурный феномен, то, очевидно, что в Беларуси предпринимательство переживает этап формирования, точнее, завершающий период первого этапа. Данный этап характеризуется следующими признаками: сформированы основы законодательства, регулирующие предпринимательскую деятельность; формируется инфраструктура бизнес-среды; созданы и работают предпринимательские организации (фирмы, предприятия) с частной или смешанной формой собственности; расширяется спектр хозяйственной деятельности, который можно представить как медленный и постепенный переход от первоначального накопления в сфере торгового капитала и посредничества между производителем и потребителем к непосредственно производящей сфере внутри предпринимательского сектора; складываются организационные структуры, целью которых является защита корпоративных интересов предпринимателей; формируется и внедряется в практику хозяйственной деятельности комплекс норм и правил, регулирующих взаимоотношения бизнес-партнеров и другое.

Для предпринимательства как явления современной культуры характерны следующие моменты: формирование правового обеспечения как собственно предпринимательства, так и взаимодействия предпринимателей с государственными структурами; наметившиеся новые акценты в моральной легитимизации и оценке предпринимательства, признание за ним своего постоянно расширяющегося сектора деятельности (строительство, сфера бытовых услуг, национально ориентированный туристический бизнес, положительная оценка производящей продукт деятельности в области научно-технической поддержки инновационного развития и др.); расширяющееся социокультурное пространство или сектор предпринимательской деятельности, что выражается в своеобразной экспансии предпринимательства практически во все социально значимые области.

Важным для развития национального предпринимательства является *учет мировых тенденций*. Прежде всего, однако, хотелось бы высказать опасения относительно некритического заимствования и механического переноса на условия Беларуси опыта организации частного бизнеса, сложившегося в западных странах. Развитие предпринимательского сектора экономики должно осуществляться *по принципу опережающего развития*. Суть его состоит в том, что субъект предпринимательской деятельности, равно как и другие люди и институты, причастные к ее развитию (законодатель, например) должны придерживаться, как минимум, трех ориентаций: 1)

изучение и избирательное заимствование образцов предпринимательской культуры и их использование в условиях Беларуси; 2) творческое отношение к самим образцам, рассмотрение их в качестве своеобразного материала для переработки, адаптации и применения в национальных условиях; 3) разработка и формирование опережающих относительно сложившихся в мировом опыте предпринимательского хозяйствования проектов, моделей, их экспериментальная проверка и внедрение. Реализация этих приоритетов опережающего развития предполагает глубокое изучение предпринимательства как культурно-цивилизационного феномена.

3. Развитие *женского предпринимательства* находится в русле общего развития бизнеса в Республике Беларусь. Появление и развитие частного предпринимательства позволило активно участвовать женщинам в бизнесе, что, в свою очередь, привело к снижению уровня женской безработицы, повышению жизненного уровня и благосостояния женщин. Общественной организацией «Успешные женщины» в 2004 г. разработаны проект «Поддержка предпринимательниц Беларуси и их интересов» и концепция Программы поддержки женского предпринимательства в республике. Целью Программы является содействие развитию женского предпринимательства как эффективного способа борьбы с женской безработицей и бедностью. Реализация мероприятий Программы осуществляется по следующим направлениям:

1) **Организация и развитие образовательно-консультационных услуг для женщин-предпринимательниц с использованием потенциала государственных организаций и общественных объединений.**

2) **Развитие финансово-кредитной поддержки женского предпринимательства.**

3) **Развитие, координация и объединение информационно-аналитических ресурсов государственных учреждений и общественных объединений для поддержки женщин-предпринимательниц, а также безработных женщин [189].**

Органы статистики не учитывают гендерный состав предпринимателей, что не позволяет судить об эффективности мужского или женского предпринимательства, а также о сферах, в которых доминируют предприниматели-мужчины или предприниматели-женщины.

Женщина-предприниматель – явление для современной Беларуси обычное. По словам Т. Быковой «с появлением новых форм экономических отношений, дающих возможность более высокой степени реализации способностей личности посредством предпринимательской деятельности, вполне закономерным и логичным стало активное участие женщин Беларуси в создании и функционировании субъектов принципиально иного организационно-правового статуса и формы собственности» [1].

Отметим, что женское предпринимательство изучено недостаточно, поскольку даже органами статистики и ответственными организациями (Министерство по

налогам и сборам, Министерство экономики, общественные организации предпринимателей) не учитывается гендерный состав предпринимателей [2]. Согласно некоторым опросам количество женщин-предпринимателей в начале 2010 года составляло около 150 тысяч [3].

Можно выделить ряд проблем, лежащих вне экономической плоскости и оказывающих влияние на положение женщины-предпринимателя и неоднозначное отношение к ней в белорусском обществе. На наш взгляд, это обусловлено рядом следующих обстоятельств.

1. В Беларуси де-юре декларируется гендерное равенство. В статье 2 Всеобщей декларации прав человека утверждается: «Каждый человек должен обладать всеми правами и всеми свободами, провозглашенными настоящей Декларацией, без какого бы то ни было различия, как-то в отношении расы, цвета кожи, пола, языка, религии, политических или иных убеждений, национального или социального происхождения, имущественного, сословного или иного положения» [4, с.7]. Статья 32 Конституции Республики Беларусь гласит: «Женщинам обеспечивается предоставление равных с мужчинами возможностей в получении образования и профессиональной подготовке, в труде и продвижении по службе (работе), в общественно-политической, культурной и других сферах деятельности, а также создание условий для охраны их труда и здоровья» [5, с.10]. Однако де-факто в обществе лидирующую позицию занимают мужчины.

2. Белорусское общество – традиционно патриархально. Во главе семьи – мужчина – сильный, активный, смелый, умный, успешный. Он – добытчик, обеспечивающий нетрудоспособных членов семьи. В этой системе отношений женщина играет второстепенную роль, выполняя, прежде всего, обслуживающую функцию.

3. Предпринимательство – рискованная инициативная экономическая деятельность, которую способна осуществить активная и сильная личность. Отметим, что существует разница в интерпретации понятий «сильный мужчина» и «сильная женщина». В первом случае актуализируется способность мужчины *действовать*, т.е. активное начало. Во втором случае подразумевается способность женщины *выдержать, стерпеть, вынести*, т.е. пассивное начало.

4. Нельзя не отметить роль общественного мнения, под влиянием которого у женщины формируется особые полоролевые стереотипы, где мужчина занимает главенствующее положение [6, с. 10-11, 67]. Это может служить внутренним психологическим барьером, который не позволяет женщине ощущать себя полноправным бизнес-партнером.

5. Женщине гораздо сложнее целиком посвящать себя предпринимательской деятельности, т.к. ее традиционными обязанностями остается воспитание детей, уход за ними и супругом, поддержание порядка в доме. В противном случае, женщина оказывается перед непростым выбором: благополучная семья или успешный бизнес?

6. Особенность репродуктивной функции у женщины, в отличие от мужчины, делает ее более уязвимой и на некоторое время нетрудоспособной. Мир бизнеса – жесткий и требует постоянного участия и контроля.

7. Считается, что женщины обладают более мягким характером по сравнению с мужчинами, а в бизнесе необходим волевой характер, определяющий способность отстаивать свою точку зрения и интересы.

8. Существует мнение, что женщина эмоциональна и действует интуитивно, т.е. неспособна принимать взвешенные и адекватные решения, а предпринимательство – явление экономическое, и в его основе лежат объективные экономические законы. Однако некоторые авторы считают, в условиях постиндустриального общества чрезвычайно актуальны такие социально-психологические качества женщин как умение моделировать новые идеи в нестандартных условиях, способность вызывать доверие, интуиция, коммуникабельность, гибкость и др. [7].

9. Мужчине объективно легче добиться успеха в бизнесе, поскольку это ожидаемая от него модель поведения. Успех деловой женщины не всегда однозначно оценивается окружающими, в частности со стороны «сильной половины», и может расцениваться как вызов. Деловая женщина обычно умна, независима, обеспечена, к мужчинам относится критически, что может вызывать у последних комплексы и стрессы.

10. Существует вероятность так называемой «потери женственности» в результате профессиональных достижений. Коллеги-мужчины перестают воспринимать бизнес-леди как женщину, что может сказаться на ее самоидентификации.

11. В крупном предпринимательстве преобладают мужчины, в малом и среднем бизнесе – женщины. Е. Тончу отмечает, «сама специфика малого бизнеса как нельзя более соответствует женскому складу ума и психологии» [8].

12. Женщины-предприниматели представлены, в основном, в сфере услуг и торговле. «В условиях постиндустриального общества для женского предпринимательства складываются особые предпосылки – происходит переход от производства товаров к производству услуг, и женщина в такой ситуации особо востребована обществом» [7]. Характерной чертой женского предпринимательства, по словам Т. Быковой является «концентрация его субъектов в сфере промышленного производства, оказания услуг населению, розничной торговле, т.е. отраслях с традиционно невысоким уровнем рентабельности, исключая вероятность формирования финансовых олигархических структур» [1].

13. Отметим, недостаточность образцов для подражания, т.к. предпринимательство вообще и женское в частности в Беларуси стало активно развиваться только с обретением республикой независимости и переходом на рыночные отношения в экономике. Л. Петина замечает, что «зачастую женщинам не хватает ролевых моделей. Им необходимо видеть, как добиваются успеха другие

женщины. У большинства женщин нет знакомой, которая с успехом открыла бы собственное дело» [9].

14. Многие женщины-предприниматели не рассматривают возможность семейной преемственности в своем бизнесе, поскольку не считают свой труд легким: ни физически, ни морально.

15. Примечателен также тот факт, что В.И. Даль предлагает вариант женского рода слова «предприниматель» – предпринимательница [10, с. 642]. В толковом же словаре С.И. Ожегова «предприниматель» [11, с. 515], а также коррелирующие с ним «новатор», «инициатор», «творец» употребляются исключительно в мужском роде. Таким образом, изначально, на уровне определения понятий, закладывается половая характеристика предпринимательской деятельности.

Мы обозначили наиболее явные проблемы женского предпринимательства, лежащие в социокультурной и социально-психологической плоскостях. Каждый из вышеназванных пунктов заслуживает детального исследования и анализа. Очевидно, что решение этих вопросов будет способствовать экономическому успеху женщин-предпринимателей, что может выступить фактором стабилизации экономической ситуации в республике.

4. Духовно-нравственная легитимизация предпринимательства является важным условием его успешности. В Беларуси, в отличие от Запада, она возможна на основе собственных культурно-исторических и религиозных традиций и ценностей. Присущая восточным славянам общинность, коллективизм не вступают в жесткую оппозицию с индивидуализмом. Индивидуализм белорусского народа не агрессивный, не отгороженный. Занятие предпринимательством оценивается не только с позиции индивидуальной выгоды, но и как способ, возможность быть полезным обществу.

Часть белорусских предпринимателей живет с оглядкой на Запад, где, по их мнению, самостоятельные хозяйствующие субъекты обладают неограниченной свободой и независимы от государства. Прежде всего, следует учитывать, что в западном обществе доминируют совершенно иные ценности, которые чужды белорусскому менталитету. Это свидетельствует о недопустимости применения западной практики предпринимательской деятельности на белорусской почве в полном объеме. Белорусское предпринимательство имеет свои специфические особенности, обусловленные культурно-историческими традициями, религиозными ценностями, а также социально-экономическими и политическими условиями в государстве. Но Беларусь не может оставаться в стороне от процессов, протекающих в современном мире. Глобализация предполагает некоторую унификацию ценностей всех сфер общественной жизни во всех государствах. Что касается развития предпринимательства в Беларуси, то наиболее предпочтительным выходом видится синтез, предполагающий органическое сочетание прогрессивного мирового опыта в этой сфере с самобытностью белорусской культурно-исторической практики.

Особенность становления предпринимательства в постперестроечной Беларуси

заключается в том, что оно шло одновременно с возрождением православного самосознания белорусского народа. По словам В. Орлова «православие дало специфическое отношение к труду, высокую нацеленность на взаимопомощь и призыв к смирению, создавало удивительную атмосферу трудовых будней... Сфера труда в православии приземлена, отдалена от высших ценностей. Если протестантизм исходил из того, что труд есть молитва, то православие допускало отвлечение от труда во имя молитвы» [4, с.200]. Позволим себе не согласиться с этим мнением. История свидетельствует о том, что христианство демонстрировало удивительные адаптивные возможности, способность к преобразованиям в любых условиях и изменяющейся исторической действительности. Исключением не является и современный этап развития. Православная Церковь осознает необходимость адаптации к новым экономическим отношениям. И более того, духовные ценности православия призваны заполнить вакуум, созданный в результате мировоззренческого «раскола» перестроечного периода.

Православие, как первая конфессия среди равных в нашем государстве, не только не отвергает, но, напротив, считает справедливыми рыночные отношения. Каждая рыночная ситуация с позиции Православия оценивается как возможность выполнения воли Божьей в акте служения людям или как испытание на устойчивость к искушениям [5, с.58]. «Церковь признает существование многообразных форм собственности. Государственная, корпоративная, частная и смешанные формы собственности в разных странах получили различное укоренение. При каждой из них возможны как греховные явления – хищение, стяжательство, несправедливое распределение плодов труда, так и достойное, нравственно оправданное использование материальных благ» [6].

Понимая необходимость создания особого этического кодекса ведения бизнеса, основанного на христианских заповедях, Православная Церковь разработала и приняла на VIII Всемирном Русском Народном Соборе (февраль 2004 г.) Свод нравственных принципов и правил в хозяйствовании, предназначенный для руководителей предприятий и коммерческих структур, предпринимателей, работников, профсоюзов и других участников экономических процессов и описывающий идеальную модель хозяйствования, к реализации которой следует стремиться. Сформулированные нравственные принципы и правила основываются на десяти заповедях, данных Богом, а также на опыте их усвоения их христианством и другими религиями, традиционно исповедуемыми в России и Беларуси. Свод описывает идеальную модель хозяйствования, к воплощению которой следует стремиться. Ниже приведены несколько принципов хозяйствования.

1. Не забывая о хлебе насущном, нужно помнить о духовном смысле жизни.
2. Богатство - не самоцель. Оно должно служить созиданию достойной жизни человека и народа.

3. Государство, общество, бизнес должны вместе заботиться о достойной жизни тружеников, а тем более о тех, кто не может зарабатывать себе на хлеб. Хозяйствование – это социально ответственный вид деятельности [7, с.47-48, 53]

Суммируя все вышеизложенное, следует отметить, что предпринимательство

1. является «мотором» рыночной экономики;
2. создает реальную конкурентную среду, способствует повышению эффективности производства, улучшению качества продукции и снижению ее цены;
3. содействует созданию новых рабочих мест, снижению уровня безработицы;
4. способствует технологической и социальной мобильности, стимулированию инновационного пути развития экономики;
5. цивилизованное предпринимательство способствует созданию в обществе атмосферы уважения к творческой, продуктивной, инициативной деятельности.

Развитие предпринимательства в Беларуси должно опираться на культурно-исторические и религиозные традиции белорусского народа. Нельзя механически переносить формы предпринимательства, включая его ценностную мотивацию, на нашу культурно-историческую почву. Иначе может произойти дискредитация самой идеи предпринимательства и, как следствие, ее отторжение. Необходима не только внешняя (юридическая) легитимизация предпринимательства, но и внутренняя, т.е. принятие предпринимательства обществом в качестве нужной, уважаемой продуктивной деятельности. А это возможно, если а) интегрировать его в наш культурно-исторический субстрат, адаптировав к славянскому менталитету; б) произвести внутреннее очищение в среде предпринимателей, сформировав и реализовав кодекс предпринимательской этики. В сочетании с государственной политикой в области предпринимательства и созданием организационной, финансовой, правовой инфраструктуры все это должно сформировать в обществе атмосферу поддержки предпринимательства.

## Лекция 2

### ТЕМА: Осмысление предпринимательства в социально-философской литературе

#### Вопросы:

**Предпринимательская деятельность как предмет осмысления западноевропейской философской мысли.**

- 1) М. Вебер «Протестантская этика и «дух капитализма»
- 2) В. Зомбарт «Современный капитализм. Историко-систематическое исследование общеевропейской экономической жизни от ее зачатков до современности», «Буржуа: этюды по истории духовного развития современного экономического человека»

- 3) А. Смит «Исследование о природе и причинах богатства народов»
- 4) Р. Кантильон «Очерк о природе коммерции»
- 5) Ж. Б. Сэй «Трактат по политической экономии»
- 6) К. Рэндолл «Кредо свободного предпринимательства»
- 7) Й. Шумпетер «Теория экономического развития»
- 8) Питер Ф. Друкер «Инновации и предпринимательство. Практика и принципы»

В соответствии с целью данной дисциплины рассмотрение предпринимательства будет осуществляться не в рамках экономической теории, а с позиции социально-философского анализа. Отметим, что экономический аспект предпринимательства достаточно детально рассмотрен в научной литературе. Большинство публикаций принадлежит западным авторам. Это связано с тем обстоятельством, что предпринимательство является атрибутом капитализма. Капиталистические отношения как основа западной цивилизации подверглись детальному рассмотрению, а вместе с ними и предпринимательство.

Первые научные теории о предпринимательстве появились в XVIII – XIX ст.ст. В своих трудах ученые того времени дали научно-практическое определение сущности и роли предпринимательства в экономике. Ричард Кантильон (1680-1734) является ученым-экономистом, разработавшим одну из первых концепций предпринимательства и впервые озвучивший понятие «предприниматель» (entrepreneur). Именно он сформулировал тезис, согласно которому расхождения между спросом и предложением на рынке дают возможность отдельным субъектам рыночных отношений покупать товары дешевле и продавать их дороже. В своей книге «Очерк о природе коммерции» (1725/1755) он назвал этих субъектов рынка предпринимателями ("предприниматель" - в переводе с французского "посредник").

Адам Смит (1723-1790) в своем произведении «Исследование о природе и причинах богатства народов» (1776) утверждает, что предприниматель – это собственник капитала, который ради реализации какой-то коммерческой цели и получения прибыли идет на экономический риск. Материальной основой предпринимательства, по мнению ученого, выступает частная собственность. Частное предприятие должно быть полезным обществу и для этого необходимы два важных условия: 1) у предпринимателя должна быть личная выгода от предприятия; 2) конкуренция должна держать его в определенных условиях [192].

Последователь Смита, французский ученый Жан Батист Сэй (1767-1832) в «Трактате по политической экономии» (1803) определил предпринимательство как экономическую деятельность, осуществляемую посредством постоянного комбинирования факторов, направленную на эффективное использование всех ресурсов и получение наивысших результатов [209]. Как и Смит, Сэй был сторонником свободного предпринимательства и указывал на его активный, инновационный характер.

Также предпринял попытку проанализировать социокультурные основания предпринимательства немецкий ученый М. Вебер. Его работа «Протестантская этика и «дух капитализма»» (1904-1905) посвящена анализу капитализма и его истоков. В результате исследования специфики западной версии капитализма, автор доказывает обусловленность современного ему западноевропейского хозяйственного этоса этикой аскетического протестантизма [1]. Своей работой Вебер задал новое направление в анализе предпринимательства, показав его социокультурную детерминированность.

В этом же направлении написаны труды В. Зомбарта «Современный капитализм. Историко-систематическое исследование общеевропейской экономической жизни от ее зачатков до современности» (1902) и «Буржуа: этюды по истории духовного развития современного экономического человека» (1913), где автор обосновал органическо-эволюционное развитие капитализма. Особое место в работе отводится анализу составляющих капиталистического духа – предпринимательскому и мещанскому духу. В своем исследовании Зомбарт актуализировал проблему деловой морали и предлагал в этой сфере руководствоваться основами христианской веры и нравственности. Что касается протестантизма, то Зомбарт занимает антивеберовскую позицию и указывает, что современное католическое церковно-нравственное учение не только согласуется с капиталистическими идеалами, но и выполняет функцию генератора предприимчивости и предпринимательского духа [2, 3].

В 30-ых гг. XX века были изданы труды известного американского предпринимателя Генри Форда, а в 1953 г. – работа американского ученого К. Рэндолла «Кредо свободного предпринимательства». Последний отмечает, что цивилизованный предприниматель должен обладать сильным характером и честностью. «Обладать характером – значит чувствовать и понимать моральные проблемы, иметь смелость правильно действовать при любых обстоятельствах, складывающихся в жизни. Предприниматель, не обладающий таким качеством, как честность, ничего не стоит» [179, с. 53].

Признанным исследователем феномена предпринимательства является австрийско-американский ученый Йозеф Шумпетер, автор работы «Теория экономического развития» (1912), который считает предпринимателей особым типом людей. Их деятельность является специфической проблемой, так как они выполняют функции создания чего-то нового, а сделать что-то новое объективно труднее, чем привычное и испытанное. При этом социальная среда оказывает противодействие попыткам каждого, кто намерен внести новое, и в экономике в частности. Предпринимательская деятельность в теории Шумпетера является синонимом новаторской деятельности, а предприниматель выступает как Новатор. Предпринимательство, по Шумпетеру, - это «созидательное разрушение» [4, с. 54-72.]. Для осуществления новых комбинаций факторов производства необходимо разрушить старые, изъяв из них нужные для осуществления новшеств. Следует подчеркнуть, что предпринимательство, по Шумпетеру, особый дар, свойство человеческого характера,

никоим образом не зависящее от классовой, социальной принадлежности. Мотивы предпринимателя связаны с мечтой и желанием основать свою частную империю (династию), с волей к победе и радостью творчества [4, с. 54-72]. Таким образом, Шумпетер определяет новый аспект рассмотрения предпринимательства, выделяя инновационность как его основную отличительную черту.

И. Шумпетер стоит на точке зрения различия понятий «предприниматель» и «капиталист» независимо от того, кого видят в нем: владельца денег, денежных требований или каких-либо материальных благ. Он считает, что можно характеризовать фигуру предпринимателя при помощи таких понятий, как инициатива, авторитет, дар предвидения и т.п. В то же время он пишет, что предприниматель прежних времен, как правило, сам был не только капиталистом, но также и—с этим очень часто приходится встречаться и сегодня — инженером собственного предприятия или его техническим руководителем. Предприниматель был и в большинстве случаев остается также главным агентом по закупкам и продажам, начальником канцелярии и заведующим отделом кадров. Статус собственника дела, по мнению Шумпетера, не является определяющим при отнесении индивидуума к категории предпринимателя. Ведущую роль играет поведение индивидуума.

Интерес представляет точка зрения И. Шумпетера на роль капитала в развитии предпринимательской деятельности. «Капитал есть не что иное, — пишет Шумпетер, — как рычаг, позволяющий предпринимателю получать в свое полное распоряжение нужные ему конкретные блага, не что иное, как средство, дающее предпринимателю возможность использовать эти блага для достижения новых целей, а также ориентировать производство в новом направлении». Шумпетер определяет капитал как сумму денег и других платежных средств, которая в любой момент времени может быть предоставлена в распоряжение предпринимателя. Капитал — это агент, свойственный рыночному хозяйству.

Первоначальным капиталом Шумпетер считает сумму денег, идущую на учреждение и обеспечение нормального функционирования предприятия. Совокупная стоимость всех приобретенных благ, сумма всех производственных вложений, словом, денежная сумма, с которой начинается любое предприятие, и является первоначальным капиталом. Первоначальный капитал представляет собой определенное количество покупательной способности, дающей предпринимателю возможность иметь в своем распоряжении средства производства. Первоначальный капитал распадается на основной и оборотный. Первый расходуется на приобретение земельных участков, зданий, машин и т.д., второй — на оплату необходимых услуг труда, сырья и т.д.

По мнению И. Шумпетера, «величина капитала — это тот критерий, по которому оценивается деятельность предпринимателя, это тот талант, который он не зарывает в землю, а пускает в оборот».

И. Шумпетер исследует проблему мотивов предпринимателя, которые соответствуют девизу: еще больше. Прежде всего, это мечта и воля основать свою

частную империю и—в большинстве случаев, хотя и не всегда, — свою династию. Своя империя дает предпринимателю простор и чувство власти. Шумпетер выделяет следующую группу мотивов: одному нужна «свобода» и «условия для развития личности»; другой хочет обладать «сферой влияния»; третий движим «снобизмом», но не станет этого делать.

Вторая группа мотивов связана с волей к победе. Сюда входят, с одной стороны, желание борьбы, а с другой — стремление к успеху ради успеха. В обоих случаях, считает И. Шумпетер, экономическая сторона дела сама по себе для предпринимателя совершенно безразлична. Величина прибыли здесь — всего-навсего показатель успеха — зачастую только потому, что другого нет — и символ победы. И в этой группе можно выделить такой мотив, как стремление подняться вверх по социальной лестнице. Эти мотивы поведения предпринимателя принципиально отличаются от экономических.

Третья группа мотивов связана с радостью творчества, которая проявляется и в других случаях, но только в предпринимательской деятельности становится определяющим мотивом поведения предпринимателя. Это и просто удовольствие от работы, и радость, которую испытывает человек от «своего творения». И здесь блага приобретаются не ради них самих, т.е. теряется обычный смысл их приобретения.

Питер Друкер стоит на точке зрения Сэя о комбинировании факторов производства как важной функции предпринимателей, причем на всемерном использовании инноваций. Вместе с тем Друкер положительно относится к основным положениям учения Шумпетера о предпринимательстве и предпринимателях.

По его мнению, под предпринимателем понимается человек, который открывает свой собственный новый мелкий (малый) бизнес, но при этом не всякий мелкий бизнес является предпринимательским, а только тот, который создает новый рынок, формирует новых покупателей. Предпринимательские предприятия характеризуются прежде всего тем, что они пытаются создать что-то новое и отличное от уже имеющегося, изменяют и преобразуют ценностные установки. Однако, по мнению П. Друкера, принципы предпринимательства практикуются также и на крупных и даже на старых предприятиях. Чтобы малое предприятие функционировало как предпринимательское, оно должно обладать особыми свойствами вдобавок к тому, что оно небольшое и новое. Предпринимательским является предприятие не потому, что оно новое, и не потому, что оно небольшое, хотя и быстро развивающееся, а потому, что в основе его деятельности, по мнению Друкера, лежит осознание того факта, что выпускаемые изделия имеют индивидуальные характеристики, спрос на них вырос до такой степени, что образовалась «рыночная ниша», а новая техника делает возможным превращение сложных операций в научный процесс.

П. Друкер считает, что предпринимательство нельзя отнести ни к науке, ни к искусству. Это конкретная деятельность, практика. Конечно же, предпринимательство имеет свою базу знаний, а знания в предпринимательстве являются средством для достижения цели. Однако многие специалисты сегодня рассматривают

предпринимательство как нечто, имеющее оттенок таинственности, как дар, талант, вдохновение или даже «озарение».

Но в то же время сам Друкер считает, что предпринимательству следует учиться. Неслучайно в США создана разветвленная сеть подготовки предпринимателей, в том числе в колледжах и университетах.

По мнению ученого, базой предпринимательства являются современные знания. Содержанием, функцией предпринимательства являются нововведения во всех сферах деятельности, в том числе и в управлении, поэтому управление — это новая технология (а не новая отрасль или изобретение), которая делает американскую экономику предпринимательской. «Ему (управлению) также под силу превратить Америку в предпринимательское общество...». Эта мысль очень важна для российской экономики, которая фактически становится неуправляемой, так как командно-административная система разрушена, экономические законы рыночной экономики действуют слабо, а рыночная инфраструктура не создана. Между тем совершенный рынок в западных странах формировался столетиями.

По мнению П. Друкера, нововведения являются особым инструментом предпринимателей, средством, при помощи которого они используют изменения как благоприятную возможность для осуществления своих замыслов в сфере бизнеса и услуг. Поэтому в задачи предпринимателей входят целенаправленный поиск источников нововведений, а также изменение их признаков, указывающих на возможность достижения успеха.

Как считает П. Друкер, предпринимательство основывается на экономической и социальной теориях, согласно которым изменения — вполне нормальное и естественное явление. Новые идеи как раз и составляют смысловую основу термина «предприниматель», поэтому предпринимательской задачей является «созидательное разрушение» (как ранее указывал И. Шумпетер). Предпринимателей отличает инновационный тип мышления.

Инновационность — особый инструмент предпринимательства, который направлен на то, чтобы вдохнуть в имеющиеся ресурсы новые свойства с целью создания благ. Ресурса так такового не существует до тех пор, пока человек не найдет в природе что-нибудь полезное и не наделит его экономической ценностью. В задачи предпринимателей входят целенаправленный поиск источников нововведений, а также изменение их признаков, что позволяет добиться успеха. По мнению ученого, предприниматель — это человек, использующий любую возможность с максимальной выгодой.

Друкер формулирует четыре предпринимательские стратегии, которые позволяют добиться успеха: 1) ворваться первым и нанести массированный удар; 2) напасть быстро и неожиданно; 3) найти и захватить «экологические ниши»; 4) измерять экономические характеристики продукта, рынка или отрасли. , П. Друкер считает, что в принципе предпринимательство не является рискованной деятельностью, за

исключением осуществления бизнеса в отдельных отраслях. А почему же предприятия разоряются? Потому, считает Друкер, что предприниматели являются некомпетентными людьми в той сфере бизнеса, в которой функционировали их предприятия. «Знания в предпринимательстве являются средством для достижения цели», а дисциплина инноваций — базой знаний предпринимателей.

Рассмотрение научных теорий предпринимательской деятельности Р. Кантильона, А. Смита, Ж. Б. Сэя, В. Зомбарта, Г. Форда, К. Рэндола, Й. Шумпетера и П. Друкера позволило сделать вывод о том, что ни за рубежом, ни у нас пока еще не создана общепринятая экономическая теория предпринимательства, хотя потребность в такой теории давно уже стала весьма насущной. На наш взгляд, это связано с тем, что сам феномен предпринимательства трансформируется быстрее, расширяя сферы и способы реализации, чем происходит его осмысление.

В России сложилась национальная традиция хозяйственной деятельности, обусловленная особенностями культурно-исторического развития страны. Русский народ создал самобытный хозяйственный механизм, во многом отличавшийся от западного. Теоретической основой для хозяйствования было Священное Писание. На его базе в XVI веке был разработан и создан священником Сильвестром «Домострой» - свод норм и правил, регулирующих хозяйственную жизнь и быт русских людей. "Книга, глаголемая Домострой, имеет в себе вещи зело полезны, поучение и наказание всякому христианину - мужу, жене, и чадам, и рабам, и рабыням" – так звучит полное название произведения. В нем не говорится о предпринимательстве, но указывается на то, как вести хозяйство в соответствии с православным вероучением и здравым смыслом. Принципы, применяемые в домашнем хозяйстве, можно экстраполировать и на сферу предпринимательства, поскольку последнее является одним из видов хозяйственной деятельности.

Исследованием возможности осуществления хозяйствования на основе православных ценностей занимался С.Н. Булгаков или протоиерей Сергей Булгаков. Его работы «Философия хозяйства» (1912) и «Православие. Очерки учения Православной Церкви» (1925-26, 1929) посвящены рассмотрению основ современной хозяйственной науки, и в частности установлению внутренней связи между религией и хозяйственной деятельностью. Булгаков противопоставлял хозяйственный аскетизм и хозяйственный эгоизм как модели хозяйствования и утверждал, что «хозяйственный деятель в христианстве определяется его верою» и что христианское послушание выступает той религиозной установкой, которая «определяет духовный тип хозяйственного деятеля, который должен проходить свое хозяйственное служение, в каком бы социальном положении он ни был, с чувством религиозной ответственности» [5, с. 352]. Значимость исследований С.Н. Булгакова в том, что он хоть непосредственно и не анализировал предпринимательство, но показал возможность соотнесения православных ценностей и идеалов хозяйствования.

В 1925 году известным русским экономистом и философом П. Н. Савицким была

написана работа «Хозяин и хозяйство». Автор проанализировал сущность термина «хозяин», развел понятия «хозяина в потреблении» и «хозяина в производстве». Савицкий отмечал, что под последним в экономике понимается предприниматель. Однако он утверждал, что «относиться к делу "по-хозяйски" и "по-предпринимательски" - это вовсе не одно и то же. Нужно различать предпринимательство как определенную эмпирическую хозяйственно-экономическую функцию и как особую духовно-экономическую сущность. Хозяин же есть именно только духовно-хозяйственная сущность» [6, с. 133]. Важное замечание: не каждый предприниматель – хозяин и действует по-хозяйски. В большинстве случаев предприниматель как «капиталистический человек» стремится к наибольшей прибыли. В то же время предпочтителен другой тип предпринимателя – предпринимателя – «доброего хозяина», способного осуществлять социально ответственную экономическую деятельность. По словам автора, «крупный предприниматель, являющийся добрым хозяином, главное свое богатство полагает в создавшемся в его хозяйстве подборе служащих и рабочих... Добрый хозяин ставит своей целью обеспечить материальные основы жизни этих людей и по возможности достичь, чтобы они были довольны своей участью; без достижения такой цели - ему как бы хозяйство не в хозяйство; ради нее он готов нести жертвы, за счет своих доходов; в критические моменты готов оплачивать сросшихся с хозяйством людей из капитала, лишь бы не порывалась связь их с хозяйством» [6, с. 135].

В начале 90-ых гг. XX века наблюдается возрастание интереса к анализу предпринимательства, его культурно-исторических и духовно-нравственных оснований. В 1992 году на русском языке издается работа немецкого ученого Петера Х. Верхана «Предприниматель. Его экономическая функция и общественно-политическая ответственность», в которой автор рассказывает о предпринимателе, его месте в хозяйстве и социуме, его социально-этической ответственности [7].

На постсоветском пространстве внимание к предпринимательству обусловлено тем фактом, что после распада СССР частная хозяйственная деятельность сыграла важную роль в становлении рыночных отношений. Например, в 1993 году № 8 журнала «Вопросы экономики» был посвящен теме хозяйствования. Приведу названия некоторых статей, коррелирующих с данным исследованием: «Экономические проблемы и национальное самосознание» (Л. Горичева), «Возродятся ли христианские начала в экономической науке?» (Ю. Егоров), «Духовные истоки российского предпринимательства» (А. Соболевская), «Православие в его хозяйственных возможностях» (Д. Платонов), «Экономические проблемы в Новом Завете» (В. Симонов), «Христианская экономия в свете насущных задач экономической реформы в России» (А. Глаголев), «О некоторых православных принципах формирования рыночной экономики» (Э. Афанасьев).

В этот период существовали две противоположные ориентации. Сторонники одной восхваляли европейский и американский образец рыночной экономики и предлагали разработать механизмы внедрения прогрессивного экономического опыта

в национальную экономическую практику. Ими западная модель развития воспринималась как наиболее желанная, а зачастую и как единственно возможная. Их противники отстаивали право постсоветских государств идти по собственному пути развития, обусловленному национальными особенностями. В защиту своей точки зрения они приводили тот факт, что, например, Российское государство существует тысячу лет и развивается благодаря высокоэффективной системе хозяйствования. Первые абсолютизировали экономическую составляющую предпринимательства, вторые – культурную. На наш взгляд, они выражали не взаимоисключающие, а взаимодополняющие позиции, т.к. предпринимательство выступает как культурно-цивилизационный феномен, где культурное всегда самобытно, а цивилизационное – алгоритмично и универсально. Рыночная экономика – сфера действия объективных экономических законов, универсальных механизмов и моделей. Культура же всегда аутентична, уникальна. Поэтому спор о приоритете культурного или экономического в предпринимательстве изначально бесперспективен, поскольку предпринимается попытка соотнести несопоставимые понятия. Более подробно сущность предпринимательства как культурно-цивилизационного феномена будет рассмотрена в параграфе 2.2.

Самобытность экономики русской цивилизации раскрывается в одноименной работе О. Платонова «Экономика русской цивилизации», где автор приводит и комментирует тексты «Русской правды», документы русских государственных деятелей, «Домострой», отрывки из произведений В.А. Кокорева, И.К. Бабста, Т.В. Прохорова, К.Д. Кавелина, А.И. Васильчикова и других. В своей работе Платонов отмечает, что «главными чертами русской цивилизации, отличающими ее прежде всего от западной, являлись: преобладание духовно-нравственных основ над материальными, культ добротолубия и правдолубия, нестяжательство, развитие самобытных форм демократии, воплотившихся в общине и артели» [8, №4, с. 135]. Ученый анализирует причины различий в отношении к труду, собственности, богатству в русской и западной культуре и приходит к выводу, что «параметры русской модели экономики должны быть положены в основу при разработке любых экономических мероприятий» и что «западные критерии и стандарты экономического развития не могут быть ориентирами для русской экономики» [8, №4, с. 150].

Анализу культурно-исторических основ западной модели предпринимательства посвящена статья Ю. Бородая «Почему православным не годится протестантский капитализм?». Ученый подвергает разбору основания капитализма, рассмотрев работы К. Маркса, А. Тойнби, М. Вебера и В. Зомбарта, и отмечает, что «мы – не протестанты. И даже не католики... Слепое копирование никому и никогда не приносило успеха» [9, с.16].

Необходимо отметить заслугу Н.Н. Зарубиной в исследовании социокультурной составляющей предпринимательства. В своей статье «Религиозные ориентации постсоветского предпринимательства» автор рассматривает религиозность предпринимательства как социологическую проблему. Ученый проводит параллели

между духовными ориентациями и ценностями дореволюционных русских и современных предпринимателей. Поведение последних свидетельствует о том, что их религиозность достаточно поверхностна и в большинстве случаев ориентирована на «оптимизацию внешней среды», т.е. на создание положительного образа в глазах окружающих. Н.Н. Зарубина делает вывод о том, что «отношение современного предпринимателя к религии наполнено разными смыслами и имеет разные социокультурные доминанты» [10, с.19].

Достаточно глубоко проработан вопрос о возможности осуществления предпринимательской деятельности в соответствии с христианским вероучением в работах В. Кандалинцева. Он предложил использовать принцип перевода православных духовных норм в область экономических смыслов. В. Кандалинцев имеет собственный сайт «Блики света», является автором ряда работ и публикаций по теме «Христианство и бизнес». Он не только говорит о принципиальной возможности использовать православные ценности в сфере бизнеса, но и разрабатывает нормы православной корпоративной культуры. Что касается прибыли как основной цели и мотива предпринимательской деятельности, то Кандалинцев замечает, что «она бесплодна вне служения Богу и людям, как бесплоден секс вне целей и обязанностей брака, как бесплодно все бездуховное в нашем преходящем мире. Но если прибыль - это средство ко все более полному исполнению заповедей любви (через расширение дела и вытекающее из него предоставление другим людям достойной работы, расширения круга хороших товаров, предлагаемых потребителям и т.д.), причем именно это понимание прибыли отчетливо осознается, то тогда предприниматель – ветвь на виноградной лозе, приносящая свой плод» [Христианский взгляд на предпринимательство]. Таким образом, автором подчеркивается значимость социально ответственного предпринимательства.

Р. Апресян в статье «Ценностные контroversы предпринимательства» актуализирует проблему ценностного содержания таких понятий как «предпринимательство» и «рыночные отношения». Отметим крайне важную для нашего исследования мысль, высказанную в статье: «Социально-этическая ответственность предпринимателя не вытекает из внутренних закономерностей деловых отношений, но понимание ее необходимости приходит на основе осмысления разнообразного - в культурном и историческом смысле - опыта безответственного предпринимательства, сориентированного исключительно на получение прибыли. Поэтому не только бизнес, а общество в целом (может быть, в первую очередь именно оно) нуждаются в этике бизнеса для определенного - не авторитарного и не патерналистского - упорядочения деловой активности» [12, с. 20]. Именно этот тезис убеждает нас в необходимости актуализации бизнес-этики.

В белорусской научной литературе есть работы, определенным образом коррелирующие с данным исследованием.

Социологический анализ предпринимательства осуществила И.А. Андрос в своем диссертационном исследовании «Социокультурные факторы формирования

предпринимательства в экономике Республики Беларусь (на примере Брестской области)». Автор актуализировала проблему понимания предпринимательства как феномена, детерминированного социокультурными факторами. Важными являются и результаты социологических исследований Андрос И.А. в сфере бизнеса, иллюстрирующие качественные характеристики предпринимателей [13].

В оригинальном контексте рассмотрено предпринимательство в статье В.И. Чуешова и И.Г. Подпорина «Христианская мораль, социальная коммуникация, предпринимательство». Авторами проанализирована роль и место христианства в современном мире. Отмечается его готовность принимать участие в решении актуальных проблем общества, в том числе в поиске мировоззренческих оснований рыночной экономики и предпринимательства [14].

В. Орлов в своей работе «Философия бизнеса в обществах переходного типа» рассматривает предпринимательство как социально-философский феномен. В исследовании, по словам автора, «был произведен целостный философский анализ предпринимательской деятельности, выявлены ее социально-коммуникативные и экзистенциальные аспекты; рассмотрена структура бизнеса как деятельности, раскрыты механизмы его функционирования; рассмотрены проблемы, противоречия и достижения частного предпринимательства в обществах переходного типа; выявлены основные факторы, препятствующие развитию бизнеса на постсоветском пространстве» [15, с. 267]. Отметим, что в работе некоторые направления, упомянутые автором, наш взгляд, недостаточно раскрыты применительно к белорусской действительности, что и будет осуществлено в данном исследовании.

Проведя краткий обзор научной литературы, можно сделать следующие выводы. Существующая по данной проблематике научная литература может быть разделена по временному и географическому признакам.

Акцентуация социально-культурной составляющей предпринимательства связана с тем, что онтологически развиваясь, предпринимательство становится значимым не только экономическим, но и социально-философским явлением.

Эволюция представлений о предпринимательстве обусловлена влиянием социально-исторической практики, что наиболее ярко выражено у авторов – представителей различных социально-культурных систем.

Исходя из вышеупомянутого, автор видит необходимым рассмотреть предпринимательство как культурно-цивилизационный феномен, выявить культурно-исторические и духовно-нравственные основания данного явления и проанализировать его роль в экономической жизни как вида хозяйственной деятельности, основанной на продуктивно-творческой, а не на потребительско-распределительной мотивации.

## Лекция 3

### ТЕМА: Современные концепции в предпринимательской деятельности: теоретический статус и социальные функции

#### Вопросы:

1. Основные подходы к систематизации теорий предпринимательства.
2. Социальные функции бизнеса в современном обществе.
3. Предпринимательство как особый вид инновационной деятельности.
4. Значение предпринимательства в инновационном развитии в Республике Беларусь.

1. В развитии процесса научного осмысления практики предпринимательства выделяют четыре этапа – «четыре волны» [151, с. 26].

«Первая волна», которая возникла еще в XVIII в., была связана с концентрацией внимания на несении предпринимателем риска. «Вторая волна» в научном осмыслении предпринимательства связана с выделением инновационности как его основной отличительной черты. «Третья волна» отличается сосредоточением внимания на особых личностных качествах предпринимателя (способность реагировать на изменения экономической и общественной ситуации, самостоятельность в выборе и принятии решений, наличие управленческих способностей) и на роли предпринимательства как регулирующего начала в уравнивающей экономической системе. Современный этап развития теории предпринимательской деятельности относят к «четвертой волне», появление которой связывается с переносом акцента на управленческий аспект в анализе действий предпринимателя, а, следовательно – с переходом на междисциплинарный уровень анализа проблем предпринимательства.

2. *Основная функция предпринимательства* - обеспечение развития и совершенствование экономики, ее постоянное обновление. Предпринимательство является движущей силой экономического роста рыночного хозяйства. Выступая с одной стороны как цивилизационный феномен, предпринимательство обладает некими инвариантными чертами, позволяющими использовать мировой практический опыт осуществления предпринимательской деятельности в условиях рыночных экономик разных стран. Но в качестве культурного феномена предпринимательство имеет ряд особых, уникальных в рамках конкретного культурного пространства характеристик. Таким образом, предпринимательство предстает как культурно-цивилизационный феномен, и этим определяется ряд проблем, возникающих в процессе становления и развития данного вида хозяйственной деятельности на постсоветском пространстве.

Предпринимательская деятельность позволяет гражданам в наивысшей мере

*раскрыть свои творческие способности, реализовать трудовые навыки, а также обеспечить соответствующий уровень жизни.*

Роль предпринимательства в развитии производства и хозяйства весьма значительна. Благодаря предпринимательской инициативе, создаются новые продукты и услуги, осваиваются новые технологии, внедряются новые способы производства и формы его организации, открываются новые рынки. Все это становится возможным в результате суммирования творческого потенциала предпринимателя и высокой производительности труда.

В историческом процессе развития общества место предпринимателей определяется выполняемыми *функциями*. Они:

- 1) формируют особый социальный слой, объединяющий творческих, инициативных, деловых людей;
- 2) берут на себя инициативу соединения ресурсов, земли, капитала и труда в единый процесс производства товаров и услуг;
- 3) являются новаторами, стремящимися вводить на коммерческой основе новые продукты, производственные технологии;
- 4) способствуют повышению благосостояния людей, тем самым, стимулируя потребление;
- 5) выступают гарантом социальной защищенности населения в условиях рынка;
- 6) создают новые рабочие места;
- 7) удовлетворяют потребности людей;
- 8) содействуют развитию культуры, науки, решению экологических проблем.

Предпринимательской деятельности присущи следующие специфические черты, которые иногда трактуются как *принципы предпринимательства*:

1. Предприниматель выступает как *самостоятельно хозяйствующий субъект*, ведущий собственное дело.
2. Неотъемлемым атрибутом предпринимательской деятельности является *риск*, т.е. вероятность возникновения убытков, неполучение дохода и даже разорение.
3. Предпринимательская деятельность предполагает материальную *ответственность* за свое дело, которая может быть или в пределах всего имущества, или в пределах пая, или в объеме пакета акций.
4. Предпринимательская деятельность имеет *цель*, которую нельзя свести только к получению прибыли: она включает в себя и коммерческий успех во всех его проявлениях и социальные аспекты.
5. Предпринимателю присущ *динамичный стиль жизни*. Это обусловлено существованием жесткой конкурентной борьбой, как среди самих предпринимателей, так и между предпринимателями и наемными работниками.
6. Предпринимательство может осуществляться без образования юридического лица и с образованием юридического лица, без использования наемного труда и с использованием наемного труда.

Предпринимательская деятельность регламентируется *законодательством*, а

также *обычаями делового оборота*, которые представляют собой сложившиеся и применяемые в предпринимательской деятельности правила добросовестного и разумного поведения, основанного на честном и логичном выполнении обязательств субъектов предпринимательства, не предусмотренных законодательством, независимо от того, зафиксированы ли они в документальной форме [231, с.12].

3. Предпринимательская деятельность представляет собой специфическую инновационную деятельность, направленную на преобразование предметов, связей и отношений окружающего мира с определенной целью. Но не всякая инновационная деятельность будет предпринимательской. Например, инженерно-изобретательская, инженерно-проектная деятельность являются инновационными, но не предпринимательскими. Предприниматель идет на риск, несет имущественную ответственность, а инженер-изобретатель – нет.

По словам М. Пиатковского «без предпринимателей не было бы коммерчески используемых инноваций. Вот почему дух предпринимательства и, следовательно, предприниматели, превращающие чьи-либо идеи в экономическую реальность, так важны» [1, с. 20].

По мнению Й. Шумпетера, автора одного из методологических подходов к определению инновации, выполнять предпринимательскую функцию может только субъект, обладающий способностями инноватора и способный реализовывать новые комбинации факторов производства. Ученый разграничил понятия «экономический рост», предполагающий количественные изменения, и «экономическое развитие», результатом которого выступают качественные модификации. На этом основании Й. Шумпетер выделил понятие «инновация» [2, с. 54-72].

Существуют следующие подходы к определению этого понятия.

Инновация –

- ✓ как результат инновационной деятельности;
- ✓ как результат творческого процесса;
- ✓ как процесс изменения, связанный с созданием, признанием и внедрением новых элементов культуры в определенной социальной системе;
- ✓ как процесс введения новых изделий, элементов, подходов, технологии, метода, системы управления и т.д.;
- ✓ как результат научно-исследовательской и научно-технической деятельности, являющийся объектом интеллектуальной собственности, и направленный на совершенствование в любой сфере деятельности общества.

Т.о. существует большое количество дефиниций инновации. Следует отметить, что не все новое является инновацией, поскольку последняя всегда аутентична, утилитарна, эффективна и выступает причиной существенных изменений в той или иной сфере жизнедеятельности человека.

Инновационность является свойством *объектов* выступать причиной качественных изменений. Л.Р. Батукова выделяет инновационность потенциальную и

фактическую. Последняя «определяется тем реальным вкладом, который он вносит в качественное преобразование социально-экономической системы. Этот вклад зависит не только собственно от самого объекта, но и от прочих объектов, вступающих с ним во взаимодействие, а так же и от характеристик механизма продвижения инновационных преобразований. Поэтому, фактическая инновационность объекта может значительно отличаться от его потенциальной инновационности. Потенциальная инновационность объекта отражает предельно возможные качественные преобразования подсистем, а так же внутри- и межсистемных взаимодействий, которые могут произойти при максимально благоприятных условиях для продвижения соответствующего инновационного объекта в системе» [3].

Определенными характеристиками должен обладать и *субъект инновационной деятельности*, под которым мы понимаем разнообразных носителей инновационных действий, включая и предпринимателей.

Наиболее остро в рамках рассмотрения субъекта инновационной деятельности встает проблема их инновационной компетентности.

Обратимся к определению исходных понятий: «инвенция», «инвентивность», «технологическая инновация», «инновационная компетентность». Инвенция – результат творческой деятельности субъекта. Инновация выступает как практически реализованная, внедренная инвенция. Под инвентивностью понимают изобретательность, эвристичность *субъекта*. Можно предположить, что инвентивность представляет собой прирожденную склонность некоторых людей к изобретательской деятельности. Так же, как и другие задатки могут быть реализованы в виде способностей и таланта, так и инвентивность может быть актуализирована при определенных условиях.

Под «технологической инновацией» понимают «конечный результат инновационной деятельности получившей воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта или услуги, внедренных на рынке нового или усовершенствованного технологического процесса или способа производства (передачи) услуг, используемых в практической деятельности. Инновация осуществляется в том случае, если она внедрена на рынке или в производственном процессе» и представляет результат «изменения объекта инновационной деятельности» [4, с. 80-83]. Следовательно, в предельно обобщенном виде инновация есть результат инновационной деятельности субъекта по переводу объекта в желаемое состояние в соответствии с целью. Таким образом, инновационная деятельность предпринимателя характеризуется особыми свойствами всех своих процессуальных компонентов:

- ориентацией субъекта на новый результат,
- представление конкурентоспособного продукта,
- экономический эффект от нововведения.

В целом, это есть совершенная модель получения нового.

Способность предпринимателя перевести продуктивную хозяйственную деятельность в теоретико-рефлексивную форму характеризует его как носителя инновационной компетентности в данной сфере. В практическом отношении такая способность представляется исключительно важной не только для собственно инновационной практики, но и для подготовки, *повышения квалификации кадров предпринимательской сферы* в такой системе образования, в которой приоритет отдается формированию творческой и гуманистически ориентированной личности, способной ставить задачи собственного роста и решать их. Такой подход отвечает современному пониманию формированию компетентного специалиста-предпринимателя, ориентированного на опережающее развитие относительно достигнутого уровня. Инновационная компетентность предполагает, таким образом, инновационную восприимчивость субъекта. Последнюю можно классифицировать по трем видам: 1) восприимчивость к собственно инновациям или открытиям; 2) способность увидеть элементы нового в относительно устоявшемся; 3) умение предложить принципиально новое решение проблемы. Таким образом, инновационно ориентированный субъект предпринимательства в накопленном опыте усовершенствований собственной деятельности и опыта других видит материал для инновационного преобразования, для творчества в своей экономической области.

4. В нашей стране взят стратегический курс на инновационное развитие. Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь является первым шагом на пути создания Национальной инновационной системы (НИС), цель которой - обеспечить устойчивое социально-экономическое развитие страны и повышение качества жизни белорусского народа. Программа инновационного развития призвана создать условия для формирования в ближайшие годы инновационной, конкурентоспособной, ресурсо- и энергосберегающей социально ориентированной экономики.

В Программе сделан упор на разработку и внедрение инновационных наукоемких технологий, которые должны существенно увеличить производительность труда, снизить энерго-и металлоемкость производимой продукции, уменьшить ее себестоимость. Это жизненная необходимость, четко осознанная руководством страны. Административные методы управления экономикой дали свои плоды на этапе выживания и стабилизации. Но они постепенно исчерпывают свои возможности. Назрела настоятельная необходимость перехода к качественно новому этапу развития экономики и общества в целом.

Реализация Программы и в целом НИС предполагает активную и целенаправленную политику государства, которое должно создать соответствующие правовые и экономические условия. Однако этого недостаточно. Необходимо встречное движение «снизу», активизация творческого инновационного потенциала общества, раскрепощение инициативы и предприимчивости активных слоев населения. Факторы как способствующие, так и препятствующие реализации

Программы и развитию предпринимательства во многом совпадают. Это создает благоприятные условия для осознания руководством страны и обществом в целом той большой роли, которую призвано сыграть предпринимательство в реализации целей, поставленных Программой. Предпринимательство по определению является инновационным видом деятельности. Необходимо только раскрыть большой, пока еще не используемый инновационный потенциал предпринимательства и соединить его с целями Программы. Во-первых, предпринимательская деятельность по определению является динамичной, творческой, инновационной. Во-вторых, и это главное, развитие предпринимательства создает реальную конкурентную среду, стимулирующую и повышение производительности труда, и снижение издержек производства, и повышение качества товаров и услуг.

К числу отмеченных общих препятствующих факторов можно отнести следующие. По сравнению с другими постсоветскими странами в Беларуси низкие темпы реформирования собственности. Это приводит к отсутствию реальной конкурентной экономической среды и как следствие – отсутствие заинтересованности предприятий в наукоемких технологиях, невосприимчивость к инновациям. Во времена Советского Союза многие научные учреждения и государственные предприятия Беларуси работали на оборонную промышленность. Гарантированный госзаказ со стороны ВПК и стабильное государственное финансирование обеспечивали разработку и внедрение в военной области наукоемких технологий, чего нельзя было сказать о гражданском секторе экономики. Распад СССР поставил многие предприятия на грань банкротства. Руководству Республики в 90-е годы удалось, используя жесткие административные меры, не допустить экономического коллапса.

Но сейчас необходимо совершить нечто гораздо большее: перевести всю экономику на инновационные рельсы. И здесь одними административными мерами не обойтись, хотя они и необходимы. Какими бы правильными и своевременными не были соответствующие программы, постановления, указы, они не могут породить высоких технологий и инновационной экономики. Без создания, как уже отмечалось, реальной конкурентной среды, которая бы вынуждала производителей «гоняться» за разработчиками технологических новшеств (а не наоборот, как это имеет место сейчас), инновационное развитие невозможно. К сожалению, слабым звеном в системе «наука – производство» было и остается внедрение. Существует разрыв между процессами инвентивными (от лат. *Inventio* - открытие), т. е. процессами открытий и изобретений и процессами инновативными (от лат. *innovatio* – нововведение), т. е. процессами внедрения открытий и изобретений. С инвентивностью у нас всегда дело обстояло благополучно, что свидетельствует о богатом творческом потенциале нашего народа. С инновативностью дело обстоит гораздо хуже.

К числу препятствующих факторов следует отнести этатистско-патерналистский комплекс, характерный для нашего образа жизни и образа мысли. Привычка рассчитывать на государство, его опеку и помощь порождает иждивенческую психологию, проявляющуюся в боязни самостоятельности и ответственности, в

отсутствии инициативы и предприимчивости не только у многих рядовых граждан, но и у руководителей государственных предприятий, учреждений, министерств и ведомств. К этому следует добавить инерционность бюрократических структур и инерционность их образа мышления, приверженность к командно-административным методам управления всеми сферами жизни, включая экономическую и научную сферы. Как отмечает М.В. Мясникович, действующие «законодательство сформировано под старые задачи и главное – под действующие госструктуры, а, значит, желающих отказаться от привычного стиля и методов работы будет мало» [127, с.6]. Эту инерционность необходимо изживать и преодолевать, ибо нельзя осуществлять творчество по приказу, распоряжению и т.п.

Становление Национальной инновационной системы базируется на тесном взаимодействии государственного и частнопредпринимательского секторов. Роль государства заключается прежде всего в создании правовой и экономической инфраструктуры, благоприятного институционального климата для инновационной деятельности. Роль частного предпринимательства должна состоять в создании технологических инноваций на основе собственных исследований, а также разработок в научных центрах корпораций и малых наукоемких фирм, а главное – в рыночном освоении инноваций. Пока наше предпринимательство к этому в полной мере не готово, в том числе и по причине низкого уровня инновационного предпринимательства. Для начала необходимо создание сети наукоемких фирм, а в перспективе, как это имеет место на Западе, создание научных центров при крупных промышленных предприятиях и частных фирмах.

Необходимо сокращать сферу действия прямых административных методов и расширять сферу косвенного государственного регулирования за счет экономических методов управления. Низкая восприимчивость со стороны реального сектора экономики к перспективным инновациям во многом обусловлена ограниченным платежеспособным спросом на внутреннем рынке, низким инновационным потенциалом и недостатком собственных средств предприятий, высокой стоимостью, длительными сроками окупаемости и связанными с этим коммерческими рисками. Государство должно разработать систему правового и экономического стимулирования инновационной деятельности. Прежде всего, речь должна идти не только о снижении налоговой нагрузки в отрасли «Наука и научное обслуживание», которая в настоящее время в 1,2 раза выше, чем в промышленности и в народном хозяйстве в целом, но и о системе налоговых преференций для высокотехнологичной инновационной деятельности. Необходимо разработать инновационное законодательство, ограничивающее вмешательство контролирующих органов в деятельность производителей высокотехнологичной продукции.

## Лекция 4

### ТЕМА: Бизнес и теория деятельности

#### Вопросы:

1. Основные подходы к определению деятельности, ее структура.
2. Роль мотива и мотивации в предпринимательской деятельности.
3. Соотношение общественного идеала и частного интереса в предпринимательстве.
4. Социальная ответственность бизнеса.

1. Проблема деятельности получила свое философское обоснование только в конце XVIII - начале XIX столетия. В первую очередь это обоснование связано с именами Г. Гегеля и К. Маркса. В 1890 г. французский философ, социолог и психолог Альфред-Виктор Эспинас впервые использовал термин «праксиология». Под этим термином понимается общая теория человеческой деятельности.

Для формирования комплексного понимания сущности деятельности как феномена человеческого бытия, необходимо рассмотреть основные ее характеристики: 1) деятельность есть специфически человеческая форма отношения к миру, содержание которой составляет целенаправленное и целесообразное преобразование мира, творение людьми собственных общественных отношений и самих себя; 2) в отличие от целенаправленного биологического поведения в животном мире деятельность всегда произвольна, она предполагает свободное целеполагание, проектирование целей; 3) способ деятельности определяется не биологическими задатками, а исторически выработанными социокультурными программами, которые не только реализуются в деятельности, но вырабатываются и изменяются в ней. 4) деятельность способна к неограниченному саморазвитию, в этом обнаруживается ее принципиальная открытость и универсальность; 5) первичной формой деятельности является ее совместное, коллективное выполнение (В.С. Лазарев).

Кроме этого, следует рассмотреть варианты дефиниций деятельности, а также выделить ее структурные элементы и виды. С. Каган полагает, что человеческая деятельность может быть определена как активность субъекта, направленная на объекты или на других субъектов, а сам человек должен рассматриваться как субъект деятельности. Он выделяет три основных элемента деятельности:

- субъект, наделенный активностью и направляющий ее на объекты или на других субъектов;
- объект, на который направлена активность субъекта;

- сама эта активность, выражающаяся в том или ином способе овладения объекта субъектом или в установлении субъектом коммуникативного взаимодействия с другими.

Б.Г.Ананьев в работе «Человек как предмет познания» определил основные социальные виды деятельности - труд, общение и познание.

Как форму активного отношения человека к окружающему миру; мотивированную совокупность закономерно связанных между собой поведенческих актов и последовательно совершаемых действий, направленных на выполнение определенных задач, на достижение тех или иных социально значимых целей определяет деятельность С.М. Вишнякова.

В связи с большим разнообразием точек зрения на сущность деятельности разные авторы приводят и различную ее структуру. Так, например, Э. Г. Юдин в структуру деятельности включает цель, средства, результат и сам процесс деятельности.

Г. Е. Суходольский выделяет следующие компоненты структуры: потребность - направленность личности - мотив - цель - результат - контроль - оценка. В. Э. Мильман в структуре деятельности рассматривает такие компоненты: потребность - мотив - цель - объект - предмет - условия - средства - состав - план - продукт - контроль – оценка.

Деятельность всегда побуждается определенными мотивами. Мотивы - это то, ради чего выполняется деятельность (например, ради самоутверждения, денег и т. п.).

2. Понятие "мотив" (от лат. *movere* - двигать, толкать) означает побуждение к деятельности, побудительную причину действий и поступков. Мотивы могут быть различные: интерес к содержанию и процессу деятельности, долг перед обществом, самоутверждение и т. п.

Если человек стремится к выполнению определенной деятельности, можно сказать, что у него есть мотивация. Мотивация - это совокупность побуждающих факторов, определяющих активность личности; к ним относятся мотивы, потребности, стимулы, ситуативные факторы, которые детерминируют поведение человека. Мотивы являются относительно устойчивыми образованиями личности, однако мотивация включает в себя не только мотивы, но и ситуативные факторы (влияние различных людей, специфика деятельности и ситуации).

Деятельность всегда мотивирована, т. е. направлена на достижение цели мотива, однако ее не следует смешивать с мотивацией. Различают социальные цели (общественный идеал) и индивидуальные цели (частный интерес), между которыми в реальной жизни существует противоречие. В бизнесе это противоречие носит ярко выраженный характер: должное по отношению к обществу, как правило, ведет к

снижению прибылей бизнесменов. Иногда деятельность бизнесменов, наиболее полезная для общества в целом и наиболее нужная для развития всей системы частного предпринимательства, вообще остается без вознаграждения. Так, например, те предприниматели, которые являлись первопроходцами новых методов организации производства, крайне редко получали адекватное вознаграждение за свою деятельность. С другой стороны, в бизнесе всегда существует возможность получения прибыли путем деятельности, наносящей ущерб общественным интересам. Ведь бизнес - это всегда конкурентная борьба, в которой выживает сильнейший, что приводит к появлению таких методов организации производства, которые оказываются лучше всего приспособленными к обеспечению экономического процветания бизнесмена в обществе, но не обязательно будут приносить наибольшую пользу для самого общества.

3. Экономические интересы в обществе представляют собой сложную динамичную систему, возникающую в процессе интеграции интересов экономических субъектов качественно неоднородного уровня - «индивида-коллектива-общества». Но этим, по сути, и ограничивается единство взглядов экономистов относительно природы экономического интереса в обществе. Одни авторы полагают, что сущность экономического интереса составляют рационализм и эгоизм, а в системе «индивид-коллектив-общество» ведущим является экономический интерес индивида, другие считают, что рационализм и эгоизм не исключают этических, социально ориентированных мотивов, третьи полагают, что частный интерес индивида можно рассматривать только как составную часть общественного интереса. Самое же главное состоит в том, что если в объяснении механизма реализации индивидом частного, эгоистического, рационального интереса современная экономическая теория на основе концепций неоклассиков достигла впечатляющих результатов в виде современной микроэкономики, то в объяснении механизма реализации общественного интереса неоклассическая традиция обнаруживает свою несостоятельность.

Проблемам экономических интересов уделяли большое внимание ученые различных эпох, рассматривая их с самых разных сторон. Специалистам хорошо известна крылатая фраза Ф.Энгельса о том, что экономические отношения каждого общества проявляются, прежде всего, как интересы. Можно обнаружить различные взгляды на формулировку понятия «интерес» и связанные с ним проблемы. Наиболее полно, на наш взгляд, они получили отражение в работе В.М. Юрьева, который анализирует точки зрения экономистов, группирует их предложения, выражает согласие или несогласие и, в конечном итоге, предлагает свое определение: «экономический интерес есть объективный побудительный мотив деятельности

людей. Он выражает связь между положением работников в системе общественного производства и их материальными потребностями». Существенным является добавление этим автором к категориям «потребность» и «интерес», как движущим факторам развития общества, третьей составляющей - социальной необходимости. Как движущую силу хозяйственного процесса рассматривает интерес и академик РАН А.Д. Некипелов. Излагая свою точку зрения в выступлении по проблеме индивидуальных и общественных предпочтений на недавнем всероссийском симпозиуме по экономической теории, он подчеркнул, что, во-первых, это тема – вечная; во-вторых, особые споры сосредоточены вокруг содержания общественных интересов (предпочтений, преференций, потребностей); в-третьих, сегодня не ослабевает дискуссия о том, что отвечает интересам общества, а что - нет (выделяя при этом рыночный механизм согласования индивидуальных интересов и нерыночный способ формирования групповых интересов). Управление через интересы подразумевает их изучение, учет, и отражение в управленческих решениях. Именно такой подход создает возможность применения прежде всего экономических, а не административных методов государственного регулирования экономики. Безусловно, реализация его требует создания и отработки механизма и процедур согласования (сочетания, обеспечения баланса) интересов. Например, обеспечение баланса интересов различных субъектов при правовом регулировании предпринимательской деятельности, по мнению А.Я. Курбатова, состоит в том, что «государство через воздействие на материальные условия деятельности носителей частного интереса пытается сформировать у них интересы, совпадающие с интересами общества Экономическая теория 23 и государства». Сочетание интересов проявляется в том, что, обеспечивая охрану интересов одних субъектов, государство при помощи правового регулирования устанавливает пределы проявления других субъектов. Именно в этих пределах проявления интересов предпринимателей реализуется их самоуправление (саморегулирование). При этом наиболее распространенными способами обеспечения баланса интересов являются: выстраивание иерархии интересов, установление пределов их реализации.

Не менее важным методологическим аспектом является определение границ между сферами частного и публичного интереса. Она подвижна, и, как мы указывали выше, ее определение и составляет проблему обеспечения баланса публичных и частных интересов. Для установления зоны гармонизации интересов В.М. Юрьев предлагает различать верхний и нижний пределы согласования интересов: «верхним пределом является такая их гармонизация, при которой обеспечивается наиболее эффективное развитие общественного производства при максимальном

удовлетворении постоянно растущих производственных и непроизводственных потребностей коллектива в целом», а нижним – «та граница их гармонизации, при которой коллектив ничего не теряет и не выигрывает от улучшения условий реализации общественных потребностей».

4. В широком смысле социальная ответственность бизнеса обозначает действия хозяйственного субъекта по оказанию благоприятного влияния бизнеса на общество, когда получение экономического эффекта базируется на участии предприятия в обеспечении устойчивого развития. Социальная ответственность, в отличие от юридической, подразумевает определенный уровень добровольного отклика на общественные проблемы. Этот отклик имеет место по отношению к тому, что лежит вне определяемых законом требований или же сверх этих требований.

Суть концепции социально-ответственного бизнеса заключается в том, что предприниматели должны не только заботиться о прибыли и уплате налогов, но и разделить с обществом ответственность за социальную несправедливость, экономическое неравенство и экологические проблемы, участие в экономической адаптации социально-незащищенных слоев населения и охране окружающей среды.

В обществе сложились представления о том, что бизнес должен ответственно действовать в таких сферах, как защита среды обитания, здравоохранение и безопасность, гражданские права, защита интересов потребителя и т. п. Следовательно, предприниматели должны часть своих ресурсов и усилий направлять на пользу местных сообществ, в которых функционируют их предприятия, и, таким образом, на пользу общества в целом, так как организации не могут длительное время работать ответственным образом, находясь в конфликте со своим окружением. Для успешного бизнеса предприятие должно уметь приспособливаться и откликаться на проблемы, возникающие в социальной среде, чтобы сделать эту среду более благожелательной к организации. Расходы на социальную ответственность оправданы фактом совершенствования различных сегментов общества, а также улучшением отношения общественности к бизнесу, что повышает лояльность потребителей к производителям продукции, снижает уровень государственного регулирования и ведет к общему улучшению состояния общества. Однако бизнес, чтобы стать социально ответственным, должен анализировать собственные прямые действия и окружающую их среду и выбирать такие программы, которые помогут этой среде в наибольшей мере.

Однако не подлежит сомнению, что для любого предпринимателя на первом месте стоит выживание его бизнеса и только потом - проблемы общества. Если предприниматель не способен вести дело с прибылью, вопрос о социальной

ответственности становится по преимуществу академическим. Тем не менее, предприниматели должны вести свои дела в соответствии с общественными ожиданиями и с философской точки зрения целью предпринимательства должно быть удовлетворение основных жизненных и культурных потребностей человека.

## Лекция 5

### ТЕМА: Предпринимательская деятельность и религия

#### Вопросы:

- 1) Религия и бизнес.
- 2) Теория и развитие идей утилитаризма.
- 3) Деонтическая этика.
- 4) Этика справедливости.

#### 1.РЕЛИГИЯ И БИЗНЕС

В этике бизнеса сложились четыре основных подхода к моральным проблемам бизнеса, опирающихся на четыре этических направления. Первое из них основано на религиозной этике. В его основе лежит ориентация на абсолютные нравственные ценности, берущие свое начало в иудео-христианской традиции: “Не лги”, “Не укради”, “Не лжесвидетельствуй против ближнего своего” и др. Хорошо известно, что первые предприниматели были весьма религиозными людьми. Как показал М. Вебер, именно религиозные особенности протестантизма привели в Новое время к бурному развитию капиталистических отношений.

Хотя при решении любых моральных проблем человек с необходимостью должен опираться на некоторые абсолютные нравственные ценности, все же прямое использование религиозной этики в бизнесе имеет определенные ограничения. Во-первых, глобализация современного бизнеса приводит к тому, что агентами деловых отношений становятся люди, принадлежащие к различным религиозным традициям: христианству, иудаизму, исламу, буддизму, конфуцианству и т. д. Более того, в значительной степени современная культура является светской по своему характеру.

Во-вторых, абсолютные нравственные ценности мало что могут дать человеку в ситуации конкретного нравственного выбора. Для этого бизнесмен, даже и опирающийся на религиозные нравственные ценности, нуждается в некотором этическом инструментарии, который мог бы помочь ему проанализировать и решить сложнейшие проблемы современной предпринимательской практики. Другие три подхода в этике бизнеса опираются на три различные этические традиции — утилитаризм, деонтическую этику (этику долга) и этику справедливости.

Разумеется, влияние религиозного сознания на экономическое поведение нельзя преуменьшать. Религиозные основания поведения человека, в том числе и в бизнесе, превратившись в культурную традицию, проявляются даже тогда, когда человек не задумывается о корнях своих предпочтений и пристрастий. Не случайно поэтому в настоящее время бурно развивается область менеджмента, изучающая культурную специфику поведения в разных странах. Именно поэтому авторы сочли необходимым отдельно проанализировать такого рода основания экономического поведения в России.

Ниже в кратком изложении затронем основные моменты полемики различных подходов в этике бизнеса, представленные в работах американских ученых М. Валаскеса, Дж. Ролза, Л. Нэш и некоторых других.

## 2. ТЕОРИЯ УТИЛИТАРИЗМА

Одной из самых влиятельных в этике бизнеса является теория утилитаризма. Основателем теории традиционного утилитаризма считают Иеремию Бентама (1748—1832). В своих трудах Бентам разрабатывал методiku поиска объективных критериев измерения ценностей, которая должна была обеспечить возможность простого и удовлетворительного с экономической точки зрения определения адекватности социальной политики и общественного законодательства. По его мнению, наиболее эффективными критериями могли служить степень соответствия образа действия и существующих законов и степень полезности и вредности деятельности (по данным оценки ее последствий).

Какое-либо действие является правомерным с этической точки зрения в том, и только в том случае, если суммарный полезный эффект этого действия превышает суммарный полезный эффект любого другого действия, которое могло бы быть совершено вместо действия первого.

Таким образом, принцип утилитаризма предполагает наличие возможности количественного измерения благ, производимых путем совершения действий, возможность их суммирования, а также вычисления разности между количеством благ и количеством отрицательных результатов, а значит — и возможность определить, какое из действий даст максимальную чистую прибыль или минимальные абсолютные расходы. Следовательно, на базе данного принципа можно осуществить количественное измерение всех видов прибыли и расходов и, пользуясь некоей общей численной шкалой, реализовать сложение или вычитание определенных значений искомых показателей. Например, уровень степени удовлетворенности рабочих состоянием среды, в которой реализуется трудовой процесс, может быть оценен величиной, равной 500 ед. (позитивным) полезности, тогда как соответствующий отрицательный эффект (счет из банка, присланный в следующем месяце) будет равен 700 ед. (негативным). Таким образом, общий итог описанной акции, направленной на улучшение состояния среды, в которой трудятся рабочие, составит 200 ед.

(негативных) полезности. Если принцип утилитаризма гласит, что данное конкретное действие является правомерным, поскольку отличается более высокой полезностью, чем любой другой соответствующий акт, то это вовсе не значит, что правомерным является такое действие, которое приносит максимум пользы лицу, его совершающему. Более верным является, скорее, следующее утверждение: правомерно такое действие, которое приносит максимум пользы всем тем лицам, которые оказываются в сфере действия результатов акции (в том числе человеку, совершающему данную акцию).

Для определения того, что будет пользой для всех заинтересованных сторон при принятии решения, в утилитаризме выработаны четыре принципа:

Принцип цели. Прежде всего, ценность поступка измеряется его целью – она должна удовлетворять запросы и желания всех участников деятельности.

Принцип полезности. Чтобы была достигнута наибольшая польза, цель поступка должна приносить максимально возможное благо наибольшему количеству заинтересованных сторон.

Принцип удовольствия. Благо каждого участника деятельности – это его удовольствие и счастье, достигаемое в результате достигнутой цели. Мера своего удовольствия и счастья каждый участник определяет сам.

Социальный принцип. Целью каждого поступка должно быть не собственное удовольствие и счастье человека, а благо общества или государства. Т.е., ценность достигаемой цели зависит от того, насколько она полезна всему обществу или государству.

Теория утилитаризма привлекательна во многих отношениях. Ее положения согласуются с критериями, которые используются для интуитивной оценки моральности поведения. Так, в случае, когда человек пытается объяснить, почему он морально обязан совершить ту или иную акцию, он часто руководствуется соображениями о пользе или вреде, которые его действия могут принести другим людям. Соображения морали требуют учета интересов всех окружающих наравне с собственными интересами. Такое поведение полностью вписывается в теорию утилитаризма, поскольку положения последней содержат требование необходимости определять результат действия в отношении всех лиц, участвующих в акции, и требование выбирать такой вариант образа действий, который обеспечивает максимальный полезный эффект для каждого независимо от того, получает ли он прибыль непосредственно.

Используя принципы утилитаризма, можно объяснить, почему некоторые виды деяний считаются аморальными (ложь, супружеская измена, убийство), а другие, напротив, — морально оправданными (правдивые высказывания, верность, соблюдение обязательств).

### 3. ДЕОНТИЧЕСКАЯ ЭТИКА (Этика долга)

И все же теория утилитаризма оказывается малоэффективной и неадекватной в ситуациях, требующих анализа с позиций права. С понятием права приходится сталкиваться каждому бизнесмену. Термин “право” используется для описания нормированного отношения человека к чему-либо. Индивидуум обладает правом, если он правомочен действовать определенным образом или вступать с кем-либо в некие отношения.

Право является мощным инструментом социальной регуляции, и его назначение состоит в том, чтобы обеспечивать для индивида возможность свободного выбора цели или рода деятельности и гарантировать этот выбор, защищая его. Наиболее важным среди различного рода прав являются так называемые моральные права (или права человека). Это права, которыми обладают все люди только потому, что они являются людьми. Моральные права имеют три особенности.

1. Они тесно связаны с обязанностями. Если я имею моральное право делать что-то (или обладать чем-то, или стремиться к чему-либо), то другие люди имеют моральную обязанность не мешать мне делать это (а иногда — в лице государства — даже содействовать мне).

2. Моральные права обеспечивают возможность индивидуального автономного и равноправного выбора цели. Признать, что данное лицо обладает моральным правом, — значит признать, что существует область, в которой это лицо не подчиняется моим желаниям и его интересы не подчиняются моим интересам, т. е. существует область, в которой отдельные лица существуют как равные и автономные.

3. Моральные права образуют базу для оправдания образа действий одних лиц и для защиты и помощи другим лицам. Если я имею моральное право, то мои действия морально оправданны. Более того, если я имею моральное право делать что-либо, то это означает, что действия других лиц, направленные на то, чтобы мешать мне, не являются оправданными. Напротив, могут считаться оправданными действия других лиц, направленные на ограничение деятельности лиц, препятствующих мне в моем стремлении к реализации моего права.

Указанные три характеристики, присущие моральным правам, дают возможность использовать последние для суждений, весьма существенно отличающихся от выводимых на базе стандартных норм утилитаризма.

Можно выделить два главных различия между утилитаристским подходом и подходом с позиции моральных прав.

1. Моральные права являются отражением требований морали, предъявляемых к отдельному индивиду, тогда как моральные нормы утилитаризма по своей сути коллективны.

2. Права образуют базу нормативов, используя которые можно отвергнуть любые попытки апеллировать к таким критериям, как общественная полезность и количественные факторы.

Права являются более совершенным инструментом, чем стандартные нормы утилитаризма, но они содержат элементы последнего; например, в войну

ограничиваются некоторые моральные права в целях защиты интересов общества.

Многие исследователи полагают, что категорический императив Канта является объяснением наличия у человека моральных прав. Именно этика Канта привлекается специалистами этики бизнеса для иного подхода к проблемам деловой жизни. Вне всяких сомнений, наиболее влиятельным философом нравственности до настоящего времени остается Иммануил Кант (1724—1804). Его рационалистический подход к этике оказал существенное влияние на современную этическую мысль.

Сущность этической теории Канта состоит в том, что действие, если оно направленно, способно стать всеобщим. Такая всеобщность не дает людям уклоняться от следования моральным правилам, и такое поведение заложено в самой структуре человеческой рациональности. Наиболее известная формулировка знаменитого категорического императива Канта звучит так: “...поступай только согласно такой максиме, руководствуясь которой ты в то же время можешь пожелать, чтобы она стала всеобщим законом”.

По теории Канта, этическое правило, которое годится для одного, должно годиться для всех. Не существует какой-либо особой этики, которая служила бы одному человеку или отдельной группе людей в ущерб всем другим. Большинство людей интуитивно чувствует правильность этого. Скажем, когда вы были ребенком, ваша мать говорила вам наверняка что-то вроде: “Этого делать нельзя. Что было бы, если бы все решили так поступать?” Если мать приводила вам подобные доводы, то она действовала как теоретик кантианской этики, сама того не подозревая!

Отметим два момента теории Канта. Во-первых, он строит свою этическую теорию на фундаменте человеческой рациональности (на том, что он называет практическим разумом), и это дает нам потенциальный общий знаменатель для построения универсальной этики. (Вспомните, что в традиции утилитаризма установить такой общий знаменатель было трудно, так как “пользу” люди понимают по-разному.) Во-вторых, подход Канта заставляет нас думать о моральных правилах с точки зрения влияния индивидуального действия на целое.

В современной формулировке деонтический подход к оценке этичности поступка, звучит так: действие является морально оправданным для данного лица в том, и только в том случае, если причина, по которой осуществляется это действие, такова, что указанное лицо желало бы, чтобы все прочие лица в данной ситуации действовали бы так же.

В такой формулировке заключены два критерия корректности — в «моральном плане — любого образа действия:

- универсальность — личные мотивы должны быть универсальными (“А что, если бы все поступали так же?”);
- обратимость — личные мотивы должны быть таковыми, чтобы лицо, их реализующее, могло желать, чтобы эти мотивы использовались другими лицами (“А что, если бы я был на его месте?”, “А что, если бы с тобой поступили так же?”).

В отличие от утилитаризма кантианский подход сосредоточен на внутренних

мотивах, а не на последствиях действий. В соответствии с этим лгать нельзя потому, что если это действие делается всеобщим, то связи между людьми исказятся, люди потеряют доверие друг к другу и общество распадется. Можно, конечно, оспаривать выводы Канта на том основании, что ложь весьма распространена, а общества тем не менее не распадаются. Но все же стоит подумать о перспективе развития такого отношения. Ведь одна из основных проблем в этике бизнеса — это то, что люди слишком легко придумывают самые невероятные обоснования дозволенности для них чего-то, что не дозволено другим.

С точки зрения этики бизнеса, пожалуй, наиболее перспективной является следующая формулировка категорического императива: “...поступай так, чтобы ты всегда относился к человечеству и в своем лице, и в лице всякого другого так же, как к цели, и никогда не относился бы к нему только как к средству”.

У человека всегда есть сильное искушение для воплощения каких-либо планов и достижения личных целей использовать других людей как средство. К сожалению, в бизнесе это особенно частое явление.

#### 4. ЭТИКА СПРАВЕДЛИВОСТИ

Третий подход к проблемам деловой жизни связан с использованием в анализе бизнеса категории справедливости. В отличие от этики утилитаризма и деонтической этики область применения этики справедливости существенно сужена. Последняя включает в основном проблемы, связанные с отношениями бизнеса и общества в целом, и не касается, например, проблем отношений между корпорациями. Очевидно также, что стандарты справедливости не могут стоять выше моральных прав отдельной личности. Сама справедливость основана на моральных правах индивидов.

Этика справедливости исходит из положения, что люди по своей природе являются общественными существами, которые должны жить в обществе и создавать социальные структуры для поддержания его функционирования. Основные ценности для ее представителей — человеческое равенство и справедливость как его выражение. Вследствие этого моральным долгом, как он понимается в этике справедливости, является подчинение закону, который должен быть одинаков для всех, принятие справедливых законов, отсутствие дискриминации и привилегий.

Сложность, однако, состоит в том, что существует несколько отличающихся друг от друга представлений о справедливости. Приведем лишь самые распространенные подходы к данной проблеме.

I. Эгалитаризм. Согласно теории эгалитаризма (от фр. *egalite* — равенство), между людьми нет никаких различий, которые могли бы оправдать возможность неравного к ним отношения. Согласно этой теории, блага и тяготы должны распределяться между людьми по следующему принципу: “Каждый человек должен получать равную долю тягот и благ”. Эгалитаристы полагают, что все люди равны в принципе, а поэтому каждый человек в равной мере претендует на блага

общественного достояния. Следовательно, считают они, распределение благ должно производиться равномерно.

II. “Капиталистическая” справедливость — распределение благ должно осуществляться с учетом индивидуального вклада в общее дело группы (фирмы, общества, человечества).

III. “Коммунистическая” справедливость — трудовые обязанности должны распределяться в соответствии со способностями, а блага — в соответствии с потребностями.

IV. Концепция Д. Ролза, изложенная им в вышедшей в 1971 г. книге “Теория справедливости”. В ней американский ученый сформулировал свое понимание справедливости, основанное на следующих принципах:

1. каждый человек имеет равное право на наиболее широкие свободы, совместимые с аналогичными свободами других людей;

2. неравенство по социально-экономическим параметрам должно быть таким, чтобы:

а) обеспечить максимум прибыли для наименее привилегированных лиц;

б) учреждения и должностные лица, являющиеся носителями власти, были бы доступны в равной мере для каждого.

### «ПРИНЦИП РАВНОЙ СВОБОДЫ»

Согласно Ролзу, принцип 1 должен быть приоритетным по отношению к принципу 2 б) в случае, если ситуация такова, то оба принципа противоречат друг другу. В рамках принципа 2 положение а) должно рассматриваться как приоритетное по отношению к положению б).

Принцип 1 получил название “принцип равной свободы”. Сущность его состоит в требовании необходимости защиты прав граждан от нарушений со стороны других лиц и в требовании равенства этих прав. Фундаментальные свободы включают свободу избирать, свободу совести, слова и др., а также свободу обладать собственностью и свободу не быть объектом произвольного ареста.

Если считать, что принцип равной свободы верен, то, следовательно, вмешательство коммерческих корпораций в частные дела сотрудников, давление, оказываемое менеджерами на ход выборов, попытки регулировать политические процессы путем дачи взяток или другие акты, направленные на нарушение принципа равенства, следует рассматривать как некорректные действия. Кроме того, согласно Ролзу, возможно и такое отступление от принципа, как ограничение свободы заключения договоров (в результате мошенничества или вследствие нарушения), поэтому сам принцип предусматривает запрет насилия, обмана и требует уважительного отношения к пунктам договоров. В таком случае договорные отношения с клиентами, работниками (речь идет также о рекламе) должны быть в моральном плане свободны от положений, допускающих возможность обмана, а работодатель имеет моральное обязательство предоставить нанимаемому лицу услуги, которые оговорены в соглашении.

**Этика прагматизма.** Прагматизм (от греческого «прагма» - «действие»). Этика прагматизма ориентирована на то, что каждая моральная идея и каждое моральное понятие должны быть реализуемы на практике. Если этого не происходит, следует изменить как содержание самого понятия, так и практику его применения. Например, если человек не может получить желаемого счастья, значит, ему следует изменить образ счастья (то, чего он хочет) и выбрать другую тактику его достижения (то, что он для этого делает).

Прагматизм вырабатывает особую «формулу жизни»: «желание – действие – успех», которой должен пользоваться каждый в достижении своих целей. Действия следует выбирать и делать так, чтобы они приводили человека к успеху.

## Лекция 6

### Тема: Этическое измерение предпринимательства

#### Вопросы:

- 1) Мораль и этика. Нравственные ценности и формирование нравственного поведения.**
- 2) Уровень нравственного развития.**
- 3) Этические проблемы деловой жизни. Становление этики бизнеса как научной дисциплины.**
- 4) Структура этики бизнеса.**
- 5) Причины повышения внимания к этике бизнеса.**

1. Мораль (от латинского *moralis* – нравственный; *mores* – нравы) является одним из способов нормативного регулирования поведения человека, особой формой общественного сознания и видом общественных отношений. Есть ряд определений морали, в которых оттеняются те или иные ее существенные свойства[1].

Мораль – это один из способов регулирования поведения людей в обществе. Она представляет собой систему принципов и норм, определяющих характер отношений между людьми в соответствии с принятыми в данном обществе понятиями о добре и зле, справедливом и несправедливом, достойном и недостойном. Соблюдение требований морали обеспечивается силой духовного воздействия, общественным мнением, внутренним убеждением, совестью человека.

Особенностью морали является то, что она регулирует поведение и сознание людей во всех сферах жизни (производственная деятельность, быт, семейные, межличностные и другие отношения). Мораль распространяется также на межгрупповые и межгосударственные отношения.

Моральные принципы имеют всеобщее значение, охватывают всех людей,

закрепляют основы культуры их взаимоотношений, создаваемые в длительном процессе исторического развития общества.

Всякий поступок, поведение человека может иметь разнообразное значение (правовое, политическое, эстетическое и др.), но его нравственную сторону, моральное содержание оценивают по единой шкале. Моральные нормы повседневно воспроизводятся в обществе силой традиции, властью общепризнанной и поддерживаемой всеми дисциплины, общественным мнением. Их выполнение контролируется всеми.

Ответственность в морали имеет духовный, идеальный характер (осуждение или одобрение поступков), выступает в форме моральных оценок, которые человек должен осознать, внутренне принять и сообразно с этим направлять и корректировать свои поступки и поведение. Такая оценка должна соответствовать общим принципам и нормам, принятым всеми понятиям о должном и недолжном, достойном и недостойном и т. д.

Мораль зависит от условий человеческого бытия, сущностных потребностей человека, но определяется уровнем общественного и индивидуального сознания. Наряду с другими формами регулирования поведения людей в обществе мораль служит согласованию деятельности множества индивидов, превращению ее в совокупную массовую деятельность, подчиненную определенным социальным законам.

Исследуя вопрос о функциях морали, выделяют регулятивную, воспитательную, познавательную, оценочно-императивную, ориентирующую, мотивационную, коммуникативную, прогностическую и некоторые другие ее функции. Первостепенный интерес для юристов представляют такие функции морали, как регулятивная и воспитательная.

*Этика или философия морали* – это философская наука, объектом изучения которой является мораль. Это учение о происхождении и развитии морали, о правилах и нормах человеческого поведения, об обязанностях людей по отношению к друг другу, к обществу, к государству и природе. Специфика этики в том, что она формирует идеи о должном в виде идеалов, моральных принципов и норм поведения, исследует вопрос о назначении человека и смысле его жизни.

Этика включает в себя:

1. Описательно-эмпирические знания (этику народов, этику бизнеса).
2. Философско-теоретические исследования, касающиеся происхождения, сущности морали, систематизации этических категорий.
3. Практическую мудрость.

**Этика** – область знания, наука о морали. Исходит из предпосылки, что мораль и как сущее и как должное существует объективно, независимо от субъективных представлений.

**Мораль** – и предмет, изучаемый этикой, и исторически конкретные нормы поведения людей. Она научает тому, что является должным.

**Нравственность** обозначает высокие принципы, идеальную, завершенную форму морали, высшую форму морального поведения.

**Основные вопросы этики:**

✘ как следует понимать мораль, что является ее источником: природа человека, Бог, космос или социальные отношения;

✘ каков нравственный идеал и достижим ли он.

**Мораль** – понятие историческое. В истории развития общества можно выделить следующие типы морали:

✘ **мораль первобытнообщинного строя**, основные принципы которой – коллективизм, чувство собственного достоинства, дисциплина, однако наряду с этим существовала кровная месть и людоедство;

✘ **мораль рабовладельческого строя** – индивидуализм, эгоизм, прямота, мужество, храбрость и жестокость;

✘ **мораль феодального общества** – религиозные убеждения, презрение к физическому труду, жестокость к инакомыслящим;

✘ **мораль капиталистическая** – индивидуализм, предприимчивость, активность;

✘ **мораль коммунистическая** – коллективизм, солидарность, интернационализм.

**СТРУКТУРА МОРАЛИ:**

1. нравственные взгляды;
2. смысложизненные ориентации и идеалы;
3. нравственные чувства, традиции, нормы, принципы, заповеди, мотивы, цели, отношения, поступки, оценки;
4. категории добра, совести, чести, справедливости, счастья;
5. нравственные качества личности (милосердие, благотворительность, добродетель)

2. Согласно поздним работам американского ученого Лоуренса Кохлберга, люди обычно развиваются, проходя через шесть различных стадий **нравственного развития** по мере движения от детства к старости.

Первая стадия нравственной мотивации — это “наказание и ориентация на послушание”. На этой стадии ребенок строит свою нравственность вокруг физических последствий выполнения определенного действия (“Я буду наказан, если обижу мою сестру”) и считается с мнением любого, кто сильнее его.

На второй стадии — “ориентация на взаимозависимость” — все строится на том, что “правильный” поступок ассоциируется с любой выгодой, которая нужна данному человеку. Общественные отношения рассматриваются с точки зрения выгоды для себя (“Ты чешешь мою спину, а я чешу твою”).

На третьей стадии — “ориентация на хорошего мальчика или девочку” — нравственное принятие решений рассматривается с точки зрения получения одобрения

своих поступков “значительными людьми”. Все, что оправдывает ожидания общества, рассматривается как “правильный” поступок.

Четвертой стадией типологии Кохлберга является “ориентация на закон и порядок”. Люди, совершающие нравственную оценку на этой стадии, воспринимают свои нравственные обязанности с точки зрения своего долга и отношения к властям. Этическая дилемма решается в повиновении некой внешней власти: закону, правительству, боссу.

Кохлберг утверждает, что двое из каждых троих взрослых американцев останавливаются в своем нравственном развитии на четвертой стадии или ниже. Остальные взрослые способны достичь более высокого уровня нравственной оценки (пятой и шестой стадий этой типологии). Они пытаются определить нравственные обязанности с точки зрения всеобщего блага.

На пятой стадии — “ориентация на общественно-правовое согласие” — индивид способен критически рассматривать общество. Плохое и хорошее определяется с точки зрения превосходства взаимных соглашений над морально-правовыми ценностями. Налицо контраст с ориентацией четвертой стадии: закон создан для людей, а не люди для закона.

Наивысшая стадия ориентации, по Кохлбергу, — это шестая — “ориентация на всеобщие этические принципы”. На этой стадии правильность действия определяется с точки зрения соответствия всеобщим нравственным принципам (т. е. “золотое правило”, категорический императив Канта). Когда эти самостоятельно собранные принципы морали вступают в конфликт с общественными или правовыми нормами, всеобщие этические принципы берут верх.

### **3. Этические проблемы деловой жизни. Становление этики бизнеса как научной дисциплины.**

Американская исследовательница Лора Нэш в 1990 г. выпустила книгу с характерным названием “Долой благие намерения”, в которой она приходит к выводу о том, что благие намерения у руководителей и участников бизнеса не являются достаточным фактором для разрешения сложных этических проблем, возникающих на рабочем месте. Хотя некоторые прекрасные и выдающиеся деловые люди придерживаются строгих моральных ценностей в своей частной жизни, Нэш указывает на то, что динамика деловой жизни предписывает им иметь дополнительные крепкие моральные принципы помимо их собственного морального кодекса.

“Если человек является владельцем компании, которая не производит никакой продукции, не нанимает никаких работников и не производит никаких отходов, то даже в этом случае такой человек не должен забывать об основных моральных стандартах. Любой руководитель часто сталкивается с необходимостью принимать такие решения, которые ставят перед ним сложные этические проблемы, и в таких

ситуациях руководитель не властен изменить что-либо: он вынужден принимать решения, в результате выполнения которых неизбежно пострадают люди; ему приходится идти на сделки, в которых приходится выбирать между равно необходимыми материальными ценностями и следованием устоявшимся моральным принципам; он оказывается в таком положении, что интересы его организации и цели работы входят в противоречие с личными нуждами конкретных служащих или потребителей”, — пишет Л. Нэш.

Именно поэтому изучение этики бизнеса является исключительно важным для руководителя любой организации.

Из интервью, взятых у различных руководителей организаций в США, Л. Нэш выделила главные этические проблемы, с которыми чаще всего сталкиваются руководители делового мира Америки:

- жадность;
- сокрытие фактов и неверную информацию в отчетах и при проведении проверок;
- выпуск некачественной продукции или необходимость ее постоянного технического обслуживания;
- неразумное завышение цен или прямой обман при проведении деловых переговоров;
- имеющиеся на сегодняшний день условия работы вынуждают людей лгать о выполнении ими их работы;
- излишнюю самоуверенность в суждениях, которая может привести к ущербу для интересов компании, когда для нее наступают тяжелые времена;
- низкое качество работы и товаров;
- безоговорочное подчинение руководству, каким бы неэтичным и несправедливым оно ни оказалось;
- противоречия между личными интересами и интересами корпорации;
- наличие фаворитов;
- жесткие цены;
- принесение в жертву ни в чем не повинных и беспомощных людей для выполнения той или иной работы;
- невозможность высказать свое возмущение и несогласие в атмосфере постоянных неэтичных поступков;
- малое внимание семье или личным делам из-за обилия работы;
- производство продукции с сомнительными характеристиками по безопасности;
- невозвращение каких-либо вещей или ценностей, взятых на рабочем месте, у сослуживцев или из фондов корпорации;
- сознательное преувеличение преимуществ своего плана работы для получения поддержки;
- преувеличенное внимание к перемещениям по иерархической лестнице в

ущерб интересам дела;

- перемещение по служебной лестнице по головам сослуживцев;
- обман работников с целью получения выгоды для компании;
- создание союзов с сомнительными партнерами в надежде на счастливую случайность;

• затяжки и промедления с выполнением своих обязанностей, что приводит к растрате времени и денег корпорации;

• оказание негативного влияния на общественно-политический процесс путем внесения изменений в законодательство за взятки.

Нэш обращает внимание на то, что руководители и работники, которые сталкиваются с подобными проблемами, не могут для их разрешения следовать только тому, что они “узнали о морали в своих семьях, у учителей, в церквях или синагогах”. “Путь в ад устлан благими намерениями”, и часто наиболее безнравственные решения принимаются и наиболее нелицеприятные поступки в бизнесе совершаются людьми, которые исключительно честны и имеют самые благие намерения, отмечает Л. Нэш.

Современная деловая этика, по мнению многих ученых, должна основываться на трех важнейших положениях: (1) создание материальных ценностей во всем многообразии форм рассматривается как изначально важный процесс; (2) прибыль и другие доходы рассматриваются как результат достижения различных общественно значимых целей; (3) приоритет при разрешении проблем, возникающих в деловом мире, должен отдаваться интересам межличностных отношений, а не производству продукции.

Этика бизнеса является одной из разновидностей профессиональной этики. Одни исследователи и практики считают, что это понятие определяет поведение и практическую деятельность профессионалов бизнеса, для других это совокупность моральных стандартов, о которых многие говорят, но мало кто придерживается. Но есть и те, кто вообще отрицает само существование этики бизнеса.

При изучении данного курса мы будем понимать этику бизнеса как применение этических принципов к деловым ситуациям. При таком подходе курс этики бизнеса представляет собой синтез теории этики и традиционного обучения ведению дел, таких, как организационное поведение, экономика, стратегическое планирование, финансы, учет, маркетинг. Возможно, определение, предложенное Л. Нэш в упомянутой книге, наиболее точно раскрывает содержание понятия “этика бизнеса”.

Этика бизнеса представляет собой изучение соответствия моральных норм человека деятельности и целям деловой организации. Она не является простым набором определенных моральных стандартов, а представляет собой инструмент анализа и решения проблем, которые встают перед нравственным человеком, занимающимся бизнесом.

Этика бизнеса как область знаний сформировалась в 70-е годы XX в. в США (однако особое внимание этичному поведению в бизнесе начало уделяться в 60-е годы,

во время различных социальных потрясений). Между научным сообществом и деловым миром в это время возникало все большее согласие по вопросу необходимости повышения “этического сознания” профессиональных бизнесменов при проведении им; деловых операций. Некоторые специалисты указывали на необходимость повышения “ответственности корпораций перед обществом”. Другие обращали особое внимание на участвовавшие случаи коррупции среди как правительственной бюрократии, так и ответственных лиц различных корпораций. Знаменитый Уотергейтский скандал, в который были вовлечены виднейшие представители администрации президента Никсона, включая самого президента, значительно подорвал доверие многих американцев к своим правительственным институтам.

Множество людей связывает этот процесс с упадком значения религиозных ценностей и традиционной морали в Соединенных Штатах американские исследователи указывают на устойчивое падение результативности, энергии и гордости за всю работу у работающих. Это явление иногда связывают с упадком и даже исчезновением “протестантской этики труда”. Развенчание этих традиционных трудовых ценностей часто приводится как объяснение падения производительности труда в американской промышленности. Противовесом этим процессам и решением различных ценностно-ориентированных проблем является, по мнению многих исследователей, смещение позиции моральных ценностей и ответственности перед обществом в сфере бизнеса.

К началу 80-х годов такая область знаний, как этика бизнеса, стала важнейшим предметом изучения для специалистов. По этике бизнеса было издано множество книг, и большинство школ бизнеса в США включили ее в свои учебные программы. Несмотря на все это, пока еще очень трудно определить границы данной области знаний. Это происходит в значительной степени из-за отсутствия общей методологии в этой области, а также широко распространенного скептицизма и убежденности в том, что большинство деловых людей проигнорируют любые этические нормы, если они будут хотя бы в малейшей степени противоречить так называемым мотивам к получению прибыли в бизнесе.

Хотя скептицизм по поводу самой возможности существования этики в бизнесе был распространен довольно долго (а в нашей стране широко распространен и до сих пор), профессионалы бизнеса и широкие слои общественности всегда разделяли глубокое убеждение в том, что существование высоких этических стандартов в бизнесе приведет к получению всеобщей выгоды. Каждый раз, когда в США происходил более или менее крупный скандал в правительственных или деловых кругах, достоянием широкой публики становились многочисленные речи и передовые статьи в печати, призывающие к более высоким этическим стандартам в поведении при выполнении профессиональных обязанностей и в бизнесе, и среди государственных служащих. При этом имелись в виду личные этические обязанности помимо простого подчинения закону, хотя при определении сущности этих обязанностей и возникали различия во

мнениях.

#### 4. Структура этики бизнеса:

Этика бизнеса — это научная дисциплина, изучающая применение этических принципов в деловых ситуациях. Наиболее разрабатываемыми вопросами в этике бизнеса являются следующие: взаимоотношение между корпоративной и универсальной этикой, проблема социальной ответственности бизнеса, вопросы приложения общих этических принципов к конкретным ситуациям принятия решений, способы повышения этического уровня организации, влияние религиозных и культурных ценностей на экономическое поведение и некоторые другие.

Традиционно этику бизнеса принято разделять на макроэтику и микроэтику. Под макроэтикой понимается та часть этики бизнеса, которая рассматривает специфику моральных отношений между как макросубъектами социальной и экономической структуры общества: корпорациями, государством и обществом в целом, так и его частями; под микроэтикой — исследование специфики моральных отношений внутри корпорации, между корпорацией как моральным субъектом и ее работниками, а также держателями акций.

В системе моральных отношений между макросубъектами специалисты выделяют два уровня: горизонтальный и вертикальный. На горизонтальном уровне рассматривают моральные отношения между субъектами, обладающими одинаковыми характеристиками, между различными корпорациями; на вертикальном — моральные отношения между субъектами, обладающими разными характеристиками и свойствами. К этому уровню принадлежат отношения между корпорациями и государством, между корпорациями и обществом в целом (или его частью) и между корпорациями и окружающей средой.

Большинство людей принимает этические решения на микроуровне, т. е. когда человек отвечает за свое поведение или принимает решения, которые касаются других людей, например в отношении благосостояния своих близких, коллег или даже небольшого сообщества. Но некоторые люди рано или поздно начинают принимать решения на макроуровне, например непосредственно участвовать в формировании государственной национальной политики.

5. Необходимость повышения качества этического сознания особенно очевидна в свете исторических изменений в организации современного бизнеса: (1) роста уровня корпоративности в настоящее время и (2) информационной революции.

Потребность введения современных производственных технологий часто равнозначна необходимости значительных экономических нововведений в работе крупных корпораций. Эта так называемая экономика в масштабе корпорации создает мощные экономические стимулы для роста корпораций по горизонтали и вертикали. На самом деле такой рост корпораций становится важной отличительной чертой во второй половине XX в. Фактически большинство стран мира в настоящее время имеют

более низкий валовой внутренний продукт (ВВП), чем ежегодные доходы любой из крупных корпораций. Так, уже в конце 80-х годов валовые ежегодные доходы Exxon Corporation превосходили ВВП Республики Корея или Индонезии; валовые ежегодные доходы Royal Dutch Shell находятся сегодня на более высоком уровне, чем ВВП Бельгии, Чехии или Аргентины; валовые ежегодные доходы General Motors — на более высоком уровне, чем ВВП Нигерии, Южной Африки или Австрии; валовые ежегодные доходы Mobil — на более высоком уровне, чем ВВП Дании и Финляндии; валовые ежегодные доходы Ford Motor Company — на более высоком уровне, чем ВВП Таиланда; валовые ежегодные доходы IBM и Du Pont — на более высоком уровне, чем ВВП Колумбии и Греции; валовые ежегодные доходы General Electric — на более высоком уровне, чем ВВП Новой Зеландии и Кувейта и т. д.

Одним из недостатков невероятного роста современных корпораций является неизбежный рост бюрократических организационных структур внутри их. При этом возникает все более яркая тенденция, типичная для бюрократических структур, ответственных за принятие решений, которая заключается в беспрекословном подчинении лицу, стоящему выше на иерархической лестнице. Эта тенденция приводит к тому, что самым серьезным образом подавляется личная инициатива. А это ставит и массу этических проблем для лиц, ответственных за принятие решений внутри таких организационных структур, что также приводит к возникновению ситуаций, когда даже хорошие и честные люди совершают плохие и бесчестные поступки, хотя это и делается для блага корпорации.

Второе историческое изменение в организации современного бизнеса — это информационная революция. С появлением компьютера после второй мировой войны жизнь на планете Земля фундаментально изменилась. Сбор, хранение, обработка и анализ данных на таком уровне, какой обеспечивает компьютер, произвели настоящую революцию — информационную революцию, которая оказывает гораздо более значительное воздействие на человеческие сообщества, чем промышленная революция середины XVIII в. Новый импульс компьютерные технологии получили в 90-е годы, с развитием всемирной компьютерной сети Интернет, которая связала миллионы компьютеров на всех континентах (кроме, может быть, Антарктиды) в единое информационное пространство.

Этика и экономика имеют очень много связывающих их между собой особенностей. Если лидеры в сфере бизнеса и крупные политические деятели проявляют невежество, игнорируют взаимосвязь между этическими ценностями и работой экономических институтов, то оказывается невозможным вписать экономику переходного периода и ее экономические институты рыночного типа в не соответствующие им исторические и культурные условия и традиции конкретных стран и народов. Например, для России, считает В. Вейгль, недостаточно и неразумно просто скопировать экономические институты Запада. Возникает необходимость вписать и внедрить такие экономические институты в совершенно отличные от западных исторические и культурные условия и окружение России и других стран

СНГ. Можно предположить, что изучение этики бизнеса сможет облегчить этот труднейший процесс внедрения.

Обобщая, необходимо подчеркнуть, что важность изучения этики бизнеса при подготовке профессиональных бизнесменов трудно переоценить. Оно помогает не только сформулировать нужные этические ценности для каждого человека и свободнее ориентироваться профессиональным бизнесменам в сложных проблемах, возникающих при принятии решений, но и создать этическую инфраструктуру, которая должна сделать возможным введение и работу рыночной экономики и рыночных отношений. Более того, освещение взаимосвязи между этими этическими ценностями и деятельностью экономических институтов при изучении курса этики бизнеса может помочь построить более жизнеспособные экономические институты в условиях трансформируемой экономики.

Изучение этики бизнеса в высших учебных заведениях ставит своей целью повышение качества этического сознания профессионалов бизнеса и менеджмента, усвоение ими основных ценностных ориентации и этических стандартов бизнеса, овладение инструментарием для анализа и принятия этических решений в конкретных ситуациях деловой жизни. Курс этики бизнеса включен в учебные планы многих вузов и школ бизнеса в России. Полностью или частично он изучается также специалистами в области государственного и муниципального управления.

## Лекция 7

### ТЕМА: Бизнес и социализация личности

#### Вопросы:

- 1) Содержание процесса социализации.
- 2) Этапы социализации.
- 3) Факторы социализации.
- 4) Личность как объект экономической социализации.

. СОЦИАЛИЗАЦИЯ – общенаучный термин, обозначающий процесс приобщения индивида к социуму, включения в общественную жизнь, обучения поведению в коллективах, утверждению себя и выполнению социальных ролей. Слово «социализация» по смыслу близко к русскому слову «воспитание», но воспитание подразумевает прежде всего направленные действия, посредством которых индивиду сознательно стараются привить желаемые черты и свойства, тогда как социализация, наряду с воспитанием и обучением, включает ненамеренные, спонтанные воздействия, благодаря которым индивид приобщается к культуре и становится полноправным и полноценным членом общества.

Смысл и содержание этого понятия исторически изменялось. Социальная

философия 19 в. считала человеческую природу агрессивной и эгоистичной, социализация трактовалась как процесс ее преобразования и выработки про-социальных установок. Позже, когда выяснилось, особенно после К.Маркса, что человек изначально является общественным существом, социализация приобрела более конкретные очертания. Социологи-функционалисты 20 в. (Т.Парсонс, Р.Мертон) видят в ней не столько битву между индивидом и обществом, сколько постепенное и плавное приспособление индивида к требованиям социальной системы путем усвоения принятых в ней правил, ролей и ценностей. Однако индивид при этом выглядит скорее объектом, чем субъектом социального процесса. Символический интеракционизм (Д.Г.Мид, И.Гофман) ставит в центр внимания межличностное взаимодействие, в ходе которого индивид не только воспринимает ожидания конкретных других и обобщенного другого (общество, социальная группа), но и конструирует свою собственную субъективную реальность. Важный вклад в теорию социализации внесли психоанализ, когнитивная психология и лингвистика.

Разные науки подходят к изучению процессов социализации с разных сторон. Для антропологов социализация есть прежде всего передача (трансмиссия) культуры от одного поколения к другому (иначе этот процесс называют «инкультурацией»). Для социологов это, с одной стороны, обучение индивида социальным ролям, без усвоения которых он не может стать полноценным членом своего общества или группы, а с другой – формирование его личной идентичности и образа Я. В психологии, где на первый план выступает изучение процессов и механизмов, с помощью которых индивид усваивает соответствующие социальные нормы, роли и идентичности, социализация – элемент процесса формирования и развития личности. Социальная педагогика конкретизирует эти представления, оценивая эффективность тех или иных институтов и методов социализации и их скрытые, побочные, латентные, неосознаваемые воспитателем последствия. Слово «социализация» употребляется и в более узком, специальном смысле. Например, политическая социализация обозначает процесс формирования определенных политических установок и ориентаций, гендерная социализация – формирование гендерной идентичности и связанных с нею сексуальных установок, религиозная социализация – приобщение индивида к определенной религиозной идеологии и т.д. Дисциплинарные, предметные подходы не являются взаимоисключающими, это просто разные взгляды и контексты рассмотрения одних и тех же явлений. Кроме того, необходимо разграничивать автономные аспекты социализации: субъектный (от кого к кому передается культура); объектный (что именно – знания, навыки, установки, ценности – при этом передается); процессуальный (пути и способы передачи); институциональный (посредством каких специализированных социальных институтов это осуществляется).

Центральный философский вопрос теории социализации – рассматривать ли ее как субъектно-объектный (общество или его институты мыслятся как субъект, а индивид – как объект социализации) или как субъектно-субъектный двусторонний процесс взаимодействия, в ходе которого индивид не просто усваивает культурные

коды и социальные ценности, но и изменяет их, реализуя таким образом собственную субъективность.

2. Вопросы этапов и стадий социализации решаются в социально-психологической литературе неоднозначно. По признаку «отношение к трудовой деятельности» Г. Андреева выделяет три стадии социализации – дотрудовая, трудовая и послетрудовая (социологический подход).

Дотрудовая стадия охватывает детский, подростковый и юношеский возраст и имеет несколько самостоятельных этапов:

- ранней социализации (имитации и копирования детьми поведения взрослых);
- игровой деятельности, когда дети осознают поведение как исполнение роли;
- групповых игр, на которых дети учатся понимать, чего от них ждет целая группа людей;
- обучение.

Трудовая стадия связана со зрелостью личности, реализацией и углублением ею социального опыта.

Специфика последтрудоуговой стадии социализации заключается в реализации потенциала людей пенсионного возраста.

В приведенной периодизации наиболее дискуссионным вопросом является как раз третья стадия социализации. Ряд ученых считает, что само понятие социализации личности несовместимо с тем периодом жизни индивида, когда все его социальные функции сворачиваются. Другие, напротив, убеждены в том, что пенсионный период жизни человека является тем возрастом, который продолжает вносить определенный вклад в воспроизведении социального опыта.

Противоположным к социологическому подходу является психоаналитический, с точки зрения которого особое значение для социализации индивида имеет период раннего детства. Психоанализ связывает стадии социализации с проявлением биологических побуждений, инстинктов и подсознательных мотивов человека.

Поступковый подход к проблеме развития и становления личности в социуме (В. Роменец, В. Татенко, Т. Титаренко и др.) предусматривает тот факт, что жизнь как поступок может происходить при условии, что каждое его проявление, волевой акт, переживание, каждое мнение будут формой реализации поступкового принципа .

Еще один подход к рассмотрению вопроса о стадии социализации - компромиссный – учитывает, как социологические, так и психоаналитические взгляды.

В соответствии с этим подходом выделяют два этапа социализации:

- первичную (она охватывает две стадии: от рождения до начала обучения, от начала обучения в школе до начала социальной зрелости и выбора профессии)

- вторичную (усвоения социальных ролей взрослым человеком в процессе труда, познания и общения).

Американские психологи Г. Гаулд, Д. Левинсон, Д. Вейлант выделили такие особые периоды жизни индивида:

16-22 года (в это время, когда человек пытается доказать себе и другим, что он способен к самостоятельной жизни; характерным признаком поведения в этом возрасте является демонстрация собственной независимости);

23-28 лет (этот период характеризуется самоутверждения личности; у человека формируется устойчивое представление о месте, которое она занимает или хотел бы занять в жизни, для этого периода свойственна резкая смена жизненного курса);

29-32 года (не переходный период между двумя жизненными стадиями, когда происходит довольно резкая переоценка ценностей, возникают вопросы типа: «Разве я так представлял себе свою жизнь?»; это чрезвычайно трудный период, для которого свойственна эмоциональная неуравновешенность, частая смена настроения);

33-39 лет ( в этот период семейная жизнь теряет свое обаяние и все силы, ради компенсации, люди отдают предпочтение работе, которая способствует достижению серьезных результатов в профессиональной сфере; вместе с тем и достигнутое кажется недостаточным);

40-42 годы (это сложный переходный период: достигнутые результаты кажутся недостаточными, возникает ощущение, что жизнь проходит зря; до такого депрессивного душевного состояния прилагаются ухудшения здоровья, признаки утраты молодости);

43-50 лет (новое равновесие; в этом возрасте для большинства людей присуща стабильность, возможно творческий подъем; деятельность, обычно очень продуктивная);

после 50 лет (период зрелости, когда человек пришел к соглашению с собой; вместе с тем вновь встает вопрос о смысле жизни и ее ценности, о том, что сделано и что осталось сделать, это период, когда человек старается избегать любых конфликтов; производительность труда может быть высокой благодаря опыту в работе).

Приведенная периодизация особых периодов в жизни человека заслуживает внимания, в то же время она не учитывает весь его жизненный путь (от рождения до смерти), такие важные возрастные периоды, как один, три, семь лет (это критические периоды в жизни ребенка); 8 - 9 лет (этот период характеризуется творческим подъемом); 12-15 лет (это подростковый переходный период, ребенок критически относится к себе и окружению, пытается переосмыслить окружающий мир); 55-60 лет (это критический период в жизни мужчин и женщин, ведь в этом возрасте большинство из них выходят на пенсию, что вызывает острое чувство ненужности).

В основе теории развития человека Ш. Бюлера лежит интенция (намерение). Интенциональность личности проявляется в течении жизни в выборах человека для достижения поставленных целей, формирование и достижение которых предопределяет основные фазы жизненного цикла.

Первая фаза продолжается до пятнадцати лет и характеризуется отсутствием у человека каких-либо целей, развитием в основном физических и умственных способностей индивида.

Вторая фаза длится до двадцати лет и отвечает периоду юности, когда человек осознает свои потребности, способности и интересы, планирует большие изменения, связанные с выбором профессии, партнера, смысла бытия.

Третья фаза продолжается до сорока пяти лет и отвечает зрелости человека. В этот период ставятся четкие цели, достигается стабильность на профессиональном уровне и в личной жизни, принимаются решения о создании собственной семьи и рождении детей.

Четвертая фаза длится до 65 лет. В этот период человек подводит итог прошлой деятельности, пересматривает цели с учетом своего профессионального статуса.

Пятая фаза начинается в 65-70 лет, когда большинство людей перестают достигать целей, которые ими были поставлены в юности. На этом этапе человек пытается осмыслить свое существование как целое, проанализировать выполнение запланированных целей, в связи с чем возникает чувство удовлетворения (цели выполнены) или разочарования (цели оказались недостижимыми).

3. В самом общем виде факторы социализации личности могут быть представлены в виде двух больших групп: в первую входят социальные факторы, отражающие социально-культурный аспект социализации и затрагивающие проблемы ее групповой, исторической, культурной и этнической специфики, во вторую — индивидуально-личностные факторы, в значительной мере определяемые своеобразием жизненного пути личности.

К социальным факторам обычно относят макро-, мезо- и микрофакторы, отражающие социально-политические, экономические, исторические, национальные и т.д. особенности развития личности, в том числе и качество жизни, экологическую обстановку, возникновение экстремальных и других социальных обстоятельств.

Макрофакторы — это социальные и природные детерминанты социализации и развития личности, обусловленные ее проживанием в составе больших социальных общностей.

- Страна, государство (в обыденном понимании синонимы) — понятия, принятые для выделения людей, проживающих в определенных территориально-административных границах и объединенных между собой в силу исторических, социально-экономических, политических и психологических причин. Специфика

развития страны, государства определяет важнейшие особенности социализации населения, особенно молодежи.

- Культура — система духовных форм обеспечения жизнедеятельности и социализации людей. Она охватывает все стороны жизни человека — биологическую (еда, сон, отдых, половой акт, естественные отправления, нужды в чем-либо), производственную (создание средств материального жизнеобеспечения — орудий труда, пищи, одежды, жилищ), духовную (язык и речевая деятельность, мировоззрение, эстетическая деятельность и др.), социальную (коммуникация, социальные отношения).

Мезофакторы — это детерминанты социализации личности, обусловленные ее проживанием в составе общностей средней величины.

- Этнос (нация) — исторически сложившаяся на определенной территории устойчивая совокупность людей, обладающая единым языком, общими относительно стабильными особенностями культуры и психики, а также общим самосознанием (сознанием своего единства и отличия от всех других подобных образований), зафиксированным в самоназвании. Принадлежность к той или иной нации, ее традициям во многом определяет специфику социализации личности.

- Региональные условия — условия, характерные для социализации людей, проживающих в той или иной части страны, государства, имеющей свои отличительные особенности (единую социально-экономическую систему, общее историческое прошлое, культурное и социальное своеобразие).

- Тип поселения — село, поселок, город, область, в силу определенных причин придающие своеобразие социализации проживающих в них людей.

- Средства массовой коммуникации — технические средства (печать, радио, кинематограф, телевидение), с помощью которых осуществляется распространение информации (знаний, духовных ценностей, моральных и правовых норм и т.п.) на количественно большие аудитории.

Микрофакторы — это детерминанты социализации личности, относящиеся к воспитанию и обучению людей в малых группах (семье, трудовом коллективе, религиозной организации или учебном заведении).

Особое значение в социализации личности имеет историческое развитие государства, общности, групп людей, к которым она принадлежит. Каждый период и этап развития человеческого общества предъявляет и определенные требования к личности. Некоторые ученые утверждают, что не оригинальность, не отличие от других, но, напротив, максимально деятельное включение в группу, корпорацию, в богоустановленный порядок — такова была общественная доблесть, требовавшаяся от индивида, в средние века. Полностью обрести и осознать себя человек той эпохи мог лишь в рамках коллектива.

Аналогичные особенности социализации в средние века на Руси отмечали и другие исследователи. И только с развитием капитализма началось разрушение интегрированное™ человека в социальную группу, сословие, преобладание

индивидуально-личностного уровня притязаний.

Замечено также, что в стабильные периоды общественного развития более социально адаптированными к окружающей действительности оказались люди с преобладанием ориентации на групповые ценности, в то время как в переломные кризисные моменты истории активизировались разные типы личности: с одной стороны, те, у которых одновременно преобладают и общечеловеческие, и индивидуально-личностные притязания; а с другой — люди, спасающиеся от общественных бурь с помощью привычных стереотипов ориентации на групповые нормы, присущие стабильному этапу развития социума. В условиях общественного кризиса доминирование последнего из указанных типов личностей ведет к поискам «внешних» врагов, предпочтению «своей» (национальной, профессиональной, возрастной, территориальной и т.п.) группы.

Индивидуально-личностные факторы социализации личности не менее значимы. С точки зрения психологии, социализация не может рассматриваться как простое, механическое отражение личностью непосредственно испытанного или полученного в результате наблюдения социального опыта. Усвоение этого опыта субъективно. Одни и те же социальные ситуации по-разному воспринимаются, по-разному переживаются различными личностями. А потому разные личности могут выносить из объективно одинаковых социальных ситуаций различный социальный опыт.

Многое зависит и от того, в каких условиях развиваются и проходят социализацию конкретные личности. В стабильные периоды развития общества согласно исследованию американского ученого, дети до семи лет большей частью находятся на доконвенциональном уровне морального развития. Их поведение определяется в основном стремлением избежать наказания или получить поощрение, т.е., по всем данным, у них доминирует незрелый индивидуально-личностный уровень притязаний. К 13 годам и до окончания школы у большей части детей преобладает групповой уровень идентичности, когда реальность поступка оценивается в зависимости от точки зрения референтной группы ребенка. По-видимому, этот уровень идентичности в стабильные периоды развития общества остается доминирующим, поскольку только 10% детей старше 16 лет достигают постконвенционального уровня морального развития, который соответствует одновременной выраженности индивидуально-личностных и общечеловеческих характеристик направленности личности (Сухов А.Н., 1995).

Иначе протекает процесс социализации на разных этапах онтогенеза в условиях общественного кризиса. Социальный кризис характеризуется, как правило, нарушением нормальной жизни и деятельности общества, расшатыванием его прежней системы ценностей, состоянием аномии, т.е. отчуждением людей друг от друга. В принципиально иной ситуации оказываются три возрастные группы: 1) дети до подросткового возраста включительно; 2) юноши и молодые люди; 3) люди среднего и пожилого возраста. Кроме того, отдельные, наиболее развитые люди не

принимают навязываемых взглядов, а формируют собственную, отличную от принятой систему ценностей.

Сказанное не означает, что подавляющее большинство людей среднего и старшего возраста абсолютно невосприимчиво к кардинальным общественным изменениям. Однако их социализация проходит: 1) либо через переживание глубокого личностного кризиса; 2) либо достаточно легко, если в стабильные периоды развития общества такой человек был среди социальных аутсайдеров (или не в полной мере реализовывал свой потенциал), а в кризисных условиях его способности оказались востребованными.

4. Исходными характеристиками человека как субъекта деятельности являются сознание и деятельность. Поскольку и исполнителем деятельности, и потребителем ее результатов является человек, экономическая наука от своих истоков связана с его поведением в процесс хозяйствования и хозяйственных отношений. Она отталкивается от гипотетического представления об «экономическом человеке», умозрительно сконструированной модели экономического поведения, которая, как считают экономисты, адекватно отражает суть поведения человека в экономике. Однако эта модель содержит скорее предписания по экономическому поведению, чем отражает поведение человека в экономической реальности. К наиболее характерным свойствам «экономического человека» относят склонность к удовлетворяющему поведению, экономический эгоизм и стремление к оптимизации полезности (А. Смит, Дж. Катона, А. Маршалл, Д. Кейнс и др.). Вопрос о том, являются ли эти свойства врожденными или приобретаются в процессе социализации человека, авторами модели не ставился. Для ответа на этот вопрос обратимся к проблеме субъекта экономической социализации с позиций экономической теории человеческого капитала. С. А. Курганский, выполняя обзор исследований человеческого капитала, отмечает, что чаще всего человеческий капитал трактуется как совокупность всех производственных качеств и способностей. Все трактовки человеческого капитала можно разбить на две группы. К первой относится понимание человеческого капитала как совокупности имеющегося у человека запаса способностей и качеств, применяемых при производстве благ. Другая группа представляет так называемые «инвестиционные» определения, где подчеркивается факт накопления способностей и качеств в результате определенных вложений в человека или человеческой активности. Рассмотренные определения отражают индивидуальный или персональный капитал и его отдельные элементы. Таким образом, можно считать, что человеческий капитал – это запас способностей, который накапливается в процессе экономической социализации субъекта в результате его активности. То есть накопление человеческого капитала является эквивалентом социализации.

Л. Туроу считает, что человеческий капитал есть способность индивидуума к производству товаров и услуг, его производительные способности, дарования и знания. Близкое по смыслу определение предлагает В. Т. Смирнов : «Человеческий капитал есть производительная сила способностей, знаний и информации, вложенных человеком в производство продукции ( работ, услуг) и получение доходов» [Смирнов, 1995, с. 105]. По его мнению, превращение личных способностей в капитал означает отказ от потребления в пользу накопления производительных сил и потенциалов, затраты жизненного времени на производительную деятельность, инвестиции в воспроизводство трудовых способностей. Так, Э. Дж. Долан и Д. Линдсей под человеческим капиталом подразумевают « капитал в виде умственных способностей, полученный через формальное обучение или образование, либо через практический опыт» [Долан, Линдсей, 1992, с. 132]. «Человеческий капитал представляет собой запас профессионального опыта, накопленного работником; ценность для потенциального роста доходов в будущем » [Там же, с. 106]. С. Фишер, Р. Дорнбуш и К. Шмалензи полагают, что « человеческий капитал есть мера воплощения в человеке способности приносить доход. Он включает врожденные способности и талант, а также образование и приобретенную квалификацию» [Фишер, 1992, с. 68]. Беккер указывает, что «капиталом являются знания и умения, которые люди приобретают посредством образования, профессиональной подготовки или практического опыта, которые позволяют им представить другим людям ценные производственные услуги» [Беккер, 1993, с. 112]. Если учесть явный крен изложенных положений в сторону бихевиоризма или психоанализа, можно отметить понятие человеческого капитала наиболее близко к психологическим представлениям о способностях, которые приобретаются субъектом в практическом опыте или накапливаются в обучении, что соответствует теории развития способностей в деятельности. Только эти способности связаны с производством товаров или услуг и ростом доходов.

Н. В. Полякова вводит рабочее понятие экономического агента как хозяйствующего субъекта – непосредственного участника экономических отношений, и в качестве его исходной характеристики выделяет такие черты, как наличие потребностей, которые могут быть удовлетворены в результате экономической деятельности, а также рациональность поведения, позволяющая субъекту в определенной степени удовлетворять свои потребности при данных ограничениях [Полякова, 1998]. Специфика потребностей, о которых идет речь, заключается в том, что они удовлетворяются в результате экономической деятельности. Можно ли считать эти потребности экономическими?

Если обратиться к психологической теории деятельности, то именно предметная деятельность и задает ее психологическую структуру, и, в первую очередь, мотив и цель. И тогда потребности, включенные в структуру деятельности, становятся экономическими в той степени, в которой сама

деятельность является экономической. С другой стороны, нельзя считать, что в результате экономической деятельности удовлетворяются только экономические потребности, несомненно, удовлетворяются и биологические, и социальные, и духовные. Поэтому движение от деятельности к потребности в определении их качественного содержания представляется ограниченным. Можно предположить, что предметная деятельность приобретает экономическое содержание в той степени, в которой образующие ее мотив и цель (смысл) являются экономическими. По крайней мере, оба эти направления имеют право на существование. В качестве промежуточного вывода отметим, что экономический агент характеризуется потребностью и рациональностью, позволяющей удовлетворить эту потребность в экономической деятельности. Если учесть, что деятельность позволяет формировать из потребности смыслообразующие мотивы, то возникает параллель между экономическим агентом и субъектом экономической деятельности.

Ресурсы для экономической деятельности являются характеристикой предметного окружения экономического субъекта, поэтому непосредственно его они могут характеризовать лишь в той степени, в которой он сам может влиять на их выбор, и что в итоге он выбирает в качестве ресурса. Однако ограниченность ресурсов вынуждает нашего субъекта выбирать, на удовлетворение каких потребностей направлять свою активность, откуда следует уже действительно психологическая характеристика – иерархия потребностей и свобода выбора. Выдвижение информации в качестве основного ресурса порождает качественные сдвиги в характеристике субъекта деятельности, усиливая его рациональность и прагматическую ориентацию. Информация помимо стоимостных параметров обладает «свойством безграничности, т. е. ее ценность возрастает по мере роста числа продаж и для нее нет ни одного конечного вида использования» [Друкер, 2000, с. 83]. Переход к веб-стилю жизни порождает новый виток отчуждения людей друг от друга. Ограниченность интересов исключительно материальной сферой приводят к тому, что его поведение рассматривается лишь с позиций нормы или успешности.

Однако все большее число людей наделяются атрибутами, характерными для «экономического человека»: правами материальной и интеллектуальной собственности, знаниями или уникальной информацией, подлежащей передаче, участием в обмене и жизнью в обществе, где очень многое продается и покупается. «Экономический человек», проявляя ряд характерных и специфических черт – частный интерес, вступающий в конфликт с нравственным законом, практическая целесообразность, ориентация на ожидаемую полезность. В этом смысле односторонний процесс социализации, т. е. присоединение индивидуальных черт личности к фактам социума, наделение человека типичными чертами, необходимыми для становления и адаптации в качестве члена этого общества, это процесс обезличивания, что и выражает собой «

экономический человек».

## Лекция 8

### ТЕМА: Предпринимательская деятельность как форма коммуникации и социальной игры

#### Вопросы:

- 1) **Понятие коммуникации. Коммуникация как информация, деятельность, общение.**
- 2) **Принципы классификации коммуникации.**
- 3) **Основные функции коммуникации.**

1. Термин «коммуникация» употребляется в разных значениях. Например, можно говорить об инженерных, транспортных, информационных коммуникациях как средствах или формах связи. По этому поводу регулярно возникают недоразумения, приводящие к неправильному их толкованию и пониманию.

Под коммуникацией в широком смысле понимают общение, передачу информации от человека к человеку, В организационном контексте понятие «коммуникация» рассматривается как процесс (коммуникация — это общение людей: обмен идеями, мыслями, намерениями, чувствами, информацией) и как объект (совокупность технических средств, обеспечивающих процессы передачи информации).

Хорошо налаженные коммуникации содействуют обеспечению организационной эффективности. Говорят, если организация эффективна в области коммуникации, она эффективна и во всех других видах деятельности. Коммуникации должны быть таковы, чтобы руководство компании, фирмы имело объективную информацию в нужное время и в удобной форме для принятия решений. Значит, в конечном счете, применительно к задачам теории организации, наиважнейшим является коммуникационный процесс.

Коммуникация — это процесс общения и передачи информации между людьми или их группами в виде устных и письменных сообщений, языка телодвижений и параметров речи.

Коммуникация — это одно из необходимых условий жизни человека в социуме, а коммуникабельность — одна из важных системных характеристик, сопутствующих успеху. Под коммуникабельностью в социальных группах понимают способность к общению, общительность, способность к совместной работе. В информационных технологиях коммуникабельность — это совместимость разнотипных систем передачи информации.

Относительно конкретной организации (компании) можно говорить как о

внешней коммуникации, так и о внутренней.

*Внешняя коммуникация* — это коммуникация с миром, находящимся за пределами вашей организации, это коммуникации между организацией и внешней средой. Задача внешних коммуникаций — удовлетворить информационные потребности организации, наладить связи с государственными органами, общественностью, поставщиками, клиентами. С помощью внешних коммуникаций формируется и поддерживается имидж компании.

*Внутренние*, или внутриорганизационные, коммуникации (между подразделениями, коммуникация внутри подразделений по уровням производства и управления, межличностные коммуникации, неформальные коммуникации) предстают как часть производственно-хозяйственной деятельности: связь между отделами, отчеты отдела реализации или ведомости складского учета и т.п. Коммуникация внутри организации включает в себя инструктирование, информацию, обучение, менеджмент методом разговоров. Важнейшая цель внутренней коммуникации в организации - создание среди сотрудников поддержки целей и политики, проводимой руководством организации. С помощью коммуникации сотрудники получают необходимые знания и мотивацию, становятся лучшими защитниками и популяризаторами планов компании. Таким образом, коммуникация — это важный организационный инструмент и необходимое условие для эффективного развития и внедрения корпоративной политики.

Коммуникативный поток может перемещаться в горизонтальном и вертикальном направлениях. Внутриорганизационные коммуникации включают в себя: нисходящий и восходящий уровни вертикальных ком-муникаций, коммуникации по горизонтали, коммуникации между руководителем и подчиненными, коммуникации между формальными и неформальными группами. Внутриорганизационные коммуникационные процессы призваны удовлетворить потребности разных уровней принятия решений.

Коммуникация в малой группе дает шанс и руководителю и подчиненному оперативно участвовать в решении стратегических и текущих задач: каждый участвует в обсуждении, каждый может быть услышан. Хорошие результаты дает эффект обратной связи. Взаимодействие усложняется с ростом числа членов группы.

*Межличностная коммуникация* — коммуникация с другим человеком — наиболее распространенный тип внутренних коммуникаций. Коммуникации между неформальными группами могут охватывать набор связей — от бытовых до производственных. Основой этого типа коммуникаций является информация, циркулирующая по каналам неформального общения. Иногда руководители специально запускают «слухи», чтобы проверить реакцию коллектива на возможные будущие решения (например, по кадровым изменениям или изменению порядка выплаты премиальных и др.)

Общественные, или массовые, коммуникации ~ процесс сообщения информации с помощью технических средств или средств массовой коммуникации

численно большим группам людей: печать, радио, кино, телевидение. Источник информации передает послание рассредоточенным аудиториям. Ограничена возможность обратной связи.

Важнейшей задачей руководства компании является создание условий по обмену идеями, мыслями, информацией между людьми, подразделениями, между организацией и ее окружением. Принятые в лучших компаниях системы коммуникаций основаны на эффективных технологиях информационного обмена, на культивировании неформального общения, на поддержке общения материальными средствами. Один из управляющих фирмы «Хьюлетт-Паккард» признается: «...Мы начинаем любое дело с весьма высокой степени неформального общения, и это — главное. И мы считаем себя обязанными сохранить это любой ценой». В этой же фирме придается большое значение обращению персонала друг к другу по имени. Для этого каждый, в том числе президент, носит именную табличку, на которой указано только имя. На фирмах «Катерпиллер», «Макдональдс», «Интел», «Делта-эйрлайнз», «Юнайтед эйрлайнз» много внимания уделяют формированию технологий поддержания связей для обеспечения пребывания персонала в постоянном информационном контакте. Интенсивность информационного обмена в таких компаниях велика, и обычно она начинается с требования неформальности.

Принятые в лучших компаниях системы коммуникаций способствуют развитию новаторства, инициативы и предприимчивости.

Стимулируя обилие контактов, лучшие фирмы перестраивают помещения, обустривают по-новому рабочие места. Так, новые здания «Интел» спроектированы таким образом, что в них достаточное количество конференц-залов, где можно ознакомиться с новой информацией, общаться, решать возникшие текущие проблемы. Руководство тем самым улучшает коммуникации между сотрудниками.

В одной из передовых компаний в столовой были маленькие столы, рассчитанные на четырех человек, их заменили большими прямоугольными столами казарменного типа. Компания «ЗМ» организует клубы по групповым интересам. Все это делается с одной целью — повысить вероятность случайных бесед, способствующих решению проблем во время перерыва, обеда, завтрака или в других ситуациях. В лучших компаниях непринужденности общения способствует сама обстановка: скромные, по-спартански обставленные помещения, открытые двери, отсутствие лишних стен. Роскошные кабинеты не способствуют открытым, дружественным отношениям.

Общение людей осуществляется с помощью вербальных и невербальных методов. Вербальные коммуникации реализуются посредством устных (диалог, совещание, переговоры, презентации и т.п.) или письменных (приказы, распоряжения, инструкции, письма и пр.) сообщений, невербальные — осуществляются посредством языка телодвижений (осанка, жесты, поза, выражение лица и пр.) и параметров речи (интонация, тембр голоса, темп речи, громкость голоса, произношение, стиль речи и пр.).

Способы обеспечения коммуникации хорошо известны — это слушание, речь, чтение, письмо. По значимости слушание находится на первом месте, занимая до 45% времени межличностных коммуникаций. Речь занимает до 30% времени межличностных коммуникаций (диалоги, совещания, переговоры, презентации). Для повышения эффективности коммуникаций важно уделять большое внимание культуре речи. Чтение играет важнейшую роль, особенно для людей, имеющих аналитический ум и владеющих техникой быстрого чтения. Чтение составляет около 15% времени межличностных отношений.

Тип личности человека имеет также большое значение в процессе коммуникации. Своевременное распознавание типа личности собеседника позволит вам адаптировать свои предложения и даст дополнительную возможность добиться успеха в переговорах.

Коммуникации — жизненно важное звено между руководителем и подчиненными, они являются инструментом внутрисистемной координации, помогают получать информацию на всех уровнях управления. Исследования различных организационных структур показывают, что коммуникация играет важную роль в развитии организации как целостного организма. Каждый руководитель заинтересован в улучшении коммуникации. С помощью коммуникации реализуются цели компании, проводятся новые идеи, мотивация, осуществляется контроль за поведением членов группы. Коммуникации необходимы для утверждения авторитета и воли руководителя.

## ***2. Классификации коммуникаций***

Существует огромное многообразие коммуникативных процессов. Так, коммуникации осуществляются между отдельными людьми, группами, внутри групп и т.п. Они могут охватывать различные аспекты производственной, деловой, научной, учебной, культурно-духовной деятельности. Кроме этого, коммуникации осуществляются среди людей различного возраста, пола, принадлежащих к различным этносам, между странами, континентами и т.п. Разнообразие коммуникаций требует проведения их классификации. В литературе по теории коммуникации можно увидеть различные подходы к типологии коммуникации.

Г.Г. Почепцов выделяет виды коммуникации, опираясь на понятие “коммуникативное пространство”. Он выделяет такие виды коммуникации, как визуальная, вербальная, перформансная, мифологическая, художественная.

М.А. Василик рассматривает виды и уровни коммуникации, а также отдельно выделяет профессионально ориентированную коммуникацию. В рамках этих видов и уровней коммуникации этим автором рассматриваются многочисленные формы коммуникации. Так, в рамках вербальной коммуникации выделяются формы речевой коммуникации: диалог, монолог, спор. Среди многообразия коммуникаций в организации особо отмечаются различные формы деловой коммуникации: деловой разговор, деловая беседа, деловое совещание и т.п.

По наиболее значимым основаниям коммуникации проведена классификация Ф.И. Шарковым. Он выделяет следующие типы коммуникации:

1. По масштабности процесса коммуникации и массовости вовлекаемых в него лиц: а) массовая коммуникация (происходит в том случае, если сообщение получает или использует большое количество людей, зачастую состоящее из различных по интересам и коммуникативному опыту групп); б) среднего уровня (между и в больших социальных группах - групповая, в социальных организациях - внутриорганизационные коммуникации); в) локальная (внутрисемейная, в малых группах - внутригрупповая, межгрупповая). По отношению к каждому из внешних субъектов межгрупповых взаимосвязей коммуникации носят внешний характер – внешние коммуникации. Внутренние коммуникации могут принимать характер межличностных отношений – межличностные коммуникации (как правило связана с идеальной моделью коммуникации, в которой участвуют двое коммуникантов). Межличностные коммуникации отличаются от внутриличностных (интраперсональных), которые представляют собой “общение с самим собой” (человек диалогизирует свой внутренний “монолог”, разговаривая со своим внутренним голосом, совестью, alter ego).
2. По способу установления и поддержания контакта коммуникации подразделяются на а) непосредственные (прямые) и б) опосредованные (дистанционные).
3. По инициативности коммуникаторов коммуникации делятся на а) активные и б) пассивные. Если коммуникатор воздействует на реципиента, который не реагирует на послания, то последний играет пассивную роль, а данная коммуникация в целом также является пассивной. Коммуникация становится активной, если все коммуникаторы, участвующие в коммуникативном процессе, иницируют послания и сразу же реагируют на полученную информацию своими действиями.
4. По степени организованности коммуникации подразделяются на а) случайные и б) неслучайные (организованные). Случайные коммуникации возникают стихийно (обмен информацией происходит случайно во время незапланированных заранее встреч, при этом могут обсуждаться и приниматься достаточно важные и ответственные решения).
5. В зависимости от направления потока информации коммуникации подразделяются на а) горизонтальные и б) вертикальные. Вертикальные коммуникации, в свою очередь, подразделяются на нисходящие и восходящие.

Коммуникативный поток, который перемещается от одного уровня в группе или организации к другому, более низкому уровню, называется нисходящим (общение начальника со своими подчиненными). Восходящая информация от более низкого к более высокому уровню используется для обратной связи подчиненных с руководителем с целью информирования о результатах работы и текущих проблемах. Горизонтальные коммуникации происходят между членами группы, имеющими равный ранг в системе управления организацией, между друзьями, равнозначными группами в обществе.

6. В зависимости от используемых знаковых систем коммуникации подразделяются на а) вербальные и б) невербальные.

Кроме вышеотмеченных видов коммуникации выделяют когнитивные, конфликтные, кризисные, межкультурные, офисные, производственные, протестные, рекреационные, уличные, художественные, экспрессивные и т.д.

Особым видом коммуникации является реклама (франц. *reclame* “реклама”, лат. *reclamare* “кричать”). Рекламу можно рассматривать не только как вид, но и как модель и канал коммуникации. Французский социолог Жан Бодрийар дал следующее определение рекламе как “оригинальную материальную и духовную культуру общества, несущую аромат самой эпохи. Это не логика тезиса и доказательства, а логика легенды и вовлеченности в нее.” Филипп Котлер, признанный теоретик практик современного маркетинга, дает более рационалистичную оценку рекламы. С его точки зрения, “грамотная реклама отнюдь не производное вдохновения художника или дизайнера, она скорее всего результат четко просчитанного замысла, в основе которого лежат точно зафиксированные маркетинговые ориентации и особенности позиционирования данного товара на потребительском рынке. ... Рекламу нельзя придумать – она выводится из маркетинговой политики фирмы. Если же таковой нет, то и рекламная компания окажется неэффективной”.

Реклама является особым видом социальной коммуникации, осуществляемой посредством обмена действиями порождения и интерпретации специально созданных текстов и визуальных материалов. Рекламный текст (слоган), рисунок, нанесенные на бумажный носитель или существующие в аудиовизуальном виде, представляют собой мотивированное целостное, содержательно-смысловое, иерархически организованное знаковое образование. Он является и единицей общения и культурным объектом, зафиксированным на носителях. Представляя определенную социальную реальность, реклама включает в себя набор наиболее употребляемых в обществе и в данную историческую эпоху образцов поведения, деятельности, общения и взаимодействия.

Рекламу можно рассматривать как специфическую форму пропаганды. Внедряя в сознание людей определенные ценности, реклама пропагандирует опирающийся на эти ценности образ жизни. Она оказывает влияние на наше отношение к себе и окружающей среде. Реклама всегда была одним из самых эффективных каналов

идеологической пропаганды. Она умышленно игнорирует непривлекательные стороны жизни. В ее основе идея благополучия, благоустроенный быт, счастливая семья. При сравнении образов жизни человек может самостоятельно сделать вывод о преимуществах того или иного социального строя и ориентироваться на его ценности.

Деловая коммуникация является важнейшим аспектом любой профессиональной деятельности и может быть отнесена к самостоятельному виду коммуникации. К формам деловой коммуникации относят дискуссии, беседы, совещания, заседания, переговоры, брифинги, пресс-конференции, презентации, прием по личным вопросам, телефонные разговоры, деловая переписка и др.

Многие практики и теоретики управления придерживаются такой точки зрения на деловую коммуникацию - важно, чтобы коммуникатор говорил на одном языке с получателем информации, правильно оценивал форму получения информации, а также значение обратной связи.

К наиболее универсальным, применимым в различных сферах деятельности, относят такие формы коммуникации как диалог, дискуссия и беседа.

Диалог – это двусторонний обмен информацией между людьми как публично, так и посредством массмедиа. В более широком понимании – горизонтальная передача информации, в процессе которой коммуникатор и реципиент принимают равноправное участие.

Дискуссия – разновидность спора как словесного состязания. Дискутировать – публично обсуждать спорный вопрос. Диспутировать – участвовать в диспуте, публичном обсуждении, посвященном какому-либо вопросу. Дебатировать – устраивать дебаты, прения по какому-либо вопросу. Полемизировать – участвовать в полемике, публично выступать с возражениями, с опровержением чьих-либо взглядов, мнений, высказывая и защищая собственную точку зрения. Таким образом, если дискуссия – это публичный спор с целью добиться истины путем сопоставления различных мнений, то полемика - публичный спор с целью защитить свою точку зрения и опровергнуть мнение оппонента.

Беседа – вопросно-ответная коллективная форма обсуждения различных проблем с определенной целью.

К формам коммуникации относят такие как письменная, устная, визуальная.

3. Наиболее очевидной функцией является передача каких-то сведений, какого-то содержания и смысла. Это – семантическая (смысловая сторона). Но эта передача, в конечном счете, влияет на поведение человека, его действия и поступки, на состояние и организованность его внутреннего мира. Специфика коммуникаций в том, что они являются средством взаимодействия психических миров людей друг с другом. Коммуникации выполняют три основные функции: информационно-коммуникативную; регулятивно-коммуникативную; эмоционально-коммуникативную.

***Информационно – коммуникативная функция***

Раскрывается в процессах передачи и приема информации партнерами по общению.

- Не просто передается – принимается, но и формируется, что является важным моментом для творческого продуктивного общения.
- Выравнивание различий в исходной информированности партнеров.
- Стремление понять взгляды и установки друг друга, сопоставить их.
- Выразить свое согласие или несогласие.
- Прийти к определенным согласованным или новым результатам.

### *Регулятивно – управляющая функция*

Проявляется в воздействии на поведение партнеров в процессе их общения, может быть представлена как возможность:

- регулировать не только собственное поведение, но и поведение других людей;
- взаимной “подстройки” действий;
- оказывать управляющее воздействие на человека, глубина которого зависит от индивидуальных свойств партнеров общения.

### *Эмоционально – коммуникативная функция*

Оказывает большое воздействие на эмоциональное состояние человека.

- Весь спектр человеческих эмоций возникает и развивается в процессе общения людей.
- Потребность в общении часто возникает в связи с необходимостью изменить свое эмоциональное состояние.
- В процессе общения людей может измениться интенсивность эмоциональных состояний партнеров: происходит либо сближение этих состояний, либо их поляризация, взаимное усиление или ослабление.
- Человек в общении может эмоционально разрядиться или, наоборот, усилить эмоциональную напряженность.

### *Аутокоммуникация*

Аутокоммуникация – естественное условие психологической активности человека, постоянное общение с самим собой, приводящее при определенных обстоятельствах к внутриличностному конфликту.

Общение с самим собой – механизм осуществления самосознания. Общение с другими тесно связано с возможностями и формами общения человека с самим собой. Аутокоммуникация при некоторых психологических ситуациях может резко ослабиться. Общение с самим собой – механизм осуществления самосознания.

## Лекция 9.

### **ТЕМА: Предпринимательство и инновационное развитие Беларуси в контексте мирового культурно-цивилизационного процесса**

#### **Вопросы:**

- 1. Предпринимательство как особый вид инновационной деятельности.**
- 2. Предпринимательство в контексте сохранения национально-культурной самобытности белорусского народа.**
- 3. Основные положения концептуальной модели белорусского предпринимательства.**

1. В нашей стране взят стратегический курс на инновационное развитие. Принятая Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2007-2010 г.г. стала первым шагом на пути создания Национальной инновационной системы (НИС), цель которой - обеспечить устойчивое социально-экономическое развитие страны и повышение качества жизни белорусского народа. Программа инновационного развития была призвана создать условия для формирования в ближайшие годы инновационной, конкурентоспособной, ресурсо- и энергосберегающей социально ориентированной экономики.

В Программе был сделан упор на разработку и внедрение инновационных наукоемких технологий, которые должны существенно увеличить производительность труда, снизить энерго-и металлоемкость производимой продукции, уменьшить ее себестоимость. Это была жизненная необходимость, четко осознанная руководством страны. Административные методы управления экономикой дали свои плоды на этапе выживания и стабилизации. Но они постепенно исчерпывают свои возможности. Назрела настоятельная необходимость перехода к качественно новому этапу развития экономики и общества в целом.

Реализация Программы и в целом НИС предполагала активную и целенаправленную политику государства, которое должно создать соответствующие правовые и экономические условия. Однако этого недостаточно. Необходимо встречное движение «снизу», активизация творческого инновационного потенциала общества, раскрепощение инициативы и предприимчивости активных слоев населения. Факторы как способствующие, так и препятствующие реализации Программы и развитию предпринимательства во многом совпадают. Это создает благоприятные условия для осознания руководством страны и обществом в целом той большой роли, которую призвано сыграть предпринимательство в реализации целей,

поставленных Программой. Предпринимательство по определению является инновационным видом деятельности. Необходимо только раскрыть большой, пока еще не используемый инновационный потенциал предпринимательства и соединить его с целями Программы. Во-первых, предпринимательская деятельность по определению является динамичной, творческой, инновационной. Во-вторых, и это главное, развитие предпринимательства создает реальную конкурентную среду, стимулирующую и повышение производительности труда, и снижение издержек производства, и повышение качества товаров и услуг.

К числу отмеченных общих препятствующих факторов можно отнести следующие. По сравнению с другими постсоветскими странами в Беларуси низкие темпы реформирования собственности. Это приводит к отсутствию реальной конкурентной экономической среды и как следствие – отсутствие заинтересованности предприятий в наукоемких технологиях, невосприимчивость к инновациям. Во времени Советского Союза многие научные учреждения и государственные предприятия Беларуси работали на оборонную промышленность. Гарантированный госзаказ со стороны ВПК и стабильное государственное финансирование обеспечивали разработку и внедрение в военной области наукоемких технологий, чего нельзя было сказать о гражданском секторе экономики. Распад СССР поставил многие предприятия на грань банкротства. Руководству Республики в 90-е годы удалось, используя жесткие административные меры, не допустить экономического коллапса.

Но сейчас необходимо совершить нечто гораздо большее: перевести всю экономику на инновационные рельсы. И здесь одними административными мерами не обойтись, хотя они и необходимы. Какими бы правильными и своевременными не были соответствующие программы, постановления, указы, они не могут породить высоких технологий и инновационной экономики. Без создания, как уже отмечалось, реальной конкурентной среды, которая бы вынуждала производителей «гоняться» за разработчиками технологических новшеств (а не наоборот, как это имеет место сейчас), инновационное развитие невозможно. К сожалению, слабым звеном в системе «наука – производство» было и остается внедрение. Существует разрыв между процессами инвентивными (от лат. *Inventio* - открытие), т. е. процессами открытий и изобретений и процессами инновативными (от лат. *innovatio* – нововведение), т. е. процессами внедрения открытий и изобретений. С инвентивностью у нас всегда дело обстояло благополучно, что свидетельствует о богатом творческом потенциале нашего народа. С инновативностью дело обстоит гораздо хуже.

К числу препятствующих факторов следует отнести этатистско-патерналистский комплекс, характерный для нашего образа жизни и образа мысли. Привычка

рассчитывать на государство, его опеку и помощь порождает иждивенческую психологию, проявляющуюся в боязни самостоятельности и ответственности, в отсутствии инициативы и предприимчивости не только у многих рядовых граждан, но и у руководителей государственных предприятий, учреждений, министерств и ведомств. К этому следует добавить инерционность бюрократических структур и инерционность их образа мышления, приверженность к командно-административным методам управления всеми сферами жизни, включая экономическую и научную сферы. Как отмечает М.В. Мясникович, действующие «законодательство сформировано под старые задачи и главное – под действующие госструктуры, а, значит, желающих отказаться от привычного стиля и методов работы будет мало» [127, с.6]. Эту инерционность необходимо изживать и преодолевать, ибо нельзя осуществлять творчество по приказу, распоряжению и т.п.

Становление Национальной инновационной системы базируется на тесном взаимодействии государственного и частнопредпринимательского секторов. Роль государства заключается прежде всего в создании правовой и экономической инфраструктуры, благоприятного институционального климата для инновационной деятельности. Роль частного предпринимательства должна состоять в создании технологических инноваций на основе собственных исследований, а также разработок в научных центрах корпораций и малых наукоемких фирм, а главное – в рыночном освоении инноваций. Пока наше предпринимательство к этому в полной мере не готово, в том числе и по причине низкого уровня инновационного предпринимательства. Для начала необходимо создание сети наукоемких фирм, а в перспективе, как это имеет место на Западе, создание научных центров при крупных промышленных предприятиях и частных фирмах.

Необходимо сокращать сферу действия прямых административных методов и расширять сферу косвенного государственного регулирования за счет экономических методов управления. Низкая восприимчивость со стороны реального сектора экономики к перспективным инновациям во многом обусловлена ограниченным платежеспособным спросом на внутреннем рынке, низким инновационным потенциалом и недостатком собственных средств предприятий, высокой стоимостью, длительными сроками окупаемости и связанными с этим коммерческими рисками. Государство должно разработать систему правового и экономического стимулирования инновационной деятельности. Прежде всего, речь должна идти не только о снижении налоговой нагрузки в отрасли «Наука и научное обслуживание», которая в настоящее время в 1,2 раза выше, чем в промышленности и в народном хозяйстве в целом, но и о системе налоговых преференций для высокотехнологичной

инновационной деятельности. Необходимо разработать инновационное законодательство, ограничивающее вмешательство контролирующих органов в деятельность производителей высокотехнологичной продукции.

В первой главе нашего исследования мы уже подчеркивали, что предпринимательство как вид хозяйственной деятельности основано на продуктивно-творческой, а не потребительско-распределительной мотивации. В таком контексте необходима государственная поддержка инновационного предпринимательства как важного компонента инновационной инфраструктуры, к элементам которой следует отнести рынок научно-технических инноваций, страхования инновационных рисков через создание фондов рискованного финансирования (венчурных фондов), защиту интеллектуальной собственности, квалифицированный инновационный менеджмент и др. Субъектами инновационной инфраструктуры должны стать научно-технологические парки, научно-производственные центры, инновационные центры, центры трансфера технологий, бизнес-инкубаторы, инвестиционно ориентированные банки, финансово-промышленные группы и т.п.

В контексте инновационного развития страны возникают многообразные проблемы, требующие теоретического, методологического осмысления и практико-методического моделирования их решения. Возрастает также роль не только конкретно-научного, но философского моделирования инновационных процессов. Особенность его состоит в относительно предельном характере, определяемом, во-первых, высокой степенью обобщенности философских категорий, во-вторых, практической направленностью моделирования на представление наиболее существенных отношений между элементами системы. Иными словами, речь должна идти о сущностных характеристиках инновационного преобразования как функционирующих объектов, так и о формировании принципиально новых объектов, отвечающих их конкурентоспособности.

Переход на инновационную модель развития – постепенный, развивающийся процесс, со своей степенью интенсивности и эффективности. Он представляет собой результат взаимодействия многих факторов. Пожалуй, самым важным из них является так называемый «человеческий капитал», т.е. специалисты, способные осуществлять инновационную деятельность. Проблема состоит в том, чтобы ответить на вопрос: как это сделать? Следовательно, встает необходимость определения минимально необходимых и достаточных факторов инновационного развития самого субъекта преобразующей деятельности. Разнообразных носителей инновационных действий, включая и предпринимателей, обобщим в понятии «*субъект инновационной деятельности*».

Наиболее остро в рамках рассмотрения субъекта инновационной деятельности встает проблема их инновационной компетентности.

Обратимся к определению исходных понятий: «инновационная компетентность», «инновация», «инновационная деятельность». С понятием «компетентность» коррелирует понятие «специалист». Сочетание «инновационная компетентность специалиста» внутренне противоречиво. Специалист – это человек, обладающий «специальными знаниями, навыками, опытом работы в определенной отрасли экономики» и получивший специальность соответственно «по высшему... или среднему... образованию, подтвержденному присвоением лицу соответствующей квалификации», позволяющей ему осуществлять определенный вид профессиональной деятельности. Предикат «инновационный» указывает не только на способность к профессиональной деятельности, но и на владение оригинальными компетенциями в сфере творческой деятельности (включая и предпринимательскую), позволяющими осуществлять положенную деятельность по необходимости, т.е. в зависимости от ситуации. Указанное понятие позволяет развести всех специалистов по двум группам. В первой находятся те, кто способен к определенной профессиональной деятельности. Во второй – специалисты, которые помимо специальности приобретают способность к инновационной, творческой работе, в данном случае в предпринимательской сфере. Таким образом, понятие «инновационная компетентность» выражает особое профессиональное состояние субъекта инновационной деятельности.

Существует несколько подходов к определению понятия «инновация».

Инновация –

как результат инновационной деятельности;

как результат творческого процесса;

как процесс изменения, связанный с созданием, признанием и внедрением новых элементов культуры в определенной социальной системе;

как процесс введения новых изделий, элементов, подходов, технологии, метода, системы управления и т.д.;

как сложный процесс практического использования новой идеи охватывающий весь спектр видов деятельности и приносящий экономический, социальный, экологический, научно-технический и другой вид эффекта;

как результат научно-исследовательской и научно-технической деятельности, являющийся объектом интеллектуальной собственности, и направленный на совершенствование в любой сфере деятельности общества.

Под «технологической инновацией» понимают «конечный результат

инновационной деятельности получившей воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта или услуги внедренных на рынке нового или усовершенствованного технологического процесса или способа производства (передачи) услуг, используемых в практической деятельности. Инновация осуществляется в том случае, если она внедрена на рынке или в производственном процессе» и представляет результат «изменения объекта инновационной деятельности». Следовательно, в предельно обобщенном виде инновация есть результат инновационной деятельности субъекта по переводу объекта в желаемое состояние в соответствие с целью. Таким образом, инновационная деятельность предпринимателя характеризуется особыми свойствами всех своих процессуальных компонентов:

- ориентацией субъекта на новый результат,
- внедрение конкурентоспособного продукта,
- экономический эффект от нововведения.

В целом, это есть совершенная модель получения нового.

Отсюда инновационная компетентность субъекта предпринимательства в условиях рыночной экономики определяется двумя свойствами:

- 1) способностью его «инновационно прочесть» процессуально-деятельностные элементы опыта (области целеполагания, задачестроения, инструментария и т.д.);
- 2) способностью к продуктивному, в соответствии с целью, изменению элементов инновационной деятельности и ее объекта.

Здесь возникает проблема методологического свойства: принципиальной способности субъекта соотнести характеристики изменяемого или производимого нового объекта (товара, например) с методами творческой деятельности, которыми он должен владеть по определению, т.е. как субъект инновационного процесса. Следовательно, признаками методологической компетентности является умение субъекта предпринимательской деятельности осуществить оптимальный выбор из набора средств, а также его способность решить инновационную задачу оптимальными средствами. Творчески ориентированный предприниматель умеет работать в пространстве взаимодействия, во-первых, субъектов рынка, а также естественных, технических и социальных наук, во-вторых, владеет методами анализа реальных ситуаций в конкретной хозяйственной области, в-третьих, способен переводить специальные знания на язык проектно-ориентирующей и моделирующей деятельности в аспекте решаемой им экономической или хозяйственной проблемы.

Способность предпринимателя перевести продуктивную хозяйственную деятельность в теоретико-рефлексивную форму характеризует его как носителя

инновационной компетентности в данной сфере. В практическом отношении такая способность представляется исключительно важной не только для собственно инновационной практики, но и для подготовки, *повышения квалификации кадров предпринимательской сферы* в такой системе образования, в которой приоритет отдается формированию творческой и гуманистически ориентированной личности, способной ставить задачи собственного роста и решать их. Такой подход отвечает современному пониманию формированию компетентного специалиста-предпринимателя, ориентированного на опережающее развитие относительно достигнутого уровня. «Под качеством подготовки специалиста традиционно понимают степень соответствия уровня его образования требованиям профессиональной среды, в которой ему предстоит работать». Однако «вариативность, динамичность, а подчас и противоречивость в развитии общества требуют, чтобы качество подготовки специалиста анализировалось и оценивалось не только и не столько на основе требований предъявляемых к специальности в настоящее время, сколько исходя из среднесрочных и долгосрочных прогнозов, которые в полной мере учитывают перспективы развития общества и изменения в социальном заказе на специалистов различного профиля».

Инновационная компетентность предполагает, таким образом, инновационную восприимчивость субъекта. Последнюю можно классифицировать по трем видам: 1) восприимчивость к собственно инновациям или открытиям; 2) способность увидеть элементы нового в относительно устоявшемся; 3) умение предложить принципиально новое решение проблемы. Таким образом, инновационно ориентированный субъект предпринимательства в накопленном опыте усовершенствований собственной деятельности и опыта других видит материал для инновационного преобразования, для творчества в своей экономической области.

Рассмотренные выше положения позволили глубже понять феномен предпринимателя как генератора и реализатора инновационной деятельности, а также выявить качественные особенности предпринимателя, отличающие его от любого другого хозяйствующего субъекта.

2. Предпринимательство как фактор инновационного развития страны может успешно осуществляться только на национально-культурной основе. Следовательно, предпринимательство имеет специфические проявления в культурно-цивилизационных условиях Республики Беларусь. Поэтому практика механического переноса на национальную почву форм предпринимательской деятельности, сложившихся в западных странах, приводит к дискредитации самой идеи предпринимательства и ее отторжению.

На наш взгляд, можно выделить 3 основные пути формирования белорусской модели цивилизованного предпринимательства:

1. Попытка внедрить имеющиеся в мировой практике схемы отношений предпринимательство - государство - общество в первоначальном (оригинальном) капиталистическом варианте. Как следствие, мы столкнемся с проблемой отторжения самой идеи предпринимательства.

2. Выработать свой особый уникальный вариант.

3. Опираясь на имеющийся опыт в сфере предпринимательской деятельности развитых западных государств, сформировать такую модель, которая бы основывалась на культурно-исторических особенностях белорусского народа.

Рассмотрим достоинства и недостатки каждого варианта.

1.+ внедряется проверенный практикой прогрессивный опыт;

+ возможность выбора между имеющимися вариантами развития;

+ возможность избежать совершенных ошибок;

+ соответствует требованиям глобализации, поскольку способствует унификации экономических систем;

- не учитывается менталитет и культурно-исторические особенности - в результате искажение задач и целей, невозможность функционирования системы в заданных параметрах;

- создается социальная напряженность.

2. + учитываются культурно-исторические особенности;

- не берется в расчет (отрицается) ценность сложившейся в мире практики осуществления предпринимательской деятельности. Результат – ошибки, требуется больше времени и материальных затрат для внедрения модели предпринимательства.

3.+ сформированная модель предпринимательства является наиболее органичной для белорусской реальности;

+ исключается отторжение и облегчается процесс внедрения модели в социально-экономическую практику;

- требует глубокого теоретического осмысления, проработки и анализа различных вариантов синтеза традиции и инновации.

Белорусское предпринимательство имеет свои специфические особенности, обусловленные культурно-историческими традициями, религиозными ценностями, а также социально-экономическими и политическими условиями в государстве. Но Беларусь не может оставаться в стороне от процессов, протекающих в современном мире. Глобализация предполагает некоторую унификацию ценностей всех сфер общественной жизни во всех государствах. Что касается развития

предпринимательства в Беларуси, то наиболее предпочтительным выходом видится синтез, предполагающий органическое сочетание прогрессивного мирового опыта в этой сфере с самобытностью белорусской культурно-исторической практики. Только в этом случае внедрение нового не будет отвергаться ни «снизу», т.е. гражданами государства, ни «сверху», т.е. с точки зрения функционирования системы, поскольку будет соответствовать имеющимся мировым стандартам.

В настоящее время наша страна переживает глубокие социально-экономические и политические трансформации, которые разворачиваются в контексте существенных мировых культурно-цивилизационных изменений. В Республике Беларусь идут сложные и трудные процессы формирования социально ориентированной рыночной экономики и построения демократического правового государства. В современном мире разворачивается сложный и противоречивый процесс глобализации, который является объективным по своему характеру.

Наиболее зримо это проявляется в экономической сфере. Сформировался очень динамичный мировой рынок товаров, услуг, рабочей силы. Произошла интернационализация финансовой и банковской системы. Существенные изменения экономической конъюнктуры в одной стране практически сразу отражаются в экономике других стран. Благодаря стремительному развитию информационных телекоммуникационных технологий пространство и время «сжимаются», «спрессовываются». Человек получает возможность как бы присутствовать во многих местах. Расширяются возможности общения людей, взаимного культурного обогащения, оперативного получения разнообразной информации за счет приобщения к сети Internet, который своей «паутиной» опутал весь земной шар. Таковы положительные аспекты глобализации. С другой стороны, и это отмечают многие исследователи, глобализация ведет к серьезным негативным последствиям в политической, социально-экономической и духовной сферах.

С распадом СССР рухнул биполярный мир. Образовавшийся однополярный мир привел к нарушению геополитической архитектоники и усилению глобальной нестабильности. Гегемонистские устремления США – единственной оставшейся сверхдержавы, присвоившей себе право определять, что хорошо, а что плохо, - вызвали резкий всплеск антиамериканских настроений, особенно в исламских странах, росту международного терроризма, нагнетанию напряженности на Ближнем и Среднем Востоке.

В социально-экономической плоскости также наблюдается ряд опасных тенденций. Социально-экономическое расслоение между Севером и Югом не только не сглаживается, но еще более углубляется. Разрыв в доходах пятой части населения

(«золотой миллиард») и пятой частью, живущих в беднейших странах, составлял в 1960 г. 30 : 1, в 1991 г. 61 : 1, в 1994 г. 78 : 1.

А.В. Бузгалин говорит о глобальной гегемонии корпоративного капитала, его тотальной власти как единой экономической, социальной, политической и духовной силы, персонифицированной такими глобальными игроками как ТНК, МВФ, МБ, ВТО и др., сращенными с национально-государственными элитами стран «большой семерки». Численность транснациональных корпораций (ТНК) достигла 37 тысяч, с 200 тысячами филиалов, охвативших всю планету. Они владеют третью всех производственных фондов, производят более 40 % общепланетарного продукта, имеют более половины внешнеторгового оборота. Из примерно 300 ныне действующих крупнейших банков около 100 являются транснациональными. А на долю США приходится свыше 25 % производимых в мире товаров и услуг. Центральные органы многих ТНК находятся в США. Американские ученые полагают, что ТНК сметут границы и крупные континентальные конгломераты. Не случайно распространенным является мнение, что синонимом глобализации стала американизация.

Глобализация является в своей основе цивилизационным процессом, но оказывающим существенное (далеко не всегда позитивное) воздействие на культуру. Современная техногенная цивилизация, вступившая в этап постиндустриального и информационного общества, наступает на культуру в ее глубинном человеческом смысле. Технологическая однородность производства, сам технологический уклад жизни подавляют разнообразие мира. «Глобальная система массовых коммуникаций выступает мощным фактором нивелирования культурных различий. Ответом на их наступление в XX в. и еще более в XXI столетии является запрос на идентичность: национальную, религиозную, социально-групповую, личностную» [82, с.13]. В условиях глобализации проблема идентичности актуальна для всех стран и народов. Но особенно обострилась она в постсоветских республиках, переживающих глубокие внутренние трансформации.

В таких сложных условиях перед нашей страной стоит стратегическая цель: «вписаться» в мировой культурно-цивилизационный процесс. Это, прежде всего, означает занять достойное место в мировом сообществе, обеспечить достойную жизнь нашим гражданам. При проведении социально-экономических и политических преобразований в нашей стране необходимо использовать позитивный мировой опыт, но не копировать его слепо, не переносить механически на нашу культурную почву. При этом надо учитывать негативные тенденции в мировом культурно-цивилизационном процессе и предпринимать меры с целью ослабить, а по возможности нейтрализовать их влияние на нашу страну.

Как уже отмечалось ранее, предпринимательство должно стать в нашей стране важным фактором формирования эффективной конкурентоспособной экономики. Но *рыночной должна быть экономика, а не общество*. Предпринимательство у нас может и должно успешно развиваться на основе отечественных культурно-исторических и религиозных традиций и ценностей, чтобы не произошло отторжения идей рыночной экономики и предпринимательства в нашей стране, необходимо адаптировать идеи рынка к нашим неустранимым особенностям, а не пытаться слепо и бездумно копировать чужой опыт, взращенный в ином культурном пространстве. У нас, по мнению А. Зиновьева, «не получится ни демократия западного образца, ни рыночная экономика в том виде, как она реально существует на Западе, а не в воображении российских реформаторов».

Как бы ни пытались апологеты постмодернизма доказать торжество ценностей глобализации и неолиберализма, необходимо признать, что уважение к нравственности и великим духовным ценностям были и останутся неперенным условием любых позитивных программ реформирования общества и успешного преодоления периодов кризиса и растерянности духа. Как отмечает В.М. Межуев, можно говорить о наличии иных, отличных от западных приоритетов и ценностей. В самом общем виде они заключаются в утверждении особого типа человеческой солидарности, не сводимого лишь политико-правовым и экономическим связям и отношениям и выражающим более гуманные, нравственно оправданные формы жизни.

Нам не стоит «ломать» и перекраивать самих себя (именно ломать), свою душу, свой менталитет, чтобы в погоне за западными стандартами занять очередь в потребительский «рай». Все равно такими, как они, мы не станем, ибо слишком велики исторические и этнокультурные различия. Было бы стыдно превратиться в третьесортных (по западным меркам) людей, стремящихся во всем походить на преуспевающих американцев, завидующих им и преклоняющихся перед ними. Променять наше национально-культурное богатство, накопленный в течение столетий духовно-нравственный потенциал нашего народа на материальный комфорт и благополучие - значит совершить роковую историческую ошибку. Сытость и духовность - антиподы, ибо сытость подразумевает самодовольство, летаргический сон души. Именно сытость, а не материальное благополучие, которое вполне может сочетаться со стремлением человека к высшему, чистому, светлому.

Нам необходимо, опираясь на свои культурно-исторические и религиозные традиции и ценности, не утрачивая своего лица, перенять у Запада все действительно ценное и нужное для нас. Нам бы стоило поучиться у Запада демократическим принципам организации политической и гражданской жизни, уважению достоинства

человека, чувству личной ответственности и др. А вот перенимать западную расчетливость, прагматизм, сухость межличностных отношений, не говоря уже о духе потребительства и гедонизма, вряд ли стоит. И уже совсем не стоит отречься от собственных традиций и ценностей, превращаться в культурных мутантов и маргиналов.

Национально-культурная самобытность представляет собой историческую ценность не только нашего народа, но и всего мирового сообщества, поскольку разнообразие культурного генофонда человечества является необходимым условием его успешной эволюционной динамики. Поэтому сохранение этой самобытности является нашей важной задачей.

Культурно-историческая традиция есть некий необходимый способ фиксации, закрепления и селективного сохранения определенных значимых элементов социального опыта, прошедших отбор, выдержавших проверку временем. Это некий механизм трансляции внутренне структурированного и аксиологически нормированного опыта поколений, который обеспечивает генетическую связь, устойчивую преемственность в культурно-историческом процессе, приобщение к которому - необходимое условие национальной, групповой и персональной идентичности.

Отказ от культурно-исторических традиций своего народа ведет к разрыву преемственности, дестабилизации, дезинтеграции, кризису идентичности. Другая крайность - консервация сложившихся социально-культурных форм жизнедеятельности народа, нации. Поэтому процесс формирования национальной идентичности должен включать как сохранение традиций, так и творческое развитие накопленного опыта, инновации в их органической взаимосвязи. Таким образом, сохранение означает не консервацию, а бережное отношение к своим традициям, которое предполагает уважительное отношение к чужим традициям, открытость к продуктивному диалогу с ними, результатом которого должно стать духовное взаимообогащение, а не уничтожение, растворение, поглощение. Консервация же контрпродуктивна, закрыта для диалога, ведет к изоляционизму, отсталости, выпадению из мирового процесса. Консервация - неадекватная защитная реакция на перемены, ведущая к напряженности, конфликтам, фундаментализму.

Бережное отношение к традициям означает гармоничное сочетание преемственности и инновационности. Необходим всесторонний глубокий вдумчивый анализ культурно-исторических традиций с точки зрения того, что следует сохранить из накопленного опыта как ценность, а что оставить в прошлом. Такой же селективный подход необходим и в отношении инноваций. Только в таком случае возможно

формирование адекватной национальной идентичности белорусского народа, осознание им себя как интегрированной общности свободных индивидуальностей в гражданско-политическом, социально-экономическом, культурно-историческом смыслах. Тогда мы будем уважать себя, нас будут уважать, а наш народ, наша страна займут достойное место в мировом сообществе.

3. Стратегическая задача построения эффективной рыночной экономики в нашей стране делает актуальным создание адекватной модели предпринимательства, которая должна органично встраиваться в Программу инновационного развития Республики Беларусь. Модель цивилизованного и социально ответственного предпринимательства должна не слепо копировать зарубежный опыт, а творчески его переосмыслить, адаптировать к национально-культурным особенностям страны, специфике восточнославянского менталитета, традициям и ценностям нашего народа.

Эта модель должна содержать определенные характеристики субъекта и объекта предпринимательства, самой предпринимательской деятельности и среды, в которой функционирует предпринимательство. Предпринимательская деятельность представляет собой специфическую инновационную деятельность, направленную на преобразование предметов, связей и отношений окружающего мира с определенной целью. Но не всякая инновационная деятельность будет предпринимательской. Например, инженерно-изобретательская, инженерно-проектная деятельность являются инновационными, но не предпринимательскими. Предпринимательская деятельность не является деятельностью предпринимателя-одиночки. Предприниматель вступает в разнообразные отношения со многими людьми: другими предпринимателями, производителями, потребителями, властными структурами, экономическими институтами и т.д. Предприниматель и его деятельность включены в сложную многоуровневую систему социально-экономических, политических и культурно-исторических отношений, образующих социальную среду, в которой только и может существовать предприниматель, осуществляющий свою деятельность.

Субъект предпринимательской деятельности должен обладать соответствующими качествами. Речь идет, прежде всего, о его профессиональной компетентности. Он должен обладать знаниями, умениями и навыками для осуществления инновационной деятельности, т.е. обладать инновационной компетентностью. Субъект предпринимательской деятельности должен обладать инновационной восприимчивостью, хорошо знать наличное положение дел, осознавать область инновационного поиска, уметь видеть элементы нового в относительно устоявшемся, прогнозировать возможные ситуации на рынке на основе анализа тенденций изменения спроса и предложения.

Профессиональная компетентность предпринимателя, помимо его инновационной компетентности, предполагает, что он должен обладать организаторскими способностями и навыками, а также соответствующими знаниями в этой области. Он должен уметь рационально и эффективно, с наименьшими издержками наладить производство товаров и услуг, оптимально организовать взаимодействие людских, материальных, финансовых ресурсов.

Кроме таких черт характера как предприимчивость, инициативность, энергичность, организаторский талант, целеустремленность, предприниматель должен обладать и специфическими способностями и чертами характера. Это, прежде всего, способность к риску, причем риску не авантюрному, а осознанному, рационально просчитанному. С этим сопряжена и готовность нести полную личную ответственность. Риск и готовность нести персональную ответственность присущи не многим людям. Это та цена, которую готовы платить предприниматели за право распоряжаться своей жизнью.

Предприниматель тяготится опекой со стороны государства. Он не требует, чтобы ему помогали, так как это связывает его свободу. Он хочет, чтобы ему не мешали. Предприниматель – это человек, который одновременно является и субъектом целеполагания, и субъектом целереализации. Не ему ставят цели, а он сам себе ставит цели и пытается их достичь. Предприниматель может угадывать потребности и желания других людей, а затем четко их артикулировать и формулировать свои цели, реализация которых принесет пользу людям, а предпринимателю – материальное благополучие, независимость и моральное удовлетворение от успеха своей деятельности. Он реализует свои, а не чужие цели, что отличает его от наемного работника, который лишь частично реализует свои цели. И это главное, что привлекает настоящего предпринимателя как самостоятельного креативного субъекта, а не возможность обеспечить свое финансовое благополучие, хотя это тоже важно.

Рассматривая характеристики субъекта предпринимательской деятельности, необходимо отметить важность его ценностных ориентаций и мотивов. Цели, ценностные ориентации и мотивы предпринимателя не сводятся только к получению прибыли и обеспечению своего материального благополучия, но выходят за рамки экономической сферы. В социальной плоскости целями предпринимателя будут самоутверждение, самореализация, независимость. В высшей духовно-нравственной сфере целями будут добродетель, служение общему благу, что, в конечном итоге, приносит предпринимателю морально-психологическое удовлетворение, чувство значимости и полезности своей деятельности. Предпринимателей, чьи ценностные ориентации имеют целью служение общему благу, можно назвать цивилизованными,

социально ответственными, патриотически настроенными.

В контексте ценностно-целевых и ценностно-мотивационных аспектов предпринимательской деятельности нужно рассматривать также юридические и моральные нормы, которые должен соблюдать предприниматель. Цивилизованный предприниматель несет не только юридическую, но и моральную, а также социальную ответственность. В своей деятельности предприниматель вступает в отношения с другими предпринимателями, наемными работниками, потребителями и т.д. При этом он должен соблюдать юридические и моральные нормы во взаимоотношениях с другими людьми. Предприниматели должны руководствоваться моральными требованиями: уважать власть, партнеров, наемных работников, вести честную конкуренцию, цивилизованно разрешать споры и конфликты, уважать чужую собственность, отвергать принцип «цель оправдывает средства», относиться с доверием к партнерам по бизнесу. Доверие – один из главных этических принципов предпринимательства, на котором основан такой важнейший инструмент рыночной экономики, как кредит. С доверием связаны чувство долга, обязательности, ответственности за обещанное качество товаров и услуг, ответственности перед партнерами и собственными работниками. Для цивилизованного предпринимателя важной этической нормой является способность соотносить собственные интересы с интересами партнеров, готовность оценить свое поведение со стороны, умение поставить себя на место партнера. Этические нормы требуют от предпринимателя предоставлять правдивую информацию о своей деятельности в расчете получить подобную информацию от своих партнеров.

Для регуляции предпринимательской деятельности одних юридических норм недостаточно. Одно дело, когда свои правовые обязательства (уплата налогов, выполнение контрактов, долговых обязательств, обеспечение нормальных условий труда, меры экологической безопасности и др.) предприниматель исполняет из-за боязни штрафных санкций или уголовного наказания. Совсем другое дело, когда исполнение этих юридических обязательств базируется на моральных основаниях (честь, достоинство, совесть справедливость и т.п.), т.е. принимает форму нравственного императива, глубокого морального внутреннего убеждения.

Предпринимательская деятельность, субъектом которой выступает предприниматель, предстает как сопряжение разумной целеполагающей воли предпринимателя не только с объективными законами природной и социальной реальности, но и с потребностями и интересами различных людей. Она содержит объективную и субъективную стороны. К субъективной стороне можно отнести самого субъекта предпринимательства, его знания, умения, навыки, потребности, интересы,

цели, ценностные ориентации и мотивы, а также программы, планы деятельности и соответствующие действия и операции. К объективной стороне относятся предмет и продукт деятельности, средства и та объективная среда, которая влияет на предпринимательство как творчески продуктивную инновационную деятельность.

Это необходимая для предпринимательской деятельности среда должна содержать в себе целый ряд взаимосвязанных организационно-институциональных элементов социально-экономического и политического плана. Цивилизованное предпринимательство нуждается в развитой рыночной инфраструктуре. Прежде всего, это наличие юридически защищенной частной собственности, равноправной с другими формами собственности, что вместе с демонополизацией создает необходимые условия для конкуренции. Необходимо четкое нормативно-правовое регулирование социально-экономических отношений, особенно налоговое законодательство, стимулирующее экономическую активность. Должны иметь место разнообразные финансово-экономические инструменты для успешного осуществления предпринимательской деятельности. Наконец, предпринимательство нуждается в поддержке со стороны общества, т.е. не только внешней, но и внутренней легитимизации. Эта внутренняя легитимизация должна носить не только психологический, но и нравственный характер и опираться на духовно-мировоззренческие, культурно-исторические, религиозные традиции и ценности.

## ПРАКТИЧЕСКИЙ МОДУЛЬ

### СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «Философия бизнеса»

#### ТЕМАТИКА СЕМИНАРСКИХ (ПРАКТИЧЕСКИХ) ЗАНЯТИЙ

#### ТЕМА 1 Осмысление предпринимательства в научной и учебной литературе

- Р. Кантильон «Очерк о природе коммерции»
- М. Вебер «Протестантская этика и «дух капитализма»
- В. Зомбарт «Современный капитализм. Историко-систематическое исследование общеевропейской экономической жизни от ее зачатков до современности», «Буржуа: этюды по истории духовного развития современного экономического человека»
- А. Смит «Исследование о природе и причинах богатства народов»
- Ж. Б. Сэй «Трактат по политической экономии»
- К. Рэндолл «Кредо свободного предпринимательства»
- Й. Шумпетер «Теория экономического развития»

#### Темы рефератов:

1. Сущность учения о предпринимательстве Р. Кантильона.
2. Понятие капиталистического духа в работе М. Вебера «Протестантская этика и «дух капитализма».
3. Проблемы взаимовлияния капиталистического духа и капитализма в работах В. Зомбарта.
4. Личность буржуа в произведении В. Зомбарта «Буржуа: этюды по истории духовного развития современного экономического человека».
5. Духовные характеристики современного экономического человека.
6. А. Смит о природе капитала, его накоплении и применении.
7. Сущность и функции предпринимательства в труде Ж. Б. Сэя «Трактат по политической экономии».
8. Честность как неотъемлемое качество предпринимателя в работе К. Рэндолла «Кредо свободного предпринимательства».
9. Характеристика предпринимательства, предлагаемая Й. Шумпетером.

#### *Литература:*

1. Вебер, М. Избранные произведения / М. Вебер. – М. Пер. с нем./Сост., общ. ред. и послесл. Ю. Н. Давыдова; Предисловие П. П. Гайденко. – М.: Прогресс, 1990. (Социологическая мысль Запада). – С. 44–271.

2. Верхан, Петер Х. Предприниматель. Его экономическая функция и общественно-политическая ответственность /Петер Х. Верхан. – Минск: Эридан, 1992. – 60с.
3. Зомбарт, В. Буржуа: Этюды по истории духовного развития современного экономического человека / В.Зомбарт. – Пер. с нем.; изд. подгот. Ю.Н. Давыдов, В.В. Сапов. – М.: Наука, 1994. – 443с.
4. Зомбарт, В. Современный капитализм. Историко-систематическое исследование общеевропейской экономической жизни от ее зачатков до современности Т.1 Полумтом 1. – Л.: Путь к знанию, 1994. – 275с.
5. Найт, Ф. Понятие риска и неопределенности/ Ф. Найт// THESIS. – 1994. – Вып.5. – С.12–28.
6. Рэндолл, К. Кредо свободного предпринимательства/ К. Рэндолл. – М., 1953. – 127 с.
7. Смит, А. Исследование о природе и причинах богатства народов /А. Смит; [пер. с англ.; предисл. В.С. Афанасьева]. – М.: Эксмо, 2007. – 960с.
8. Сэй, Ж.-Б. Трактат по политической экономии / Жан-Батист Сэй. Экономические софизмы; Экономические гармонии / Фредерик Бастиа; [сост., вступ. ст. и коммент. М. К. Бункиной и А. М. Семенова]. — М.: Дело: Акад. нар. хоз-ва при Правительстве Рос. Федерации, 2000. – 230с.
9. Хизрич, Р., Питерс, М. Предпринимательство. Вып.1 /Р. Хизрич, М. Питерс. – М., 1991. – 251 с.
10. Шумпетер, Й. Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры): пер. с англ. – М.: Прогресс, 1982. – 455с.

### ТЕМА 2 Бизнес и теория деятельности

#### Вопросы:

1. Основные подходы к определению деятельности, ее структура.
2. Роль мотива и мотивации в предпринимательской деятельности.
3. Соотношение общественного идеала и частного интереса в предпринимательстве
4. Социальная ответственность бизнеса.

#### Темы рефератов:

1. Предпринимательство как вид хозяйственной деятельности.
2. Понятие мотива и мотивации деятельности.
3. Понятие общественного идеала.

4. Реализация частных интересов как основной мотив предпринимательской деятельности.

5. Общественная польза бизнеса и его экономическая целесообразность.

6. Механизм культивирования социально ответственного бизнеса в Республике Беларусь.

### *Литература:*

1. Борисенко, Е.Н. Социальная ответственность малого предпринимательства: Учебное пособие / Е.Н. Борисенко. –М.: Клистар, 2002. – 96с.

2. Братющенко, С.В. Социальная ответственность предпринимательства (обзор концепций)/С.В. Братющенко// Актуальные проблемы социально-экономического развития: взгляд молодых ученых. – Новосибирск: ИЭОПП СО РАН, 2005. – С.166–178.

3. Гайнутдинов, Р.И. Социальная ответственность российского бизнеса/ Р.И. Гайнутдинов // Правоведение. -2006. - № 4.- С.231-236.

4. Лынова, Т. Социальный портрет белорусского предпринимательства /Т. Лынова// ЭКОВЕСТ. – 2002. – №2, 4. – С. 614–635.

5. Орлов, В.И. Философия бизнеса в обществах переходного типа: монография \ В.И. Орлов. – Минск: Экономпресс, 2004. – 288с.

6. ТюмеГУ [Электронный ресурс] Игнатова, И.В. Мотивы предпринимательской деятельности и модели поведения предпринимателей/ И.В. Игнатова. – Режим доступа: <http://www.utmn.ru/docs/5244.pdf>. - Дата доступа: 18.12.2020.

## **ТЕМА 3 Предпринимательская деятельность и религия**

### **Вопросы:**

- 1. Феномен православных предпринимателей.**
- 2. Католицизм и предпринимательство.**
- 3. Преуспевание как образ жизни – девиз предпринимателей-протестантов.**
- 4. Бизнес по Корану.**
- 5. Бизнес по-еврейски: основные правила.**

### **Темы рефератов:**

1. Роль Клуба православных предпринимателей Российской Федерации в формировании добросовестной финансовой системы.
2. Этический кодекс православных предпринимателей.
3. Основные положения «Свода нравственных принципов и правил в хозяйствовании».
4. П.Х. Верхован о католицизме и предпринимательстве.

5. Основные требования к предпринимательской деятельности мусульманина.
6. Причины предпринимательского успеха евреев.

### Литература:

1. Islam.ru [Электронный ресурс] Нуруллина, Г. Бизнес по-исламски/ Г. Нуруллина. Режим доступа: [http://www.islam.ru/content/economica/biznes\\_po\\_islamskiy](http://www.islam.ru/content/economica/biznes_po_islamskiy). - Дата доступа: 04.12.2020.
2. Transport.ru [Электронный ресурс] Димин, М. Труд и собственность в католической доктрине / М. Димин. – Режим доступа: [http://www.transport.ru/2\\_period/min\\_econ/N3-496/tryd.htm](http://www.transport.ru/2_period/min_econ/N3-496/tryd.htm). - Дата доступа: 20.11.2020.
3. UbsJournal.com [Электронный ресурс] Как евреи строят бизнес. – Режим доступа: <http://www.ubsjournal.com/2009-04-03-08-26-56/644-business>. - Дата доступа: 20.03.2020.
4. Библия. Современный перевод библейских текстов. – М., 1997.
5. Верхован, Петер Х. Предприниматель. Его экономическая функция и общественно-политическая ответственность /Петер Х. Верхован. – Минск: Эридан, 1992. – 60с.
6. Гориш, И.В. Православная традиция и предпринимательство / Гориш И.В. /Религия и общество: актуальные проблемы современного религиоведения: сб. научн. тр., г. Могилев, 25.05.2006г./ МГУ им. А.А. Кулешова; редкол.: В.В. Старостенко [и др.]. – Могилев: МГУ им. А.А. Кулешова, 2006. – С. 131-133.
7. Горыш, І.У. Праваслаўныя традыцыі ў прадпрымальніцтве /І.У. Горыш/ Весці Нацыянальнай акадэміі навук Беларусі. Серыя гуманітарных навук.- 2007.- №4.- С.9-13.
8. Залоска, Ю. Роля рэлігіі ў жыцці чалавека і глабалізацыя /Ю. Залоска/ Міжкультурны дыялог у Беларусі: нацыянальна-культурнае і духоўнае развіццё ва ўмовах глабалізацыі: матэрыялы нав.-практ. канф., г. Мінск, 10-12.12.2003г./ Праект ЮНЕСКА №18342407 ВУЕ; рэдкал.: Л. Уладыкоўская-Канаплянік [і інш.]. – Мн, 2004. – С. 181–188.
9. ЗАО «ЦИТП градостроительства им. Я.В. Косицкого» [Электронный ресурс] Этический кодекс православных предпринимателей. Режим доступа: [www.citp.ru/?page=count676](http://www.citp.ru/?page=count676). – Дата доступа: 28.12.2020.
10. Зарубина, Н.Н. Без протестантской этики: проблема социокультурной легитимизации предпринимательства в модернизирующихся обществах /Н.Н. Зарубина // Вопросы философии. – 2001. – №10. – С.45–56.
11. Зарубина, Н.Н. Религиозные ориентации постсоветского предпринимательства /Н.Н. Зарубина// Преподавание истории и обществознания в школе. – 2003. – №3. – С. 11–19.
12. Зодчество [Электронный ресурс] / Кандалинцев, В. Бизнес во Христе. Бизнес и

- христианство. – Режим доступа: <http://sobor.vinchi.ru/pages/author/kandalincev/business/kandalincev2.html>. – Дата доступа: 05.08.2020.
13. Ибрахим, Р. Ислам и бизнесе / Р. Ибрахим. - Казань: Издательство ОАО ПИК «Идел-Пресс», 2006. - 104 с.
14. Кирилл, митрополит Смоленский и Калининградский. Россия и православный мир // Предпринимательство. – 2004. – №12. – С.19–34.
15. Мир денежной магии [Электронный ресурс] \ Абрамович, М.Л. Бизнес по-еврейски: 67 золотых правил/ М.Л. Абрамович. – Режим доступа: <http://www.magic4money.ru/Page-1.753.htm>. – Дата доступа: 03.01.2013.
16. Никадент [Электронный ресурс] \ Кандалинцев, В. Бизнес, построенный на Вере/ В. Кандалинцев. – Режим доступа: <http://nikadent.ru/filosofstb.htm>. – Дата доступа: 30.11.2020.
17. Нравственность в образовании [Электронный ресурс]/ Дятлов, С.А. Православные основы русской экономики / С.А. Дятлов. – Режим доступа: [http://npravstvennost.info/library/news\\_detail.php?ID=4723](http://npravstvennost.info/library/news_detail.php?ID=4723). - Дата доступа: 08.12.2020.
18. Орлов, В.И. Философия бизнеса в обществах переходного типа: монография \ В.И. Орлов. – Минск: Экономпресс, 2004. – 288с.
19. О социальной концепции русского православия / [М. П. Мчедлов, Л. Н. Митрохин, А. В. Логинов и др.; под общ. ред. М. П. Мчедлова] ; Ин-т комплекс. соц. исслед. Рос. акад. наук, Исслед. центр. – М.: Республика, 2002. – 398 с.
20. Планета [Электронный ресурс] Скавронская, Е. Бизнес по Корану/ Скавронская Е. – Режим доступа: <http://planeta.by/article/732>. - Дата доступа: 03.11.2020.
21. Платонов, Д. Православие в его хозяйственных возможностях (заметки историка-экономиста) /Д. Платонов// Вопросы экономики. – 1993. – № 8. – С. 82–87.
22. РСПП [Электронный ресурс] / Открытое письмо Президенту Республики Беларусь – А.Г. Лукашенко. – Режим доступа: [http://rspp.su/russ\\_prod/pismo.html](http://rspp.su/russ_prod/pismo.html) – Дата доступа: 30.11.2020.
23. Русская православная церковь [Электронный ресурс] / Основы социальной концепции Русской Православной Церкви. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/141422.html> – Дата доступа: 27.11.2020.
24. Свод нравственных принципов и правил в хозяйствовании. Принято на итоговом пленарном заседании VIII Всемирного Русского Народного Собора // Предпринимательство. – 2004. – №1 (2). – С.

## ТЕМА 4 Предпринимательская деятельность как форма коммуникации и социальной игры

### Вопросы:

1. Понятие и предмет бизнес-коммуникации.
2. Основные аспекты бизнес-коммуникации.
3. Деловое общение: деловая беседа, деловые переговоры, деловые совещания, публичные выступления, деловые телефонные разговоры.

### Темы рефератов:

1. Бизнес-коммуникации как решающий фактор успеха.
2. Виды коммуникаций в бизнесе.
3. Особенности письменных коммуникаций.
4. Особенности устных коммуникаций.
5. Коммуникации и конфликт.
6. Коммуникации и корпоративная культура.
7. Манипуляции в коммуникации.
8. Роль организационных факторов в бизнес-коммуникациях.
9. Особенности ведения деловых телефонных разговоров.
10. Этапы подготовки к публичному выступлению.

### Литература:

1. Лобанов И. Б., Покровская Е. А. Бизнес-коммуникации. - Издательство: Дашков и К, 2008. – 286 с.
2. Мандрица, В. М., Мандрица, И. В. Этика бизнеса – деловое общение. Ростов-на-Дону, ООО АзовПечать 2005.-227с.
3. МГУП [Электронный ресурс] Особенности служебно-делового общения.- Режим доступа: <http://mgup-vm.ru/russian/08.html>. - Дата доступа: 05.01.2020.
4. Пиз А., Пиз Б. Новый язык телодвижений. Расширенная версия. – М.: Эксмо, 2006. – 416с.
5. Спивак, В.А. Современные бизнес-коммуникации /В.А. Спивак. – Спб.: Питер, - 2002. -448 с.
6. Чеховских, М.И. Психология делового общения: учебное пособие/ М.И. Чеховских. 3-е изд., стер.- Минск: Новое знание. 2011.- 253с.
7. Экономико-правовая библиотека [Электронный ресурс] Этапы подготовки и проведения публичного выступления. – Режим доступа: [http://www.psichology.vuzlib.org/book\\_o639\\_page\\_25.html](http://www.psichology.vuzlib.org/book_o639_page_25.html). Дата доступа 12.12.2020.

8. ЭСМ [Электронный ресурс] Лэйхифф Дж. М., Пенроуз Д.М. Бизнес-коммуникации: стратегии и навыки / Д. М. Лэйхифф, Д. М. Пенроуз. СПб. : Питер, 2001. – Режим доступа: <http://ecsoman.hse.ru/text/19178777/>. – Дата доступа: 23.01.2020.

## КОНТРОЛЬНО-ДИАГНОСТИЧЕСКИЙ МОДУЛЬ

### КОМПЛЕКС ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ

1. **Произведение, автором которого является священник Сильвестр, – это:**
  - «Домострой»
  - «Философия хозяйства»
  - «Православие. Очерки учения Православной Церкви»
  - «Хозяин и хозяйство»
2. **Ученый-экономист, разработавший одну из первых концепций предпринимательства и впервые озвучивший понятие «предприниматель», – это:**
  - Ричард Кантильон
  - Жан Батист Сэй
  - Адам Смит
  - Йозеф Шумпетер
3. **Один из обязательных критериев для осуществления предпринимательской деятельности – это:**
  - достижение совершеннолетия и наличие полной гражданской дееспособности
  - получение образования юридического лица
  - получение удостоверения водителя категории «В»
  - наличие опыта работы на руководящей должности
4. **Занятие предпринимательской деятельностью запрещено:**
  - должностным лицам и специалистам, работающим в органах государственной власти и управления, прокуратуры и судах
  - лицам, которые имеют отрицательную кредитную историю
  - гражданам, которые когда-либо были привлечены к уголовной или административной ответственности
  - гражданам, которые никогда не были трудоустроены в государственных организациях
5. **Й. Шумпетер утверждал, что предпринимательская деятельность является синонимом:**
  - новаторской деятельности
  - исследовательской деятельности
  - коммерческой деятельности
  - философского познания мира
6. **Проблема, которая находится на первом приоритетном месте для любого предпринимателя, – это:**
  - проблема выживания собственного бизнеса
  - проблема общества
  - проблема экологии

- экономические проблемы

**7. Элементом многофункциональной структуры бизнес-деятельности не является:**

- рабочий
- организатор
- исполнитель
- управляющий

**8. Какие тенденции характерны для современного общества и для деловой среды в особенности?**

- глобализация
- мобильность
- регионализация
- сепаратизм

**9. Непосредственным стимулом предпринимательской деятельности является:**

- получение прибыли
- получение доходов
- получение заработной платы
- правовая и финансовая дисциплина

**10. Вид деятельности, которая законодательно не признается предпринимательской деятельностью – это:**

- адвокатская деятельность
- торговая деятельность
- банковская деятельность
- страховая деятельность

**11. Специфически человеческая форма отношения к миру, содержание которой составляет целенаправленное и целесообразное преобразование мира, творение людьми собственных общественных отношений и самих себя, – это:**

- деятельность
- действие
- поступок
- существование

**12. Процесс информационного взаимодействия между собой двух и более людей (интеллектуальных систем) – это:**

- коммуникация
- аудиализация
- визуализация
- информатизация

**13. Совокупность разнообразных форм отношений и общения между индивидами и группами, принадлежащими к разным культурам, – это:**

- межкультурная коммуникация
- опосредованное общение
- компьютерная визуализация
- информатизация

**14. Внутреннее побудительное начало в осуществлении деятельности – это:**

- мотив
- стимул
- поступок
- потребность

**15. Внешнее побудительное начало в осуществлении деятельности – это:**

- стимул
- мотив
- поступок
- потребность

**16. Для бизнесмена-организатора характерна ведущая деятельностная тактика:**

- налаживание эффективных взаимосвязей всех элементов бизнес-структуры
- творческая реализация управляющих указаний в рамках бизнес-проекта
- оказание воздействия на элементы бизнеса
- моделирование эффективного бизнес-проекта

**17. Для бизнесмена-исполнителя характерна ведущая деятельностная тактика:**

- творческая реализация управляющих указаний в рамках бизнес-проекта
- налаживание эффективных взаимосвязей всех элементов бизнес-структуры
- оказание воздействия на элементы бизнеса
- моделирование эффективного бизнес-проекта

**18. Для бизнесмена-управленца характерна ведущая деятельностная тактика:**

- оказание воздействия на элементы бизнеса
- творческая реализация управляющих указаний в рамках бизнес-проекта
- налаживание эффективных взаимосвязей всех элементов бизнес-структуры
- моделирование эффективного бизнес-проекта

**19. Для бизнесмена-проектировщика характерна ведущая деятельностная тактика:**

- моделирование эффективного бизнес-проекта
- творческая реализация управляющих указаний в рамках бизнес-проекта
- налаживание эффективных взаимосвязей всех элементов бизнес-структуры
- оказание воздействия на элементы бизнеса

**20. Основной функцией предпринимательства является:**

- обеспечение развития и совершенствование экономики
  - регулирование фискальных мероприятий
  - пополнение рынка труда
  - разработка высоких технологий
- 21. Одно из основных произведений экономического характера Й. Шумпетера:**
- «Теория экономического развития»
  - «Протестантская этика и «дух капитализма»
  - «Исследование о природе и причинах богатства народов»
  - «Очерк о природе коммерции»
- 22. Одно из основных произведений экономического характера К. Рэндалла:**
- «Кредо свободного предпринимательства»
  - «Теория экономического развития»
  - «Протестантская этика и «дух капитализма»
  - «Очерк о природе коммерции»
- 23. Концепция, суть которой выражает суждение о том, что предприниматели должны не только заботиться о прибыли и уплате налогов, но и разделить с обществом ответственность за социальную несправедливость, экономическое неравенство и экологические проблемы, участие в экономической адаптации социально-незащищенных слоев населения и охране окружающей среды, – это:**
- концепция социально-ответственного бизнеса
  - концепция стихийного («дикого») капитализма
  - теория первоначального накопления капитала
  - концепция государственного капитализма
- 24. Побуждение человека к определенному поведению с помощью идейно-психологического воздействия характерно для механизма стимулирования:**
- морально-этического
  - нормативно-правового
  - физического принуждения
  - экономического
- 25. Определенная нужда субъекта (работника, коллектива, общества) в чем-либо – это:**
- потребность
  - мотив
  - стимул
  - интерес
- 26. Побуждение человека к определенному поведению с помощью силы закона характерно для механизма стимулирования:**
- нормативно-правового
  - морально-этического

- физического принуждения
- экономического

**27. Понятие, используемое в экономике и финансах для обозначения стимулов деятельности субъектов экономических отношений при определении их поведения, – это:**

- экономический интерес
- потребность
- мотив
- стимул

**28. Автором теории иерархических потребностей человека является:**

- А. Маслоу
- К. Маркс
- М. Вебер
- Х. Ортега-и-Гассет

**29. Понятие, которое определяет инициативную самостоятельную деятельность граждан, направленную на получение прибыли или личного дохода, осуществляемую от своего имени, под свою имущественную ответственность или от имени и под юридическую ответственность юридического лица, – это:**

- предпринимательство
- досуг
- когнитивная деятельность
- кооперация

**30. Субъектами предпринимательства в Республике Беларусь могут быть:**

- граждане Беларуси, иностранцы и лица без гражданства
- должностные лица и специалисты органов государственной власти и управления
- должностные лица и специалисты прокуратуры и суда
- военнослужащие

**31. В Республике Беларусь физическое лицо, осуществляющее предпринимательскую деятельность без образования юридического лица и зарегистрированное в установленном порядке, – это:**

- индивидуальный предприниматель
- лицензиар
- апатрид
- мерчендайзер

**32. Порядок создания юридических лиц, их государственной регистрации, для которого характерно возникновение по распоряжению собственника или уполномоченного им органа:**

- распорядительный
- разрешительный

- явочно-нормативный
- сертифицированный

**33. Статья Конституции Республики Беларусь, гарантирующая предоставление всем гражданам равные права для осуществления хозяйственной и иной деятельности:**

- ст. 13
- ст. 17
- ст. 31
- ст. 51

**34. Субъектами хозяйственного права в Республике Беларусь не могут выступать:**

- неспособные граждане
- иностранцы
- лица без гражданства
- граждане Беларуси

**35. Автор, определивший предпринимательство как экономическую деятельность, осуществляемую посредством постоянного комбинирования факторов, направленную на эффективное использование всех ресурсов и получение наивысших результатов**

- Ж.Б.Сэй
- М. Вебер
- А. Смит
- Й. Шумпетер
- Р. Кантильон

**36. Выделите наиболее крупную работу в Беларуси за последние 10 лет, описывающую предпринимательство как социально-философский феномен.**

- Философия бизнеса в обществах переходного типа
- Христианская мораль, социальная коммуникация, предпринимательство
- Социокультурные факторы формирования предпринимательства в экономике Республики Беларусь (на примере Брестской области)
- Христианство и бизнес
- Домострой

**37. Предпринимательская деятельность регламентируется**

- законодательством и обычаями делового оборота
- обычаями делового оборота
- законодательством
- этическим кодексом предпринимателей
- учредительным договором

**38. Кто является автором понятия «праксиология»?**

- Альфред Эспинас
- Г. Гегель
- К. Маркс
- В. С. Лазарев
- Б.Г.Ананьев

**39. Термин «межкультурная коммуникация» появился:**

- в середине 20 века
- в начале 18 века
- в начале 21 века
- в конце 18 века
- в середине 19 века

**40. Самостоятельная деятельность юридических и физических лиц, осуществляемая ими в гражданском обороте от своего имени, на свой риск и под свою имущественную ответственность и направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи вещей, произведённых, переработанных или приобретённых указанными лицами для продажи, а также от выполнения работ или оказания услуг, если эти работы или услуги предназначаются для реализации другим лицам и не используются для собственного потребления – ...**

- предпринимательская деятельность
- юридическая деятельность
- торговая деятельность
- ростовщичество

**41. Название стадии современного общественного развития, при которой информация получила статус мощнейшего детерминирующего фактора развития, а большинство населения занято производством, хранением, переработкой и реализацией информации, особенно высшей ее формы – знаний, – это ...**

- информационное общество
- индустриальное общество
- аграрное общество
- традиционное общество

**42. Форма коммуникационного взаимодействия, которая базируется на основных принципах, нормах и правилах делового этикета и характеризуется направленностью на взаимоотношение с субъектами или группой субъектов для получения взаимовыгодных результатов, - это...**

- деловое общение
- вербальная коммуникация
- невербальная коммуникация

- личная переписка

**Выберите несколько вариантов ответа**

**43. Элементами деятельности являются:**

- субъект и его активность
- объект
- игра
- общение
- познание

**44. Формами межкультурной коммуникации являются:**

- прямая
- косвенная (опосредованная)
- объектная
- игровая
- когнитивная

**45. Субъектами хозяйственного права в Республике Беларусь могут выступать:**

- граждане Республики Беларусь
- иностранцы и лица без гражданства
- недееспособные лица
- правоспособные лица
- должностные лица и ответчики

**46. Элементами деятельности являются:**

- субъект и его активность
- объект
- игра
- общение
- познание

**47. Формами межкультурной коммуникации являются:**

- прямая
- косвенная (опосредованная)
- объектная
- игровая
- когнитивная

**48. Субъектами хозяйственного права в Республике Беларусь могут выступать:**

- граждане Республики Беларусь
- иностранцы и лица без гражданства
- недееспособные лица
- правоспособные лица

## ТЕСТЫ НА СООТВЕТСТВИЕ

**Выделите верный вариант ответа:**

**1. Соотнесите верно элементы двух множеств:**

- 1) «Протестантская этика и «дух капитализма»
  - 2) «Современный капитализм. Историко-систематическое исследование общеевропейской экономической жизни от ее зачатков до современности»
  - 3) «Исследование о природе и причинах богатства народов»
  - 4) «Очерк о природе коммерции»
- А) М. Вебер  
Б) В. Зомбарт  
В) А. Смит  
Г) Р. Кантильон

**2. Соотнесите верно элементы двух множеств:**

- 1) налаживание эффективных взаимосвязей всех элементов бизнес-структуры
  - 2) творческая реализация управляющих указаний в рамках бизнес-проекта
  - 3) оказание воздействия на элементы бизнеса
  - 4) моделирование эффективного бизнес-проекта
- А) бизнесмен-организатор  
Б) бизнесмен-исполнитель  
В) бизнесмен-управленец  
Г) бизнесмен-проектировщик

**3. Соотнесите верно элементы двух множеств:**

- 1) «Развитие капитализма в России»
  - 2) «Буржуа: этюды по истории духовного развития современного экономического человека»
  - 3) «Капитал»
  - 4) «Протестантская этика и «дух капитализма»
- А) В. Ленин  
Б) В. Зомбарт  
В) К. Маркс  
Г) М. Вебер

**4. Соотнесите верно элементы двух множеств:**

- 1) информация адресована отправителем непосредственно получателю и может осуществляться вербально и невербально
  - 2) преимущественно односторонний характер коммуникации, информационными источниками являются произведения литературы и искусства, сообщения СМИ
  - 3) наличие промежуточного звена, выступающего в роли посредника между субъектами коммуникации
  - 4) отсутствие промежуточного звена, выступающего в роли посредника между субъектами коммуникации
- А) прямая коммуникация

- Б) косвенная коммуникация
- В) опосредованная коммуникация
- Г) непосредственная коммуникация

**5. Расположите в хронологическом порядке жизнедеятельности ученых-экономистов (например, АВГБ):**

- А) Р. Кантильон
- Б) Ж. Б. Сэй
- В) М. Вебер
- Г) К. Рэндолл

**6. Расположите в хронологическом порядке жизнедеятельности ученых-экономистов (например, АВГБ):**

- А) А. Смит
- Б) Ж. Б. Сэй
- В) В. Зомбарт
- Г) Й. Шумпетер