

УО «Полесский государственный университет»

И.В. ГОРИШ

ФИЛОСОФИЯ БИЗНЕСА

*Методические рекомендации по подготовке к семинарским занятиям
для студентов всех форм обучения:
издание второе, дополненное и переработанное*

**Пинск
ПолесГУ
2023 г.**

УДК 33:1(072)
ББК 65.290я73
Г 69

Р е ц е н з е н т ы:

С.И. Максимов, заведующий кафедрой информационных технологий в образовании ГУО РИВШ, кандидат технических наук, доцент

С.Г. Емельянов, заведующий кафедрой правовых и гуманитарных дисциплин УО ЧИУиП, кандидат исторических наук, доцент

Р е к о м е н д о в а н о
кафедрой экономики и бизнеса
У т в е р ж д е н о

Научно-методическим советом Полесского государственного университета

Г69 Гориш И.В.

Философия бизнеса: методические рекомендации по подготовке к семинарским занятиям для студентов всех форм обучения / И.В. Гориш. – Изд. второе, доп. и перераб. – Пинск : ПолесГУ, 2023. – 60 с.

УДК 33:1(072)
ББК 65.290я73
Г 69

Пособие предназначено для студентов экономических специальностей всех форм обучения. Оно призвано направить студента в поиске материала для подготовки к семинарским занятиям по дисциплине «Философия бизнеса».

© УО «Полесский государственный университет, 2023»

ВВЕДЕНИЕ

Курс «Философия бизнеса» предназначен для обучающихся экономических специальностей, нуждающихся в освоении 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.

Курс рассчитан на то, чтобы в ходе его освоения могли быть получены практические результаты в виде разрешения ряда сложных вопросов, порождаемых бизнесом, например, таких, как:

- Объяснение себе и другим сложных актуальных явлений и понятий.
- Порождение эффективных стратегий мышления и принятие решений в непростых ситуациях.
- Принятие решений, уместных для конкретных ситуаций.
- Предсказание объективных последствий от решений и событий, основанных на понимании скрытых факторов перемен.
- Формирование свободного отношения к бизнес-реальности.

У курса есть несколько особенностей:

- курс построен не только вокруг истории философии бизнеса, но и вокруг философской технологии постижения бизнеса и другой реальности. Здесь утверждается взгляд на философию как на живую и могучую интеллектуальную и духовную силу в сознании человека.

- курс ориентирован не только на ознакомление с авторскими представлениями о бизнесе, но и на формирование у обучающихся собственной стратегии мышления философского уровня.

Цели изучения учебной дисциплины:

- раскрыть социально-коммуникативные, экзистенциальные и иные аспекты частного предпринимательства; научить порождать свою философию и получать объяснение бизнеса как незавершенного, недопонятого мира, каким он открывается нашему сознанию без глубокого осмысления его "устройства".

Задачи:

- проблематизировать сущность и специфику предпринимательства как особого вида инновационной экономической деятельности, основанной на продуктивно-творческой, а не на распределительно-потребительской мотивации;
- изучить особенности эволюции предпринимательства в связи с различными этапами исторического развития;
- определить влияние историко-экономических закономерностей на тенденции и перспективы развития предпринимательства в современном социуме.

- раскрыть культурно-исторические, духовно-нравственные и религиозные основы предпринимательства и показать их легитимизирующую роль в конкретно-исторических условиях;

- проанализировать нормы, регулирующие и мотивирующие социально ответственное предпринимательство в юридической, профессиональной, нравственно-психологической плоскостях, выявить условия, способствующие самоочищению предпринимательского сообщества и созданию в общественном сознании позитивного образа предпринимателя;

- показать важную роль предпринимательства в реализации стратегии инновационного развития Республики Беларусь.

Требования к уровню освоения содержания учебной дисциплины выпускник должен:

- *знать* актуальность формирования нового экономического мышления; 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; выработать и обосновать свою позицию по всем вопросам, касающимся ценностного отношения к человеку в экономической сфере;

- *иметь навыки* 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.

В пособии предлагается материал для подготовки к семинарским занятиям и задания для управляемой самостоятельной работы по дисциплине «Философия бизнеса». Напомним, что семинар как вид учебного занятия предназначается для углубленного изучения той или иной дисциплины и овладения методологией применительно к особенностям изучаемой отрасли науки. Можно отметить, однако, что при изучении философии бизнеса в вузе семинар является не просто видом практических занятий, а, наряду с лекцией, основной формой учебного процесса.

Семинары выполняют многогранную роль: стимулируют регулярное изучение студентами первоисточников и другой литературы, а также внимательное отношение к лекционному курсу; закрепляют знания, полученные студентами при прослушивании лекции и самостоятельной работе над литературой; расширяют круг знаний благодаря выступлениям товарищей и преподавателя на занятии; позволяют студентам проверить правильность ранее полученных знаний, вычленив в них наиболее важное, существенное; способствуют превращению знаний в твердые личные убеждения, рассеивают сомнения, которые могли возникнуть на лекциях и

при изучении литературы, что особенно хорошо достигается в результате столкновения мнений, дискуссии; прививают навыки самостоятельного мышления, устного выступления по теоретическим вопросам, оттачивают мысль, приучают студентов свободно оперировать терминологией; предоставляют возможность преподавателю систематически контролировать уровень самостоятельной работы студентов над первоисточниками, другим учебным материалом, степень их внимательности на лекциях; позволяют изучить мнения, интересы студентов, служат средством контроля преподавателя не только за работой студентов, но и за своей собственной как лектора и руководителя семинара.

В пособии освещен также вопрос подготовки реферата, т.к., как показывает практика, студенты часто испытывают трудности при его подготовке.

При написании опорного конспекта были использованы работы Т. Быковой, В. Орлова, Л. Петинной, Е. Тончу, В.С. Лазарева, Р.И. Гайнутдинова, М. Пиатковского, Л.Р. Батуковой, В. Кандалинцева, В.М. Межуева и других.

**ПЛАН СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ
по дисциплине «Философия бизнеса»**

<i>№ n\п</i>	<i>Тема семинарского занятия</i>	<i>Кол-во часов</i>
1.	<i>Тема 1. Философия бизнеса: основные понятия и проблемы</i>	2 (2 УСР)
2.	<i>Тема 2. Осмысление предпринимательства в научной и учебной литературе</i>	2 (2 УСР)
3.	<i>Тема 3. Современные концепции в предпринимательской деятельности: теоретический статус и социальные функции</i>	2
4.	<i>Тема 4. Бизнес и теория деятельности</i>	2
5.	<i>Тема 5. Предпринимательская деятельность и религия</i>	2 (2 УСР)
6.	<i>Тема 6. Этическое измерение предпринимательства</i>	2 (2 УСР)
7.	<i>Тема 7. Бизнес и социализация личности</i>	2
8.	<i>Тема 8. Предпринимательская деятельность как форма коммуникации и социальной игры</i>	2
9.	<i>Тема 9. Предпринимательство и инновационное развитие Беларуси в контексте мирового культурно-цивилизационного процесса</i>	2
	<i>Всего часов</i>	18 (8 УСР)

Примерный перечень заданий управляемой самостоятельной работы

Управляемая самостоятельная работа студента по дисциплине "Философия бизнеса" направлена на рассмотрение основных подходов к систематизации теорий предпринимательства, анализ существенных характеристик бизнеса и закономерностей его становления, углубленное теоретическое изучение современных концепций, теоретический статус и социальные функции бизнеса, этического пространства бизнеса, его основных проблем и путей их решения, на определение существенных характеристик и парадоксов социализации личности в мире бизнеса, решение практических вопросов по предотвращению факторов, препятствующих развитию бизнеса, определение и анализ механизмов торможения рыночной экономики в обществах переходного типа.

Тема	Задание по УСР
Тема 1 Философия бизнеса: основные понятия и проблемы (2ч)	Подготовить и законспектировать вопросы 1. Понятие и причины коррупции в предпринимательской деятельности современного общества. 2. Основные субъекты коррупции в бизнесе.
Тема 2 Осмысление предпринимательства в научной и учебной литературе (2ч)	Подготовка и защита рефератов
Тема 5 Предпринимательская деятельность и религия (2ч)	Подготовка доклада (до 5 стр.) «Примеры успешного бизнеса у представителей различных конфессий»
Тема 6 Этическое измерение предпринимательства (2ч)	Подготовка примера этического кодекса предпринимательской деятельности

Семинарское занятие 1.

Тема: Философия бизнеса: основные понятия и проблемы

Вопросы:

1. Предпринимательство: проблема интерпретации понятия.
2. Проблема духовно-нравственной легитимизации предпринимательства.
3. Гендерные аспекты предпринимательства.

1. Как философия влияет на бизнес? Известно, что она делает это опосредованно – через науку и культуру. Философы придумывают идеи, они вдохновляют сначала людей искусства, потом, в художественной переработке, воодушевляют разных ученых, потом доходят до изобретателей, а потом, в виде осязаемых результатов, – и до предпринимателей.

Основы философии бизнеса были заложены еще в XVIII - XIX вв. в трудах классиков экономической теории. Они дали первоначальное научно-практическое определение сущности и роли предпринимателей в экономической деятельности. Уже в начале XIX века в их работах выделяются экономические, организационные и психологические признаки предпринимательства, которые позднее трансформируются в его функции.

Актуальность изучения феномена предпринимательства обусловлена тем, что оно относится к категории важнейших факторов устойчивого экономического развития и достижения нормального уровня жизнеобеспечения любой страны, а для современной Беларуси может служить эффективным инструментом преодоления негативных явлений во всех общественных сферах, детерминированных вызовами трансформационного периода.

Многие трактовки предпринимательства, предлагаемые как зарубежными, так и отечественными учеными, достаточно односторонни. Они рассматривают этот феномен только лишь как вид экономической деятельности. В то время как предпринимательство существует не только в экономике, но и в любых сферах общественной жизни. В этом смысле, предпринимательство – это разновидность не только экономической деятельности, а самой человеческой деятельности вообще. Как заметил А. Куделин, предпринимательство несводимо только к бизнесу, а присутствует везде и всегда, где и когда осуществляется самостоятельная, рискованная и самоутвердительная деятельность.

Предпринимательство предстает как многоаспектный феномен, адекватное понимание которого возможно лишь при анализе всех сторон его проявления. Единого четкого определения предпринимательства не существует ни в зарубежной, ни в отечественной научной литературе. Это связано со следующими обстоятельствами. Во-первых, само понятие «предпринимательство» одновременно является общеупотребляемым в обыденной практике и научным термином, что выступает причиной разночтений. Во-вторых, предпринимательство – явление, динамично развивающееся. Т.е. нельзя четко и окончательно определить «не ставший»

феномен. В-третьих, отсутствует общепринятая теория предпринимательства. И, в-четвертых, невозможно дать единое определение предпринимательской деятельности, которое бы охватывало все стороны и отражало бы специфику этого многогранного явления. Юридическая трактовка предпринимательства отличается от его дефиниции как элемента экономической системы. И совсем на иных особенностях делает акцент социально-философское определение.

Предпринимательство (понимаемое в широком смысле) существовало всегда, поскольку предприимчивость выступает одной из основных характеристик активного субъекта, преобразующего окружающую действительность. Предпринимательство всегда было социокультурно обусловлено, но это не было сразу отмечено. Поначалу оно проявляется как чисто экономический феномен. Затем, онтологически развиваясь, предпринимательство становится значимым не только как экономическим, но и социокультурным феноменом.

Сегодня в сфере бизнеса существует много проблем, причины которых зачастую лежат вне экономической плоскости. И экономисты здесь бессильны. Например, формирование цивилизованного предпринимательства в Беларуси зависит не только от совершенства законодательной базы и экономических условий в государстве, но и во многом обусловлено степенью социального доверия, выражающем отношение к предпринимателям. Присутствующее в сознании бывших советских людей неприятие предпринимательской деятельности, не позволяет инициативным субъектам в полной мере реализовать свой потенциал. Чтобы преодолеть негативизм по отношению к предпринимательству и предпринимателям, необходимо изучить этот феномен, исходя из максимально возможных направлений его анализа. Многоаспектность предпринимательства определяет плюрализм методологических подходов к его изучению. Предпринимательство может быть рассмотрено:

- ✓ как экономический процесс;
- ✓ как вид хозяйственной деятельности;
- ✓ как неотъемлемый элемент рыночной экономики;
- ✓ как сфера риска;
- ✓ как составная часть бизнеса;
- ✓ как утилитарная деятельность;
- ✓ как способ реализации частных интересов хозяйствующего субъекта;
- ✓ как сфера творчества;
- ✓ как потенция личности;
- ✓ как культурно-исторический феномен;
- ✓ как социально-философская проблема.

Очевидно, предпринимательство несводимо к какой-либо одной из его характеристик. Важной задачей изучения этого вида хозяйственной деятельности является его глубокий анализ для использования полученных

знаний в прогнозировании и долгосрочном планировании, поскольку предпринимательская деятельность ориентирована не на «здесь и сейчас», а на результат в перспективе. В рамки линейного (плоскостного) понимания предпринимательство не вмещается. Оно выступает как нелинейная система, которую следует рассматривать с позиции синергетического подхода, рассматривая предпринимательство как внеисторическую категорию. Также необходимо использовать достижения и методы таких наук как философия, социология, история, этика, психология, культурология и др. Только системный социально-философский анализ способен дать комплексное знание о предпринимательстве.

Таким образом, необходимо рассматривать предпринимательство не только как вид хозяйственной деятельности, но и как культурно-цивилизационный и социокультурный феномен, анализировать специфику становления и развития предпринимательства в Беларуси и на основе выявленных особенностей формулировать основные положения концептуальной модели белорусского предпринимательства. Это представляет значительный теоретический и практический интерес для белорусского бизнес-сообщества, а также для органов государственного управления, что обусловлено потребностью в совершенствовании бизнес-среды в связи с возросшей в условиях мирового системного кризиса значимостью данного вида хозяйственной деятельности и необходимостью формирования новой модели цивилизованного предпринимательства.

В мировой практике накоплен богатый опыт осуществления предпринимательской деятельности. Но не все достижения, привносимые с Запада, актуальны для белорусской действительности. Прежде всего, следует учитывать, что в западном обществе доминируют иные ценности, которые во многом 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. Однако, невозможно простое механическое соединение старого и нового, поскольку в некоторых случаях (в частности применительно к предпринимательству) имеет место несовпадение мировоззренческих ориентиров. Поэтому необходимо искать иные пути, адекватные культурно-историческим традициям нашего народа. Что касается развития предпринимательства в Беларуси, то автор видит наиболее предпочтительным выходом синтез, предполагающий органическое сочетание прогрессивного мирового опыта в этой сфере с самобытностью белорусской культурно-исторической практики.

2. Для успешного развития предпринимательства необходимо формирование особого класса свободных, самостоятельных, активных и ответственных граждан-собственников способных реализовать свои творческие замыслы. Еще одним важным условием является мотивация. Можно выделить следующие мотивы предпринимательской деятельности: стремление к получению максимальной прибыли, возможность свободной самореализации, потребность в самоутверждении, заинтересованный творческий труд.

Предпринимательство как вид хозяйственной деятельности явилось детищем капитализма, нуждающемся в работнике, который в отличие от работника более раннего периода, ориентированного на включение в различного вида связи (союзы, корпорации), предполагающие личную зависимость, должен обладать определенной степенью свободы, что позволяло ему самостоятельно, инициативно и творчески подходить к решению производственных задач.

В становлении предпринимательства важную роль сыграла Западная протестантская этика. В рамках ее богатство, деловой успех выступают показателем богоизбранности. «Преуспевание как образ жизни» - таков девиз протестантизма. С одной стороны, протестантская этика оправдывала желание и стремление к получению прибыли, индивидуализм, неравенство, а с другой стороны, приветствовала такие качества, как честность, трудолюбие, самоорганизованность, расчетливость, законопослушность.

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.

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. «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» [Основы социальной концепции Русской Православной Церкви].

На VIII Всемирном Русском Народном Соборе (февраль 2004 года) был

принят Свод нравственных принципов и правил в хозяйствовании, предназначенный для руководителей предприятий и коммерческих структур, предпринимателей 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. «Богатство - не самоцель. Оно должно служить созиданию достойной жизни человека и народа. 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» – таковы основные принципы хозяйствования

3. 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».

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.

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». 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». 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 *выдерживать, терпеть, вынести*, т.е. пассивное начало.

4. Нельзя не отметить роль общественного мнения, под влиянием которого у женщины формируется особые поло-ролевые стереотипы, где мужчина занимает главенствующее положение. 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 отстоять 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.

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».

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». 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, исключающим вероятность формирования финансовых олигархических структур».

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».

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. В толковом же словаре С.И. Ожегова «предприниматель», 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.

Темы рефератов:

1. Философия бизнеса: актуальность вопросов.
2. Междисциплинарность философии бизнеса.

3. Предпосылки возникновения философии бизнеса.
4. Необходимость формирования нового экономического мышления.
5. Основные понятия «новой экономики».
6. Образ женщины в белорусском предпринимательстве.
7. Легитимизация предпринимательства на основе культурно-исторических традиций.

Семинарское занятие 2.

Тема: Осмысление предпринимательства в западноевропейской философской литературе

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

Обоснование предпринимательской деятельности в русской философии и культуре

- Сильвестр «Домострой»
- Булгаков С.Н. «Философия хозяйства», «Православие. Очерки учения Православной Церкви»
- Савицкий П. «Хозяин и хозяйство»
- Платонов О. «Экономика русской цивилизации»
- Бородай Ю. «Почему православным не годится протестантский капитализм?»
- Зарубина Н.Н. «Религиозные ориентации постсоветского предпринимательства»
- Апресян Р. «Ценностные контрверзы предпринимательства»
- Чуешов В.И., Подпорин И.Г. «Христианская мораль, социальная коммуникация, предпринимательство»
- Орлов В. «Философия бизнеса в обществах переходного типа»

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.

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. Как и Смит, Сэй был сторонником свободного предпринимательства и указывал на его активный, инновационный характер.

Вернер Зомбарт (1863-1941) отвел особое место предпринимательству при анализе капитализма. «Предпринимательствующие» представляют собой завоевателей мира: «это творцы, люди жизни, не зрители, не потребители, не аскеты и не скептики». Все они – обладатели особого предпринимательского духа, сутью которого является «жажда наживы, страсть к приключениям, изобретательность» и который является основой капиталистического духа.

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».

Признанным исследователем феномена предпринимательства является австрийско-американский ученый Йозеф Шумпетер (1883-1950), 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. Мотивы предпринимателя связаны с мечтой и желанием основать свою частную империю (династию), с волей к победе и радостью творчества. Предпринимательство, по Шумпетеру, – это «созидательное разрушение». 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.

Рассмотрение научных теорий предпринимательской деятельности Р. Кантильона, А. Смита, Ж.-Б. Сэя, М. Вебера, В. Зомбарта, Г. Форда, К. Рэндола, Й. Шумпетера и П. Друкера позволило сделать вывод о том, что за рубежом 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.

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 Й. Шумпетер). Предпринимателей отличает инновационный тип мышления.

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. Автор анализировал христианский тип «экономического человека». 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». 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 П. Савицким была написана работа «Хозяин и хозяйство». Автор проанализировал сущность понятия «хозяин», развел «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». 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 – «доброго 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».

В начале 90-ых гг. XX века наблюдается возрастание интереса к анализу предпринимательства, его культурно-исторических и духовно-нравственных оснований. 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.

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 правдолюбия, нестяжательство, развитие самобытных форм демократии, воплотившихся в общине и артели». 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».

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».

В статье Н.Н. Зарубиной «Религиозные ориентации постсоветского предпринимательства» религиозность предпринимательства рассматривается как социологическая проблема. Автор 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».

Р. Апресян в статье «Ценностные контроверзы предпринимательства» актуализирует проблему ценностного содержания таких понятий как «предпринимательство» и «рыночные отношения». Для себя мы отметили 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».

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

В оригинальном контексте рассмотрено предпринимательство в статье В.И. Чушова 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.

«Философия бизнеса в обществах переходного типа» В. Орлова – вероятно, самая крупная работа в Беларуси за последние 20 лет, описывающая 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».

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. Предпринимательский дух и мещанский дух в концепции В. Зомбарта.
6. Духовные характеристики современного экономического человека.
7. А. Смит о природе капитала, его накоплении и применении.
8. Сущность и функции предпринимательства в труде Ж. Б. Сэя «Трактат по политической экономии».
9. Честность как неотъемлемое качество предпринимателя в работе К. Рендолла «Кредо свободного предпринимательства».
10. Характеристика предпринимательства, предлагаемая Й. Шумпетером.
11. «Домострой»: правила ведения хозяйства.
12. Хозяйственный аскетизм и хозяйственный эгоизм как модели хозяйствования в произведениях С.Н. Булгакова.
13. Предприниматель как добрый хозяин в работе П. Савицкого «Хозяин и хозяйство»
14. Основные черты русской цивилизации и ее самобытность в произведении О. Платонова «Экономика русской цивилизации».
15. Рассмотрение предпринимательства в работах Н.Н. Зарубиной.
16. Принципы православия и капитализм: вероятность или невозможность совмещения.
17. Социально-этическая ответственность предпринимателя в статье Р. Апресяна «Ценностные контрверзы предпринимательства»
18. Практическое значение монографии В. Орлова «Философия бизнеса» для улучшения бизнес-климата в Беларуси.

Семинарское занятие 3.

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

Вопросы:

1. Предпринимательство как особый вид инновационной деятельности.
2. Значение предпринимательства в инновационном развитии в Республике Беларусь.

1. 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».

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».

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 также 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 также внутри- и межсистемных взаимодействий, которые могут произойти при максимально благоприятных условиях для продвижения соответствующего инновационного объекта в системе».

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. 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.

2. В нашей стране взят стратегический курс на инновационное развитие. Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь 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 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 – отсутствию 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». 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.

Темы рефератов:

1. Инновационная деятельность: основные понятия и значение для развития общества.
2. Основные положения Государственной программы инновационного развития Республики Беларусь.
3. Инновационное развитие Республики Беларусь: состояние и перспективы.
4. Цели и приоритеты инновационного развития Республики Беларусь.
5. Основные направления инновационного развития Республики Беларусь.
6. Значение предпринимательства в инновационном развитии Республики Беларусь.

Семинарское занятие 4.

Тема: Бизнес и теория деятельности

Вопросы:

1. Основные подходы к определению деятельности, ее структура.
2. Роль мотива и мотивации в предпринимательской деятельности.
3. 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 бизнеса в обществе, но не обязательно будут приносить наибольшую пользу для самого общества.

3. 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

Темы рефератов:

1. Понятие мотива и мотивации деятельности.
2. Мотивация ранней предпринимательской активности.
3. Мотивы предпринимательской деятельности, их виды.
4. Понятие общественного идеала.
5. Реализация частных интересов как основной мотив предпринимательской деятельности.
6. Общественная польза бизнеса и его экономическая целесообразность.
7. Соотношение общественного идеала и частного интереса в предпринимательстве
8. Механизм культивирования социально ответственного бизнеса в Республике Беларусь.

Семинарское занятие 5.

Тема: 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.

1. 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 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. Христианство признает право человека на собственность. Оно выступает против посягательства на нее, что находит подтверждение в заповедях «не возжелай чужого», «не укради». 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.

Православная традиция, настаивающая на приоритете духовных ценностей в жизни людей, не игнорирует ценностей материальных, ибо предполагает ответственное участие человека в усовершенствовании Божьего творения. В. Орлов признает, что «важным фактором влияния православия на становление экономического менталитета является то, что законы православия предписывали помощь ближнему и надежность слова... Православие воспитывает в людях глубинную приверженность к духовным ценностям, среди которых выделялось смирение».

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». Таким образом, автором подчеркивается значимость социально ответственного предпринимательства.

2. Что касается католической церкви, то свободная экономика получила с ее стороны полную поддержку, хотя, как утверждают ее нынешние апологеты, экономика бизнеса никогда не будет ее нравственно удовлетворять. Сама по себе погоня за прибылью не может встретить сочувствие церкви, у рынка как такового нет своей нравственности, он просто зеркально отражает нравственность или безнравственность своих участников. И все же, как писал Папа Иоанн Павел II, прибыль необходима, чтобы свободная экономика функционировала. Он осуждал потребительство, настаивал на том, что этика и культура первичнее экономики; для него религиозное, духовное является высшей реальностью. И если Иоанн Павел II предлагал вернуть экономике ее подлинную ценность, то его критика была направлена скорее не на экономическую, а на этическую и культурную систему. Экономика предстает лишь как один из многих аспектов человеческой жизнедеятельности. Когда производство и потребление становятся смыслом жизни, считал Иоанн Павел II, следуя общехристианскому этическому постулату, "причину следует искать не столько в экономике, сколько в том, что социокультурная система ослабла, забыла о нравственности и, в конце концов, свела самое себя к производству товаров и удобств".

Для детального рассмотрения отношения католической церкви к предпринимательству рекомендуем ознакомиться с работой П.Х. Верхана «Предприниматель. Его экономическая функция и общественно-политическая ответственность».

3. В становлении предпринимательства на Западе важную роль сыграла протестантская этика. Протестантизм – единственная религия, которая не только не осуждает, но и поощряет богатство, прибыль и предприимчивость, осуждая бедность и безделье. М. Вебер в классической работе "Протестантская этика и дух капитализма" пишет примерно следующее: протестантизм выражает дух капитализма, который все жизненные ценности измеряет одним показателем — размером прибыли. Поэтому, если ты

можешь заработать 100 долл. и не зарабатываешь, ты совершаешь преступление, аналогичное тому, как если бы ты убил купоросную свинью, так как ты не только не получаешь 100 долл., но губишь и те проценты, которые тебе эти деньги могли бы дать. Задача легитимизации бизнеса в протестантизме решена гениально просто. Прибыль – цель бизнеса. Эта цель благородна. Если человек получает прибыль и его деятельность успешна, значит, он нашел свое предназначение. Увеличивая свою прибыль, он одновременно не только увеличивает общественное богатство, но и занимается деятельностью, угодной Богу. Таким образом, протестантизм – единственная религия, легитимизировавшая бизнес, предпринимательство, а также прибыль и богатство в целом.

Долг человека – приумножить свое богатство, которое важно не само по себе, но как критерий богоизбранности. Богатство является целью бизнеса лишь потому, что оно подтверждает вашу богоизбранность, а именно: что ваша деятельность угодна Богу. Первые предприниматели, как показал Вебер, были пуританами и аскетами. Они зарабатывали деньги не для того, чтобы их потратить на развлечения, им важны были деньги ради самих денег. Тем не менее они оставались честными пуританами, аскетами и добродетельными гражданами, которые ценили честный труд, исполнение долга и служение людям, семью, скупость (не расточительность), умение держать слово. Эти названные добродетели можно считать инструментальными, но главная добродетель протестантизма, которая выступает мерилем богоизбранности личности, – это реальная прибыльность деятельности, богатство, деньги, порождающие деньги.

4. Принципы ведения бизнеса в соответствии с Шариатом построены на соблюдении двух правил: недопустимости запретных действий (харам) и достижении богоугодного поведения путём совершения разрешённых и желательных действий (халяль).

В Коране неоднократно подчёркиваются следующие фундаментальные принципы правильного поведения в бизнесе:

- свобода предпринимательской деятельности и заключения договора;
- справедливость;
- законность;
- этичное поведение управляющих и подчинённых;
- благотворительность и милосердие.

Мусульмане считают, что следование вышеуказанным принципам позволяет сократить риск в коммерческих отношениях и создает благоприятные условия для развития эффективного и стабильного бизнеса. Подробно с особенностями реализации каждого из принципов правильного поведения в бизнесе можно ознакомиться в статье Г. Нуруллиной «Бизнес по-исламски» и книге Разалии Ибрахим «Ислам и бизнес».

5. Особый интерес представляют правила бизнеса по-еврейски. Династия Ротшильдов и Билл Гейтс, Эсти Лаудер и Джордж Сорос, если продолжать список самых богатых людей мира, то он займет не одну

страницу. Но помимо сказочных и зачастую невероятных финансовых успехов, этих людей объединяет еще одно – еврейское происхождение. Как бы это ни казалось удивительным, но среди самых богатых людей, практически в любой стране мира, очень много представителей еврейского народа. Какими секретами обладают евреи, чтобы привлекать такое огромное количество денег? И вообще, есть ли какие-то особенные секреты богатства, присущие именно этому народу? На эти вопросы поможет найти ответы работа М. Л. Абрамовича «Бизнес по-еврейски: 67 золотых правил», которую мы рекомендуем к изучению.

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. Этика протестантизма как основа западного предпринимательства.
6. Основные требования к предпринимательской деятельности мусульманина.
7. Причины предпринимательского успеха евреев.

Семинарское занятие 6.

Тема: Этическое измерение предпринимательства

Вопросы:

1. Зарождение и становление этики бизнеса.
2. Основные принципы этики бизнеса.
3. Критерии оценки уровня развития бизнес-этики.
4. Состояние и перспективы развития бизнес-этики в Республике Беларусь.

1. Факторы успешности предпринимательской деятельности зависят не только от условий, лежащих в экономической плоскости, но и от следования принципам и нормам деловой этики. Деловую этику можно рассматривать как свод моральных требований, регулирующих бизнес-отношения. Следование нормам деловой этики позволяет владельцам бизнеса в процессе осуществления предпринимательской деятельности и получать максимальную прибыль, и служить клиентам, потребителям, обществу, а также способствует самоочищению бизнес-сообщества и формированию позитивного образа предпринимателя.

Этика бизнеса представляет собой свод нравственных правил взаимоотношений между предпринимателями, клиентами, предполагающий применение этических принципов к деловым ситуациям и позволяющий избежать недобросовестного исполнения обязательств и пренебрежение интересами партнера, а также определяющий отношение членов бизнес-среды к основным социальным проблемам. Синонимом предпринимательской этики, широко применяемым в мировой экономической практике, является этика бизнеса. Проблемное поле предпринимательской этики отличается разнообразием. Прежде всего, это необходимость формирования универсального этического кодекса, связанная с поиском его легитимных оснований, а также проблема понимания и соблюдения обществом и участниками бизнес-среды правил и стандартов, которые формируются, развиваются в процессе формального и неформального общения.

Широкое распространение движение за этичность бизнеса получило лишь в конце XIX – начале XX веков. Все чаще и чаще начинали звучать утверждения о том, что корпорации обязаны использовать свои ресурсы таким образом, чтобы общество оказывалось в выигрыше – так называемая "доктрина капиталистической благотворительности". Крупнейшие бизнесмены своего времени, такие как "стальной король" Эндрю Карнеги или Джон Д. Рокфеллер тратили колоссальные суммы на социальные программы, строительство публичных библиотек и школ. Безусловно, далеко не все предприниматели придерживались подобных взглядов. В целом, восприятие обществом деловой этики и социальной ответственности за XX столетие прошло (в развитых западных странах) через три этапа: управление, направленное на максимизацию доходов (до второй четверти XX века):

этичность второстепенна по отношению к прибыльности (период "дикого" капитализма); попечительское управление (начиная с 1930-х годов): организация заботится о своих сотрудниках и их семьях постольку, поскольку это в конечном итоге ведет к более высокой производительности и доходности; социальное управление (начиная с 1960х-70х годов): организация несет ответственность перед обществом в целом и, в частности, перед группами заинтересованных лиц. Именно последний период многие исследователи считают датой рождения этики бизнеса, а родиной – США. Связано ее возникновение было со множеством обстоятельств, в том числе с падением значимости религиозных ценностей и традиционной морали в американском обществе, что свидетельствует о социокультурной обусловленности феномена бизнес-этики.

2. В России уже в конце XIX – начале XX ст. существовал интерес к возможности применения этических принципов в сфере бизнеса. В 1912 году были сформулированы 7 принципов ведения дел. Данный свод правил представляет собой квинтэссенцию богатого экономического опыта русских купцов. Поэтому видится допустимой возможность апеллировать к нему при создании современного этического кодекса. Исходя из вышеупомянутых принципов, основания, на которые должен опираться современный белорусский предприниматель, осуществляя свою профессиональную деятельность, могут быть изложены следующим образом:

1. *законность* - следование нормам права при осуществлении деловых сделок - обеспечивает устойчивость взаимоотношений в процессе совершения деловых операций, способствует единообразию механизма совершения сделок, обуславливает стабильность предпринимательских структур.

2. *правдивость* - честность по отношению к себе, партнерам и клиентам - обеспечивает прозрачность взаимоотношений в процессе совершения бизнес-сделок, повышает уровень доверия к предпринимателю, благотворно влияет на его имидж.

3. *порядочность* - отражение высоконравственной сущности предпринимателя - служит гарантом при совершении деловых операций; как и честность, способствует повышению статусного и имиджевого рейтинга предпринимателя.

Первое базовое основание деятельности предпринимателя - законность - возможно только при наличии ряда условий: развитой законодательной инфраструктуры, высокого уровня сотрудничества законодательных органов и бизнес-сообщества, а также своевременности принятия законодательных актов, регулирующих и регламентирующих предпринимательскую деятельность.

Последние два основания обеспечиваются воспитанием, основанном на культурных традициях определенных слоев населения. В дореволюционной России большая часть бизнесменов вела семейный и традиционный по характеру бизнес. В процессе осуществления экономической деятельности

формировался определенный порядок ведения дел и правила взаимоотношений с партнерами и клиентами, основы которых передавались из поколения в поколение. Это обстоятельство способствовало повышению уровня доверия со стороны населения, что в свою очередь обеспечивало рост прибыли. На первом по своей значимости месте находилась репутация бизнесмена, уровень которой гарантировал приток новых клиентов и партнеров и, как следствие, вел к расширению дела.

3. Возможным подходом к оценке состояния бизнес-этики является следующий, в основу которого положены *критерии оценки уровня ее зрелости*:

1. *законопослушность* (начальный уровень – выступает в качестве необходимого) означает уплату налогов, соблюдение условий контрактов, выполнение долговых обязательств и т.п.

2. *профессиональная этика* (промежуточный, более высокий уровень) включает трудолюбие, расчетливость, ответственность перед партнером и клиентом, доверие.

3. *нравственность* (высшая степень развития)

- светская – этическая мотивация, честь, социальная ответственность, понимание значимости деятельности, справедливость.

- религиозная – чувство долга, этика служения, солидарность, благотворительность, милосердие.

Следующим методологическим подходом является критерий с позиции *функциональной структуры*. Бизнес-этика – явление многоплановое, поэтому рассматривать следует ее как минимум в трех аспектах:

- юридическом (предполагает законодательную закреплённость правил деловой этики, что обеспечивает ее легальность);

- светско-нравственном (раскрывается в соответствии правил ведения дел требованиям современного бизнес-сообщества, его устремлениям, представлениям, ценностным ориентациям и установкам);

- конфессионально-нравственном (проявляется как следование догматам вероучения (заповедям, предписаниям) господствующей в обществе религии, ее традициям, строгой нормативности, морально-этическим и ценностным ориентирам).

Этический аспект важен в предпринимательстве и представляет собой нравственную деятельность предпринимателей, которая объективно предполагает акцентуацию на этических ценностях. Субъект предпринимательской деятельности вступает в бизнес-отношения в различных отраслях экономики с целью удовлетворения потребностей человека и общества, на основе этических ценностей.

В процессе трансформации этического пространства предпринимательства остро встает вопрос об основаниях, определяющих сущность норм и правил ведения дел и выступающих в качестве универсальной базы морально-ценностных ориентаций бизнесменов. Необходимо учитывать, что в каждом обществе фундамент, на котором

основываются различные общественные институты (в частности, экономические), образуют культурно-исторический опыт, традиционные ценностные установки и представления, характерные для данного общества. Таким образом, появляется необходимость поиска легитимных оснований предпринимательства как нравственной деятельности в накопленном национальном культурном наследии, а не полное заимствование аналогичного свода правил из других культур.

Основой для актуализации этического аспекта предпринимательской деятельности вполне могут быть культурные традиции белорусского общества (репликация православных принципов), поскольку, на наш взгляд, участники экономических отношений должны руководствоваться в своей деятельности теми же этическими ценностями, что и в других сферах человеческой жизнедеятельности.

4. Белорусское бизнес-сообщество имеет некоторый опыт в формировании свода норм и правил деловой этики. Бизнес союз предпринимателей и нанимателей имени профессора Кунявского (БСПН) в апреле 2004 года на XIV съезде одобрил в качестве этического кодекса 10 положений.

На ежегодной конференции, которая прошла 12 мая 2004 года в Минске, представителями делового сообщества (Белорусской конфедерацией промышленников и предпринимателей (нанимателей), Белорусской научно-промышленной ассоциацией (БНПА) и Белорусским союзом нанимателей) была принята Хартия корпоративной и деловой этики, включающая также 10 пунктов.

5 марта 2007 года на республиканской конференции «За свободное развитие предпринимательства» в г. Минске был принят еще один этический кодекс. Он составлен на основе Кодекса чести предпринимателя г. Санкт-Петербурга.

Об эффективности использования вышеупомянутых кодексов в белорусской бизнес-среде судить пока сложно. Однако можно выделить следующие недостатки:

1. наличие нескольких кодексов не способствует доверию со стороны общественности;
2. формальная закреплённость не гарантирует принятие норм и правил бизнес-этики субъектами предпринимательства;
3. отсутствуют отработанные механизмы внедрения правил предпринимательской этики в реальную практику бизнеса;
4. указывается на необходимость следования этическим принципам только членам общественных организаций предпринимателей, т.е. кодексы представляют собой документ «для внутреннего пользования посвященными»;
5. не осуществляется популяризация этических правил в средствах массовой информации. Следует учитывать, что не всем предпринимателям доступны ресурсы Internet;

б. в этических кодексах бизнес-отношений отсутствует привязка к национальному экономическому опыту, культурно-историческим традициям и религиозным ценностям белорусского народа.

Дальнейшее развитие этического аспекта предпринимательства в Республике Беларусь, на наш взгляд, определятся следующим:

- правовой политикой, проводимой в Беларуси;
- состоянием экономической сферы общества;
- самоорганизацией самого бизнес-сообщества;
- духовной безопасностью бизнес-сообщества;
- стабильностью бизнес-среды;
- системой институтов, обеспечивающих образование и воспитание предпринимателей;
- воздействием республиканской системы образования и воспитания на граждан с целью формирования позитивного отношения общества к предпринимательству;
- активным использованием СМИ для реабилитации предпринимательства и предпринимателей.

Темы рефератов:

1. Что такое бизнес-этика?
2. История развития этики бизнеса.
3. Этико-экономическая концепция Г. Форда.
4. Уровни этики бизнеса.
5. Основные положения этики бизнеса.
6. Особенности этики бизнеса в западноевропейской культурной традиции.
7. Современные взгляды на место этики бизнеса.
8. Причины, мешающие соблюдению этических принципов в бизнесе.
9. Сравнительный анализ имеющихся в белорусском бизнес-сообществе кодексов ведения дел.
10. Проблемы реализации этических принципов в предпринимательской деятельности.
11. Деятельность общественных организаций предпринимателей по популяризации кодекса бизнес-этики.

Семинарское занятие 7.

Тема: Бизнес и социализация личности

Вопросы:

1. Особенности самоопределения личности в бизнесе.
2. Деньги как средство ведения бизнеса.
3. Бизнес как жизненная стратегия.

1. Самоопределение рассматривается как условие формирования профессионально-важных качеств и успешного овладения деятельностью, а также как процесс, во многом обеспечивающий успешность социальной адаптации и деятельности. Бизнесмен как субъект труда в отличие от исполнителя сам ставит цели деятельности, определяет пути и средства их достижения, несет ответственность за последствия ее реализации. Он выстраивает, изменяет и развивает свою коммерческую деятельность.

Проблемы самоопределения личности в бизнесе связаны с наличием многочисленных ролевых позиций субъектов бизнеса, которые по-разному влияют на поведение человека, на успешность реализации генеральных целей, развитие бизнеса, его конкурентоспособность и т. д. Самоопределение бизнесмена с психологической точки зрения представляет собой анализ многочисленных проблемных ситуаций, решение различной степени сложности задач, формирование чувства причастности к профессиональному сообществу, обретение профессионально-важных качеств и т. д. Как деятельность бизнес сопровождается личностным и профессиональным развитием и самосовершенствованием субъектов бизнеса. Наиболее сложными для многих представителей бизнеса являются проблемы, связанные с многоплановостью статусно-ролевого репертуара, размытостью ценностей и профессиональной неопределенностью бизнеса.

2. В экономическом мире вопросы этики особенно сильно связаны с вопросами денег. Сейчас деньги перестают быть просто универсальным средством обмена, они становятся мерой успеха их обладателя, бизнесмена, который может (или не может) заработать достаточно, чтобы его признали успешным. В настоящее время в нашем государстве постепенно складывается цивилизованное отношение предпринимателей к деньгам: они все реже являются самоцелью и все чаще – инструментом бизнеса и мерилom успеха. Слова известного предпринимателя Кахи Бендукидзе отлично характеризуют современную тенденцию: «Деньги, которые на первом этапе так хотелось заработать, – деньги на личное потребление – сейчас не так важны. Они просто мерило успеха... Разориться страшно не потому, что лишишься средств к существованию, самое страшное – позор, несостоятельность, то, что массы людей, которые сейчас обеспечены, окажутся на улице...» Иными словами, деньги, как и любой инструмент, не есть зло сами по себе – это средство ведения бизнеса, экономической и социальной коммуникации.

Кроме этого, деньги – категория диагностическая. Люди по-разному относятся к деньгам: можно быть хозяином денег, а можно – их рабом. Есть люди, которые маниакально копят деньги, так и не реализовав их. В данном случае целью становится не возможность удовлетворения потребностей, а сами деньги. Существует также противоположный тип людей – «транжиры». Они не успокоятся, пока не потратят все имеющиеся в наличии деньги. Есть также люди, через которых деньги проходят непрерывным потоком. Их следует разделить на две группы. К первой относятся люди, которые постоянно тратятся – на то, на это, на себя, на других. Человек зарабатывает все больше для того, чтобы тратить больше. Вторую группу составляют люди, по роду своей деятельности, имеющие дело с деньгами. Это, в первую очередь, работники банковской сферы и торговли. В процессе освоения профессии у таких работников формируется «иммунитет» к чужим деньгам. Он является необходимым условием профессионализма в таких сферах.

3. Если говорить о стратегии предпринимательской деятельности, то можно отметить, что современным бизнесменам не присущи такие черты как альтруизм, высокие моральные принципы и вера в судьбу. Нетрудно представить себе, что произойдет, если предприниматель начнет больше заботиться о выгоде своих конкурентов в ущерб себе, начнет размышлять, насколько нравственно навязывать потенциальным клиентам свои товары, или же прекратит усилия по расширению своего бизнеса, решив, что от судьбы не убежишь. Такой предприниматель почти не имеет шансов для выживания в жестоком мире бизнеса. Реалии жизни свидетельствуют, что благотворительность, определенный альтруизм и размышления «о вечном и святом», как правило, начинают занимать сознание бизнесменов в конце их жизненной карьеры, когда они уже добиваются серьезного финансового успеха, а значит – выходят из стадии предпринимателя. В рамках этих главных стратегических направлений жизненного пути можно выделить более узкие направления деятельности людей, связанные с реализацией потребностей личности. Для одних предпринимателей главной целью является удовлетворение физиологических потребностей, для других – престиж и уважение окружающих, для третьих – свобода и независимость, для иных – возможность самореализации.

Само понятие «жизненной стратегии» может иметь различное содержание и зависеть от исходных философских, психологических или экономических воззрений различных исследователей. В работе Акперова И.Г. и Масликовой Ж.В. «Психология предпринимательства» жизненная стратегия понимается как «способ бытия, системы ценностей и целей, реализация которых, согласно представлениям человека, позволяет сделать жизнь эффективней и успешной». Согласно мнению этих авторов «целью жизненной стратегии человека является поиск и осуществление своего уникального смысла». Здесь можно заметить, что далеко не каждый человек имеет осознанную и сложившуюся стратегию жизни, большинство людей

определяют свои приоритеты частью импульсивно, а частью интуитивно, а поиском собственной уникальности занимаются ничтожно малая часть популяции предпринимателей. Единственная область жизни, где поиск уникальности является для отечественных бизнесменов актуальным – это поиски того сегмента рынка, где они ожидают для себя максимальной прибыльности. В какой-то мере это тоже связано с уникальным предназначением личности, но весьма опосредованно, так как большинство отечественных предпринимателей с легкостью меняют сферу своего бизнеса на иную, более выгодную в плане прибыли.

Темы рефератов:

1. Бизнес как социальная и профессиональная среда развития личности.
2. Трансформация сознания человека под влиянием денег.
3. Этические проблемы предпринимательской деятельности, связанные с деньгами.
4. Имидж как инструмент бизнеса.
5. Имидж-информация в Интернете.

Семинарское занятие 8.

Тема: *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.

1. Бизнес-коммуникации – это самый основной рычаг для предпринимателя. Чтобы достичь своих целей, бизнесмен должен постоянно поддерживать связь с персоналом, коллегами, клиентами, ревизорами, журналистами и со многими другими людьми, от которых многое зависит в его бизнесе.

Способы связи могут быть абсолютно разнообразными, например – переговоры, приказы, рекламные тексты, письма, объяснения, пресс-конференции и другие. Именно от этих результатов общения, в большей степени будет зависеть финансовая сторона предпринимательской деятельности.

Сообщения, полученные и отправленные внутри организации, образуют ее внутренние контакты, которые могут быть формальными или неформальными. Сообщения, связанные с формальными коммуникациями, посылаются по каналам, установленным руководством. Однако множество коммуникаций в любой организации минует официальные каналы. Эти неформальные коммуникации состоят из обмена новостями между людьми, которые, будучи формально не связанными, общаются по телефону, на собраниях или случайных встречах.

Большая часть коммуникаций организации осуществляется с отдельными людьми или группами за ее пределами. Внешние коммуникации могут затрагивать любой из множества различных сегментов общества, с которым взаимодействует организация. Большинство организаций имеет наибольшее количество общественных контактов через рекламу, которая является высокоструктурированной формой внешних коммуникаций. Например, это телевизионные рекламные ролики, отпечатанные рекламные объявления и брошюры, посылаемые компанией по заранее составленному адресному списку. Годовые отчеты, обзоры новостей и публичные выступления руководителей – вот еще один пример внешних коммуникаций. Подробно рассмотрены виды и формы бизнес-коммуникаций в работе авторов Лэйхифф Дж. М. «Бизнес-коммуникации: стратегии и навыки», с которой мы рекомендуем ознакомиться.

2. Можно выделить следующие аспекты бизнес-коммуникаций: информационный, организационно-экономический и социально-психологический.

Современный бизнес – это сложный феномен, сочетающий и производство товаров и услуг, и продвижение их на рынке, и управление персоналом, и распоряжение ресурсами, поэтому коммуникации рассматриваются как средство сотрудничества, взаимодействия, обеспечения достижения целей работников, целей организации и целей общества. Отсюда же вытекает и значимость социальной направленности бизнеса, соблюдения им этических норм и правил, гармонии его отношений с обществом.

3. В жизни любой коммерческой организации или предприятия деловое общение занимает важное место. Обмен информацией, выдвижение и разработка рабочих идей, контроль и координация совместной деятельности – вот лишь некоторые стороны деятельности организации, которые связаны с проведением совещаний и деловых бесед разного рода. Деловые беседы, деловые совещания и телефонные разговоры можно рассматривать как самостоятельные виды деловой коммуникации. Они отличаются друг от друга целями, ради которых проводятся, формой контакта и числом участников, что предопределяет социально-психологические особенности их организации и проведения.

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на такие виды речевой коммуникации как деловая беседа, ее цели и задачи, структуру и правила ведения. Кроме этого, следует рассмотреть классификацию деловых совещаний и переговоров. Не менее значимым является изучение правил ведения деловых телефонных разговоров.

Особое внимание нужно уделить рассмотрению такого феномена как публичное выступление. Публичное выступление - это устное монологическое высказывание с целью оказания воздействия на аудиторию. В сфере делового общения наиболее часто используются такие жанры, как доклад, информационная, приветственная и торговая речь.

Важно понимать, что деловое общение – это вид социальной игры, которая требует от участвующих в процессе сторон соблюдения ряда правил и требований, которые прописаны либо негласно установлены в том или ином бизнес-сообществе.

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.

Семинарское занятие 9.

Тема: Предпринимательство и инновационное развитие Беларуси в контексте мирового культурно-цивилизационного процесса

Вопросы:

1. Предпринимательство в контексте сохранения национально-культурной самобытности белорусского народа.

2. Основные положения концептуальной модели белорусского предпринимательства.

1. 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.

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. 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.

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 непременным 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.

2. 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 демополизацией 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.

Темы рефератов:

1. Сущность глобализации и ее основные формы.
2. Глобализация хозяйственной деятельности – главная современная тенденция развития мирового хозяйства.
3. Формы экономических отношений и их эволюция в условиях глобализации экономики.
4. Глобализация и проблема национального суверенитета.
5. Цифровая экономика: понятия, особенности и направления развития.

ПОДГОТОВКА РЕФЕРАТА

В переводе с латинского языка «реферат» означает «пусть он доложит». Реферат представляет собой учебно-исследовательскую работу, где на основании нескольких источников формируется своеобразный «банк идей» по изучаемой проблеме. Существует несколько типов рефератов:

1) Реферат по проблеме на основании использования многочисленных источников.

2) Реферат по одному источнику (монографии, статье).

Подготовка к реферату предполагает изучение литературных источников, их анализ, умение кратко и одновременно содержательно изложить проблему. В процессе написания реферата формируется собственный взгляд на вопрос, и аудитория рассматривает вас как эксперта по нему.

С самого начала следует уяснить цель работы и изучить аудиторию, которая будет слушать содержание реферата. При этом нужно учитывать одно важное обстоятельство: готовится к обсуждению необходимо не только автору, но и аудитории. Реферат не только расширяет знание по исследуемой проблеме, но и поднимает теоретический уровень аудитории. Работа на семинаре с рефератом – это коллективная работа. За текст реферата, его содержание отвечает автор, но и аудитория должна быть готова к адекватному его восприятию.

При подготовке реферата следует:

1) Предварительно просмотреть литературу по теме, в том числе последние публикации: свежие номера журналов, реферативные обзоры, последние публикации по проблеме, препринтные издания;

2) Отобрать необходимые источники, сделать нужные выписки;

3) Создать электронную картотеку выписок.

4) Создать так называемый «рабочий каталог», если используются многочисленные источники, в котором отметить содержание источника и нужные для работы страницы.

5) Сделать рубрикацию каталога по проблемам, исследовательским подходам, способам решения задач.

Используя отобранный материал можно уточнить решение тех или иных проблем, расширить содержание реферата, но только в рамках рассматриваемой проблемы.

6) При необходимости нужные страницы в книге отметить закладками, а источник с отмеченными страницами (книги и журналы) принести на занятие, где будет заслушан реферат. В тексте реферата, или в плане указать тот момент, когда необходимо привести цитату из книги. На закладках (вкладных листках) можно делать заметки, текстовые дополнения, комментарии и примечания.

7) При подготовке реферата необходимо просмотреть свежие номера журналов, реферативные обзоры, последние публикации по проблеме, препринтные издания.

8) Реферат разделить на три коммуникационные части: введение, основную часть и заключение. Правильно оформить список используемой литературы, библиографическое описание источников, аппарат ссылок, правильность цитат.

Введение – неотъемлемая часть реферата. Объем – минимум 1 страница. Должно содержать описание актуальности данного исследования, цель и задачи. Цель соответствует теме, задачи – названиям глав (т.е. этапам исследования) реферата.

Заключение должно содержать выводы по всем частям реферата. В нем сообщаются результаты проведенной работы, даются рекомендации, вытекающие из проведенного исследования обозреваются перспективы дальнейших исследований. Указывается значение решения вопроса для научного познания или определенной его части. Выводы, содержащиеся в заключении, должны коррелировать с целями и задачами исследований, заявленными во введении. Объем – не менее 1 страницы.

Приветствуется стремление сформулировать и озвучить свою точку зрения на исследуемую проблему.

Список использованных источников завершает реферат. РЕФЕРАТ НЕ МОЖЕТ ВЫПОЛНЯТЬСЯ ПО ОДНОМУ ИСТОЧНИКУ. Даже если вы избрали написание реферата по одному конкретному источнику (статье, монографии), то и этом случае вам необходимо прибегнуть к дополнительной литературе (например, биографии авторов, критические материалы, учебная литература).

1. Бореев, Ю.Б. Художественная культура XX века (теоретическая история). Учебник для студентов вузов. / Ю.Б. Бореев. – М : Юнити-Дана, 2018. – 495 с.

2. Гориш, И.В. Культурология : методические рекомендации по подготовке к семинарским занятиям для студентов специальности 1–23 01 02 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (по направлениям)», квалификация – специалист по межкультурным коммуникациям. Переводчик-референт (английский язык, немецкий язык / китайский язык) / Электронное пособие / авт.-сост. И.В. Гориш. – Пинск: ПолесГУ, 2022. – 110 с.

Популярным, а в некоторых случаях необходимым, в последнее время является работа с электронными ресурсами, оформлять которые также нужно в соответствии с требованиями. Например:

1. Кодекс Республики Беларусь о культуре: Кодекс Республики Беларусь, 20 июня 2016 г. №413-З: принят Палатой представителей 24 июня 2016 г.: одобрен Советом Республики Беларусь 30 июня 2016 г. [Электронный ресурс] / Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=Hk1600413>. - Дата доступа: 15.03.2022.

2. Лещинская, И.И. Массовая культура. [Электронный ресурс] / Электронная библиотека БГУ. – Режим доступа: <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/40304/1/290433.pdf>. – Дата доступа 23.04.2022.

Объем реферата определяется как особенностью проблемы (в этом случае преподаватель устанавливает количество страниц, которое должна содержать работа), так и временными требованиями (время выступления).

Основные требования к оформлению реферата.

Шрифт 14 Times New Roman.

Интервал 1.

Первая строка отступ 1.25 см.

Выравнивание по ширине.

Нумерация внизу страницы справа (титульный лист и оглавление не нумеруются).

Общий объем реферата 10-15 страниц.

Введение, главы, заключение, список использованных источников начинаются с новой страницы, параграфы – через 2 интервала.

Работа комплектуется в следующем порядке:

- титульный лист;
- оглавление с точным названием каждой главы, параграфа и указания их страниц;
- введение;
- основная часть;
- заключение;
- список использованных источников.

Литература:

Основная:

1. Бороздина, Г. В. Психология и этика делового общения : учебник и практикум для вузов / Г. В. Бороздина, Н. А. Кормнова ; под общей редакцией Г. В. Бороздиной. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 463 с.
2. Вашко, И.М. Экономика инноваций : пособие : рекомендовано Учебно-методическим объединением по образованию в области управления для студентов учреждений высшего образования, осваивающих образовательную программу высшего образования I ступени по специальности 1 26 01 03 государственное управление и экономика / И. М. Вашко ; Академия управления при Президенте Республики Беларусь. – Минск : Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2021.
3. Гориш, И.В. Инновационная компетентность субъектов предпринимательской деятельности / И.В. Гориш // Устойчивое развитие экономики: состояние, проблемы, перспективы : сборник трудов XV международной научно-практической конференции, Пинск, 23 апреля 2021 г. / Министерство образования Республики Беларусь [и др.] ; редкол.: В.И. Дунай [и др.]. – Пинск : ПолесГУ, 2021. – С. 8-9.
4. Гориш, И.В. К проблеме моральной мотивации субъектов предпринимательской деятельности / И.В. Гориш // Банковская система: устойчивость и перспективы развития : сборник научных статей XII Международной научно-практической конференции по вопросам банковской экономики, Пинск, 29 октября 2021 г. : в 2 ч. / Министерство образования Республики Беларусь [и др.] ; редкол.: В.И. Дунай [и др.] – Пинск : ПолесГУ, 2021. – Ч. 2. – С. 6-9.
5. Гориш, И.В. Предпринимательство сквозь призму православных ценностей / И.В. Гориш // Христианство как интегрирующий фактор мировой культуры. Сборник докладов XXIV международных Кирилло-Мефодиевских чтений / ГУО «Институт теологии имени святых Мефодия и Кирилла» Белорусского государственного университета: редакторы-составители: С. И. Шатравский, священник Святослав Рогальский. – Мн.: издательство 2019. – С. 282-285.
6. Гориш, И.В. Этическое измерение предпринимательства /И.В. Гориш/ Устойчивое развитие экономики: состояние, проблемы, перспективы: сборник трудов XIV международной научно-практической конференции, УО «Полесский государственный университет», г. Пинск, 24 апреля 2020 г. / Министерство образования Республики Беларусь [и др.]; редкол.: К.К. Шебеко [и др.]. – Пинск: ПолесГУ, 2020. – С. 174-176
7. Дерен, В.И. Экономика и международный бизнес : учебник и практикум: рекомендовано учебно-методическим отделом высшего образования для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям / В. И. Дерен, А. В. Дерен. – 3-е изд., испр. и доп. – М. : ЮРАЙТ, 2021. - 326 с.
8. Зарубина, Н. Этика предпринимательства в русской культуре

[Электронный ресурс] / Отечественные записки. – Режим доступа: <http://www.strana-oz.ru/?numid=5&article=269>. – Дата доступа: 13.01.2023.

9. Каменнова, М.С. Моделирование бизнес-процессов : учебник и практикум для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям : рекомендовано Учебно-методическим отделом. Ч. 1 / М. С. Каменнова, В. В. Крохин, И. В. Машков. – М. : ЮРАЙТ, 2022. – 282 с.

10. Лапушта, М.Г. Предпринимательство : учебник по управленческим дисциплинам / М. Г. Лапушта. – изд., испр. . – М. : ИНФРА-М, 2020. – 384 с.

11. Лемеш В. Знать и соблюдать этические нормы – обязанность профессионалов экономических служб / В. Лемеш // Главный бухгалтер – Минск:ООО "Агенство Владимира Гревцова", 2018, № 43. – С.77-78

12. Основы предпринимательской деятельности : учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по неэкономическим специальностям : допущено Министерством образования Республики Беларусь / ред.: В. Л. Ключня, Н. В. Бордачева. – Минск : Издательский центр БГУ, 2019.

13. Подбиралина, Г.В. Малый и средний бизнес зарубежных стран и России : учебник для направлений бакалавриата и магистратуры "Экономика" : рекомендовано Экспертным советом УМО в системе ВО и СПО / Г. В. Подбиралина, Т. Е. Мигалева. – М. : КНОРУС, 2021. – 202 с.

14. Саврушева, М. Философия бизнеса. Учебное пособие / М. Саврушева [Электронный ресурс] // Библиотека Гумер. – Режим доступа: https://www.gumer.info/bogoslov_Buks/Philos/savrush/index.php. – Дата доступа: 13.01.2023.

15. Филимонова, Н.М. Экономика и организация малого и среднего бизнеса : учебное пособие: допущено Советом Учебно-методического объединения по образованию в области менеджмента для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлениям подготовки бакалавриата 38.03.01 "экономика", 38.03.02 "Менеджмент", 38.03.04 "Государственное и муниципальное управление" / Н. М. Филимонова, Н. В. Моргунова, Е. С. Ловкова. – 2-е изд., доп. – М. : ИНФРА-М, 2020. – 222 с.

Дополнительная:

16. Алехина, И.Я. Имидж и этикет делового человека : монография / И. Алехина. – М. : Дело, 2001. – 112 с.

17. Верхан, Петер Х. Предприниматель. Его экономическая функция и общественно-политическая ответственность : научное издание / Петер Х. Верхан ; пер. с нем. В. Котелкин. – Минск : Эридан, 1992. – 60 с.

18. Гориш, И. В. Философия бизнеса : электронный учебно-методический комплекс : специальность 1-23 01 02 Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (по направлениям) / И. В. Гориш, В. Л. Лозицкий. – Пинск : ПолесГУ, 2021.

19. Горыш, І. У. Праваслаўныя традыцыі у прадпрымальніцтве Рэспублікі Беларусь / І. У. Горыш. – Текст : непосредственный // ВЕСЦІ НАЦЫЯНАЛЬНАЯ АКАДЭМІЯ НАВУК БЕЛАРУСІ. СЕРЫЯ ГУМАНІТАРНЫХ НАВУК. – 2007. – №4. – с. 9-13
20. Егоршин, А. П. Этика деловых отношений : учебное пособие / А. П. Егоршин, В. П. Распопов, Н. В. Шашкова. – Нижний Новгород : НИМБ, 2005. – 408 с.
21. Иванова, И. С. Этика делового общения: Учебное пособие / И.С. Иванова. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 168 с
22. Интеллектуальный капитал и потенциал Республики Беларусь : научное издание / Е. М. Бабосов [и др.] ; Национальная академия наук Беларуси, Отделение гуманитарных наук и искусств , Институт философии. - Минск : Беларуская навука, 2015. – 387 с.
23. История и философия экономики : пособие для аспирантов / ред. М. В. Конотопова. – М. : КНОРУС, 2008. – 664 с.
24. Канке, В. А. Философия экономической науки : учебное пособие / В. А. Канке. – М. : ИНФРА-М, 2007. – 384 с.
25. Мальцевич, В. М. Современное предпринимательство: особенности развития : доклад, тезисы доклада / В. М. Мальцевич. – Текст : непосредственный // Предпринимательство в Беларуси: опыт становления и перспективы развития : материалы XII Международной научно-практической конференции, Минск, 17 апреля: в 2 ч. / Учреждение образования «Институт предпринимательской деятельности»; под общей редакцией В.Л. Цыбовского. – Минск : Ковчег, 2015. – Ч. 1: Экономика и предпринимательство. – С. 154-156
26. Матвеева, Е. В. Корпоративное гражданство как философии социально ответственного бизнеса: новый уровень развития / Е. В. Матвеева. - Текст : непосредственный // АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА : Федеральный научный рецензируемый журнал. - 2014. – № 2. – С. 49-54 .
27. Осипов, Ю. М. Деньги через призму философии хозяйства / Ю. М. Осипов. – Текст : непосредственный // НОВАЯ ЭКОНОМИКА. – 2008. – № 5/6. – С. 3-6
28. Основы предпринимательского дела. Благородный бизнес : учебник: рекомендовано Государственным комитетом Российской Федерации по высшему образованию / ред. Ю. М. Осипов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : БЕК, 1996. – 476 с.
29. Помпеев, Ю. А. История философии отечественного предпринимательства : учебное пособие / Ю.А. Помпеев. – СПб. : [б. и.], 2002. – 272 с.
30. Симхович, В.А. Корпоративная социальная ответственность: философско-управленческие аспекты современного бизнеса: научное издание / В. А. Симхович. – Минск : Мисанта, 2011. – 199 с.
31. Смирнов, Г. Н. Этика бизнеса, деловых и общественных отношений / Г.Н. Смирнов. – М. : Изд-во УРАО, 2001. – 136 с.

32. Тишков, Ю. С. Философия бизнеса: мнения и опыт / Ю. С. Тишков. - Текст : непосредственный // ПЛАНОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ОТДЕЛ : Специализированный журнал для экономистов. – 2009. – № 7. – С. 129-135
33. Фритцше, Д. Дж. Этика бизнеса: Глобальная и управленческая перспектива / Д.Дж. Фритцше; Пер. А. Калинин. – М. : Олимп-Бизнес, 2002. – 336 с.