

Национальный банк Республики Беларусь
УО «Полесский государственный университет»

И.В. ГОРИШ

ФИЛОСОФИЯ БИЗНЕСА
Методические рекомендации
по подготовке к семинарским занятиям
для студентов всех форм обучения

Пинск
ПолесГУ
2013

УДК 33:1(072)
ББК 65.290я73
Г 69

Р е ц е н з е н т ы:

доктор философских наук, профессор А.И. Осипов;
кандидат философских наук В.М. Крюков

У т в е р ж д е н о
научно-методическим советом ПолесГУ

Гориш, И.В.

Г 69 Философия бизнеса: методич. рекомендации по подготовке к семинарским занятиям / И.В. Гориш. – Пинск: ПолесГУ, 2013. – 61 с.

ISBN 978-985-516-235-4

Рекомендации помогут студентам самостоятельно подготовиться к семинарским занятиям по дисциплине «Философия бизнеса». Включают основную информацию по содержанию семинара, темы рефератов и список литературы, необходимый при подготовке к каждому занятию. Пособие предназначено для студентов экономических специальностей всех форм обучения.

УДК 33:1(072)
ББК 65.290я73

ISBN 978-985-516-235-4

© УО «Полесский государственный университет», 2013

ВВЕДЕНИЕ

Методические рекомендации по курсу «Философия бизнеса» предназначены для студентов экономических специальностей всех форм обучения. Методические рекомендации помогут студентам в освоении интеллектуальных инструментов философского уровня для формирования стратегий и методов мышления, с помощью которых возможно давать собственное объяснение действительности и формировать свободное отношение к сложным явлениям бизнеса.

Курс «Философия бизнеса» рассчитан на получение практических результатов в виде разрешения ряда сложных вопросов, порождаемых бизнесом, например:

- объяснение сложных актуальных явлений и понятий;
- порождение эффективных стратегий мышления и принятие решений в непростых ситуациях;
- принятие решений, уместных для конкретных ситуаций;
- предсказание объективных последствий решений и событий, основанных на понимании скрытых факторов перемен;
- формирование свободного отношения к бизнес-реальности.

Особенности курса «Философия бизнеса»:

- курс включает не только историю философии бизнеса, но и философские технологии постижения бизнеса и другой реальности;
- курс ориентирован не только на ознакомление с авторскими представлениями о бизнесе, но и на формирование у обучающихся собственной философской стратегии.

Цели изучения дисциплины «Философия бизнеса»:

- раскрыть социально-коммуникативные, экзистенциальные и иные аспекты частного предпринимательства;

– научить формировать свой философский взгляд и объяснять бизнес как незавершенный, недопонятый мир, 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;

– проследить этапы эволюции предпринимательства и выделить его культурно-исторические основания;

– 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; вырабатывать и обосновывать 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, навыки 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 по дисциплине «Философия бизнеса». Семинар как вид учебного занятия предназначается для углубленного изучения той или иной дисциплины и овладения методологией применительно к особенностям изучаемой отрасли науки. При изучении философии бизнеса в вузе семинар является не просто видом практических занятий, а, наряду с лекцией, основной формой учебной деятельности.

Семинары 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 быстро 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 настоящем пособии освещен вопрос написания реферата, подготовка которого, как показывает практика, вызывает трудности у студентов.

ПЛАН СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ по дисциплине «Философия бизнеса»

№ п/п	Тема семинарского занятия	Кол-во часов
1.	Тема 1. Философия бизнеса: основные понятия и проблемы	2
2.	Тема 2. Осмысление предпринимательства в западноевропейской социально-философской литературе	2
3.	Тема 3. Обоснование предпринимательской деятельности в русской философии и культуре	2
4.	Тема 4. Бизнес и теория деятельности	2
5.	Тема 5. Предпринимательская деятельность и религия	4
6.	Тема 6. Этическое измерение предпринимательства	2
7.	Тема 7. Проблемы бизнес-этики в Республике Беларусь	2
8.	Тема 8. Бизнес и социализация личности	2
9.	Тема 9. Предпринимательская деятельность как форма коммуникации и социальной игры	2
	Всего часов	20

СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ 1. ФИЛОСОФИЯ БИЗНЕСА: ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И ПРОБЛЕМЫ

Вопросы

1. Цели и задачи, содержание спецкурса «Философия бизнеса».
2. Актуальность рассматриваемых вопросов.
3. Трудности формирования нового экономического мышления.

Как философия влияет на бизнес? Известно, что происходит это опосредованно – через науку и культуру. Философы придумывают идеи, они вдохновляют сначала людей искусства, потом, в художественной переработке, воодушевляют ученых, доходят до изобретателей, а потом, в виде осязаемых результатов, – и до предпринимателей [15].

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 в. в работах классиков 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, но 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 [13, с. 44].

Таким образом, необходимо рассматривать предпринимательство не только как вид хозяйственной деятельности, но и как 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.

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».

Литература

1. Андрос, И.А. Социокультурные факторы формирования предпринимательства в экономике Республики Беларусь (на примере Брестской области): Дис. канд. социол. наук: 22.00.03. – Минск, 2003. – 192 с.
2. Библиотека учебной и научной литературы [Электронный ресурс] / Дружинин, В.Н. Феноменология предпринимательства: синтез экономического и психологического аспектов / В.Н. Дружинин. – Режим доступа: http://sbiblio.com/biblio/archive/drujinina_psi/. – Дата

доступа: 23.12.2012.

3. Бусыгин, А.В. Предпринимательство: учебник для вузов / А.В. Бусыгин. – М., 2003. – 614 с.

4. Гориш, И.В. К проблеме дефиниции предпринимательства / Гориш И.В. / Устойчивое развитие экономики: состояние, проблемы, перспективы: материалы II межд. научно-практ. конф., г. Пинск, 15-17.04.2008г./ ПолесГУ; редкол.: К.К. Шебеко [и др.]. – Пинск, 2008. – С. 174-175.

5. Гориш, И.В. Место и роль темы «Социальная роль предпринимательства» при изучении курса «Экономическая социология» / И.В. Гориш / Вестник Полесского государственного университета. Серия общественных и гуманитарных наук. – 2008. – №1. – С. 17–20.

6. Гориш, И.В. О необходимости социально-философского осмысления предпринимательства/ И.В. Гориш // Куляшоўскія чытанні: мат-лы. межд. научн.-практ. конф. (26-27 апреля 2012г.) – Могилев: УО «МГУ им. А.А. Кулешова», 2012. – С. 94-96.

7. Гориш, И.В. Основные аспекты социально-философского анализа предпринимательства / И.В. Гориш / Вестник Полесского государственного университета. Серия общественных и гуманитарных наук. – 2012. – №2. – С. 56-59.

8. Гориш, И.В. Основные положения концептуальной модели цивилизованного предпринимательства в Республике Беларусь / И.В. Гориш / Вестник Полесского государственного университета. Серия общественных и гуманитарных наук. – 2010. – №1. – С. 79-82.

9. Гориш, И.В. Роль философии в формировании нового экономического мышления / И.В. Гориш / Высшая школа: проблемы и перспективы: материалы 10-ой межд. научно-метод. конф. В 2 частях. Ч. 2. г. Минск, 10.11.2011г. / РИВШ. – Минск, 2011. – С. 231-234.

10. Гориш, И.В. Социокультурные аспекты предпринимательства / И.В. Гориш / Устойчивое развитие

экономики: состояние, проблемы, перспективы: материалы VI межд. научно-практ. конф. II часть, г. Пинск, 26-27.04.2012г. / ПолесГУ; редкол.: К.К. Шебеко [и др.]. – Пинск, 2012. – С. 146-147.

11. Гориш, И.В. Феномен глобализации и язык “новой экономики”/ Гориш И.В. / Язык и социум: мат. VI межд. научн. конф, II часть, г. Минск, 3-4.12.2004г. / БГУ; редкол.: Л.Н. Чумак [и др.]. – Минск: РИВШ, 2004. – С. 284-286.

12. Кириенко, В.В. Негосударственное предпринимательство в Беларуси: культурно-цивилизационный аспект / В.В. Кириенко // Предпринимательство в Белоруссии. – 2001. – №3, 4.

13. Куделин, А. Типологический анализ трактовок предпринимательства / А.Куделин // Предпринимательство. – 2004. – №3. – С.40–62.

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

15. Предпринимательство. БСПН, Бизнес-среда / Под общ. рук. проф. Невиак Свен-Олаф. – Минск: БСПН, 2005 – 231 с.

16. Радаев, В.В. Внеэкономические мотивы предпринимательской деятельности (по материалам эмпирических исследований) / В.В. Радаев // Вопросы экономики. – 1994. – №7. – С. 85–97.

17. Радаев, В.В. Внеэкономические мотивы предпринимательской деятельности (по материалам эмпирических исследований) / В.В. Радаев // Вопросы экономики. – 1994. – №7. – С. 85–97.

18. Философский шторм [Электронный ресурс] Тихонравов, Ю. Философия как демон бизнеса / Ю. Тихонравов Режим доступа: <http://www.philosophystorm.org/page/310>. Дата доступа: 12.12.2012.

СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ 2. ОСМЫСЛЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ЗАПАДНОЕВРОПЕЙСКОЙ ФИЛОСОФСКОЙ ЛИТЕРАТУРЕ

Вопросы

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

Первые научные теории о предпринимательстве появились в XVIII – XIX вв. 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 расхождение 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 в. были изданы труды известного американского предпринимателя Генри Форда, а в 1953 г. – работа американского ученого Кларенса 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» [9, с. 215].

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, В. Зомбарта, Г. Форда, К. Рэндола, Й. Шумпетера и др. позволяет сделать вывод о том, что ни за рубежом, ни у нас пока еще не создана общепринятая экономическая теория предпринимательства, хотя потребность в такой теории давно уже стала весьма насущной. На наш взгляд, это связано с тем, что сам феномен предпринимательства трансформируется быстрее, расширяя сферы и способы реализации, чем происходит его осмысление.

Темы рефератов

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

Литература

1. Блауг, М. Экономическая мысль в ретроспективе / М. Блауг. – М.: "Дело Лтд", 1994. – 720 с.
2. Вебер, М. Избранные произведения / М. Вебер. – М.: Прогресс, 1990. – С. 44–271.
3. Верхан, Петер Х. Предприниматель. Его экономическая функция и общественно-политическая ответственность / Петер Х. Верхан. – Минск: Эридан, 1992. – 60 с.
4. Зарубина, Н.Н. Социально-культурные основы хозяйства и предпринимательства: учеб. пособие / Н.Н. Зарубина. – М.: Магистр, 1998. – 360 с.
5. Зарубина, Н.Н. Этика служения в российской хозяйственной культуре: светские и духовные предпосылки /

Н.Н. Зарубина // Христианские начала экономической этики. – М.: Антология, 2001. – С. 117–124.

6. Зомбарт, В. Буржуа: Этюды по истории духовного развития современного экономического человека / В. Зомбарт. – М.: Наука, 1994. – 443 с.

7. Зомбарт, В. Современный капитализм. Историко-систематическое исследование общеевропейской экономической жизни от ее зачатков до современности. Т.1 Полутом 1. – Л.: Путь к знанию, 1994. – 275 с.

8. Матвеев, В.Т. Организация предпринимательской деятельности: учеб. пособие / В.Т. Матвеев, И.И. Золотарёв, С.В. Матвеев. – Новосибирск: СГГА, 2004. – 327 с.

9. Найт, Ф. Понятие риска и неопределенности / Ф. Найт // THESIS. – 1994. – Вып. 5. – С. 12–28.

10. Рэндолл, К. Кредо свободного предпринимательства / К. Рэндолл. – М., 1953. – 127 с.

11. Смит, А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит; [пер. с англ.; предисл. В.С. Афанасьева]. – М.: Эксмо, 2007. – 960 с.

12. Сэй, Ж.-Б. Трактат по политической экономии / Ж.-Б. Сэй. Экономические софизмы; Экономические гармонии / Фредерик Бастиа; [сост., вступ. ст. и коммент. М. К. Бункиной и А. М. Семенова]. – М.: Дело: Акад. нар. хоз-ва при Правительстве Рос. Федерации, 2000. – 230 с.

13. Хизрич, Р. Предпринимательство. Вып. 1 / Р. Хизрич, М. Питерс. – М., 1991. – 251 с.

14. Шумпетер, Й. Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры): пер. с англ. – М.: Прогресс, 1982. – 455 с.

СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ 3. ОБОСНОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РУССКОЙ ФИЛОСОФИИ И КУЛЬТУРЕ

Вопросы

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

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 в. 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 (протоиерей Сергей Булгаков). Его работы «Философия хозяйства» (1912) и «Православие. Очерки учения Православной Церкви» (1925-1926, 1929) посвящены рассмотрению основ современной хозяйственной науки, и в частности установлению внутренней связи между религией и хозяйственной деятельностью.

В 1925 г. 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.

В начале 90-ых гг. XX в. 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. 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.

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 др. В своей работе Платонов 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.

Аналізу 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» [4, с.16].

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.

Р. Апресян в статье «Ценностные контроверзы предпринимательства» актуализирует проблему ценностного

содержания таких понятий, как «предпринимательство» и «рыночные отношения».

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

«Философия бизнеса в обществах переходного типа» В. Орлова, вероятно, самая крупная работа в Беларуси за последние 10 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. «Домострой»: правила ведения хозяйства.
2. Хозяйственный аскетизм и хозяйственный эгоизм как модели хозяйствования в произведениях С.Н. Булгакова.
3. Предприниматель как добрый хозяин в работе П. Савицкого «Хозяин и хозяйство».
4. Основные черты русской цивилизации и ее самобытность в произведении О. Платонова «Экономика русской цивилизации».
5. Рассмотрение предпринимательства в работах Н.Н. Зарубиной.

6. Принципы православия и капитализм: вероятность или невозможность совмещения.

7. Социально-этическая ответственность предпринимателя в статье Р. Апресяна «Ценностные контroversы предпринимательства».

8. Практическое значение монографии В. Орлова «Философия бизнеса» для улучшения бизнес-климата в Беларуси.

Литература

1. 1000 лет русского предпринимательства. Из истории купеческих родов / Сост. О. Платонов. – М: Современник, 1995. – 479 с.

2. Koob.ru [Электронный ресурс] / Сильвестр. Домострой / Сильвестр – Режим доступа: <http://www.koob.ru/silvestr/domostroi>. – Дата доступа: 05.08.2009.

3. Апресян, Р. Ценностные контroversы предпринимательства / Р. Апресян // Общественные науки и современность. – 1993. – № 2. – С. 19–29.

4. Бородай, Ю. Почему православным не годится протестантский капитализм / Ю. Бородай // Наш современник. – 1990. – № 10. – С. 3–16.

5. Дятлов, С.А. Православные основы русской экономики / С.А. Дятлов / Наш современник. – 2010. – №4. – С. 173–180.

6. Зарубина, Н.Н. Российский предприниматель в художественной литературе XIX – начала XX века / Н.Н. Зарубина // Общественные науки и современность. – 2003. – №1. – С. 101–115.

7. Зарубина, Н.Н. Социально-культурные основы хозяйства и предпринимательства / учеб. пособие / Н.Н. Зарубина. – М.: Магистр, 1998. – 360 с.

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

9. Платонов, Д. Православие в его хозяйственных возможностях (заметки историка-экономиста) / Д. Платонов // Вопросы экономики. – 1993. – № 8. – С. 82–87.

10. Платонов, О. Экономика русской цивилизации / О. Платонов // Наш современник. – 1994. – № 4, 6, 7, 11–12.

11. Русская духовная миссия в Иерусалиме [Электронный ресурс] / Булгаков, С.Н. Православие. Очерки учения Православной Церкви./ С.Н. Булгаков – Режим доступа: <http://www.rusdm.ru/abc.php?item=7>. – Дата доступа: 25.07.2012.

12. Савицкий, П.Н. Хозяин и хозяйство / П.Н. Савицкий // Россия между Европой и Азией: Евразийский соблазн. Наука, 1993. – С. 131–161.

13. Хорькова, Е.П. История предпринимательства и меценатства в России; История предпринимательства в России. Кн. 2: Вторая половина XIX – начало XX в. / Е.П. Хорькова. – М.: Приор, 1998–1999. – 493 с.

14. Христианский портал [Электронный ресурс] / Платонов, О. Святая Русь. Открытие русской цивилизации. Режим доступа: <http://hristianski.narod.ru/biblioteka.htm>. – Дата доступа: 27.01.2013.

15. Чуешов, В.И. Христианская мораль, социальная коммуникация, предпринимательство / В.И. Чуешов, И.Г. Подпорин // Проблемы управления. – 2003. – № 1(6) – С. 23–32.

СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ 4. БИЗНЕС И ТЕОРИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Вопросы

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

Проблема деятельности получила свое философское обоснование только в конце XVIII – начале XIX вв. 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.

С.М. Вишнякова определяет деятельность 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.

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 [6, с. 26–28].

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

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

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

Деятельность всегда мотивирована, т. е. направлена на достижение цели мотива, однако ее не следует смешивать с мотивацией. Различают социальные цели (общественный идеал) и индивидуальные цели (частный интерес), между которыми в реальной жизни существует противоречие. В бизнесе это противоречие носит ярко выраженный характер: должное по отношению к обществу, как правило, ведет к снижению прибылей бизнесменов. Иногда деятельность бизнесменов, наиболее полезная для общества в целом и наиболее нужная для развития всей системы частного предпринимательства, вообще остается без вознаграждения. Так, например, те предприниматели, которые являлись первопроходцами новых методов организации производства, крайне редко получали адекватное вознаграждение за свою деятельность. С другой стороны, в бизнесе всегда существует

возможность получения прибыли путем деятельности, наносящей ущерб общественным интересам. Ведь бизнес – это всегда конкурентная борьба, в которой выживает сильнейший, что приводит к появлению таких методов организации производства, которые оказываются лучше всего приспособленными к обеспечению экономического процветания бизнесмена в обществе, но не обязательно будут приносить наибольшую пользу для самого общества.

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 [3, с. 231].

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. Предпринимательство как вид хозяйственной деятельности.
2. Понятие мотива и мотивации деятельности.
3. Понятие общественного идеала.
4. Реализация частных интересов как основной мотив предпринимательской деятельности.
5. Общественная польза бизнеса и его экономическая целесообразность.
6. Механизм культивирования социально ответственного бизнеса в Республике Беларусь.

Литература

1. Борисенко, Е.Н. Социальная ответственность малого предпринимательства: учебное пособие / Е.Н. Борисенко. – М.: Клистар, 2002. – 96 с.
2. Братющенко, С.В. Социальная ответственность предпринимательства (обзор концепций) / С.В. Братющенко // Актуальные проблемы социально-экономического развития: взгляд молодых ученых. – Новосибирск: ИЭОПП СО РАН, 2005. – С. 166–178.
3. Гайнутдинов, Р.И. Социальная ответственность российского бизнеса / Р.И. Гайнутдинов // Правоведение. – 2006. – № 4. – С. 231–236.
4. Зарубина, Н.Н. Этика служения и этика ответственности в культуре русского предпринимательства / Н.Н. Зарубина // Общественные науки и современность. – 2004. – № 1. – С. 96–105.
5. Лынова, Т. Социальный портрет белорусского предпринимательства / Т. Лынова // ЭКОВЕСТ. – 2002. – №2, 4. – С. 614–635.
6. Орлов, В.И. Философия бизнеса в обществах переходного типа: монография / В.И. Орлов. – Минск: Экономпресс, 2004. – 288 с.
7. ТюмГУ [Электронный ресурс] Игнатова, И.В. Мотивы предпринимательской деятельности и модели поведения предпринимателей/ И.В. Игнатова. – Режим доступа: <http://www.utmn.ru/docs/5244.pdf>. – Дата доступа: 18.12.2013.

СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ 5, 6. 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.

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» [24].

Православная традиция, «настаивающая на приоритете духовных ценностей в жизни людей, не игнорирует ценностей материальных, ибо предполагает ответственное участие человека в усовершенствовании Божьего творения» [15, с. 21]. 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» [20, с. 201].

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 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» [2].

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

В становлении предпринимательства на Западе важную роль сыграла протестантская этика. В рамках ее богатство, деловой успех выступают показателем богоизбранности. «Преуспевание как образ жизни» – таков девиз протестантизма. Свидетельством богоугодности мирской деятельности человека становится реальный ее успех, выраженный в величине дохода. М. Вебер считал, что доход является зримым выражением благословения Богом трудов верующего и тем самым богоугодности его экономической жизнедеятельности. 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.

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

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

- свобода предпринимательской деятельности и заключения договора;
- справедливость;
- законность;
- этичное поведение управляющих и подчиненных;
- 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».

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? 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», рекомендуемая 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. Верхан о католицизме и предпринимательстве.
5. Основные требования к предпринимательской деятельности мусульманина.
6. Причины предпринимательского успеха евреев.

Литература

1. Islam.ru [Электронный ресурс] Нуруллина, Г. Бизнес по-исламски / Г. Нуруллина. – Режим доступа: http://www.islam.ru/content/economica/biznes_po_islamskiy. – Дата доступа: 04.12.2012.

2. Transport.ru [Электронный ресурс] Димин, М. Труд и собственность в католической доктрине / М. Димин. – Режим доступа: http://www.transport.ru/2_period/min_econ/N3-496/tryd.htm. – Дата доступа: 20.11.2012.

3. UbsJournal.com [Электронный ресурс] Как евреи строят бизнес. – Режим доступа: <http://www.ubsjournal.com/2009-04-03-08-26-56/644-business>. – Дата доступа: 20.03.2012.

4. Библия. Современный перевод библейских текстов. – М., 1997.

5. Верхан, Петер Х. Предприниматель. Его экономическая функция и общественно-политическая ответственность / Петер Х. Верхан. – Минск: Эридан, 1992. – 60 с.

6. Гориш, И.В. Православная традиция и предпринимательство / Гориш И.В. / Религия и общество: актуальные проблемы современного религиоведения: сб. научн. тр., г. Могилев, 25.05.2006г. / МГУ им. А.А. Кулешова; редкол.: В.В. Старостенко [и др.]. – Могилев: МГУ им. А.А. Кулешова, 2006. – С. 131–133.

7. Горыш, І.У. Праваслаўныя традыцыі ў прадпрыемальніцтве / І.У. Горыш / Весці Нацыянальнай акадэміі навук Беларусі. Серыя гуманітарных навук. – 2007. – №4. – С. 9–13.

8. Залоска, Ю. Роля рэлігіі ў жыцці чалавека і глабалізацыя / Ю. Залоска / Міжкультурны дыялог у Беларусі: нацыянальна-культурнае і духоўнае развіццё ва ўмовах глабалізацыі: матэрыялы нав.-практ. канф., г. Мінск, 10-12.12.2003г. / Праект ЮНЕСКА №18342407 ВУЕ; рэдкал.: Л. Уладыкоўская-Канаплянік [і інш.]. – Мінск, 2004. – С. 181–188.

9. ЗАО «ЦИТП градостроительства им. Я.В. Косицкого» [Электронный ресурс] Этический кодекс православных предпринимателей. – Режим доступа: www.citp.ru/?page=count676. – Дата доступа: 28.12.2012.

10. Зарубина, Н.Н. Без протестантской этики: проблема

социокультурной легитимизации предпринимательства в модернизирующихся обществах / Н.Н. Зарубина // Вопросы философии. – 2001. – №10. – С.45–56.

11. Зарубина, Н.Н. Религиозные ориентации постсоветского предпринимательства / Н.Н. Зарубина // Преподавание истории и обществознания в школе. – 2003. – №3. – С. 11–19.

12. Зодчество [Электронный ресурс] / Кандалинцев, В. Бизнес во Христе. Бизнес и христианство. – Режим доступа: <http://sobor.vinchi.ru/pages/author/kandalincev/business/kandalincev2.html>. – Дата доступа: 05.08.2012.

13. Ибрагим, Р. Ислам и бизнесе / Р. Ибрагим. – Казань: Издательство ОАО ПИК «Идел-Пресс», 2006. – 104 с.

14. Кириенко, В.В. Менталитет современных белорусов: монография / В.В. Кириенко. – Гомель: ГГТУ им. П.О. Сухого, 2004. – 225 с.

15. Кирилл, митрополит Смоленский и Калининградский. Россия и православный мир // Предпринимательство. – 2004. – №12. – С. 19–34.

16. Мир денежной магии [Электронный ресурс] / Абрамович, М.Л. Бизнес по-еврейски: 67 золотых правил / М.Л. Абрамович. – Режим доступа: <http://www.magic4money.ru/Page-1.753.htm>. – Дата доступа: 03.01.2013.

17. Никадент [Электронный ресурс] / Кандалинцев, В. Бизнес, построенный на Вере / В. Кандалинцев. – Режим доступа: <http://nikadent.ru/filosofstb.htm>. – Дата доступа: 30.11.2012.

18. Нравственность в образовании [Электронный ресурс] / Дятлов, С.А. Православные основы русской экономики / С.А. Дятлов. – Режим доступа: http://npravstvennost.info/library/news_detail.php?ID=4723.- Дата доступа: 08.12.2012.

19. О социальной концепции русского православия / [М. П. Мчедлов, Л. Н. Митрохин, А. В. Логинов и др.; под общ. ред. М. П. Мчедлова]; Ин-т комплекс. соц. исслед. Рос. акад.

наук, Исслед. центр. – М.: Республика, 2002. – 398 с.

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

21. Планета [Электронный ресурс] Скавронская, Е. Бизнес по Корану / Скавронская Е. – Режим доступа: <http://planeta.by/article/732>. – Дата доступа: 03.11.2011.

22. Платонов, Д. Православие в его хозяйственных возможностях (заметки историка-экономиста) / Д. Платонов // Вопросы экономики. – 1993. – № 8. – С. 82–87.

23. РСПП [Электронный ресурс] / Открытое письмо Президенту Республики Беларусь – А.Г. Лукашенко. – Режим доступа: http://rspp.su/russ_prod/pismo.html. – Дата доступа: 30.11.2012.

24. Русская православная церковь [Электронный ресурс] / Основы социальной концепции Русской Православной Церкви. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/141422.html>. – Дата доступа: 27.01.2013.

25. Свод нравственных принципов и правил в хозяйствовании. Принято на итоговом пленарном заседании VIII Всемирного Русского Народного Собора // Предпринимательство. – 2004. – №1 (2). – С. 46–60.

26. [София: Рукописный журнал Общества ревнителей русской философии](#) [Электронный ресурс] Михайлов, П.В. Проблема хозяйства в философии С.Н. Булгакова / П.В. Михайлов. – Режим доступа: <http://virlib.eunnet.net/sofia/01-2000/text/0109.html>. – Дата доступа: 05.08.2012.

СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ 7. ЭТИЧЕСКОЕ ИЗМЕРЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Вопросы:

1. Экзистенциально-нравственный смысл предпринимательской деятельности.
2. Зарождение и становление этики бизнеса.
3. Основные принципы этики бизнеса.
4. Критерии оценки уровня развития бизнес-этики.

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 вв. 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 в. прошло (в развитых западных странах) через три этапа: управление, направленное на максимизацию доходов (до второй четверти XX в.): 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 1960-х–70-х гг.): 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 [8].

В России уже в конце XIX – начале XX вв. существовал

интерес к возможности применения этических принципов в сфере бизнеса. В 1912 г. 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, основанным 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.

Возможным подходом к оценке состояния бизнес-этики является следующий подход, 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).

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.

Литература

1. Гориш, И.В. Предпринимательская этика как социокультурный феномен / Гориш И.В. / Механизмы устойчивого развития инновационных социально-экономических систем: материалы III Межд. научно-практ. конф., г. Бобруйск, 02.04.2008 г. / филиал БГЭУ; редкол.: В.Н. Гавриленко [и др.]. – Минск, 2008. – С. 193–194.

2. Клуб православных предпринимателей [Электронный ресурс] Семь принципов ведения дел в России (1912 г.). – Режим доступа: <http://kpp-russia.ru/club/dokumenty/sem-principov-vedeniya-del-v-rossii-1912-g/>. – Дата доступа: 25.01.2013.

3. Корпоративный менеджмент [Электронный ресурс] / Нецадин, А. Общественные ценности, этика предпринимательства, процессы глобализации и особенности России. – Режим доступа:

<http://www.cfin.ru/management/practice/masterman02/neshadin.shtml>. – Дата доступа: 27.10.2012.

4. Малое предпринимательство [Электронный ресурс] / Предпринимательская этика в развитых экономиках – Режим доступа:

http://greatvolga.ru/?Etika_biznesaPredprinimatelmskaya_etika_v_razvityh_ekonomikah. – Дата доступа: 25.10.2012.

5. Отечественные записки [Электронный ресурс] / Зарубина, Н. Этика предпринимательства в русской культуре. – Режим доступа: <http://www.strana-oz.ru/?numid=5&article=269>. – Дата доступа: 13.05.2012.

6. Петрунин, Ю.Ю. Этика бизнеса / Ю.Ю. Петрунин, В.К. Борисов. – М.: Издательство: Дело, 2000. – 280 с.

7. Центр «Аналитик» [Электронный ресурс] Двенадцать принципов ведения дел в России. – Режим доступа: http://www.socio-research.ru/svd/cnt/ru/fldr_mainmenu/fldr_publications/fldr_textbooks/cnv_businessculture/cnt_chap_03. – Дата доступа: 22.12.2012.

8. Элитариум [Электронный ресурс] Плотников, М.В. Этические подходы к ведению бизнеса / М.В. Плотников. – Режим доступа: http://www.elitarium.ru/2008/11/10/jeticheskie_podkhody_biznes.html. – Дата доступа: 27.11.2012.

СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ 8. СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ БИЗНЕС- ЭТИКИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Вопросы

1. Становление этики бизнеса в Республике Беларусь.
2. Достоинства и недостатки существующих этических кодексов в белорусском бизнес-сообществе.
3. Перспективы развития бизнес-этики в Беларуси.

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.

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 г. на XIV съезде одобрил в качестве этического кодекса 10 положений.

На ежегодной конференции, которая прошла 12 мая 2004 г. 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 г. 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;

6. 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, определяются:

- 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. Сравнительный анализ имеющихся в белорусском бизнес-сообществе кодексов ведения дел.

2. Проблемы реализации этических принципов в предпринимательской деятельности.

3. Деятельность общественных организаций предпринимателей по популяризации кодекса бизнес-этики.

Литература

1. БГУ Факультет философии и социальных наук [Электронный ресурс] / Хартия корпоративной и деловой этики. – Режим доступа: <http://www.ffsn.bsu.by/ffsn.files/caf/k-sk/personal-k/knyazeva/knyazeva->

[doc/prk/npa/hartiya korporativnoy i delovoy etiki.pdf](doc/prk/npa/hartiya_korporativnoy_i_delovoy_etiki.pdf). – Дата доступа: 24.01.2013.

2. Бизнес союз предпринимателей и нанимателей [Электронный ресурс] / Кодекс деловой этики. – Режим доступа: <http://bspn.by/>. – Дата доступа: 22.09.2011.

3. Гориш, И.В. Культурно-исторические и религиозные основания предпринимательства в Республике Беларусь / И.В. Гориш / Вестник Могилевского государственного университета. – 2006. – №4 (25). – С. 47–51.

4. Гориш, И.В. Основные положения концептуальной модели цивилизованного предпринимательства в Республике Беларусь / И.В. Гориш / Вестник Полесского государственного университета. Серия общественных и гуманитарных наук. – 2010. – №1. – С. 79–82.

5. Гориш, И.В. Совершенствование содержания деловой этики как необходимое условие формирования цивилизованного предпринимательства в Беларуси / И.В. Гориш / Научные труды Республиканского института высшей школы. Философско-гуманитарные науки: сб. науч. ст.: в 2 ч. / Респ. ин-т высш. школы; под ред. В.Ф. Беркова. – Минск, 2010. – Вып. 9(14). – Ч. 2. – С. 33–39.

6. Сайт сторонников Объединенной гражданской партии / Этический кодекс предпринимателя Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://old.ucpb.org/index.php?option=com_content&view=article&id=44084:20070309113400-13533&catid=107&Itemid=308. – Дата доступа: 22.10.2012.

7. Соколова, С.Н. Глобализация и ценностные трансформации: этический аспект предпринимательства в Республике Беларусь / С.Н. Соколова, И.В. Гориш // Научные труды Республиканского института высшей школы. Философско-гуманитарные науки: сб. науч. ст. / Респ. ин-т высш. школы; под ред. В.Ф. Беркова. – Минск, 2012. – Вып. 11. – С. 169 – 173.

СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ 9. БИЗНЕС И СОЦИАЛИЗАЦИЯ ЛИЧНОСТИ

Вопросы

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

Самоопределение рассматривается как условие формирования профессионально-важных качеств и успешного овладения деятельностью, а также как процесс, во многом обеспечивающий успешность социальной адаптации и деятельности [3]. 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 [3].

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...» [7]. 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 реализовывая 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.

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 одной из работ, посвященных предпринимательству, например, жизненная стратегия понимается как «способ бытия, системы ценностей и целей, реализация которых, согласно представлениям человека, позволяет сделать жизнь эффективней и успешной» [1, с. 338]. 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.

Литература

1. Акперов, И.Г. Психология предпринимательства: учебное пособие / И.Г. Акперов, Ж.В. Масликова. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 544 с.: ил.
2. Иванова, Н.Л. Самоопределение личности в бизнесе: монография. – Изд-во: МАПН – «Аверс-Плюс», М. – Ярославль, 2007. – 204 с.
3. Психологические проблемы современного бизнеса: сборник научных статей / Под ред. В.А. Штроо, Н.Л. Ивановой, Н.В. Антоновой. – М.: ИД ВШЭ. – 2011. – 343 с.

4. Психология экономической социализации личности: субъектно-ролевой подход: монография / А.П. Вяткин. – Иркутск: Изд-во Иркут. гос. ун-та, 2010. – 383 с.

5. Смит, А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит; [пер. с англ.; предисл. В.С. Афанасьева]. – М.: Эксмо, 2007. – 960 с.

6. Щербатых Ю.В. Психология предпринимательства и бизнеса / Ю.В. Щербатых. – СПб: Питер, 2008. – 304 с.

7. Элитариум [Электронный ресурс] Плотников, М.В. Этические подходы к ведению бизнеса/ М.В. Плотников. – Режим доступа: http://www.elitarium.ru/2008/11/10/jeticheskie_podkhody_biznes.html. – Дата доступа: 27.11.2012.

СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ 10. 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.

Бизнес-коммуникации – это самый основной рычаг для предпринимателя. Чтобы достичь своих целей, бизнесмен должен постоянно поддерживать связь с персоналом, коллегами, клиентами, ревизорами, журналистами и с 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 др. Именно от этих результатов общения 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 [4]. Подробно рассмотрены виды и формы бизнес-коммуникаций в работе авторов Лэйхифф Дж. М. «Бизнес-коммуникации: стратегии и навыки», с которой мы рекомендуем ознакомиться.

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.

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 [7].

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.

Литература

1. Лобанов, И.Б. Бизнес-коммуникации / Е.Б. Лобанов, Е.А. Покровская. – Издательство: Дашков и К, 2008. – 286 с.
2. Мандрица, В.М. Этика бизнеса – деловое общение / В.М. Мандрица, И.В. Мандрица. – Ростов-на-Дону, ООО АзовПечать, 2005. – 227 с.
3. МГУП [Электронный ресурс] Особенности служебно-делового общения. – Режим доступа: <http://mgup-vm.ru/russian/08.html>. – Дата доступа: 05.01.2013.
4. Пиз, А. Новый язык телодвижений. Расширенная версия / А. Пиз, Б. Пиз. – М.: Эксмо, 2006. – 416 с.
5. Спивак, В.А. Современные бизнес-коммуникации / В.А. Спивак. – Спб.,: Питер. – 2002. – 448 с.
6. Чеховских, М.И. Психология делового общения: учебное пособие / М.И. Чеховских. – Минск: Новое знание. 2011. – 253 с.
7. Экономико-правовая библиотека [Электронный ресурс] Этапы подготовки и проведения публичного выступления. – Режим доступа: http://www.psichology.vuzlib.org/book_o639_page_25.html. Дата доступа 12.12.2012.
8. ЭСМ [Электронный ресурс] Лэйхифф Дж.М., Пенроуз Д.М. Бизнес-коммуникации: стратегии и навыки / Д.М. Лэйхифф, Д.М. Пенроуз. СПб. : Питер, 2001. – Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/text/19178777/>. – Дата доступа: 23.01.13.

РЕФЕРАТ

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: готовиться 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).

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

1. Экономическая газета [Электронный ресурс] НИСЭПИ: Кто не любит коммерсантов? Режим доступа: http://neg.by/publication/2003_06_17_246.html. Дата доступа: 27.09.2012г.

2. Школа корпоративного тренинга [Электронный ресурс] / Летуновский, В.В. Бизнес-культура и национальные корни. – Режим доступа: http://msk.treko.ru/show_article_1077.– Дата доступа: 28.12.2011.

3. Христианский портал [Электронный ресурс] / Платонов, О. Святая Русь. Открытие русской цивилизации. Режим доступа: <http://hristianski.narod.ru/biblioteka.htm>. - Дата доступа: 27.03.2012.

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.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
Семинарское занятие 1. Философия бизнеса: основные понятия и проблемы.....	8
Семинарское занятие 2. Осмысление предпринимательства в западноевропейской философской литературе.....	13
Семинарское занятие 3. Обоснование предпринимательской деятельности в русской философии и культуре.....	18
Семинарское занятие 4. Бизнес и теория деятельности..	24
Семинарское занятие 5-6. Предпринимательская деятельность и религия.....	30
Семинарское занятие 7. Этическое измерение предпринимательства.....	37
Семинарское занятие 8. Состояние и перспективы развития бизнес-этики в Республике Беларусь.....	43
Семинарское занятие 9. Бизнес и социализация личности.....	47
Семинарское занятие 10. Предпринимательская деятельность как форма коммуникации и социальной игры.....	52
Реферат.....	56

Учебное издание

Гориш Ирина Владимировна

Философия бизнеса

Методические рекомендации

Ответственный за выпуск *П.Б. Пигаль*

Корректор *Т.Т. Шрамук*
Компьютерный дизайн *А.А. Пресный*

Подписано в печать 27.02.2013 г. Формат 60x84/16.
Бумага офсетная. Гарнитура «Таймс». Ризография.
Усл. печ. л. 3,55. Уч.-изд л. 2,14.
Тираж 90 экз. Заказ № 93.

Отпечатано в редакционно-издательском отделе
Полесского государственного университета
225710, г. Пинск, ул. Днепровской флотилии, 23