

МОРАЛЬ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Саржан А.С., E-mail: wks3@ukr.net, магістр, ТДАТУ ім. Дмитра Моторного

Сучасний світ ставить перед людиною нові виклики для світоглядно-ціннісного формування його особистісної та соціальної сутності. Моральність сучасного підприємця є частиною загальнокультурного простору сучасного економічно-соціального розвитку будь-якого суспільства. У зв'язку з цим, досліджуючи світоглядно-ціннісні параметри підприємництва, необхідно звернутися до проблематики визначення економічності сучасної людини через категорію економічної культури. Економічна культура - це система економічних цінностей суспільства, в якій відображений нормативний канон «людини економічної», що визначає особливості економічної соціалізації.

На думку експертів, саме економічна людина сучасного типу має потенціал подолання такої амбівалентності на основі вибудовування нових взаємозв'язків між світоглядно-ціннісними значеннями чисто економічних категорій, понять, явищ і процесів і духовно-особистісними потребами, прагненнями і морально-вольовими поривами.

Зв'язок бізнесу і моралі досить міцний. Адже підприємництво, як і більшість інших видів суспільної діяльності, спочатку передбачає моральну основу і без неї неможливо. У той же час сучасне підприємництво відрізняється від подібної діяльності минулих століть саме тим, що прагне не вступати в протиріччя з загальноприйнятими морально-етичними установками, а навпаки, інноваційно їх використовувати або навіть визначати тенденції морального самовираження сучасної людини. У зв'язку з цим «економічна людина» сучасного типу виступає як феноменологічна цілісність економічно комерційних, бізнесово-підприємницьких цілей і мотивів і світоглядно-ціннісних, морально-етичних установок, принципів, ідеалів, особистісно-творчих енергетичних самовиявів.

Підприємці в будь-якому сучасному суспільстві утворюють один з найактивніших верств, що особливо підкреслює їх роль в поступовій еволюції суспільно-економічних, соціально-політичних, громадянських форм. Важливо і те, що сучасний підприємець є одним з найактивніших суб'єктів формування, становлення і захисту демократичних елементів громадянського світогляду.

Структуротворними компонентами громадянського світогляду підприємців можна визнати: самоцінність людського життя, суверенність особистості; екологічна свідомість, дотримання загальнолюдських моральних норм, прав і свобод; законслухняність; Самоосвіта в освітній діяльності, професійне самовдосконалення; життєвий оптимізм, потреба в благодійності. Так само, ключовими характеристиками підприємливості сучасного

економічної людини стають творчість, інноваційність, соціально-психологічна гнучкість і динамічність, морально-етична телеологічність тощо. Природна еволюція підприємництва як частини людської цивілізації, що спирається на прогрес економічної культури, свідчить, що процвітання в бізнесі має бути пов'язане з високою мораллю підприємництва.

Вивчаючи мораль сучасного підприємця, необхідно звернутися до соціально-філософського аналізу його інтересів, потреб і захоплень - як економічна людина формує своє середовище в рамках ринково-економічного простору. У цьому аспекті важливо відзначити, що чисто економічні, комерційні інтереси і потреби обов'язково доповнюються особистісно значущими інтересами, духовно орієнтованими, індивідуально задовольняють.

Таким чином, аналізуючи питання інтересів, потреб і захоплень економічної людини початку ХХІ століття, відзначимо світоглядно ціннісну роль поєднання в цьому аспекті факторів виключно економічно- підприємницьких з факторами особистісно-духовними, в тому числі морально-етичними. Моральна мотивація економічної діяльності особистості містить у своїй структурі декілька важливих компонентів, серед яких крім задоволення економічних потреб істотну роль відіграють такі духовно-моральні компоненти, як потреба в самовираженні, самореалізації, отримання певного соціального статусу, в спілкуванні з іншими людьми і в суспільну оцінку своєї праці. Ці мотиви ґрунтуються на природному прагненні людини до поваги, самоповаги, авторитету в суспільстві, престижу. Саме вони здатні переконати молодь і все суспільство в необхідності керуватися певними моральними, когнітивними, етико-естетичним та інших критеріїв за власної професійної та особистісної самореалізації.

Список літератури:

1. Захарчин Г. М., Струтинська Л. Р., Андрусів С. В. Розвиток підприємництва на основі синтезу культури і відповідальності // Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України: збірник науково-технічних праць. – 2011. – Вип. 21.6. – С. 186–192.
2. Маслов В. В. Бізнес як проблема культури // Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права. збірник наукових праць. – Сер. «Філософські науки. – К.: КУТЕП, 2010. – Вип. 8. – С. 198–210.
3. Москаленко В. Соціально-психологічні засади економічної культури особистості // Соціальна психологія. – 2007. – № 4. – С. 3–16.
4. Овсянкін Л. А. Мораль в системі економічної життєдіяльності людини та суспільства (соціально-філософський аспект): автореф. дис. ... канд. філос. наук. Спеціальність: 09.00.03 – соціальна філософія та філософія історії. – К., 2003. – 19 с.
5. Олексенко Р. И. Философия, мировоззрение и мораль современного предпринимателя как составная экономико-социального развития общества / Р. И. Олексенко // Социосфера: науч.-метод. и теор. журнал. – 2013. – № 1. – С. 31-37.
6. Олексенко Р. І. Філософія проблем моралі в підприємницькій діяльності / Р. І. Олексенко // Філософія і політологія в контексті сучасної культури. - 2013. - Вип. 6(3). - С. 22-25.
7. Олексенко Р.І. Особливості формування світоглядних цінностей креативних підприємців в умовах глобальних викликів та трендів розвитку сучасного світу / Р. І. Олексенко. – Мелітополь: ФОП Однорог Т.В., 2017. – 228 с.
8. Олексенко Р.І. Філософія ринкових відносин. Становлення та розвиток в Україні в період глобалізації та інформаційної революції: соціально-філософський аналіз. Київ: Знання України, 2013. 367 с. ISBN 978-966-316-336-9.