7. Конти Т. Система заинтересованных сторон: стратегическая ценность // Методы менеджмента качества. – 2003. – №3. – С. 23-37.
8. Корсак К. Подготовка менеджеров в Украине // Менеджмент и менеджер. – 2002. – №4. – С. 41-44.
9. Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий // Общественные науки и современность. – 2001. – № 3. – С. 122-139.
10. Кузнецов А.В. "Новая экономика" и новая экономическая парадигма // Экономическая наука современной России. – 2002. – №2. – С. 5-15.
11. Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. – М.: Дело, 2001. – 800 с.
12. Радаев В.В. Понятие капитала, формы капиталов и их конвертация // Общественные науки и современность. – 2003. – №2. – С. 5-17
13. Розбудова менеджмент-освіти в Україні. Основні положення, висновки, рекомендації першої щорічної національної конференції, грудень, 1999 р. – Одеса / Консорціум із вдосконалення бізнес-освіти в Україні.
14. Романова Л.В. Лідерство у забезпеченні процвітання підприємств і організацій. – К., 2003. – 55 с.
15. Шихирев П.Н. Природа социального капитала: социально-псхологический подход // Общественные науки и современность. – 2003. – № 2. – С. 17-33.
16. Филонович С. Р. Лидерство и практические навыки менеджера. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 328 с.
17. Bartlett C. A. Ghoshal S. The Individualized Corporation: A Fundamentally New approach to Management. – Random House Business Book, 2000. – 350 p.

Ткаченко Л.Г.

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМЦЯ У ВИМІРАХ МАСОВОЇ СВІДОМОСТІ

Вітчизняна соціальна філософія в наслідок причин історичного характеру протягом тривалого часу не розглядала питань, пов'язаних із сутністю підприємницької діяльності, природою її цінностей і норм. У даний час розвиток підприємництва як соціально-економічного феномену служить предметом численних, зокрема міждисциплінарних, досліджень. У науковій літературі активно обговорюється питання, пов'язані з ґенезою розвитку підприємництва, вивчаються установки, мотивація, ціннісні

орієнтації підприємців, соціально-економічні умови та результати їх діяльності.

Серед наукових праць, присвячених вивченню феномену підприємництва заслуговують на увагу та визнання дослідження соціологічного аспекту підприємницької діяльності Пилипенка В. [1]; розкриття сутності підприємницької праці як важливого чинника соціокультурного оновлення України, як ключового елемента соціально-ринкової економіки та форми активності особистості у громадянському суспільстві, сутність і структура підприємницької праці та фактори підвищення її соціальної ефективності підкреслені в дослідженні Зубова В.О., Кривеги Л.Д., Косих А.І. [2]; виявлення особливостей трудової поведінки особистості в підприємницькій діяльності, визначення її сутності, чинників формування та особливостей реалізації в умовах переходу до ринкових відносин у дослідженні Титарчука М.О. [3]; особливості організації та надання підприємницької освіти в зарубіжних країнах та організаційно-педагогічні можливості її реалізації в Україні у дослідженні Романовського О.О. [4]; Пачковський Ю.Ф. [5] вважає, що підприємництво як соціально-економічне і соціокультурне явище має власну специфіку діяльністно-поведінкових проявів, пізнання яких є важливим елементом соціального управління у вирішенні актуальних проблем суспільства на шляху ринкових перетворень. Логіка виникнення, існування та розвитку підприємницької культури у людській історії, форм та механізмів функціонування у світі західної культури суб'єкта підприємницької активності з урахуванням особливостей його розвитку в Україні присвячені наукові пошуки Бондаренко О.В. [6].

Існують різні підходи щодо співвідношення підприємницької діяльності з соціальним середовищем на предмет соціальної відповідальності. Багато хто вважає що підприємництво тоді соціально-відповідальне, коли збільшуючи прибуток не порушує законів і норм державного регулювання, таким чином, підприємництво переслідує економічну мету (Саврас І.З.) [7].

Ми більше схиляємося до іншої точки зору: підприємництво в доповнення до відповідальності економічного характеру повинно враховувати людські та соціальні аспекти впливу бізнесу на робітників, споживачів, місцеві спільноти де відбувається їх діяльність, а також вносити певний позитивний вклад в рішення певних соціальних проблем суспільства в цілому. Тобто, суспільна свідомість чекає від підприємництва не тільки високих економічних результатів, але й суттєвих досягнень з точки зору соціальних потреб суспільства.

В Україні сотні тисяч діяльних підприємливих людей, незважаючи на критичний рівень ризиків та несприятливих умов, освоюють практичні

засади підприємницької діяльності, відновлюють історичні традиції підприємництва, перервані майже сто років тому забороною приватної власності та політикою економічного й політичного панування монополістадержави.

Соціально активна, але, разом з тим, вразлива суспільна верства підприємців повноцінно формується лише вразі послідовного впровадження державної політики не заборон, бар'єрів і покаранъ, а політики рівних можливостей, стимулів, заохочень та вільної, відкритої й добросовісної конкуренції. Через недостатню сформованість саме таких політичних принципів ставлення держави до суспльства, підприємництво в Україні затрималося на початкових етапах зародження.

Метою дослідження є визначення сутності соціальної відповідальності підприємця у вимірах масової свідомості, аргументи за і проти соціальної відповідальності.

Підприємництво постає як складне багатогранне соціальне явище, в якому переплітаються різні види і сторони господарської практики. Багатоінституційне суспільне середовище (місцеві спільноти, споживачі, засоби масової інформації, спілки та об'єднання тощо) здатні активно впливати на досягнення підприємництвом мети. Виходячи з цього, підприємництво врівноважує економічну мету з економічними і соціальними інтересами тих, хто складає середовище, таким чином, впливає на формування суспільної свідомості суб'єктів. Відповідальність перед суспільством, в якому функціонує підприємництво, виражається в забезпеченні зайнятості, прибутку, відсутності порушення законів та направлення частини своїх ресурсів та зусиль по соціальним каналам (меценатство, благодійництво тощо). Бізнес повинен бути соціально відповідальним.

Відповідальність соціальна, на відміну від юридичної, визначає рівень добровільної підтримки вирішення соціальних проблем з боку підприємництва. Суперечки про роль підприємництва в суспільстві породили багаточисельні аргументи за і проти соціальної відповідальності. Серед аргументів на користь соціальної відповідальності можна виділити:

- сприятливі для підприємництва довгострокові перспективи;
- зміна потреб і сподівань широкого загалу;
- наявність вагомих ресурсів для надання допомоги у вирішенні соціальних проблем;
- моральні зобов'язання соціально-відповідальної поведінки.

Не зважаючи на аргументи за, аргументи проти соціальної відповідальності посилаються на такі обставини:

- порушення принципу максимізації прибутків;
- витрати на соціальні утягнення;
- недостатній рівень звітності для широкого загалу;

– неспроможність вирішувати соціальні проблеми [8].

Феномен масової свідомості має унікальну можливість у період трансформації суспільства поводити себе двояко: з однієї сторони, відображати, а з іншої – посилювати протиріччя, що виникають у суспільстві.

Поведінка населення в значній мірі і особливо на етапі ринкових перетворень, визначається рівнем його економічної свідомості та культури. На протязі тривалого часу в українському суспільстві спостерігається дефіцит як загальної культури так і спеціальної – економічної.

Під цим дефіцитом ми маємо на увазі визначальні особливості масової економічної свідомості і поведінки людей щодо розуміння структури і механізмів ринкової економіки, досвіду в роботі ринкових структур, вміння грати певні економічні ролі в умовах певних економічних реалій.

Підвалинами економічної культури повинні стати всі рівні людської свідомості: знання, практичний досвід, традиції, навички, вміння тощо.

Ситуація з вітчизняною економічною свідомістю та культурою складалася не найкращим чином. Життя кількох поколінь відбувалося в умовах, що виробили певний спосіб мислення відчужений від економічної самостійності, оснований не на знаннях, а на вірі у всесильність владних структур, масова свідомість досі не позбулась моделей економічної поведінки, властивих саме радянській економічній культурі; активне включення населення в підприємницьку діяльність поєднується з певним неприйняттям таких суб'єктів ринкової економіки як власник капіталу, бізнесмен тощо. Радянський ярлик "хапуг" і "спекулянтів" досі не вивітрився з нашої свідомості, підприємництво здебільшого асоціюється з ідеєю швидкого збагачення. Успадкована від Радянського Союзу командно-адміністративна культура вже не спрацьовує, а нова, ринкова культура, на початкових етапах становлення. Треба зауважити, що недостатньо активно і ефективно на сьогодні відроджується та пропагандується як чинник національної, етнічної свідомості, історичний досвід наших співвітчизників-підприємців – їх соціальна активність і відповідальність.

На жаль, в оцінках суб'єкта підприємницької праці на рівні масової свідомості спостерігається певна стереотипізація у сприйняттях, що виявляються у подібності характеристик, якими описується узагальнений образ підприємця що становить два основні полюси рис: моральні, що несуть деструктивний, аномічний характер, зумовлений кризовими явищами у суспільстві і ділові, що побудовані на особистій активності і готовності досягнути чітко окреслених цілей. Тут ми спостерігаємо прогалину, що спонукає вчених теоретиків і практиків, політичних та громадських діячів до активного формування нової філософії бізнесу: бізнес стає соціально відповідальним законодавцем, основним ініціатором прогресу і визнаним у суспільстві авторитетом.

Ситуацією негативного ставлення до особи підприємця може кардинально змінити комплекс заходів, серед яких особливе місце повинні посісти: активна підтримка збоку держави конструктивних підприємницьких ініціатив, формування нових стандартів поведінки у сфері виробничої та підприємницької діяльності, насамперед, пов'язаних з ідеєю приватної власності, залучення у сферу підприємництва високоосвічених, інтелігентних людей з вищою освітою і фаховою економічною освітою, активна підтримка науково-технічної інтелігенції як гаранта стратегічного успіху ринкових реформ, всебічне економічне просвітництво населення, розширення соціальної бази підприємництва за рахунок молодих людей.

Перетворення, що відбуваються в Україні, глибоко вражають всі сторони життєдіяльності населення. Зміни умов життя, визвані економічними, політичними, управлінськими реформами, вимагають від суб'єктів мобілізації адаптаційного потенціалу, глибокої трансформації як характеристик свідомості (думок, установок, цінностей, переконань) так і способів соціальних дій в різних сферах життєдіяльності.

Сьогодні не підлягає сумніву те, що ступінь адекватності реакцій на перетворення і соціальні виклики в значній мірі обумовлені особливостями свідомості населення, його базовими етнокультурними цінностями, економічною і політичною культурою.

Суспільна свідомість в українському суспільстві щодо підприємницької діяльності відрізняється протиріччями, сегментацією, ідейно-політичним багатомаїттям. Яскраво проявляється парадоксальна ситуація – демократична і авторитарна тенденції. Обидві спираються на досить значимі, однакові прошарки населення які з одних питань займають демократичну позицію, з інших – авторитарну, але це закономірне виявлення соціально-економічних та політичних процесів, що є характерним для суспільства перехідного, трансформаційного типу. Прикмети як авторитарних тенденцій так і демократичних яскраво проявляються у всіх напрямках економічно-соціальних відносин, що в певній мірі впливає на вибір населення між ринком і державним (плановаим) регулюванням економіки.

За останні роки у свідомості населення прослідкуються тенденції досить негативної оцінки економічної ситуації в Україні, тому свідчать і приватизація великих підприємств і землі. Зрозуміло, що без реальної приватизації державної власності, без створення чіткої законодавчої бази, котра б регулювала процес приватизації, ризик антиринкових ностальгічних настроїв може зростати.

Українське суспільство визначило для себе пріоритет демократичних цінностей. Такий вибір – це не тільки питання моралі, а реакція масової свідомості на відсутність альтернативних шляхів розвитку українського

соціуму. Перехід до ринку не можливий без глибоких, соціально-психологічних змін, без переходу людей до нових смисложиттєвих та інструментальних цінностей. В зв'язку з тим, що наше суспільство дуже розшароване і в першу чергу по економічним інтересам, то маємо як прихильників західного шляху розвитку вільного підприємництва (їх більша частина) так і змішаного типу ті що ратують як за капіталістичний так і за соціалістичний сектор. Наявність розбіжностей у поглядах, переконаннях, позиціях є небажаною тенденцією, бо констатує певні кризові явища у розвитку і становленні підприємництва його соціальної відповідальності. Наявність розбіжностей викликане відсутністю чітких критеріїв, які б відповідали еталонним уявленням і вимогам до сучасного підприємця з урахуванням специфіки виконуваної діяльності.

Поляризація населення суттєво впливає на формування свідомості власне суб'єкта підприємницької праці. В цьому плані актуальними будуть як емпіричні так і теоретичні дослідження соціокультурних типів свідомості на рівні конкретних соціальних груп.

При суспільному визнанні і заохоченні бізнес стає основним інвестором в науку, освіту, культуру та суспільну сферу. Процвітання дедалі більшої кількості людей навколо підприємця стає головним підтвердженням його престижу, авторитету, успіху. Питанням державної ваги стає визнання суспільством прогресивної ролі підприємництва як сили, що забезпечує високий рівень і якість життя громадян і суспільства, фінансує науку, культуру, освіту.

Суспільство і держава об'єктивно-історично мають спиратися на певні соціальні верстви. Україні на сучасному етапі розвитку конче необхідна опора на підприємництво як на найбільш активну виробничу частину суспільства. Заохочення підприємницької ініціативи та усвідомлення бізнесом своєї соціальної відповідальності – найважливіший інструмент у досягненні високої якості життя в державі та важливий чинник формування суспільної свідомості.

Таким чином, усвідомлюючи роль і значення феномену соціальної відповідальності, подальша теоретико-методологічна розробка буде направлена на дослідження сучасних програм в рамках соціальної відповідальності, як важливого чинника в формуванні суспільної свідомості. Разом з цим феномен підприємництва є надзвичайно складним і багатогранним. Отож чимало важливих його аспектів залишаються не достатньо розробленими та потребують більш глибокого і детального аналізу, зокрема, в контексті економічної, підприємницької, ринкової свідомості, а також соціальної відповідальності.

Література

1. Пилипенко В. Реформи. Підприємництво. Культура. – К.: Стилос, 2001.
2. Зубов В., Кривега Л., Косих А. Філософія підприємництва. – Запоріжжя: Дінас, 2000. – 189 с.
3. Титарчук М.О. Трудова поведінка особистості як підприємницька діяльність: соціально-філософський аналіз. Автореферат на здобуття кандидата філософських наук за спец. 09.00.03. – Одеса, КДПУ ім. Ушинського, 2004. – 17 с.
4. Романовський О.О. Теорія і практика підприємницької освіти в розвинутих зарубіжних країнах. Автореферат на здобуття наукового ступеня доктора педагогічних наук за спец. 13.00.01. – К., НПУ ім. Драгоманова, 2003. – 17 с.
5. Пачковський Ю.Ф. Підприємництво як предмет соціопсихологічного дослідження (діяльністно-поведінковий аспект). Автореферат на здобуття доктора соціологічних наук за спец. 22.00.04. – К., НАНУ. Інститут соціології, 2004. – 21 с.
6. Бондаренко О.В. Историко-философско-социологический экскурс в предпринимательство. – Запорожье: РА "Тандем-У", 1997. – 119 с.
7. Саврас І.З. Велике підприємництво в умовах ринкової трансформації економіки України. Автореферат на здобуття кандидата економічних наук за спец. 08.01.01. – Львів, ЛНУ ім. Франко, 2004. – 21 с.
8. Уткин Э.А. Этика бизнеса. Учебник для вузов. – М.: Издательство "Зерцало", 1998. – С. 115-133.

Бацунов С.М.

СПОРТ В СИСТЕМІ ЦІННОСТЕЙ: ТЕОРЕТИЧНІЙ АНАЛІЗ

У наші дні актуальною темою стала проблема сучасної кризи культури і його першопричин. Картина кризи дається, як правило, на основі аналізу сучасних реалій – моралі, релігії, мистетьства, масової культури, науки і техніки. У пошуках же кінцевих, "метафізичних" причин кризи виділяються підстави культурно – типологічного порядку. Підкреслюється фатальний зв'язок сьогоднішньої ситуації із специфікою культури нового часу, що історично склалася: її раціоналістичним характером, утиліз-