

УДК 301.085: 338. 41/45

## УКРАЇНСЬКЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО: СВІТОГЛЯДНІ ОРІЄНТИРИ

**Ю. Ф. Пачковський, І.І. Колосовська**

*Аналіз соціопсихологічних досліджень засвідчує строкатість поглядів на шляхи формування сприятливого ціннісно-культурного середовища для підприємництва. Один із них передбачає кардинальні зміни в людській психології, яка, зазвичай, відзначається консервативністю і резистентністю до економічних інновацій. Психологічно, у глобальному масштабі, ми ще не готові до сприйняття моделей цивілізованого (істинного) підприємництва. Поповнення лав новітніх бізнесменів підкріплено у нас здебільшого умовами біологічного виживання, а не атмосферою творення.*

*Анализ социопсихологических исследований свидетельствует о неоднозначности взглядов на пути формирования благоприятной ценностно-культурной среды для предпринимательства. Один из них предусматривает кардинальные изменения в человеческой психологии, которая, обычно, отмечается консервативностью и резистентностью к экономическим инновациям. Психологически, в глобальном масштабе, мы еще не готовы к восприятию цивилизованного (истинного) предпринимательства. Пополнение рядов новых бизнесменов у нас, в большей мере, подкреплено условиями биологического выживания, а не атмосферой творения.*

Посттоталітарний період породив масу запитань стосовно шляхів подальшого розвитку громадянського суспільства. Окреслено навіть етап, на якому зараз перебуваємо, – "перехідне суспільство". На цьому етапі багато надій покладається на пробудження підприємницької ініціативи.

У масовій свідомості підприємництво переважно асоціюється з ідеєю швидкого збагачення. При цьому суб'єктами підприємницької діяльності не беруться до уваги або просто відкидаються морально-етичні засади, юридичні та правові норми. Деструктивні моменти у формуванні українського підприємництва є відображенням стихійності та неконтрольованості цього процесу з боку органів влади. Незважаючи на численні негативні аспекти, загалом ставлення до підприємництва хоч і неоднозначне, але зорієнтоване на його подальший розвиток. Результати репрезентативних всеукраїнських опитувань свідчать про активізацію (хоч і незначну) підприємницьких ініціатив населення. За даними інституту соціології НАН України, найменше прихильників розвитку приватного підприємництва констатовано серед низькокваліфікованих робітників і пенсіонерів, найбільше – серед студентства і самих підприємців. Відзначено і стійку тенденцію поліпшення ставлення до підприємництва зі зростанням освітнього рівня і доходів. Крім того, відмічено, що проринкові настрої в суспільстві виражені все-таки сильніше, і тенденції до їх зменшення поки що не спостерігаються. Прогнозується, що відмова від ринкових реформ через втрагу підтримки їх з боку населення є малоімовірною [1, 4].

Як головні фактори підприємництва, особливо на початкових етапах розвитку, визначають наявні природні або фінансові ресурси. Однак причини економічного розквіту слід шукати значно глибше – у психології народу, системі цінностей, культурі, традиціях, релігії. Щодо релігії, відома роль "протестантської етики" у становленні ринкових відносин і підприємництва в Західній Європі та США. Так званий "мирський аскетизм", який витікав із вчення Кальвіна, сприяв формуванню такої системи моральних цінностей, де освячувалися продуктивна праця, ініціативність і відповідальність, де культивувалися сімейні цінності та

лояльність до справедливої державної влади. В центрі цієї моралі стояла особа, підпорядкована лише Богові, а у світі – вільний і відповідальний агент економічного та суспільного життя. Згідно з "протестантською етикою", весь спосіб життя людини повинен мати раціональний характер. Тільки щоденна сумлінна праця є моральною. Тому гідне поваги багатство, накопичене чесною працею. Саме, зв'язавши економічне буття людини з її віросповіданням, німецький соціолог М. Вебер у своїй "протестантській етиці ..." (1905 р.) на відміну від марксового розуміння капіталізму, ставить у центр уваги суб'єктивний (релігійний) аспект, переконливо показуючи, що вищезгадані цінності протестантської трудової етики мали значний вплив у сфері економічного прогресу [3].

Сьогодні жваво ведеться дискусія про можливість перенесення релігійної аскези на слов'янське підгрунтя. Для України актуальність цієї проблеми пов'язується з тривалим процесом трансформації менталітету. Зокрема, вказується на можливість формування аналогічних морально-ціннісних комплексів "протестантської етики" і в нашій країні. Людину неможливо "навчити" капіталізму, але можна зробити потяг до праці природною потребою, якщо це виховується з дитинства, відповідає нормам життя навколишнього середовища [2].

На все потрібні час і багато зусиль. У нашій свідомості треба "зламати" комплекс власної неповноцінності, який так наполегливо десятиліттями формувався радянською ідеологією. Як результат – економічна апатія, пасивність, прагнення опіки з боку держави і масове перекладання на неї розв'язання власних проблем. Така позиція людей здебільшого є типовою і гальмує здійснення економічних реформ. Україна лише починає переглядати і формувати власну систему цінностей. Важливо, з одного боку, врахувати історичні традиції нашого народу, з другого, – щоб цінності були джерелом прогресу у всіх сферах життєдіяльності суспільства. На макро- (державницькому) рівні економічним перетворенням сприятимуть такі ціннісні надбання, як державність, незалежність, демократія, злагода у суспільстві. Мікро- (особистісно-груповий) рівень, регулюючи повсякденну поведінку, і через багатоманітність проявів потребує особливої уваги. Щодо підприємництва – це копітка робота зі створення відповідного для нього ціннісно-культурного середовища. Часто підприємці осуджуються співвітчизниками за їхнє моральне обличчя. Користолюбство й авантюризм, непорядність і нечесність, споживацьке ставлення до людей, нехтування державними і суспільними інтересами – далеко неповний перелік якостей, що характеризують сучасного українського підприємця. 3-поміж позитивних рис, як правило, виділяються ініціативність, рішучість і готовність йти на ризик, працьовитість, підприємливість. Якщо звернутися до системи цінностей, можна констатувати таку тенденцію: потреба в творчості, цікава робота, впевненість у собі, активнорядильне життя – цінності, які ще не посіли чільного місця в структурі підприємницької діяльності [5]. Натомість, за даними нашого обстеження, проведеного серед львівських підприємців, досить високими рейтинговими показниками відмічені такі життєві цінності, як бажання мати власне підприємство і бути господарем, сімейна облаштованість, матеріальна незалежність (див. таблицю). Хоч, як бачимо, професійне самовдосконалення, прояви гордості за свою державу поки що не набули значення світоглядних орієнтирів у повсякденній поведінці підприємців.

Життєві цінності, що сповідують підприємці	Міра вираженості, %
Бажання мати власне підприємство і бути господарем	22,4
Сімейна облаштованість, нормальні родинні стосунки	16,3
Прагнення заробити багато грошей і бути матеріально незалежною людиною	15,3
Потреба жити в злагоді зі своїм сумлінням	13,3
Міцне здоров'я	12,2
Професійне зростання	6,1
Пізнання навколишнього світу (наприклад, подорожування)	6,1
Бути громадянином своєї країни, її патріотом	5,1
Імігрувати за кордон у пошуках кращої долі	2,0

Підприємництво – це нова економічна культура на початку свого утвердження. Яким воно буде, залежатиме від багатьох складових (національно-культурних, політичних, соціальних, психологічних, особистісних). Головне, за будь-яких обставин при здійсненні

соціально-економічних перетворень у суспільстві бачити реальні потреби людей. Потреба реалізувати себе у власній справі і бути господарем – природне і споконвічне прагнення, закладене у людській суті. Його неможливо не помітити і викреслити, ним не можна знехтувати. Але спрямувати у конструктивне русло – першочергове завдання українського суспільства.

1. Вебер М. Избранные произведения. М., 1990.
2. Власюк О., Парахонський Б., Пирожков Б. Людський вимір: реалії і перспективи України// Політика і час. 1995. №12. С.39.
3. Головащенко С. "Класичний" протестантизм// Політика і час. 1994. №4. С.54.
4. Міщенко М. Соціально-психологічна атмосфера в українському суспільстві та ставлення до підприємництва// Філософська і соціологічна думка. 1994. №11–12. С. 30–42.
5. Нельга Т. Українське підприємництво: історичні передумови й соціокультурні детермінанти// Філософська і соціологічна думка. 1994. №7–8. С. 87.