

## ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ СОЦИАЛЬНО–ФИЛОСОФСКОГО АНАЛИЗА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

**И.В. ГОРИШ**

*Полесский государственный университет,  
г. Пинск, Республика Беларусь*

**Введение.** В Республике Беларусь взят курс на инновационное развитие. Это долговременная государственная политика, призванная обеспечить устойчивое развитие нашей страны как самостоятельного, суверенного государства.

Решению этой важной задачи должно способствовать развитие предпринимательства в Республике Беларусь.

**Основная часть.** Предпринимательство объективно выступает не только в качестве формы хозяйственной деятельности, но и важнейшей сферы социокультурного развития. Его можно представить как специфическое пространство, потенциально разворачивающееся как культурная среда или культурное пространство. Социально–философское осмысление предпринимательства позволит выявить ряд условий, лежащих вне экономической плоскости, но оказывающих существенное, а в ряде случаев и определяющее, влияние на выбор модели экономического поведения бизнесменов.

Отметим основные аспекты социально–философского осмысления предпринимательства.

1. Анализ состояния и перспектив предпринимательства (прежде всего малого и среднего) в Беларуси позволяет утверждать, что оно в настоящее время может служить эффективным инструментом преодоления кризисных явлений во многих сферах общественной жизни. Но для того, чтобы предпринимательство стало реальным стратегическим ресурсом, который позволил бы нашей стране занять достойное место в мировом сообществе и стать равноправным субъектом рыночных отношений, необходимо правильно понимать и адекватно оценивать его сущность. Первоначально следует определить само понятие «предпринимательство» и на основании этого выделить основные его характеристики. Однако уже на этом этапе возникают сложности: многие трактовки предпринимательства, предлагаемые как зарубежными, так и отечественными учеными, достаточно односторонни [1]. Они рассматривают этот феномен преимущественно как вид экономической деятельности. В то время как предпринимательство существует не только в экономике, но и в любых сферах общественной жизни. В этом смысле, предпринимательство – это разновидность не только экономической деятельности, а самой человеческой деятельности вообще. Как заметил А. Куделин, предпринимательство несводимо только к бизнесу, а присутствует везде и всегда, где и когда осуществляется самостоятельная, рискованная и самоутвердительная деятельность [2, с.46–47].

В теориях белорусских ученых доминирует экономическая трактовка предпринимательства. Нет фундаментального исследования в области социокультурной значимости этого явления, по анализу социального потенциала предпринимательства вообще и его проявления в рамках белорусской действительности, его обусловленности не только общемировыми тенденциями, но и спецификой культурно–исторического развития белорусского народа, необходимости и возможности духовно–нравственной легитимизации предпринимательства на основе национальных особенностей. В опубликованной научной литературе освещаются лишь отдельные аспекты [3, 4, 5].

2. Предпринимательство выступает как культурно–цивилизационный феномен. Чтобы проанализировать его с этой позиции, обратимся к двум концептуальным ненаглядным понятиям – культурный и цивилизационный срезы общества.

Культурный срез характеризуется такими чертами, как ориентация на творчество, уникальность и самобытность. Под творчеством здесь понимается способность субъекта преобразовывать предметы окружающей действительности в некие новые, абсолютно отличные от исходного материала формы; умение анализировать, синтезировать и экспериментировать с уже имеющейся реальностью. Одной из причин умирания культуры и перехода в цивилизацию является отсутствие перма-

нентной необходимости в творчестве. В идеале предпринимательство представляет собой совокупность не просто моделей деятельности, но *культуротворческих моделей деятельности*. Это созидательная и преобразующая деятельность, результатом которой является совокупность неких продуктов, фиксирующих уровень культурного развития общества. Предприниматель либо непосредственно производит новые продукты, либо опосредует их производство, либо участвует в их распространении и доведении до потребителя. Но в любом случае он осуществляет некий комплекс определенных и необходимых моделей деятельности, характер которых зависит от производимого продукта и среды его распространения. Отсюда культуротворческий характер деятельности субъекта хозяйственной деятельности состоит в том, что из многообразия возможных моделей деятельности он выбирает наиболее оптимальные и эффективные. Такая творческая ориентация превращает предпринимательскую деятельность в вид творческой активности.

Основными характеристиками цивилизационного среза являются технологичность, функциональность, алгоритмичность, универсальность. Здесь общество предстает как некая целостная система отношений, которая эту целостность устойчиво воспроизводит в процессе своего функционирования и развития посредством присущих ей организационно–технологических механизмов обеспечения жизнедеятельности (экономических, политических и др.).

Феномен предпринимательства вписывается в цивилизацию, но одновременно, как отмечено выше, содержит культуротворческий компонент. Предпринимательство встроено в рыночную экономику, но оно в большей степени культурный феномен, нежели сама рыночная экономика, которая представляет собой отработанный универсальный механизм, обладающий постоянным набором характеристик. Рыночная экономика может быть реализована в том или ином социокультурном пространстве с небольшими вариациями. На первый взгляд, предпринимательство также алгоритмично; накоплен богатый опыт осуществления предпринимательской деятельности. Но, прежде всего, предпринимательство – это инновационная творческая деятельность, и это отличает его от любой другой формы экономической активности. Творчество выступает как один из показателей культуры. Во–первых, в предпринимательстве есть дух творчества, несводимый ни к каким образцам. Во–вторых, даже учитывая то, что механизм осуществления предпринимательства абсолютно универсален, культурно–исторический субстрат, в который переносится модель, всегда будет иметь свои характерные особенности, детерминирующие специфику предпринимательской деятельности. Предприниматель как субъект культуры, в частности носитель предпринимательской культуры, реализует модели экономического поведения, характерные для данного общества, с данным уровнем социально–экономического развития, также учитывая особенности менталитета данного народа.

Таким образом, белорусское предпринимательство имеет свои специфические особенности, обусловленные культурно–историческими традициями, религиозными ценностями, а также социально–экономическими и политическими условиями в государстве.

В рамках отмеченного выше хотелось бы высказать опасения относительно некритического заимствования и механического переноса на условия Беларуси опыта организации частного бизнеса, сложившегося в западных странах. Развитие предпринимательского сектора экономики должно осуществляться *по принципу опережающего развития*. Суть его состоит в том, что субъект предпринимательской деятельности, равно как и другие люди и институты, причастные к ее развитию (законодатель, например), должны придерживаться, как минимум, трех ориентаций: 1) изучение и избирательное заимствование образцов предпринимательской культуры и их использование в условиях Беларуси; 2) творческое отношение к самим образцам, рассмотрение их в качестве своеобразного материала для переработки, адаптации и применения в национальных условиях; 3) разработка и формирование опережающих относительно сложившихся в мировом опыте предпринимательского хозяйствования проектов, моделей, их экспериментальная проверка и внедрение. Реализация этих приоритетов опережающего развития предполагает глубокое изучение предпринимательства как культурно–цивилизационного феномена.

3. На сегодняшний день к предпринимательству в Беларуси сформировалось неоднозначное отношение [6]. Это связано с негативным образом предпринимателя и предпринимательства, сложившимся в общественном сознании под влиянием политики, проводимой в СССР. На протяжении десятилетий коммунистическая пропаганда внушала советским людям образ капиталиста–эксплуататора, поддерживая неприязнь в сердцах трудящихся. Частная собственность была объявлена вне закона, а частнопредпринимательская деятельность стала уголовно наказуемым деянием. Общественная собственность в той форме, в которой она была осуществлена в СССР, убила мотивацию к труду, основанную на интересе, что привело к тому, что советская экономика стала стро-

иться на неэкономических основаниях. К таким неэкономическим основаниям следует отнести, прежде всего, энтузиазм. Но одного энтузиазма было недостаточно, даже при его постоянном «подогревании». Необходимым дополнением к нему служили строгий контроль, принуждение и репрессии. Тоталитаризм сформировал адекватный себе тип личности – личности зависимой, несамостоятельной, несвободной, привыкшей к постоянной опеке со стороны партии и государства, боящейся ответственности, ждущей указаний и инструкций. Этот этактистско–патерналистский комплекс в сознании очень многих людей сочетался с неуважением к собственности. Причем это неуважение к так называемой общенародной собственности выражалось в стремлении либо посягнуть на эту собственность, либо, что еще хуже, в безразличном, равнодушном отношении к ней. Что касалось чужой собственности, то это неуважение проявлялось, опять–таки, либо в посягательстве, в неприятии, либо в завистливом к ней отношении.

Все вышеуказанное в значительной степени определило поведение первых постсоветских предпринимателей в период первоначального накопления капитала. Большинство из тех, кто решил на осуществление бизнеса, сформировались в советской политико–экономической среде, и это существенно определило их поведенческие установки. При этом несостоятельность законодательной базы частного предпринимательства того периода не позволяла строить долгосрочные экономические проекты. Тезис «Быть честным выгодно» актуален в большей степени для долгосрочных проектов, предполагающих формирование деловой истории и репутации бизнеса, чем для краткосрочных, достаточно часто основанных на установке «Не обманешь – не продашь». Этим обстоятельством объясняются мотивы экономической деятельности белорусских предпринимателей периода первоначального накопления капитала.

С момента распада Советского Союза прошло почти два десятилетия. Однако сегодня мы можем с уверенностью заявить о том, что в предпринимательском сообществе сложилась система приоритетов, и что бизнесмены страны осознали социально–экономическую значимость предпринимательства и убедились в возможности реализации долгосрочных проектов. Хотя определенные моменты, свидетельствующие о попытке внедрения стандартов цивилизованного предпринимательства, можно отметить. Нужно легитимизировать предпринимательство, сформировать уважение и доверие к нему как виду хозяйственной деятельности. Это очень сложная и трудная задача.

4. Необходимо актуализировать кодекс предпринимательской этики, в котором не только фиксировались бы профессионально–деловые требования к предпринимателю, но и закреплялась юридическая, моральная и социальная ответственность предпринимателей. Принятие и внедрение такого кодекса будет способствовать самоочищению предпринимательского сообщества, формированию позитивного образа предпринимателя, становлению цивилизованного и социально ответственного предпринимательства в нашей стране [7].

В процессе создания кодекса предпринимательской этики 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 этического кодекса современных предпринимателей в накопленном национальном культурном наследии, а не полное заимствование аналогичного свода правил из других культур.

В Беларуси, на наш взгляд, в настоящее время имеются существенные недостатки предпринимательской среды. Принципам деловой этики предпринимателей не уделяется должного внимания, т.е. сами предприниматели действуют скорее интуитивно в сфере бизнеса, чем рационально. Это касается не решений, принимаемых при осуществлении деловых операций, а правил совершения бизнес–сделок, взаимоотношений сторон в ходе последних. Но и принятие этического кодекса ведения бизнеса в Беларуси не является единственным условием формирования цивилизованного предпринимательства, поскольку необходимо его духовно–нравственное обоснование, осмысление и принятие. На практике чаще приходится наблюдать, что этическое измерение деловой жизни определяется практическими (меркантильными) соображениями, т.е. в мотивации экономического поведения предпринимателей преобладает конъюнктурный мотив, а не социальный и творческий. В случаях, когда соблюдение правил кодекса полезно и выгодно для дела, то он активно реализуется. Если нет – этика остается пустой декларацией. Вот этого и следует избежать. Сегодня необходимо, чтобы социальная ответственность стала философией поведения и концепцией выстраивания предпринимателями своей деятельности, исполняя ряд общественных требований.

**Заключение.** Таким образом, даже некоторые описанные выше направления социально-философского осмысления предпринимательства позволяют сделать вывод о том, что потребность в рассмотрении предпринимательства не только как явления экономической сферы является острой необходимостью в контексте активного социально-экономического развития страны, т.к. данный вид хозяйственной деятельности выходит за чисто экономические пределы и требует комплексного философского и гуманитарного анализа.

## ЛИТЕРАТУРА

1. 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.
2. Куделин, А. Типологический анализ трактовок предпринимательства / А.Куделин // Предпринимательство. – 2004. – №3. – С.40–62.
3. Орлов, В.И. Философия бизнеса в обществах переходного типа : монография \ В.И. Орлов. – Минск: Экономпресс, 2004. – 288с.
4. Андрос, И.А. Социокультурные факторы формирования предпринимательства в экономике Республики Беларусь (на примере Брестской области) : дис. канд. социол. наук : 22.00.03 / И.А. Андрос. – Минск, 2003. – 192 с.
5. Чуешов, В.И. Христианская мораль, социальная коммуникация, предпринимательство / В.И. Чуешов, И.Г. Подпорин // Проблемы управления. – 2003. – № 1(6) – С. 23–32.
6. Манаев, О.И. Имидж предпринимателя – заложник настроений. Подчас сиюминутных /О.И. Манаев // Дело (Восток+Запад). – 2002. – № 3 – С. 10–11.
7. 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.

## BASIC ASPECTS OF SOCIAL AND PHILOSOPHICAL ANALYSIS OF BUSINESS

*I.V. GORISH*

### *Summary*

Business environment development is recognized as up-to-date at the present stage of Belarusian society development. It can be concluded that analysis of enterprise development in Belarus requires social and philosophical understanding of business as this type of economic activity extends beyond the purely economic limit and requires a comprehensive philosophical and humanitarian analysis. The article offers a brief overview of its main areas.

**Keywords:** enterprise, business, business environment, business ethics, spiritual and moral legitimation of enterprise.

© Гориш И.В.

*Поступила в редакцию 20 апреля 2012г.*