

© Єфіменко С.А.

8. Круглашов А. Місцева еліта: регіональна чи периферійна? / А. Круглашов // Віче. -1998. - № 5. – С. 12-19.
9. Колодій А. Вибори-98 і становлення громадянського суспільства в Україні / А. Колодій // Українські варіанти. – 1998. - № 1. – С. 2-12.

Єфіменко С.А., “Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського”, м. Одеса.

УДК: 101+312+314.3

РАЦІОНАЛЬНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ ІНСТИТУТІВ БІЗНЕСУ ТА ВЛАДИ

Осмислення економічного буття з позиції соціальної філософії призводить до необхідності виділення раціональних основ підприємницької діяльності з метою вирішення проблеми цілеполагання в бізнесі і проблеми ролі підприємця в суспільстві Це вимагає чіткого розподілу практичної раціональності управлінця - власника та інноваційної раціональності бізнесмена - новатора, креативного архітектора економічної реальності.

Ключові слова: бізнес, влада, економічна раціональність, соціальна філософія, соціальний інститут, економічне буття.

РАЦИОНАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ВЗАИМОСВЯЗИ ИНСТИТУТОВ БИЗНЕСА И ВЛАСТИ

Осмысление экономического бытия с позиции социальной философии приводит к необходимости выделения рациональных основ предпринимательской деятельности с целью решения проблемы целеполагания в бизнесе и проблемы роли предпринимателя в обществе Это требует четкого распределения практической рациональности управленца - владельца и инновационной рациональности бизнесмена - новатора, креативного архитектора экономической реальности.

Ключевые слова: бизнес, власть, экономическая рациональность, социальная философия, социальный институт, экономическое бытие.

RATIONAL BASIS OF INTERCONNECTION INSTITUTES OF BUSINESS AND GOVERNMENT

Understanding the economic life of a social philosophy leads to the need for rational foundations of business in order to solve problems in business and intention problem of the role of the entrepreneur in society This requires a clear separation of practical rationality manager - owner of rationality and innovative businessman - an innovator, a creative architect of economic reality.

Keywords: business, government, economic rationality, social philosophy, social institution, economic life.

Актуальність філософського аналізу бізнесу обумовлена відсутністю акцентованого вичленування філософського аспекту в теорії підприємництва, що ускладнює придбання цією теорією статусу концептуальної завершеності. У цьому ракурсі підприємницька діяльність являє собою не тільки вид економічної діяльності, але і спосіб раціонального буття людини, її ставлення до світу, висловлене через систему цілеспрямованих способів соціо-культурної адаптації.

Об'єкт статті – економічне буття суспільства.

Предмет дослідження – виділення раціональних основ підприємницької діяльності.

Мета роботи – проведення соціально-філософського аналізу з метою виділення раціональних основ економічної взаємодії.

Економічну і політичну науку мало цікавить проблема взаємовідносин бізнесу з тим соціокультурним середовищем, де не домінують корисливі мотиви, де існує різноманіття мотивів соціальної діяльності, ставляться і вирішуються екзистенційні проблеми буття. Якщо політологія зводить раціональність політичної дії тільки до економічної вигоди, то філософія розглядає раціональність як більш універсальне поняття, тонко

проводячи різницю між раціональністю і розумністю: раціональне не завжди виявляється «розумним». Розумне більш складне за своєю структурою: поряд з оцінкою, відбором, досягненням мети розумне включає в себе уяву, емоції, почуття, ірраціональні дії.

Предприемцеві розумно іноді поводити себе нерационально, і, вдаючись до ірраціональних дій, вигравати ситуацію. «Людство, - зазначає К.С.Пігров, - битійствує в реально авантюрному світі, де нещасні випадки мають тенденцію накоплюватися в непоправне ціле, але мислить воно себе в часі романних пригод, де блаженствує щасливий випадок» [4; С. 30]. Історія є проекція проекту. І сам задум людського прориву в "царство цілей" (Кант), принаймні близьким для нас новоєвропейським способом, постає як вселенська авантюра, а людина - авантюрист по натурі» [4; С. 29]. Таким чином, раціональність (нерациональноєть) дії є варіативною, а не постійною ознакою, їй протистоїть не "іраціональність", а "нерациональність", яка анітрохи не гірше і не краще раціональності. І, нарешті, інтенсивність кожного типу дії не може вимірюватися тільки лише ступенем її раціональності ..

У класичній типології М. Вебера, представлено чотири "ідеальних типи" соціальної дії, що розрізняються за способом їх мотивації: - Цілерациональна дія - продумане використання умов і засобів для досягнення поставленої мети; - Ціннісно-раціональна дія, заснована на вірі в самодостатні цінності (релігійні, естетичні); - Афективна дія - обумовлена емоційним станом індивіда, його безпосередніми почуттями, відчуттями; - Традиційна дія - заснована на тривалій звичці чи звичаї. Раціональна дія в веберівському розумінні дійсно найближче знаходиться до чисто економічної дії. Але вона все ж не вичерпує повністю її змісту. Бо існують ще "економічно орієнтована" дія, яка включає в себе використання економічних міркувань у переслідуванні неекономічних цілей або утилізацію неекономічних засобів у досягненні цілей економічного характеру.

Поняття раціональності у Вебера може містити різний зміст. Так, поряд з так званою формальною (інструментальною) раціональністю як сукупністю стандартних способів калькуляції, їм виділяється інша, субстантивна раціональність, пов'язана з орієнтацією на кінцеві цінності [7; С. 85-86]. Більше того, саме існування формальної раціональності ставить в залежність від діючих в даному співтоваристві інституціоналізованих норм і правил. Поділ раціонального і нерационального в підприємництві відносно, межі між ними рухливі і можуть змінюватися в рамках одного соціокультурного виміру. Підприємництво є складним поєднанням раціональності і нерациональності, при цьому і та, і інша володіють специфічним соціально-політично обумовленим характером.

Для соціальної філософії характерна глибока економічна рефлексія, що формує більш витончену економічну самосвідомість, яка не тільки буде прагнути до отримання прибутку, але і змусить задуматися над сенсом економічного і людського буття. С.Н. Булгаков у «Філософії господарства» стверджував: «Ми живемо в епоху загостреної економічної рефлексії, напруженого і витонченого формування економічної самосвідомості, коли питання економічного буття зайняли в думці і почутті одне з перших місць ... Капіталізм, з його залізною ходою, з його чарівною підкорюючою міццю, що тягне людство кудись вперед по невідомому і нікому ще не випробуваному шляху, можливо до останнього торжества, можливо до згубної безодні - ось той всесвітньо-історичний факт, яким ми мимоволі загипнотизовані, ось приголомшуюче враження, від якого ми не можемо звільнитися. [1; С. 315]

Людина в господарстві перемагає і підкорює природу, але разом з тим перемагається цією перемогою і все більше відчуває себе невільником власного господарства. Виростають крила, але й тяжчають кайдани. І це протиріччя, роз'їдає душу людини, змушує її зосередитися і задуматися над питанням про природу господарства. Колишні інстинкти та навички втрачають свою безпосередність, будять тривогу, породжують рефлексію - словом, розвивається своєрідний економічний гамлетизм, і такими економічними Гамлетами сповнена наша епоха» [1; С. 316]

Практично в цьому ж ключі міркує і сучасний дослідник Ніл Флінгстін, стверджуючи, що «актори на ринку живуть у "розмитих" світах [murky worlds], де ніколи не можна сказати напевно, які наслідки спричинять за собою ті чи інші дії. І проте актори повинні так чи інакше пояснювати цей світ, щоб по-своєму інтерпретувати ситуацію "розмитості" [murkiness], мотивувати і зумовлювати послідовність дій, а потім обґрунтовувати їх вчинення». [5; С. 49]

Актуальність філософського аналізу бізнесу обумовлена відсутністю акцентованого вичленування філософського аспекту в теорії підприємництва, що ускладнює придбання цієї теорії статусу концептуальної завершеності та ціннісно-світоглядними можливостям філософії в подоланні підприємцем квазіціннісних сурогатів буття; що підвищить планку соціальної відповідальності підприємців перед суспільством, репрезентативністю прикладного використання філософського інструментарію, за допомогою якого можна оптимізувати ефективність управління бізнес-структур. У цьому ракурсі підприємницька діяльність являє собою не тільки вид економічної діяльності, але і спосіб буття людини, її ставлення до світу, висловлене через

систему цілеспрямованих способів адаптації до буттєвих ситуацій. Цим пояснюється поява в аналізі підприємницької діяльності яскраво вираженої етико-філософської складової.

Етико-філософський аспект підприємницької діяльності на соціально-онтологічному рівні розуміється нами як співвідношення належного і суцього; на інституціональному рівні - як співвідношення влади, панування і справедливості; на антропологічному рівні - як сенс життя (багатство, успіх або презирство утилітаризму і прагматизму). Осмислення економічного буття з позиції соціальної філософії призводить до необхідності виділення проблеми цілеполагання (що є метою і результатом бізнесу, того які фактори визначають мету, яким способом досягається результат) і проблеми вигляду підприємця в суспільстві, що призвело до чіткого розподілу раціональності за метою діяльності функціонера-управлінця, власника і інноваційної раціональності підприємця як позитивного новатора, «авантюрного архітектора» екзистенціальних проривів.

У розглянутому контексті значний інтерес становлять міркування Й. Шумпетера про мотиви підприємницької діяльності, «чужих економічному ratio і його законам», пов'язаних з волею до перемоги, бажанням боротьби і прагненням до успіху, моментами радості творчості, коли «мова йде не стільки про власність, скільки про ті своєрідні, "витончені" і незалежні від думки інших людей способи, за допомогою яких в капіталістичному суспільстві вимірюється "успіх" або здобувається "перемога", реалізується і виправдовує себе в житті справа, що доставляє його творцеві радість. Ці способи виключно важко замінити яким-небудь іншим соціальним інструментом» [6; С. 166].

У конструкції Шумпетера, поряд з ідеальним (ціннісним) рівнем мотивації бізнесу, пов'язаним з більш глибокими і стійкими уподобаннями, існує її практичний рівень, який виражається у вимогах, пропонованих людьми в конкретній ситуації. Мотивація як внутрішнє спонукання людини не тотожна його мотивації- як судженню - вербальному поясненню власних вчинків. Людина може не усвідомлювати свої спонукання або бути нещирою. Крім цього, вона схильна до психологічного самовиправдання і подальшої раціоналізації вчинених дій, до захисту власної позиції і прагнення виробити більше сприятливе враження.

Шумпетерівській підприємцеві як найбільш популярний ідеальний тип являє собою людину, що знаходиться в безперервному русі. Він не тільки не є власником даного підприємства, а й, як правило, не пов'язаний з ним якимись іншими більш-менш постійними узами. У разі успіху він залишає своє дітище і починає розгортати нові проекти. Прихильність до конкретного підприємства навіть шкідлива для реалізації підприємницької функції. Підприємець повинен бути вільний, і в цьому сенсі він є повною протилежністю менеджерів сучасної корпорації. Серед особистих якостей йому необхідні: інтуїція і чуття, потрібні для виявлення нових нестандартних шляхів; енергія і воля для того, щоб відмовитися від усталених порядків, долати сильну інерцію економічних і соціальних процесів. «Економічна сторона справи, - підкреслює Й. Шумпетер, - сама по собі для підприємця абсолютно байдужа. Величина прибутку тут всього-навсього показник успіху - часто тільки тому, що іншого немає, - і символ перемоги. Економічна діяльність розглядається як вид спорту: свого роду фінансова гонка або, скоріше, боксерський поєдинок» [6; С. 167].

М. Вебер і В.Зомбарт розкривали генезу підприємницького духу як складової духу капіталістичного. При цьому "дух" розглядається не як суто філософське поняття або суто психологічна риса, але як економіко-соціологічне явище. Дух - це сукупність стійких психічних рис, властивих господарюючому суб'єкту в даному співтоваристві на певній стадії його розвитку, це, словами Вебера, "історичний індивідуум" Капіталістична людина несе в собі дух підприємництва і дух міщанства. "Підприємницький дух це синтез жадоби грошей, пристрасті до пригод, винахідливості і багато чого іншого; міщанський дух складається з схильності до рахунку та обачності, з розсудливості і господарності" [7; С. 112].

Практицизм і раціональність є цінностями, що визначають якість діяльності. За визначенням М. Вебера, в соціально-культурологічній системі раціональність є центральною категорією, вона являє собою "зростаючу логічну і телеологічну узгодженість діяльності", тобто орієнтацію на чітке усвідомлення цілей, оцінку можливостей, пошук оптимальних шляхів їх реалізації та вилучення максимального результату при мінімальних вкладеннях коштів і зусиль. Практицизм і раціональність є необхідними атрибутами будь-якої господарської діяльності і тому притаманні будь-якій господарській культурі, але в різних суспільствах займає різне місце в ієрархії цінностей.

Підприємець, за Зомбарту, повинен бути триєдиний, володіючи якостями завойовника, організатора і торговця які розкриваються: в ідейному багатстві і духовній свободі, у здатності запропонувати нову ідею; в духовній енергії і волі до дії, до обов'язкового втілення ідеї в життя; в здатності до втілення ідеї в конкретний реально здійснений план; в духовній силі, завзятості, здатності ризикувати і жертвувати всім заради досягнення поставленої мети. Міщанинові ж притаманні інші якості: хазяйновитість, пов'язана з раціональним веденням справ, розумною економією і ощадливістю; ділова мораль, що є основою комерційної солідності і благонадійності, вірність договорам і строге ведення звітності. Невблаганна жадоба грошей - цього універсального вполющення і забезпеченості, і респектабельності - характерна для зомбартовського міщанина [2;

С. 49-50]. .

Економічний розрахунок і ощадливість; наполеглива праця і накопичення капіталу, безпека і стійке зростання особистих активів - з цього складаються раціональні основи його поведінки. Ціннісне ж ядро міщанства в першу чергу виражається в служінні інтересам своєї родини. Причому ідеали сімейних, патримоніальних відносин переносяться і в бізнес, що сприймається як глибоко особиста справа, часто невіддільна від інших сторін цього життя. Прагнення до формальної незалежності, індивідуалізм, що межує, з замкнутістю у своєму локальному мікросоціумі, довершують характеристику міщанина.

У рамках станових субкультур, що знаходяться поза "міщанськими чеснотами" практицизм і раціоналізм отримують негативну оцінку, практичні, тверезі, обережні люди викликають презирство й глузування. Причина засудження практицизму та раціональності небуржуазними культурами полягає в тому, що в основі таких культур і відповідних соціальних систем лежать цінності солідарності, часто підкріплені духовними - релігійними, ідеологічними цінностями вищого порядку. Для Зомбарта заснована на раціональності "міщанська культура" є долею підкорених народів і слабких духом людей, не здатних до самостійних активних дій, що не проявляє історичної ініціативи і вічно вимушені боротися за виживання.

За М. Вебером, носієм іншого духу є бюрократ, для якого робота заради прибутку фірми - це спосіб особистого кар'єрного просування вгору по сходах ієрархічних організацій. Служіння корпорації, лояльність і відданість їй, підтримання сприятливого про себе враження - ось чим пройнята вся діяльність бюрократа. Конституюча риса підприємця, що відокремлює його від міщанина і бюрократа, полягає в його націленості на інновацію. Таким чином, для М. Вебера новий капіталістичний дух формується з розвитком підприємництва та бюрократичної організації. Для В. Зомбарта він виявляється переплетенням підприємницького та міщанського духу.

Ми пропонуємо оригінальний і креативний підхід, згідно якого ці позиції взаємно доповнюють одна одну. "Підприємець", "міщанин" і "бюрократ" виявляються трьома історично зумовленими ідеальними типами, трьома складовими капіталістичного духу, що по-різному представляють господарського організатора індустріального періоду. Таким чином, дослідницькою програмою соціальної філософії є не стільки пояснення того, як функціонує інститут бізнесу з точки зору владних відносин та інституційних логік, що формуються в політичній системі, а й як у самому господарстві працюють інститути, що формуються в політичній сфері. Економічна дія це і соціальна, і політична дія, а економічні актори - це і соціальні, і політичні актори.

Аналіз наведених вище методологічних конструктів М. Вебера і В. Зомбарта дозволяє зробити висновок про те, що, вступаючи в економічні відносини, люди орієнтуються на дії інших людей. Вони плекають надії, сформованими їх культурою, їх історією, їх політичним та соціальним інституціональним середовищем, історичним часом, в якому вони живуть. Звичай і конвенції, що структурують підприємницьку діяльність в рамках даної політико-економічної системи, не є чимось усталеним. Вони шукають і знаходять ідеологічні та політичні обосновання і виправдання свого існування, хоча б у вигляді простих посилань на те, що «така наша культура» або «за традицією це робиться так». Подібні обґрунтування можуть навіть культивуватися і отримувати владну підтримку, формальними або неформальними процедурами регулюватися владою.

Логіка соціогенези бізнесу розвивається в ході історичного процесу і містить в своєму складі складні каузальні зв'язки. Спроби політичного конструювання владою інституційного та організаційного дизайну бізнесу повинні здійснюватися з урахуванням історичного контексту взаємин економіки і суспільства, в тому числі, сприймання соціумом моральної легітимності бізнесу, не будуватися за принципом *tabula rasa*, а, навпаки, враховувати специфіку національної моделі соціальної організації, генезису значущих соціальних угруповань та інституційної логіки, які можна спробувати змінити шляхом створення їх більш продуктивних форм.

У політико-економічній та соціологічній літературі існує цілий ряд класичних і сучасних концептів, виконуючих в процесі вивчення відповідної бізнес-проблематики роль своєрідних пояснювальних алгоритмічних програм. Ще недавно в нашій країні панівне становище займала діалектико-матеріалістична методологія дослідження ринку, ринкових інститутів та бізнес-структур як компонентів капіталістичної суспільно-економічної формації. Поряд з ними виникли й отримали визнання багато інших методологічних підходів з питань діалектики бізнесу та влади і до вивчення бізнесу як соціально-політичного інституту.

У більшості з них відзначається, що в сучасному суспільстві капіталісти включаються в оцінку «політичних подій лише в тій мірі, в якій вони можуть вплинути на стан ринку» і на їх індивідуальні підприємницькі перспективи. Переслідуючи вузькі економічні цілі, вони займаються політикою лише в тій мірі, в якій вона може вплинути на їх реалізацію, фінансуючи політичні партії та різних кандидатів, лобіюючи інтереси окремих фірм, галузей і союзів підприємців. Подібний вплив забезпечує контроль панівного класу над владою. За справедливим зауваженням С. Оффе, подібний вплив насправді «більше нагадує глазур на пирозі класового панування». [8; С. 191].

Що стосується інституційних форм такого впливу, то в цьому відношенні особлива роль належить

цивільним підприємницьким об'єднанням в механізмі політичного тиску на владу. Такі об'єднання виступають «всесильними союзами капіталістів», «генеральними штабами монополій», найважливішими центрами перевтілення економічної потужності монополій у політичну могутність, найважливішою структурною ланкою, за допомогою якої здійснюється злиття, з'єднання, зрощення сили монополій з силою держави в єдиний механізм класового панування. При цьому всі відносини між капіталом і державою будуються не на тому, що капітал може зробити політично за допомогою своїх об'єднань, але на тому, що капітал може відмовитися робити економічно, з точки зору інвестицій.

Таким чином, асоціації бізнесменів виступають посередниками між підприємцями, приймаючими інвестиційні рішення, і державою, яка від цих рішень залежить. Провідні підприємницькі спілки та асоціації об'єднують і представляють широкі верстви бізнесменів, контролюючих переважну частину економічних ресурсів країни, узагальнюють і висловлюють їх потреби, інтереси та уподобання.

У розвинених країнах світу представники бізнес-асоціацій залучаються до роботи в різних консультативних установах при органах державної і муніципальної влади. Їхні лідери регулярно зустрічаються з керівниками держави і нерідко самі рекрутуються на державні пости. Публічні чиновники слідує більшості пропозицій, що виходять від підприємницьких організацій, а підприємницькі спілки володіють неформальним правом вето з багатьох призначень на ключові урядові посади. Сказане, правда, не має відношення до сучасної української дійсності, в умовах якої всі кадрові призначення у вищих ешелонах державного апарату відбуваються без участі бізнесу, рівновіддаленого від влади ще в середині 2000-х років.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Булгаков С.Н. Философия хозяйства // Булгаков С.Н. Соч.: В 2-х т. Т. 1. - М: Наука, 1993. - С. 316.
2. Зарубина Н.Н. Социология хозяйственной жизни: проблемный анализ в глобальной перспективе. — М.: Университетская книга, Логос, 2006. — С. 46-58.
3. Остапенко І.Г., Кримець Л.В. Соціальна відповідальність бізнесу в умовах глобалізаційних трансформацій / І. Г. Остапенко, Л. В. Кримець // Збірник наукових праць «Філософія фінансової цивілізації: людина у світі грошей», Київ: УБС НБУ, – 2013. – С. 447-452.
4. Пигров К.С. Страсть к наживе и страсть к творчеству: феноменология интеллектуальной инициативы.// Предприниматель и успех. Спб, 2006, с.29.
5. Флингстин Н. Рынки как политика: политико-культурный подход к рыночным институтам / Н Флингстин // Экономическая социология. Т.4. №1, январь 2003,С.49
6. Шумпетер Й. А . Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / Й.А. Шумпетер. М.: Эксмо, 2007, с. 167.
7. Weber M. Economy and Society. Vol. I. Berkeley. University of California Press. 197S. pp. 85-86.
8. Offe C. Two Logics of Collective Action // Offe C. Disorganised capitalism: Contemporary transformation of work and politics / Ed. By J. Keane. Cambridge (Mass.): The MIT press, 1985. P. 191.