

## ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ДУХОВНИХ ОРІЄНТАЦІЙ ТА КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМЦЯ В УКРАЇНІ

**Актуальність теми дослідження.** Підприємця вважають активним перетворювачем природи та будівничим культурних форм людської цінності. Це люди які здатні адекватно реагувати на зміни економічного скрутного становища, здатні до самостійного вибору та прийнятті українських рішень [1, с.1]. **Мета дослідження:** формування ідеології та культури українського підприємця. **Об'єкт дослідження:** духовний світ сучасного підприємця. **Предмет дослідження:** процес формування ідеології і культури вітчизняного підприємця. **Завдання дослідження:** аналіз витоків проблеми формування ідеології та культури підприємця, виявлення місця і ролі освіти у формуванні ідеології і культури сучасного підприємця. Основними ознаками підприємництва є: самостійність, відповідальність за прийняття рішень, їх наслідки, ризик, ініціативність, активний пошук нових, оригінальних рішень, орієнтація на досягнення комерційного успіху, прагнення до збільшення прибутків і т.п. Сьогодні підприємництво є проявом науково-технічної, економічної (комерційної), організаційної творчості і новаторства. Сучасна західна література поділяє підприємницьку діяльність на три функції: - ресурсну (мобілізація капіталу, трудових, матеріальних і інформаційних ресурсів); - організаційну (організація виробництва, збуту, маркетингу, реклама); - творчу (новаторство, генерація і використання ініціативи, вміння ризикувати). Розрізняють дві моделі підприємництва: класичну й інноваційну [7, с.1]. Для виникнення і розвитку підприємництва необхідні відповідні умови. Духовні орієнтації підприємництва виробляють нову етику, основні її правила в умовах ринкових відносин полягають у наступному: підприємці повинні публікувати свої статутні документи, адресу, назву підприємства, торговельну марку (фірмовий, торговельний знак); ринкові зв'язки повинні базуватися на довірі між партнерами, їхній добросовісності, підвищеній вимогливості до себе й почутті обов'язку, умінні тримати дане слово; для підприємців не прийнятні такі поняття, як відсутність економічної культури, ненадійність домовленостей, порушення зобов'язань, егоїзм (у тому числі груповий), безвідповідальність, шахрайство тощо. Підприємцеві важко набути гарну репутацію - для цього, як правило, потрібні роки. Втратити ж її можна миттєво. Поняття «культура підприємництва» має історичні корені. Тією чи іншою мірою цього явища торкалися різні дослідники останніх кількох сторіч. Це поняття у сучасному вигляді сформувалося лише у другій половині ХХ століття, і, звісно, прослідкувати зародження його в ХVIII-ХІХ століттях дуже важко, але можливо, аналізуючи вчення видатних економістів, які досліджували концепцію духовного розвитку «економічної людини». Підприємницька культура – це ціннісні орієнтації, змісти й норми, що забезпечують мотивацію й регуляцію господарської (виробничої, підприємницької, фінансової, комерційної й т.д.) діяльності, що визначають форму їхнього здійснення, а разом з тим й їхнє сприйняття суспільством. Питання про підприємницьку культуру – це питання про те, що, крім чисто прагматичних цілей, рухає економічною діяльністю людини, які життєві установки її регулюють, яке її нормативно-ціннісне обґрунтування [6, с.7]. Духовні орієнтації підприємництва виробляють нову етику, основні її правила в умовах ринкових відносин полягають у наступному: 1) підприємці повинні публікувати свої статутні документи, адресу, назву підприємства, торговельну марку (фірмовий, торговельний знак); 2) ринкові зв'язки повинні базуватися на довірі між партнерами, їхній добросовісності, підвищеній вимогливості до себе й почутті обов'язку, умінні тримати дане слово; 3) для підприємців не прийнятні такі поняття, як відсутність економічної культури, порушення домовленостей, шахрайство тощо. Підприємцеві важко набути гарну репутацію – для цього, як правило, потрібні роки. Втратити ж її можна миттєво. В суспільствах трансформаційного типу, в тому числі і в Україні, слід поділили всіх підприємців на дві нерівні групи. До першої відносяться поки що нечисленна група «позитивних підприємців», тобто позитивно мотивованих, які добровільно вибрали власну долю. Ці підприємці дочекалися вдалого моменту і вже не можуть займатися нічим іншим. Друга група класифікується як «підприємці мимоволі». Її складають ті, кого ще недавно називали представниками «тіньової економіки». Таким чином, щодо особливостей становлення підприємництва в Україні і формування духовних орієнтацій підприємця слід зауважити наступне: 1) генезис підприємництва в умовах 1990-х рр. в Україні відбувався на тлі системної кризи всього соціуму, ліберальних реформ, які заклали підґрунтя для швидкого накопичення первинного капіталу, по-перше, шляхом роздержавлення майна (приватизація) колишньою пострадянською елітою і бюрократією за рахунок зубожіння більшості пострадянського населення і по-друге – шляхом кримінальної, полукримінальної і тіньової діяльності, що породило не тільки певну кримінальну субкультуру в суспільстві, але й певні ціннісні орієнтації суб'єктів підприємництва. Жадобу наживи, зневажливе відношення до моральних принципів можна назвати головними характеристиками типу homo economicus, до якого належить більшість підприємців; 2) з кінця 1990-х – початку 2000-х рр. відбувається процес становлення елітної економіки, в умовах якої діють регіональні фінансово-політичні клани і олігархічні структури. Цей процес призводить, по-перше, до скорочення ареалу дії доброякісної конкуренції, тобто до деформування конкурентного середовища, до розорення і скорочення кількості дрібних і середніх підприємств, а по-друге – до остаточного оформлення монополістичних тенденцій в сучасному українському суспільстві. Культура являє собою сукупність цінностей, ідей і відносин, властивих однорідній групі людей і передаються з покоління в покоління. Культура впливає на моральні взаємини між окремими особами, групами, а також установами та організаціями, які ці особи і групи створюють [4, с. 715]. Так сталося, що історично й культурно Україна знаходиться на перехресті шляхів між Сходом і Заходом. Це геокультурна периферійність позначилася на сприйманні західної духовності. Периферійність України в європейському «культурному колі» веде до природного ослаблення впливів європейського осередку в міру наближення до периферії як «межової лінії і захисної смуги». Але одночасно вона не може повністю відмежуватися від впливів, тому якусь частку їх вона переймає, переробляючи, сполучаючи «своє» з «чужим» [5, с.7-9]. Культура підприємництва - це певна, що склалася сукупність принципів, прийомів, методів здійснення підприємницької діяльності суб'єктами відповідно до чинних в країні правовими нормами, звичаями ділового обороту, етичними і моральними правилами, нормами поведінки при здійсненні цивілізованого бізнесу [4, с.1-3]. Процес стихійного ставлення морально-етичних засад підприємництва приводить до того, що спотворюються навіть абсолютні моральні цінності соціального життя. Так, моральна цінність продуктивної праці є об'єктивно неминущою і в цьому своєму значенні не залежить від думки людей. Панування стихії вільного ринку породжує відчуження праці, а відтак спотворює думки людей про моральну цінність праці [2, с. 11]. **Висновок:** Якість підприємця формують, насамперед, соціокультурне середовище, в якому здійснюється його підприємницька діяльність [3, с. 2]. Мотивацію підприємницької діяльності можна лише при умові створення цілісної системи економічної освіти, підготовки й перепідготовки менеджерів різного рівня і в різних галузях виробництва. Вияснили роль сучасного підприємця.

### Список використаних джерел

1. Касьянов Д. В. Особливості становлення підприємництва в Україні та формування духовних орієнтацій підприємця // Д.В. Касьянов // Гілея (науковий вісник) [зб. наук. праць] / [гол. ред. В.М.Вашкевич]. К., 2008. С.1.
2. Касьянов Д. В. Підприємництво в контексті культури: історичний досвід осмислення // Д.В. Касьянов // Гілея (науковий вісник) [зб. наук. праць] / [гол. ред. В.М.Вашкевич]. К., 2008. С.11.
3. Королик Владислав, Формування морально-етичних якостей українського підприємця // Наукова стаття. 2020. С. 2
4. Гончарук Т.В. Проблеми людини та української духовності у філософії О.Кульчинського/Т.В.Гончарук //Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. 2005. Вип. 20. С.1-3.
5. Касьянов Д.В. Особливості становлення підприємництва в Україні та формування духовних орієнтацій підприємця / Касьянов Д.В. // Філософія. 2013. С.7-9.
6. Касьянов Д. В. Особливості становлення підприємництва в Україні та формування духовних орієнтацій підприємця // Д.В. Касьянов // Гілея (науковий вісник) [зб. наук. праць] / [гол. ред. В.М.Вашкевич]. К., 2008. Вип. 17. С.7.
7. В.В. Кириленко, Економіка (навчальний посібник) Тернопіль: Економічна думка, 2002. 193 с.