

**Веселова В.В., канд. философ. наук,**  
vera-veselova@mail.ru

**Баженова Т.И.,**

**Ерофеева О.Н.,**

**Кравцова Н.А., канд. физ.-мат. наук,**

**Ракова И.А.**

Амурский институт железнодорожного транспорта –  
филиал ДВГУПС в г. Свободном,  
Свободный, Россия

DOI: 10.24153/2079-5912-2018-9-3-9-13

## **СОЦИАЛЬНО-ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ**

Аннотация: В статье представлено определение нового теоретического положения предпринимательской деятельности как основы триадического «аксицелологического» «цели-ресурсы-люди». Делается вывод, что социально-ценностные ориентации в предпринимательской деятельности есть фундамент дальнейшего социально-экономического развития экономических, культурных, политических, мировых отношений в общественном взаимодействии.

Ключевые слова: ценностные ориентации, социум, общественная жизнь, предпринимательская деятельность, социальная реальность, ценности, гуманистическая направленность, общественные отношения, этика служения обществу.

После научных исследований Макса Вебера окончательно становится ясно, что первичны именно ценностные изменения, все другие, в том числе: экономические, политические, институциональные - вторичны, зависимы от ценностных изменений в любом социуме. По Веберу общественная жизнь есть сознательная, ценностно ориентированная деятельность, поэтому попытки трактовать общество как механизм, систему материальных отношений, складывающихся независимо от сознания человека, равным счётом ничего не дают для достижения истинного смысла общественных явлений. Социум не может быть построен как физический предмет исследования, этому препятствует «понимающая» специфика социального начала.

Согласно М. Веберу, общество «нельзя понять ни через объективное его описание, ни путём субъективного чувствования. Методологическим инструментом социального познания служит умышленно построенный самим исследователем теоретический конструкт «идеальный тип». «Социальное действие» возможно лишь как творческий акт, в котором личность утверждает «смысл» вещей и поступков, синтезирует ценности, делает выбор, соотносит средства и цели». [2]

Соответственно этому, осознанный и преднамеренный выбор того или иного идеального типа в предпринимательской деятельности в качестве господствующего и конституирующего социальную реальность – суть конструктивистского подхода к решению проблем.

Необходимо отметить, что российские исследователи сходятся во мнении, что теория ценностей в бывшем Советском Союзе всячески игнорировалась. В «Словаре иностранных слов» (М., 1964.) аксиология объяснялась как «ложное ненаучное направление в понимании общественных явлений».

Авторы соглашаются с М. Вебером, что необходимо решительно порвать с экономизмом, с «экономическим империализмом» в социологии, и подчёркивают, что именно этот прорыв откроет новые горизонты и возможности в развитии предпринимательской деятельности в современном российском обществе, поэтому считают, что в роли фундамента в строительстве цивилизованного предпринимательства и цивилизованного общества должны выступать нравственные ценности.

Первым в европейской науке взаимосвязь этических и экономических проблем рассмотрел Аристотель. Свои основные экономические идеи он изложил в работе «Никомахова этика». В ней подчеркиваются принципиальные различия между наукой о рациональном ведении хозяйства – экономикой и искусством наживать состояние – хрематистикой. О хрематистике Аристотель писал: «В искусстве наживать состояние, поскольку оно складывается в торговой деятельности, никогда не бывает предела в достижении цели, так как целью-то здесь оказывается беспредельное богатство и обладание деньгами. Все, занимающиеся денежными оборотами, стремятся увеличить свои капиталы до бесконечности» [1]. Великий философ отрицательно относился к такому стремлению, но рассматривал его как неизбежное зло.

Необходимо отметить, что И. Кант впервые употребил понятие «ценность» в специальном смысле, разведя сущее и должное, реальность и идеал. Правомочность понимания роли нравственных ценностей обоснована в своём классическом виде кантовской постановкой проблемы как диалектики, взаимозависимости теоретического и практического разума. Ценности, по Канту, – это требования, стоящие перед человеком, обращенные к воле, цели, и значимости тех или иных факторов для личности. Он различал ценности относительные и абсолютные, подлинные и мнимые. Эталоном ценности Кант считал «моральную или нравственную ценность» [5].

К. Маркс в своих работах, раскрывая социальную природу ценности, различал понятия «ценность» и «польза». Ценностью, по Марксу, является не всякая польза, а только человеческая. «По мере очеловечивания чувств индивида потребность и пользование вещью утратили, – писал он, – свою эгоистическую природу, а природа утратила свою голую полезность, так как польза стала человеческой пользой» [6. с. 386]. Необходимо отметить, что в марксизме, при всем наличии в нем классового подхода к ценностям, изначально была заложена сильная гуманистическая направленность.

Таким образом, классики философских, социологических и экономических наук стремились установить, как ценности, свойственные природе человека, влияют на

экономическую деятельность и общественные отношения. Необходимо отметить, что большинство авторов нравственность и богатство часто рассматривают как трудно совместимые понятия.

За последние годы анализ статистических данных свидетельствует о высоких темпах роста экономической преступности. Так, с конца 90-х годов до настоящего времени она выросла в 1,7 раза, а ее среднегодовой прирост составил свыше 15%. Удельный вес тяжких и особо тяжких преступлений в числе преступлений экономической направленности составляет более 35%. [9]

Как показывает статистика, за последние годы наблюдается повсеместное расхождение между социально-ценностными ориентациями, этическими нормами и их соблюдением в российском обществе, то есть рост экономических преступлений.

Как и Ю.Н. Давыдов, российский философ и социолог, мы задаёмся вопросом: «Как может расхититель, годами специализировавшийся на присвоении и перепродаже «ничейного» имущества, рэкетир, сделавший своей профессией насильственное вымогательство, аферист, наловчившийся делать «бешеные деньги» не то, что из денег, а просто «из воздуха», в один прекрасный день превратится в честного и законопослушного предпринимателя продуктивного (а не паразитарного) типа?» [4]

На этот вопрос можно ответить утверждением философа Э. Фромма, что «создание нового общества и нового Человека возможно только в том случае, если на смену старым мотивациям извлечения прибыли и завоевания власти придут новые, а именно – быть, отдавать и понимать; если на смену рыночному характеру придет характер продуктивный, любящий, а на смену кибернетической религии – новый, радикально гуманистический дух» [8].

Авторы статьи отмечают: «После того как у человека сформированы необходимые для жизни знания, умения, навыки и система нравственных ориентиров начинается процесс самореализации» [7]. Предприниматели, образуя «элитарный слой» общества, в силу своего профессионального статуса в нем, должны обладать взвешенным набором ценностей и оценок самореализации. Предприниматель является как бы гарантом, символом порядочности задуманной им идеи не только в ее сути, но и во всех деталях реализации предпринимательской деятельности, и мы полагаем, что социально-ценностные ориентации – это основа предпринимательской деятельности в обществе, новый качественный уровень общественных отношений.

По мнению авторов статьи нельзя построить новое общество, не превратив предпринимательскую деятельность в нравственную сферу. Предпринимательская деятель-

ность должна стать носителем социально-ценностной системы, включающей в себя нормы, правила, понятия:

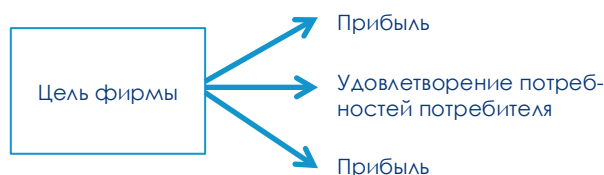
- смысложизненные (представления о добре и зле, счастье, цели и смысле жизни);
- универсальные (жизнь, здоровье, личная безопасность, благосостояние, семья, родственники, образование, квалификация, правопорядок и т.д.);
- общественного признания (трудолюбие, социальное положение и т.д.);
- межличностного общения (честность, бескорыстность, доброжелательность);
- демократические (свобода слова, совести, партий, национальный суверенитет и т.д.).

Развитие современного российского общества через ориентиры общечеловеческих ценностей становится возможным, основанном только на принципах реального гуманизма.

Систематизируя опыт социально-философских, естественно-гуманитарных исследований, а также основываясь на тезисе японского предпринимателя и теоретика бизнеса К. Татеиси: «тот, кто наилучшим образом служит обществу, выгадывает больше всех» (по-восточному тезис Татеиси образно трактуется так: «взаимосвязь предприятия, прибыли и служение обществу имеет свое подобие в живой природе: пчелы, мед и улей»), мы пришли к выводу, что прибыль - это не цель, это условие достижения цели.

На основании этого мы попытались вывести новое теоретическое положение предпринимательской деятельности:

**социально-ценностные ориентации предпринимательской деятельности есть основа триадического «аксицелеполагания» «цели-ресурсы-люди».** Мы считаем, что на этой основе стремление к получению прибыли в предпринимательской деятельности приобретает социально-ценностный характер. Социально-ценностные ориентации в предпринимательской деятельности есть этика служения обществу. В теоретическом положении триадической основы «аксицелеполагания» «цели-ресурсы-люди» прибыль - это не цель, это условие для достижения цели, индикатор успешности предпринимательской деятельности в обществе.



Цель становится категорией, обозначающей заранее аксиологически прогнозируемый результат сознательной деятельности человека, группы людей в управлении ресурсами: природными, материальными, трудовыми, информационными. [3]

Мы предполагаем, что основа триадического «аксицелеполагания» «цели – ресурсы – люди» сформирует в социально-экономическом развитии общества, в том числе и предпринимательской деятельности, прогрессивную систему ценностей, основанную на принципах:

- системности, который предопределяет рассмотрение формируемой культуры как системы взаимосвязанных элементов, изменение которой возможно только за счет изменения каждого элемента;
- националистичности, предопределяющий учет национальных особенностей, менталитета, обычаев региона, страны;
- комплексности - рассмотрение культуры с учетом влияния психологических, социальных и организационно-экономических факторов;
- ценностной ориентации, то есть базовой ориентирующей роли системы ценностей для всей системы, обуславливающей культуру предпринимательской деятельности,

Социально-ценностные ориентации предпринимательской деятельности должны стать основой социального предпринимательства в современном российском обществе.

Трудно подчас определить какие факторы могут сыграть свою роль в условиях дальнейшего развития социального предпринимательства, но хотелось бы положиться на убеждение Георга Гегеля, который много столетий назад писал: «Русские люди добросовестно и безвозмездно трудятся, если в обществе есть нравственная идея, праведная цель».

## Резюме:

Таким образом, в статье представлено определение нового теоретического положения предпринимательской деятельности как основы триадического «аксицелепологания» «цели-ресурсы-люди». Авторы отмечают, что после научных исследований Макса Вебера окончательно становится ясно, что первичны именно ценностные изменения, все другие, в том числе: экономические, политические, институциональные - вторичны, зависимы от ценностных изменений в любом социуме. Авторы соглашаются с М. Вебером, что необходимо решительно порвать с экономизмом, с «экономическим империализмом» в социологии, и подчёркивают, что именно этот прорыв откроет новые горизонты и возможности в развитии предпринимательской деятельности в современном российском обществе, поэтому считают, что в роли фундамента в строительстве цивилизованного предпринимательства и цивилизованного общества должны выступать нравственные ценности.

По мнению авторов нельзя построить новое общество, не превратив предпринимательскую деятельность в нравственную сферу. Предпринимательская деятельность должна стать носителем социально-ценностной системы, включающей в себя нормы, правила, понятия: смысложизненные, универсальные, общественного признания, межличностного общения, демократические. Развитие современного российского общества через ориентиры общечеловеческих ценностей становится возможным, основанном только на принципах реального гуманизма.

Систематизируя опыт социально-философских, естественно-гуманитарных исследований, а также основываясь на тезисе японского предпринимателя и теоретика бизнеса К. Татеиси: «тот, кто наилучшим образом служит обществу, выигрывает больше всех» (по-восточному тезис Татеиси образно трактуется так: «взаимосвязь предприятия, прибыли и служение обществу имеет свое подобие в живой природе: пчелы, мед и улей»), мы пришли к выводу, что прибыль - это не цель, это условие достижения цели.

На основании этого авторы попытались вывести новое теоретическое положение предпринимательской деятельности:

**социально-ценностные ориентации предпринимательской деятельности есть основа триадического «аксицелепологания» «цели-ресурсы-люди».** Мы считаем, что на этой основе стремление к получению прибыли в предпринимательской деятельности приобретает социально-ценностный характер. Социально-ценностные ориентации в предпринимательской деятельности есть этика служения обществу. В теоретическом положении триадической основы «аксицелепологания» «цели-ресурсы-люди» прибыль - это не цель, это условие для достижения цели, индикатор успешности предпринимательской деятельности в общественном развитии.

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Аристотель. Метафизика. - М.: Мысль, 1976. Т.1. С. 15 - 25.
2. Вебер М. Избранные произведения. - М.,1990. С.497.
3. Веселова В.В. Аксиологические основы предпринимательской деятельности// Исторический подход и анализ аксиологических основ предпринимательской деятельности в России. Изд.LAR LAMBERT Academic Publishing GmbH 8. Ср/ KG. С.77-79
4. Давыдов Ю.Н. Макс Вебер и современная теоретическая социология: актуальные проблемы веберовского социологического учения / Ю.Н. Давыдов. - М.: «Мартис», 1998. С. 356.
5. Кант И. Трактат и письма / И. Кант. - М., 1980. С. 23.
6. Маркс К. и Энгельс Ф. Сочинение. Т. 46. Ч.1 С. 386.
7. Наука и инновации в современном мире: образование, воспитание, физическое воспитание и спорт. В 2 книгах. К.1: монография / [авт.кол.: Безруков Н.П., Львович И.Я., Преображенский А.П. и др.]. - Одесса: КУПРИЕНКО СВ, 2017. С. 130.
8. Фромм Э. Человек для себя. - Минск: Коллетиум, 1992. С. 143.
9. Экономическая преступность России в цифрах [studwood.ru.1240926/pravo.prestupnost\\_rossii](http://studwood.ru.1240926/pravo.prestupnost_rossii)

**Veselova V.V.**

Cand. philos. Sci.  
Amur Railway Institute – the branch of DVGUPS,  
Russia, Svobodny  
vera-veselova@mail.ru

**Bazhenova T.I.**

Amur Railway Institute – the branch of DVGUPS,  
Russia, Svobodny

**Erofeeva O.N.**

Amur Railway Institute – the branch of DVGUPS,  
Russia, Svobodny

**Kravtsova N.A.**

Cand. phys.-math. Sci  
Amur Railway Institute – the branch of DVGUPS,  
Russia, Svobodny

**Rakova I.A.**

Amur Railway Institute – the branch of DVGUPS,  
Russia, Svobodny

**SOCIO-VALUABLE ORIENTATIONS OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITY AS A BASIS FOR THE DEVELOPMENT OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN MODERN RUSSIAN SOCIETY**

The article presents the definition of a new theoretical position of entrepreneurial activity as a basis of a triadic «axi-goal-setting» «goals-resources-people». It is concluded that socio-valuable orientations are the foundation in entrepreneurial activity for further socio-economic development of economical, cultural, political, world relations in social interaction.

**Keywords:** valuable orientations, society, public life, entrepreneurial activity, social reality, values, humanistic orientation, public relations, the serving society ethics.

**Resume:** Thus the definition of a new theoretical position of entrepreneurial activity is presented in the article as the basis for the triadic "axi-goal-setting" "goals-resources-people". The authors emphasize that, after Max Weber's scientific research, it is finally clear that value changes are paramount, all others, including: economic, political, institutional - are secondary, dependent on value changes in any society. The authors agree with M. Weber that it is necessary to break decisively with economism, with "economic imperialism" in sociology, and emphasize that it is this breakthrough that will open new horizons and opportunities in the development of entrepreneurial activity in modern Russian society, so they believe that moral values should act as a foundation in the construction of civilized business and civilized society.

According to the authors, it is impossible to build a new society without turning entrepreneurial activity into a moral sphere. Entrepreneurial activity should become a carrier of the social-value system, which includes norms, rules, concepts: life meaning, universal, public recognition, interpersonal communication, democratic. The development of modern Russian society through the guidelines of universal values becomes possible, based only on the principles of real humanism.

Systematizing the experience of socio-philosophical, natural-humanitarian researches, and also based on the thesis of the Japanese entrepreneur and business theorist K. Tateisi: "the one who best serves society, gets the most out" (in the eastern thesis Tateisi is interpreted in this way: "the relationship of enterprises, profits and society service has its similarity in living nature: bees, honey and beehive"), we came to the conclusion that profit is not a goal, it is a condition for achieving the goal.

Based on this, the authors tried to derive a new theoretical position of entrepreneurial activity:

socio-value orientations of entrepreneurial activity are the basis of the triadic "axi-goal-setting" "goals-resources-people". We believe that on this basis, the desire for profit in entrepreneurial activity acquires a socio-value character. Socio-value orientations are the serving society ethics in entrepreneurial activity. In the theoretical position of the "axi-goal-setting" triadic basis of "goal-resources-people", profit is not a goal, it is a condition for achieving a goal, an indicator of the entrepreneurial activity success in the social development.

**Literature:**

1. Aristotel'. Metafizika. - M.: My'sl', 1976. T.1. S. 15 - 25.
2. Veber M. Izbranny'e proizvedeniya. - M., 1990. S.497.
3. Veselova V.V. Aksiologicheskie osnovy` predprinimatel'skoj deyatel'nosti// Istoricheskij podxod i analiz aksiologicheskix osnov predprinimatel'skoj deyatel'nosti v Rossii. Izd.LAR LAMBERT Academic Publishing GmbH 8. Cp/ KG. C.77-79
4. Davy`dov Yu.N. Maks Veber i sovremennaya teoreticheskaya sociologiya: aktual'ny'e problemy` veberovskogo sociologicheskogo ucheniya / Yu.N. Davy`dov. - M.: «Martis», 1998. S. Z56.
5. Kant I. Traktat i pis'ma / I. Kant. - M., 1980. S. 23.
6. Marks K. i E`ngel's F. Sochinenie. T. 46. Ch.1 S. 386.
7. Nauka i innovacii v sovremennom mire: obrazovanie, vospitanie, fizicheskoe vospitanie i sport. V 2 knigax. K.1: monografiya / [avt.kol.: Bezrukov N.P., L`vovich I.Ya., Preobrazhenskij A.P. i dr.]. - Odessa: KUPRIENKO SV, 2017.S. 130.
8. Fromm E`. Chelovek dlya sebya. - Minsk: Kolletium, 1992. S. 143.
9. E`konomicheskaya prestupnost` Rossii v cifrax studwood.ru.^1240926/pravo.prestupnost\_rossii