Реферат

**"Українські національні моральні цінності та їх місце у діловому спілкування"**

# Вступ

У цей час у країні як і раніше не наведено належного порядку й залишається низьким відсоток приросту економіки. Рівень життя більшості населення – наднизький. Чому? Адже вже близько 20 років країна незалежна. Можливо тому, що є національні (внутрішні) гальма, які істотно перешкоджають розвитку економіки й культури.

Давньогрецький філософ Піфагор, видатний мислитель та математик стародавності, у своїй праці «Про державу» писав так: «Народи! Прагніть передусім мати добрі звичаї, ніж закони: звичаї є найпершими законами». Фома Аквінський у свій час проголосив про те, що «Бог вклав у руки правителів владу для того, щоб вони захищали благо всіх».

Якщо розглядати тріаду: економіка, політика, етика, – то в ідеальному випадку основою гармонійного розвитку суспільства повинна бути етика.

При організації будь-якого суспільства доречно говорити про національний менталітет. Частиною менталітету є національний характер. Зокрема, український національний характер припускає наявність деяких рис, які можуть робити істотне значення на всі сфери життя.

При розв'язанні складної проблеми оновлення національного буття є неприйнятним «механічне» копіювання зарубіжного досвіду через суттєві відмінності у свідомості, ціннісних орієнтаціях, соціально-економічній поведінці народу України. Привабливі світові моделі економічного розвитку принесуть бажаний ефект Україні, якщо автори реформ будуть враховувати особливості української ментальності, критично осмислювати власний й зарубіжний досвід. При цьому важливо зберегти національну самобутність.

Визначення перспектив подальшого розвитку ринкової економіки в Україні ставить насущне завдання вивчення взаємини цінностей бізнесу й моральності. Цьому завдаю й присвячена ця робота.

# 1. Українські національні моральні цінності

Національні моральні цінності – це історично зумовлені, створені конкретним народом погляди, переконання, ідеали, традиції, звичаї, обряди практичні дії, які ґрунтуються на загальнолюдських цінностях. Але вирізняють певні національні прояви, своєрідності в поведінці, які є основою соціальної діяльності людей конкретної етнічної групи[[1]](#footnote-1).

Ціннісні орієнтації людини, суспільства, нації складаються історично, успадковуються поколіннями, збагачуються, вдосконалюються чи здрібнюються, розпорошуються ними. Це цілком стосується й моральних цінностей, які уособлюють культурне обличчя XXI століття. Мораль – вагома складова частина духовної культури етносу, нації; даний аспект її існування потребує ґрунтовного наукового розкриття. У плані дослідження та осмислення моральних цінностей українського народу особливо значущим і перспективним завданням видається аналіз відповідних поглядів селянства, адже історія для українців значною мірою виявилася «замкненою» на постаті хлібороба-трударя, представника сільської «мовчазної більшості». Не випадково вітчизняні історики, які досліджували селянську проблематику, здавна вдавалися в цьому зв’язку до термінів «народ», «українці». Додамо, що селянство принаймні до середини ХХ ст. становило більшість української нації, а це дає підстави говорити про українців як про націю переважно хліборобську не лише в історичному, а й в соціально-культурному, цивілізаційному аспекті[[2]](#footnote-2).

В українському національному характері дослідники знаходять соціальний егалітаризм (прагнення до соціальної рівності), громадоцентризм, провінційність, загальну аполітичність, впертість, анархічність, здатність до мімікрії та пристосування («аби не гірше…»)[[3]](#footnote-3).

У відомих історичних умовах було в Україні пригоже поле до постання комплексу меншвартості (політичне поневолення із заперечуванням донедавна права на мовну окремішність, з накиненою назвою малоросів). Комплекс меншовартості збуджує тенденцію до надолуження – компенсації чи надкомпенсацїї, яка може йти в різних напрямах: або знецінювання об’єктивної дійсності й утечі в етично-ідилічне мрійництво з вірою в утопію, або насолоди в мазохістичному бажанні ореолу страждання, або агресивності з бажанням помсти, жорстокості, кривавої відплати[[4]](#footnote-4).

Додамо, що в Україні яскраво спостерігаються відчутні регіональні відмінності ментальності та національного характеру. Тому про цілісність/тотальність національних моральних цінностей української нації в цілому можна говорити лише з певними застереженнями.

Розглянемо таку важливу рису національного характеру, як індивідуалізм, який особливо важливий в діловому контексті. В історії України не було общини як явища народного життя, притаманного іншим країнам. Політична національна історія України (народне віче Київської Русі, громадсько-політична і військова організація українського козацтва Запорізька Січ, демократичні процедури місцевого самоврядування та церковного життя. Конституція Пилипа Орлика тощо) свідчить про переважання принципу індивідуалізму як механізму відтворення суспільної реальності в Україні та як суттєвої особливості української ментальності. Українському народу є характерним нахил до індивідуальної свободи; українська ментальність, з давніх часів існування української нації, є сприятливим фоном для розвитку індивідуалістичного особистісного ядра окремої людини. Сільська (хуторянська) структура українського національного характеру, схильність до малих співтовариств, також зберігає принцип індивідуалізму, автономії окремої людини.

Щодо питання особливості християнської релігійної свідомості в історії України та вплив її на національну мораль, то християнські засади ментальності західної людини та становлення класичної західної економічної ментальності характерні й для історії України. Особливості православної етики праці, власності та багатства, що формували вітчизняну економічну культуру й економічну ментальність, надають змогу зрозуміти вітчизняну своєрідність, виробляти свої форми ринкової поведінки та ринкової культури, які є адекватними українським традиціям.

Ще одне цікаве питання ― суб'єктивно-моральне розуміння неправди, справедливості й прав особистості, відношення до законів, яке представляє в цілому етичну систему народу. На думку Лефевра[[5]](#footnote-5), існує дві етичних системи, що характеризують подання про справедливість. Ці подання «про перспективність неправди» для простоти виражаються у вигляді 2-х умовиводів:

а) зло + добро = Добро.

б) зло + добро = Зло.

Українці вважають що «Добро» завжди перемагає «Зло», і тому припустимі невеликі (за суб'єктивними оцінками) і «Зло» й «Неправда в порятунок». Навіть національний фольклор орієнтований на легковажне відношення до неправди. Згадаємо веселу українську пісню «Ти ж міні підманула, ти ж міні підвела». Прихильники другої етичної системи, наприклад, американці, не змішують поняття «Добро» й «Зло», і вважають, що неправда не може бути засобом досягнення гуманної мети[[6]](#footnote-6).

Морально-правові судження. У свідомості українців поняття «закон» й «мораль» споконвічно розділені. Змішання у українців понять про справедливість і моральність приводить до заперечення законів як раціональних і справедливих. Орієнтація на моральні норми розглядається як компенсаторний механізм «законослухняності» при недостатньо ефективній роботі правового апарата.

Соціологи виділяють три найбільш узагальнені моделі основних типів реакції громадян України на пострадянську ситуацію: пасивність і аттантізм (тобто інерція «колективістських» цінностей, установка на терпіння й неясну надію на «об'єктивні» позитивні зміни в майбутньому, ностальгія за минулим,), активна адаптація (тобто енергійний пошук можливостей виживання, відкритих новими соціально-економічними умовами) та орієнтація людини на максимальний індивідуальний економічний і соціальний успіх[[7]](#footnote-7). Тому є реальні підстави стверджувати, що в сучасній Україні існує тип людини, для якої притаманний високий рівень автономії у відношенні до соціуму й соціальних інститутів. У новій суспільній реальності зароджуються нові норми і правила, необхідні для життєдіяльності, й індивідуалізм стає однією з таких норм.

Це дуже скорочене дослідженні національних моральних цінностей сучасного українського народу в економічному та діловому контексті. Розглянемо зараз більш детально взаємозв’язок притаманних українцям моральних цінностей та рис їхнього ділового спілкування. Останнє можна розглядати в широкому контексті підприємництва як способу загального економічного спілкування, а також в вузькому, яке відображає саме діловий етикет.

**2. Особливості національного підприємництва та ділового спілкування**

Розглянемо зазначене в роботі питанні у узькому розумінні. Знання з етики ділового спілкування є важливою складовою професійних умінь та ділових здібностей підприємців. У сучасному професійному житті дотримання норм і правил спілкування безпосередньо впливає на результати професійної діяльності. Будь-які види взаємостосунків з потенційними споживачами, партнерами, організаціями та установами є діловим спілкуванням. Метою ділового спілкування є досягнення результату у спільній діяльності.

Діловий етикет посідає особливе місце в мистецтві поведінки. Його правила засновані на таких моральних категоріях, як ввічливість, тактовність, коректність, порядність. Володіння правилами етикету усуває скутість, дає змогу не скривдити ділового партнера незграбним словом або дією, і водночас – не втратити власне достоїнство й престиж фірми[[8]](#footnote-8). Засвоєння стереотипів поведінки, запропонованих етикетом, дає можливість установити сприятливий психо­логічний клімат ділового спілкування, що робить бізнес успішним і приємним.

Загальний моральний принцип людського спілкування викладено в категоричному імперативі І. Канта: «Поводься так, щоб максима твоєї волі завжди могла мати також силу принципу загального законодавства». У діловому спілкуванні основний етичний принцип можна сформулювати так: під час ухвалення рішення про те, яким цінностям варто надати перевагу в певній ситуації, поводься так, щоб максима твоєї волі була сумісна з моральними цінностями інших сторін, які беруть участь у спілкуванні, і допускала координацію інтересів усіх сторін[[9]](#footnote-9).

У багатьох вітчизняних бізнесменів-початківців зривається безліч вигідних угод, особливо з інофірмами, через те, що вони не знають правил ділового етикету.

Як переконує досвід налагодження підприємцями зовнішньоекономічних зв'язків, наші бізнесмени також досить своєрідно розуміють цінності цивілізованого ринку, що ґрунтуються на таких моральних категоріях, як шляхетність, надійність, порядність, солідарність[[10]](#footnote-10).

Численні фірми мають у багатьох країнах такий принцип: «Прибуток – вище за все, але честь вища від прибутку». А в багатьох нових українських бізнесменів інші принципи: «Прибуток будь-якою ціною», «У комерції все дозволено», «Гроші не пахнуть».

Відповідно мораль нового класу бізнесменів в Україні – явище складне й суперечливе. На нього впливають різні сили, різні моральні традиції й системи цінностей, бо в українському бізнесі зайнята велика кількість людей різних національностей, різного віросповідання й різних моральних поглядів, із різним економічним базисом. Крім того, в український бізнес наприкінці 90-х років ХХ ст. прийшли громадяни закордонних держав, діяльність яких заснована на канонах західної етики. Контакти з ними формують досить своєрідне переплетення національних українських рис із загальносвітовими, що почасти все-таки полегшує включення українського бізнесу в систему світових моральних норм ділової поведінки.

О. Бродська виділяє таки риси вітчизняного бізнесу[[11]](#footnote-11):

1. Комплекс «неповноцінності», покірність, острах ризикувати по-великому. Психологія не переможця, а того, хто завжди зазнає по­разки до початку гри.

2. Рабська агресивність, нездорове бажання «розтоптати», принизити, невміння шукати компроміси.

3. Відсутність іміджу ділової людини, під­приємця, що виражається в стилі мислення, манері одягатися, поводитися.

3. Прагнення до обмеження конкуренції, монополізму, опорі на «блат».

Особливо згубно впливає на розвиток вітчизняного бізнесу його «нечесне» ведення.

Перейдемо к більш широкому розумінню ділового спілкування, яке можна розуміти як ділове спілкування з економічною метою, як форму взаємодій між підприємцями, державою та населенням щодо досягнення ними особистих та суспільних економічних цілей.

Оскільки в цей час на підприємництво покладають надії як на силу, здатну підняти вітчизняну економіку, то для успішної діяльності підприємцеві дуже важливо дотримувати моральних норм як у відносинах з державою, партнерами по бізнесі, так й у відносинах з найманими робітниками.

Моральна поведінка у довгострокової перспективі завжди сприяє збільшенню доходів, тому що підтримка високих етичних стандартів підвищує конкурентноздатність підприємства. Неморальний шлях поведінки лише збільшує ризик підприємства, оскільки результат виявляється непередбаченим. У той же час якщо взяти якісь окремі випадки, то неетична поведінка може принести більший доход, чим поведінка етична. Передумовою моральної поведінки в бізнесі служить наявність конкуренції, що покликана забезпечити для всіх суб'єктів економічної діяльності рівні можливості. Успіх у діловому світі можливий лише тоді, коли кожен підприємець очікує від своїх конкурентів дотримання етичних та моральних норм. У противному випадку система вільного ринку не може нормально функціонувати.

У цей час не тільки сфера бізнесу, але й українське суспільство в цілому виявилося охопленим етикою релятивізму, де виключається абсолютність таких понять, як гарне й погане, щире й помилкове. У рамках цієї етики моральні ідеї попадають у залежність від випадкових факторів і цілком визначаються конкретною ситуацією.

Етика підприємництва в Україні складалася в ході подолання пережитків кріпосництва й в умовах державного патерналізму. Незважаючи на очевидні успіхи у своєму становленні, клас підприємців так і не оформився в серйозну соціальну силу. Складності формування морального кодексу підприємництва існують й у цей час і зв'язані з неприйняттям підприємництва й індивідуальної ініціативи в період соціалізму. Конкретний аналіз показує розходження моральної позиції підприємця й моральної оцінки суспільством феномена підприємництва. Культурна легітимація підприємництва вимагає взаємодії етичних підстав підприємництва, психології особистості підприємця й економічних цілей, що коштують перед ним. У даній структурі особливого значення набуває моральна легітимація діяльності підприємця, спрямована на систематичне одержання прибутку в ході максимальної економічної ефективності поведінки. Легітимація повинна враховувати як норми етики успіху (здоров'я, комфорт, багатство, соціальний престиж), так і соціальної етики (родина, колективізм, патріотизм).

Зв'язок між психологічними якостями підприємця й етичних підстав його діяльності неоднозначна. Загальні психологічні риси, характерні для підприємців – прагнення до самостійності, цілеспрямованість, пошук новизни, готовність іти на ризик, – можуть одержати моральне виправдання. Однак ці риси можуть здобувати й індивідуалістичний (внеморальный) зміст. Комплекс автономності в українських підприємців виражений сильніше через їхню більшу відчуженість від суспільства й відсутності послідовної підтримки з боку держави.

Етика вітчизняного бізнесу нерідко ставила в тупик багатьох іноземних партнерів й інвесторів. Українські ділові люди явно процвітали в торгівлі, але уступали в промислових починаннях. Великі капітали вкладалися в основному в «вірні» промисли: винокуріння, солеваріння тощо. Іноземні інвестори при відкритті своїх підприємств зобов'язувалися навчати заморським секретам українських людей, нічого не приховуючи. При цьому на всіх етапах розвитку української економіки чітко простежується зв'язок підприємництва з діяльністю й заступництвом держави.

Таке положення породило одну зі специфічних особливостей українського бізнесу – прагнення досягати успіху не стільки зусиллями до ефективного розвитку виробництва, скільки одержанням вигідних урядових замовлень і пільг, а виходить, підкупом чиновників.

Вітчизняне промислове підприємництво оформилося пізніше західноєвропейського й тому високо цінувало технічні досягнення Заходу, їхню організацію й культуру виробництва. Однак зштовхнувшись із сильною конкуренцією іноземного капіталу й сподіваючись на протекцію своєї влади, вітчизняні ділові люди здавна шукали підтримку в обґрунтуванні унікальності й неповторності національного розвитку. Важко заперечувати своєрідність національних традицій і звичаїв, але шукати в них глибоке протиріччя між істинно українською цивілізацією й фатальним впливом західних та східних ідей за всіх часів було порочною тенденцією. Саме національним менталітетом, непопулярністю в Україні ділової ощадливості порозумівалося показне марнотратство, схильність до спекуляції й обдурю, необов'язковість й обмеженість кругозору.

В цей час у нашій країні не всім підприємцям вистачає істинно української сумлінності й порядності «людей слова», хазяйської ощадливості й бажання допомогти талантам і людям, що потрапили в лихо. Турботи про етичність поводження вітчизняних бізнесменів часто закінчуються забезпеченням гідного особистого іміджу й сучасного інтер'єра фірми.

Незважаючи на порушення моральних норм, багато бізнесменів все-таки вважають, що зміцнення етики сприяє їхнім інтересам. Команда, що складається з людей, що володіють високою культурою й професіоналізмом, здатна домогтися успіху. Ефективне керівництво, що базується на етиці, є кращим засобом для досягнення цілей. Етичний підхід до бізнесу вимагає прийняття в увагу позицій всіх зацікавлених сторін. Це сприяє виробленню компромісів, а значить ефективній спільній роботі й довгостроковому співробітництву, що несе із собою додатковий прибуток.

Таким чином, етика є засобом, що позитивно впливає на бізнес, підтримує його прибутковість, конкурентноздатність і подальший розвиток. Тому доля соціально-економічних реформ в Україні багато в чому пов'язана зі зміною моральної поведінки вітчизняного підприємця.

Процес суспільних трансформацій в новітній Україні породжує становлення нового соціального суб'єкта, принципово нових особливостей соціально-економічних відносин, сприяє змінам соціально-економічної поведінки людей, які позначаються на їх економічній свідомості та поведінці. Суспільна свідомість має адаптуватися до радикальні змін соціально-економічної поведінки; має відбутися процес цивілізованого «оброблення» цієї ситуації ментальністю.

На жаль, вітчизняні соціологічні дослідження поки не фіксують масового поширення якостей, властивих сучасній європейській економічній ментальності, посеред населення України. Психологічними перешкодами для набуття таких ментальних рис у сучасній Україні є[[12]](#footnote-12): соціальна інертність; викривлене розуміння соціальної справедливості; деформованість уявлень про захист від економічних труднощів як про обов'язок держави, а не кожного особисто; сприйняття як цілком нормального явища авторитарних методів правління; соціальна заздрість як наслідок тривалої зрівнялівки в оплаті праці; звичка безвідповідальності. Звичайно, неприємно і нелегко погоджуватися з такими реаліями.

Процес соціально-психологічної адаптації населення до ринкової суспільні атмосфери віддзеркалює зміну парадигм економічної свідомості, соціальної економічної психології, економічної ментальності; відбувається зміна старої схем економічного мислення новою. Важливого значення тут набуває посилення впливу цінностей національної культури та моралі. Розвитку України сприятимуть ті риси національної ментальності, яки природно притаманні українцям. Це якості «хліборобського» типу ― м'якість, поблажливість, толерантність, чутливість, душевна теплота, мрійливість, милосердя; по-друге, якості «козацького» типу – діловитість, рішучість, настирливість, здоровий авантюризм, практичність, індивідуалізм.

# Загальні висновки

Система моральних цінностей в українців сформувалася здавна. Вона вибудувалась з урахуванням таких рис національної ментальності як індивидуалізм, природний демократизм, схильність до інтроверсії, а також комплексу меншвартості, що дістає свого продовження в знецінювання об’єктивної дійсності й утечі в етично-ідилічне мрійництво з вірою в утопію. В українському національному характері дослідники знаходять соціальний егалітаризм (прагнення до соціальної рівності), громадоцентризм, провінційність, загальну аполітичність, впертість, анархічність, здатність до мімікрії та пристосування. Є реальні підстави стверджувати, що в сучасній Україні існує тип людини, для якої притаманний високий рівень автономії у відношенні до соціуму й соціальних інститутів.

Засобом, який позитивно впливає на бізнес, підтримує його прибутковість, конкурентноздатність і подальший розвиток, здавна визнається етика та мораль. Тому доля соціально-економічних реформ в Україні багато в чому пов'язана зі зміною моральної поведінки вітчизняного підприємця.

В цей час у нашій країні не всім підприємцям вистачає істинно української сумлінності й порядності «людей слова», хазяйської ощадливості й бажання допомогти талантам і людям, що потрапили в лихо. Турботи про етичність поводження вітчизняних бізнесменів часто закінчуються забезпеченням гідного особистого іміджу й сучасного інтер'єра фірми.

На підставі викладених в цій роботі причин можна лише розраховувати (сподіватися) на тривалий процес соціального «дозрівання» українців і поступової адаптації їхнього менталітету до сучасних вимог життя. У противному випадку вони не витримають конкуренції, що збільшується (науково-технічної, економічної, духовно-релігійної, психологічної тощо) з іншими країнами, і просто перестануть існувати (більшість населення фізично вимруть або держава втратить усяку незалежність і розчиніться в інших країнах, більше «розумних» й організованих).

# Використана література

1. Белобров В.Н., Гаврилин В.А., Павлов А.С. Национальные оковы нравственности и славянского права // Педагогика, психология и медико-биологические проблемы физического воспитания и спорта. 2007. № 11. С. 103–106.
2. Богдан С.К. Мовний етикет українців: традиції і сучасність. – К.: Рідна мова, 1998.
3. Бондаренко О.В. Українська економічна ментальність: соціально-філософський аналіз. Автореф… докт. філософ. наук. ― К.: 2008. ― 24 с.
4. Бродська О. Ділова етика в українському бізнес-суспільстві // Персонал, № 5, 2006. С. 34―36.
5. Землюк В. Етнопсихологічні й етнополітичні особливості ідентичності українців / Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім.І.Ф. Кураса НАН України: Збірник наукових праць. – К., 2007. Вип. 34. С. 93―110.
6. Касянова С.П. Методичні рекомендації щодо забезпечення самостійної роботи студентів з дисципліни «Етика ділового спілкування» (для бакалаврів, сипеціалістів). – К.: МАУП, 2008. – 30 с.
7. Кузьмінський А.І., Омелянко В.Л. Педагогіка родинного виховання. – К.: «Знання», 2006.
8. Лефевр В.А. Алгебра совести. – М., Когито-Центр, 2003.
9. План розвитку країни / За ред. І. Богословської, І. Дідковського, О. Чалого // http://www.viche.org.ua/planrus
10. Разумцева Г. І. Морально-етичні погляди українського народу за фольклорними джерелами: аксіологічний аспект. Автореф. дис… канд. філософ. Наук. ― К.: 2004.
11. Харрисон Дж. и др. Биология человека. – М.: Мир, 1979. – 240 с.
12. Янів В. Нариси до історії української етнопсихології. – К., 2006.

1. Кузьмінський А.І., Омелянко В.Л. Педагогіка родинного виховання. – К.: «Знання», 2006. С. 12. [↑](#footnote-ref-1)
2. Разумцева Г. І. Морально-етичні погляди українського народу за фольклорними джерелами: аксіологічний аспект. Автореф. дис… канд. філософ. Наук. ― К.: 2004. [↑](#footnote-ref-2)
3. Землюк В. Етнопсихологічні й етнополітичні особливості ідентичності українців / Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім.І.Ф.Кураса НАН України: Збірник наукових праць. – К., 2007. Вип. 34. С. 107. [↑](#footnote-ref-3)
4. Янів В. Нариси до історії української етнопсихології. – К., 2006. – С. 128-129. [↑](#footnote-ref-4)
5. Лефевр В.А. Алгебра совести. — М., Когито-Центр, 2003. С. 58-61. [↑](#footnote-ref-5)
6. Харрисон Дж. и др. Биология человека. — М.: Мир, 1979. С. 79. [↑](#footnote-ref-6)
7. Бондаренко О.В. Українська економічна ментальність: соціально-філософський аналіз. Автореф… доктора філософ. наук. ― К., 2008. С. 20. [↑](#footnote-ref-7)
8. Богдан С.К. Мовний етикет українців: традиції і сучасність. — К.: Рідна мова, 1998. [↑](#footnote-ref-8)
9. Бродська О. Ділова етика в українському бізнес-суспільстві // Персонал, № 5, 2006. С. 34. [↑](#footnote-ref-9)
10. Кубрак О.В. Етика ділового та повсякденного спілкування. — Суми: ВТД «Університетська книга», 2002. [↑](#footnote-ref-10)
11. Бродська О. Ділова етика в українському бізнес-суспільстві // Персонал, № 5, 2006. С. 34―36. [↑](#footnote-ref-11)
12. Бондаренко О.В. Українська економічна ментальність: соціально-філософський аналіз. Автореф… доктора філософ. наук. ― К., 2008. С. 21. [↑](#footnote-ref-12)