

ББК 60.524.251+60.027+60.028,13

T52

УДК 316.647.5+172.3

Рекомендовано до друку вченою радою університету,  
протокол №1, від 31 серпня 2007 року.

За повного або часткового відтворення матеріалів цього  
видання посилення на нього обов'язкове.

Висловлені у виданні думки належать виключно авторам.

Редакційна колегія:

*В.О. Бакальчук*

*М.А. Козловець*

*В.С. Крисаченко*

*Л.І. Мазука*

*П.Ю. Саух (керівник)*

T52

**Толерантність як соціогуманітарна проблема сучасності:  
Матеріали засідання "круглого столу" від 29 травня 2007 р. / За  
заг. ред. П.Ю. Сауха – Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2007. –  
124 с.**

У виступах учасників "круглого столу" розглянуті філософські аспекти проблеми толерантності, історичні корені проблем полікультурності та формування якостей толерантності в умовах глобалізованого світу, механізми толерантного спілкування і взаємодії в контексті міжкультурної та внутрішньокультурної комунікацій, а також висвітлені різноманітні форми прояву толерантності та інтолерантності в соціокультурному просторі сучасного українського суспільства.

**60.524.251+60.027+60.028,13**

© Житомирський державний університет  
імені Івана Франка

**МАСЛОВСЬКА Людмила Цезарівна**

*доктор економічних наук, професор*

*Житомирського державного*

*університету імені Івана Франка*

### **Толерантність у контексті соціальної регуляції бізнесу**

Проблема толерантності у сучасному суспільстві проектується на дедалі нові явища суспільного буття, у тому числі на бізнес. Та частина соціуму, яка формує свою ділову кар'єру, характеризується такою рисою як проактивність. Саме ця риса викликає найчастіше неприйняття, осуд, а, інколи, і ворожість збоку соціуму.

Проактивність, успішність та високоефективність ділової людини є проявами моральної поведінки, яка забезпечується моральними мотивами, найважливішими серед яких є прагматизм, незалежність, самореалізація. Це, як правило, спричинює нетерпимість до успіхів та особистісних чеснот ділових людей збоку тієї частини соціуму, яка перебуває під впливом старих стереотипів "всезагальної рівності", а також тих верств населення, які перебувають від них на значній соціальній дистанції. Разом з тим, у світі цивілізованого бізнесу невід'ємним мотивом є відповідність суб'єктивної поведінки інтересам соціального цілого.

Проблема толерантності у бізнесі потребує особливої уваги, оскільки свідомість сучасних вітчизняних підприємців заломлена на прагматизмі, цінності минулого – девальвовані, майбутнього – невизначені, а цінності ринкових відносин – ґрунтовно не привиті.

У працях ряду авторів (А. Шатільє, К. Адамецького, А. Файоль, М. Мартін та ін.) розроблена теорія свідомої і навмисної діяльності людини з точки зору її цілераціональної організації та результативності, відомої під назвою "праксеологія". Предмет праксеології найбільш вдало сформульований Ж. Гостеле: *практична майстерність*. У діяльності так званого загального характеру ділова людина намагається якомога швидше і точніше реалізувати

поставлене завдання, досягти мети з найменшими витратами і будь-яким способом, тобто не опікуючись етичними оцінками.

А конкретна діяльність – праксеологія – має враховувати моральні обов'язки. Загальну теорію праксеології, як теорію досконалості практичних дій започаткував Т. Котарвінський. У цій теорії є чимало положень, які стосуються діяльності у сфері бізнесу: мотиви і стимули, мета дії, позиція практичного реаліста, планування дії формулювання цілей, непередбачені наслідки, посідання кращої позиції тощо.

Зміст соціальної прагматики, її орієнтації на реальні факти, конкретні вчинки і дії, спрямовані на одержання користі, вигоди, успіху, водночас, не позбавляє її етичного змісту. Саме за таких умов може існувати толерантність суспільства щодо функціонування бізнесу.

Поєднання економічної і соціальної ефективності бізнесу – це той оптимум, який забезпечує толерантність. Загалом, толерантність є ознакою впевненості у собі, усвідомлення надійності власних позицій, виявом відкритої для всіх ідейної течії, яка не побоюється порівнянь з іншими, не уникає духовної конкуренції.

У контексті зазначеного варто окреслити принаймні три найбільш імовірні "вузли" виникнення суперечностей і проявів нетерпимості.

1. *Проблема культури підприємництва, бізнесу та його дійових осіб* набуває дедалі більшого соціального значення. Не випадково на XX Всесвітньому філософському конгресі (США, 1998 р.) серед важливих проблем сучасності розглядались і питання гуманістичної значущості економічної діяльності.

Спираючись на загальнокультурні принципи поваги прав і свобод незалежного індивіда, етика "здорового" підприємництва орієнтована не лише на добродійність, культурне меценатство, спонсорство, але і формує в бізнес-середовищі потребу у цьому, сприяючи утвердженню в суспільному житті норм солідарності, взаємоповаги, толерантності, соціального партнерства. У сучасній практиці існують окремі паростки "олюднення бізнесу" (пожертви на будівництво об'єктів культурного призначення, дитячим будинкам, виправним установам, фінансування будівництва культових споруд, меншою мірою – піклування про сільські школи, бібліотеки, дитячі лікарні, людей похилого віку тощо). Ці акти заслуговують соціальної симпатії. Проте, такого роду добродійність носить, переважно,

"крикливий", показний характер. Вона не вичерпує змісту поняття *корпоративної соціальної відповідальності бізнесу*.

2. Друга проблема – це *взаємна терпимість до особливостей характеру керівників та персоналу у підприємницьких структурах*. Існують значні відмінності у їх життєвому досвіді, соціальному статусі, способі життя, рівні освіти, поглядах та звичках. Не секрет, що в сучасному вітчизняному бізнесі діє принцип "ситий голодного не розуміє", не використовуються соціальні стимули, несформованою є корпоративна культура та відповідність внутрішньогруповим вимогам.

Толерантно-контактна діяльність бізнесових організацій значною мірою опосередкована їх *морально-психологічним кліматом*. Соціальна напруга виникає в результаті неузгодженості потреб та інтересів, ціннісних орієнтацій і установок, норм і традицій колективу. Корекцію соціально-психологічного іміджу підприємства (фірми) можна здійснити через різноманітні моделі патерналізму, соціального партнерства.

Толерантна ефективність соціальної регуляції бізнесу зумовлена рядом параметрів: статусом, належністю до певної соціальної групи (в маргінальних верствах – соціальна дистанція), культурою персоналу і стилем управління, конкуруючими ідеями і особистими якостями підприємців, сучасними технологіями управління і толерантною організацією праці, ефективними діловими стосунками між різними групами працівників та ін. "Спекулятивна культура" підприємництва (операції з цінними паперами, замість виробництва, якість, податкові "ігри").

3. Третя проблема – *толерантні стосунки влади і бізнесу*. Недосконале правове регулювання, податковий тиск. Державне сприйняття розвитку підприємництва лише декларується і перебуває на рівні політичних гасел, реальне економічне життя обплутане обмежувальними ланцюгами. Це спричиняє протидію з боку бізнесу, розвиток "тіньової економіки", створює кримінальну ситуацію у світі бізнесу, породжує нетерпиме ставлення малоїмущих верств населення.

Слід зазначити, що толерантність має мати певні розумні межі: вона не повинна перетворюватись у байдужість до антисоціальних та антидержавницьких проявів бізнесу, з одного боку, та ворожість, нетерпимість, з іншого. Балансиром у цьому має стати формування законів толерантності, розробка яких – справа сучасної науки.