

## **Кәсіпкерлік мәдениет және нарықтық Құндылықтар**

Техногендік өркениет өзінің бітім-болмысында өзінің негіздерін үнемі өзгертуші қоғам ретінде анықталады. Мұнда адамның ең басты мақсаты табысты өзгертушілік әрекет болып саналады. Адамның практикалық әрекетінің ең қалаулы салаларына бизнес пен кәсіпкерлік жатқызылады.

Қазіргі әлемде адам өзінің адамгершілік позициясын көбіне жоғары іскерлікпен, қоғамдық құндылықтарға үлес қосатындай өз еңбегінің нәтижесінен көруге ұмтылады. Тіпті ол жеке тұрғыдан алғанда дәстүрлі этикаға сәйкес жағымды қылықтарға жатпайтын құндылықтарды өзіне бекіте алады, басқаша айтқанда, ол қызғаншақ, арсыз, зұлым адам болғанымен, өте жақсы маман болуы мүмкін. Жиырмамыншы ғасырда нарықтық құндылықтар алдыңғы орынға көтеріледі.

Этиканың адамгершілік және еркіндікті дұрыс пайдалану туралы ілім екендігі белгілі. Қатаң утилитаристік ойлаудың құрсауындағы адамдардың пайымдауынша, қоғам мақсаты тек пайда табу болып табылатын адамдардың әлеуметтік бірлестігі және қоғамдағы әрбір адамның жағдайы оның нені иемденетіндігімен бағаланады. Мұндай қоғамда, әрине, моральға орын жоқ, өйткені мораль көп жағдайда саналы түрде шектелуді талап етеді. Дегенмен этикалық әрекет бүгінгі демократиялық қоғамның өміріне енуге тиіс жаңа гуманизмнің құрамдас бөлігі.

Кәсіпкерліктің "өсиеттері" негізіндегі құндылықтың бағдарларды әдетте прагматикалық құндылықтар деп атайды. Бұрынғы кеңес адамдарына тән бұқаралық санада моральдық тұрғыда теріс қабылданады. Дегенмен прагматизмде алдына мақсат қоя алатын және адамдармен өзара байланыса отырып, нақтылық пен жағдайларды өзгерте отырып, мақсатын іске асыра алатын белсенді, іскер адамдарға қойылатын талаптар кездеседі.

Кейде пайда мен табыс табуға бағдар ұстанған сананың типін "реалистік" сана деп атайды. Мұндай адамда белсенділік, бастамашылдық, шешім қабылдаушылық сияқты маңызды қасиеттер болады. Кәсіпкерлік пен бәсекелестікте осы қасиеттермен қоса тұлға автономиясы, мақсаттылық пен еркіндік орын алады. "Басқа үшін емес, өзім үшін өмір сүргім келеді" деген формула прагматикалық дүниетанымның өзегін құрайды. Алайда эгоистік сананың манифестациясына жақындау бұл ойды былайша түзетуге болар еді: "Бағынышты болып қызмет еткім келмейді, өз-өзіме қожа болғым келеді. Егер шығыс данышпанының тәуелсіздігі өзін тыю мен шектеуге негізделсе, ал бизнесменнің тәуелсіздігі иемденуге, байлықты көбейтуге негізделеді. Бұл капиталдың (ақшаның) барлық нәрсеге айналу қабілетінің арқасында орындалады.

Құндылықтар мен нарық арақатынасын қарастырғанда қазіргі заманғы ірі психоаналитик ойшыл Э. Фроммның персонификациялық типологиясын келтіру орынды. Ол адамдардың құндылықтық бағдарын екіге бөледі: жемісті және жемісті емес. Бұл жерде берілген ұғымдарды жекелеген

индивидтердің мінез-құлқын сипаттау емес, "идеалды типтер" деп түсіну қажет. Әдетте әрбір тұлғаның бойындағы мінез бұл бағдарлардың әрқайсының да жиынтығын білдіреді, бірақ оның біреуі басым болып келеді.

Жемісті емес бағдарлардың өзі рецептивті, қанаушы, үнемшіл және нарықтық деп бөлінеді. [1]. Рецептивті бағдардағы адам барлық игіліктің көзі сыртта деп есептейді. Ол барлық игілікті мейлі материалды құндылық, махаббат, білім, ләззат және т.б. болсын оны сыртқы көзден алуға ұмтылады. Ол үшін ең бастысы өзің сүйгеннен гөрі сүйікті болу. Олар тек беделділерге, қамқоршыларға ғана емес, қолдау көрсете алатын кез-келген адамға бағынышты. Бұл бағдардың өкілдері бизнес саласында әлсіз, өйткені тәуелді әрі батыл емес. Олардың дүниетанымы өмірге және оның сыйына деген сенімділікпен ерекшеленгенімен, күн-көріс көзі жойылған кезде олар асып-сасып, алаңдаушылыққа ұрынады.

Қанаушы бағдар барлық игіліктің көзі сыртта және өзім еш нәрсе өндіре алмаймын деген пайымдауымен рецептивті бағдарға ұқсайды. Ал одан айырмашылығы, қанаушы тип өзгелерден сыйлық алуға үміттенбейді, қалаған нәрсесін күшпен тартып немесе алдау арқылы алады. Оған үнемі өзінің жасаған затынан өзгелердікі жақсы болып көрінеді және әрбір адамды ол пайдалылық бойынша бағалап, оны қанаудың объекті ретінде қарастырады.

Үнемшіл бағдардағы адамдар сыртқы әлемнен жаңа нәрсе аламын деп үміттенбейді, өзінің қауіпсіздігін сараңдық пен үнемшілдік арқылы бекітеді, ал шығынды қауіп-қатер деп қабылдайды. Олар өзін қорғаныс дуалмен қоршап алады да өздерінің басты мақсаты барынша көп үйге тасу және барынша аз сыртқа шығару деп ойлайды. Олар барлық өмірлік субстанциялардың өзін-өзі толтыру функциясымен қамтамасыз етілген белсенділік пен күш жұмсаудың энергияны арттырып, ал инерттіліктің оны жоятынын түсінбейді. Шығармашылық актын олар естігенімен, оған сенбейді. Бұл типтегі адамдардың девизи: "Күннің астында жаңа ешнәрсе жоқ", "Менікі - бұл менікі, ал сенікі - бұл сенікі".

Нарықтың бағдардың басымдылық ала бастағаны тек қазіргі кезеңде іске асты. Нарықтық қатынастар қазіргі қоғамның қызмет етуі мен дамуының негізі болып табылады. Сондықтан нарықтық құндылықтық бағдарды "нарықтың" экономикалық ұғымымен шатастырмау қажет. Құндылықтың нарықтық ұғымы, айырбас құндылығының пайдалы құндылықтан үстемдігіне алып келді және бұл аламдарға, оның ішінде адамның өз-өзіне қатынасында да осы құндылықтық түсінікті енгізді. Дүниетанымы бойынша өзін тауар, ал өз құндылығын айырбас ретінде қабылдайтын мінез-құлық нарықтық бағдар деп аталады.

Соңғы онжылдықтарда "тұлғалық нарық" деген құбылыс айқын байқалады, ондағы бағалаудың принциптері тауарлы нарықтағымен бірдей: сатудың алдыңғы қатарына тұлға, онан кейін тауар шығарылады. Табыс адамның өзін рынокта қанша жақсыға сата білу қабілетіне бағынышты: оның сыртқы "қорабы" қаншалықты тартымды, қаншалықты ол мықты,

сенімді, белсенді, оның отбасы жағдайы қалай, ол қандай клубқа тиесілі, тиімді адамдармен таныстығы бар ма. Адам өзінің өмірі мен бақыты туралы бас қатырмайды, тек өтімді тауарға айналуын ғана ойлайды. Сапалы тауарға ұқсас адам да тұлға базарындағы сәнге сәйкес болуы керек. Ол үшін әрине тұлғаның қай түрінің сұранысы жоғары екендігін білуі тиіс. Мұндай үлгілердің картинасын күнделікті жарнама, газет-журнал, кино, теледидар және радио беріп отырады.

Қазіргі адам өзін сатушы және сатуға шығарылған тауар ретінде қабылдағандықтан оның өзін-өзі бағалауы оған бағынышты емес жағдайларға тәуелді болады. Егер ол экономикада үлгерсе - ол бағалы, ал егер үлгермесе - құнсыз.

Бұл бағдарлардың барлығының өмірде өз орны бар, олардың қайсысының басым жағдайға ие болуы индивидтің қай мәдени ортада өмір сүруіне де байланысты. Мысалы, қанаушы бағдар табиғи және адами ресурстарды тек өз еліңде ғана емес, басып кіруге күші жететін өзге елдерде де пайдаланған авторитарлық жүйелерде үстемдік етті. Олар күш көрсетудің құқығын ту етіп ұстап, әлсіз жеңіліп, күшті жеңеді деген табиғаттың заңын рационалдады: сүйіспеншілік пен тәртіптілікті әлсіздік деп атап, ақыл-ойды қорқақтардың ісі деп таныды.

Ал жемісті құндылықтық бағдар - бұл адамның өз бойындағы мүмкіншілігін іске асыру және өз күшін дұрыс бағытта пайдалану қабілеті болып табылады. Жемістілік адамның өзін жасампаз ретінде тануын білдіреді.

Нарықтық бағдарды жемісті құндылықтық бағдардан ажыратудың салыстырмалы сипатта екендігін ескеру қажет. Нарықтық бағдарды сынау, әдетте, жоғарғы этика тұрғысынан жүргізіледі. Нарықтық бағдар қалыпты нәтижелер беруі үшін оған қатысушылар белгілі бір жүріс-тұрыс ережелерін ұстануы тиіс. Жүріс-тұрыстың тек жалпы қағидалары ғана нарықтық тәртіпке біртұтастық бере алады. Табысқа жетудің аралас тәртібі жағдайында жүріс-тұрыс тәртібін өздерінің бейімделу қабілетін өсіретін жағына қарай өзгерте алған топтар ғана жетістікке жете алады. Бұл эволюцияның сипаты бірқалыпты болмайды, ол әртүрлі типтегі тәртіптердің арасындағы бәсекелестік өтетін салаларда өздерін үздіксіз "эксперименттеу", үнемі тәуекел ету мен қателесу процестерінің нәтижесінде қалыптасады. "Жүріс-тұрыс ережелерінің эволюциясы теп-тегіс өтпейді, өйткені оларды сақтайтын күштер ненің дұрыс немесе әділетті екендігі туралы қалыптасқан көзқарастармен қайшылыққа келген өзгерістерге жағдай жасамай, әдетте, керісінше қарсы тұрады [3]. Егер өркениет моральды бірте-бірте саналы түрде өзгертудің нәтижесінде қалыптасса, ал негізгі моральдық құндылықтардың қирауы нарықты сыбайлас жемқорлық пен қылмыс жайлаған ортаға әкелмей ме деген сұрақ туындайды. ТМД елдеріндегі нарық қалыптасуының нақты практикасы осыны дәлелдейтіндей. Жалпы алғанда, жеке мүдделердің өзара қарым-қатынасын реттейтін қатынастарға әділеттілік (жеке үлесіне қарай), теңдік

(кұқықтық), тұлға автономиясы, адам абыройы принциптері сақталынған әлеуметтік бірлестік моралы сәйкес келеді.

Әбдіраманова А.Т.  
Қорқыт Ата атындағы Қызылорда  
мемлекеттік университеті

### **ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ**

1. Фромм Э. Человек для себя. - М., 1992. - 337 с.
2. Ортега-и-Гассет. Эстетика. Философия культуры. - М., 1991. 56 с.
3. Хайек Ф. Пагубная самонадеянность. - М., 1992. - 116 с.