

**Л. В. Северин - Мрачковська, доцент,  
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені В. Гетьмана»  
Severin-Mrachkovska L.**

**СУСПІЛЬНО ЗОРІЄНТОВАНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО:  
СОЦІАЛЬНО-ФІЛОСОФСЬКИЙ АНАЛІЗ  
SOCIALLY ORIENTED ENTREPRENEURSHIP:  
SOCIAL AND PHILOSOPHICAL ANALYSIS**

«Предпринимать -...затѣвать, рѣшаться исполнить  
какое либо новое дѣло, приступать къ совершенью чего  
либо значительнаго...Предпримчивый ... - склонный,  
способный къ предпріятіямъ, крупнымъ оборотамъ;  
смѣлый, рѣшительный, отважный на дѣла этаго рода...  
Предприниматель, ...- предпринявшій что либо»[1].

Проблема підприємництва, яка є багатогранною та дискусійною, посідає чільне місце у соціально-філософській та економічній літературі. Зазначимо, що підприємництво, підприємницька діяльність (бізнес) виступають, насамперед, предметом дослідження економічної науки, яка враховує при цьому закони, що регулюють виробництво, розподіл та обмін продуктів. Економічний підхід до осмислення проблеми підприємництва, який протягом тривалого часу був панівним у вітчизняній науці, яскраво виражений у роботах таких учених, як: Галагана А.А., Глуценка Є.В., Капцова А.І. та інших.

У зв'язку зі становленням на рубежі 80-90-х років ХХ ст. верстви вітчизняних підприємців з'являються роботи, присвячені дослідженню історичних передумов зародження підприємництва в СРСР (О.О.Динкін, А.Р.Стерлін, І.В.Тулін та інші), технічних аспектів організації підприємницької діяльності, наприклад, питання корпоративної розвідки, комерційної інформації (В.І.Ярочкін, Я.В.Бузанова). Проблеми підприємницької діяльності в Україні стають предметом аналізу В.М. Гончарова, В.М.Тісунової, В.М.Ворони.

Питання взаємозв'язку держави та підприємництва аналізуються Корнаї Я., Матвієнком В.П., Карпіщенком Т.О., Ільяшенком К.В., Денисовим Б.А., Осиповим Ю.М., Чекмарьовим В.В., Портером М., Радаєвим В.В., Лібманом О.М., Буніним І., Грошевим І., Князєвим Ю., Бутенком О.І., Ягорлицьким В.О. У працях Мізеса Л., фон, Хайєка Фр.Авг., фон, Верхана Петера Х., Портера М., Осипова Ю.М., Солопа А. отримує розробку проблема економічної свободи та конкурентних відносин у сфері підприємництва. Соціальне партнерство як модель цивілізованих відносин між державою, підприємництвом та найманим працівником стає предметом дослідження Перегудова С., Зудіна О., Семененка І., Лагутіна В.

Психологічні аспекти бізнесу осмислюються Ніазашвілі А.Г., Хащенком В.А., Чекмарьовим В.В. та іншими. Так, зокрема, мотивація підприємницької діяльності виступає предметом аналізу Сороки І.В., Донця Л.І.; механізми підвищення ефективності підприємницької діяльності - Сенішиної Л.О. та Жулавського О.Ю.

Якщо в економічній теорії підприємницька діяльність вивчається з технократичної точки зору, тобто, з точки зору її ефективності, прибутковості, то можна й потрібно говорити, на нашу думку, про її вивчення з позиції впливу на гуманістичне удосконалення людини. Адже, підприємництво створює засоби та умови для удосконалення життєдіяльності людини, розвитку її творчого потенціалу. Так, філософські засади підприємництва висвітлюються, здебільшого, у працях Осипова Ю.М., Смирнової О.Є., Глуценка Є.В., Капцова А.І., Тихонравова Ю.В., Сухаревої Н.І. Питання культури підприємництва перебувають у центрі уваги Макеєвої В.Г., Агапової І.І., Карнапа Я., Рюттінгера Р., Щербини В.Ф., Багриновського К.О., Бендікова М.О., Ісаєвої М.Н., Хрустальова Є.Ю., Прутської О. та інших, які, внаслідок того, що поняттю “культура” в економічній теорії традиційно відводилася незначна роль, використовують інтердисциплінарні розробки, насамперед, зі сфери етнографії, антропології, соціології та психології. Етика ділових стосунків досліджується

Кадзумою Татеісі, Васильєвим В.С., Козловською С.Н., Родіоновою Г.О., Шіхіревим П.М., Динкіним О.О., Стерліним А.Р., Туліним І.В., Палехою Ю.І., Чмутом Т.К., Чайкою Л.Г. Філософські аспекти управління цікавлять Мартиненка В.П., Антипіну М.С., Єкатеринославського Ю.Ю., Красовського Ю.Д., Якокку Лі, Друкера П.Ф., Дункана Дж., Пітерса Т., Уоттермена Р., Файоля А., Емерсона Г., Тейлора Ф., Форда Г. та інших.

Останнім часом у вітчизняній та зарубіжній науці з'являється все більше досліджень, що засвідчують вплив на поведінку "економічної людини" соціокультурного чинника, який так чи інакше відображається на ставленні людини до праці, схильності до тих чи інших форм підприємницької діяльності (Макеева В.Г., Ріх А., Гайдєнко П.П., Карнап Я. та інші). Меценатство як соціальне явище є предметом дослідження таких російських учених, як Свєрдлової А.Л. і Тазьміна Ю.М. Історія російського меценатства, зокрема, є об'єктом наукового інтересу для Думової Н.Г., Лопухіної О.М., Мінченкова Я.Д., Молчанова В.Ф., Четверікова Г.М., Аронова А.А., Боханова А.М. та інших. Духовно-моральнісні та соціальні мотиви меценатства стають предметом аналізу Астахової Н.В., Прохорова В.П. та інших.

Проблеми екологічного підприємництва досліджуються Крутяковою В.І., Жулавським О.Ю., Мельником Л.Г., Скоковим С.О., Ем. Буном та іншими. Соціально-екологічна мотивація підприємницької діяльності детально аналізується Зайдфудімом П.Х. та Газізуллінім Н.Ф. Питання соціальної екології та екологічної етики, які є дотичними до проблеми підприємницької діяльності, висвітлюють Маркович Д.Ж., Жуков В.І., Бганба-Церера В.Р., Михайлюк С.А., Павлова Т.М., М. Голубець, В. Навроцький, Р. Атфілд, Б.Каллікот, Л.Уайт та інші.

Проте, на жаль, на тлі жвавого інтересу до проблеми підприємництва, яке ми спостерігаємо в останні десятиліття як у вітчизняній, так і зарубіжній науці, дослідження феномену соціально зорієнтованого підприємництва залишається не повною мірою актуалізованим. Дана наукова стаття якраз і присвячена аналізу

зазначеного вище феномену, насамперед, крізь призму соціально-філософського аналізу.

Успіх діяльності підприємця, могутньої корпорації, на нашу думку, визначається багатьма чинниками і, зокрема, взаємозв'язком типу: «підприємець – суспільство», інакше кажучи, мірою відповідальності підприємця перед суспільством, громадськістю. Тому підприємницька діяльність, на наше глибоке переконання, має бути організованою та провадженою з урахуванням не лише приватних економічних інтересів, а й інтересів та потреб суспільства, наслідки її мають бути позитивними для нього; тобто, вона має бути соціально зорієнтованою.

На наш погляд, пріоритетними напрямками соціально зорієнтованої діяльності підприємництва є: практика доброчинності та меценатства, участь у відродженні депресивних регіонів та розвиток екологічного підприємництва.

Як зазначалося вище, діловий успіх підприємця визначається не лише «субстанцією прибутку», а й виникненням «економічного альтруїзму», що полягає в безкорисливому служінні людям, суспільству. Тому з давніх часів підприємці, купці та промисловці намагалися досягти суспільного визнання за допомогою «позаекономічних» дій, що користувалися б у суспільстві високим престижем. Так виникла концепція «служіння бізнеса суспільству», початковими формами якої були доброчинність і меценатство.

На нашу думку, існують декілька чинників виникнення та розвитку практики доброчинності та меценатства, яка має глибокі історичні корені[2]. По-перше, суто суб'єктивний чинник, пов'язаний, з одного боку, із прагненням верстви купців та промисловців задовольнити власні марнославство та амбіції; з іншого, з особистісним устремлінням підприємця виправдати, з моральнісних позицій, найману працю, свій достаток та діяльність по його накопиченню. Адже, у прагненні до багатства та мирського успіху завжди прихована можливість порушення моральних заповідей (у цьому православ'я слідує установкам раннього християнства).

Одним із перших видів доброчинності, що був широко поширеним до XIX століття, було пожертвування «хворим та убогим». Підприємцями виділялися кошти на будівництво притулків, лікарень, богаділень тощо. Багато хто з видатних підприємців були глибоко віруючими людьми і вважали шляхетною та необхідною справою у власній життєвій практиці дотримуватися норм християнської етики та моралі, які навчають милосердю та співчуттю. Концентруючи великі кошти, що отримувалися від успішної підприємницької діяльності, промисловці, купці, банкіри використовували їх із великою щедрістю та великодушністю як пожертвування на храм. Поступово ідея доброчинності з релігійно-моральних мотивів поступилася місцем ідеї служіння суспільним інтересам.

По-друге, політичний чинник. На мотивацію поведінки підприємців суттєвий вплив здійснює дух державності. Так, зокрема, свого часу на теренах Російської імперії була сильно розвинута «ідеологія служіння», ідеями якої були пройняті всі тогочасні суспільні верстви. В цьому контексті для нас є показовими слова відомого текстильного фабриканта та творця всесвітньо відомої картинної галереї П.М. Третьякова про те, що він прагнув «...наживати для того, щоб нажите від суспільства повернулося також у суспільство (народ) у якихось корисних установах»[3]. Тому не дивно, що багато підприємців залишилися в історичній пам'яті, насамперед, як відомі меценати, а не лише як організатори виробництва.

По-третє, соціальний чинник. Доброчинність та меценатство, почасти, сприяли зменшенню соціальної напруги в суспільстві, що породжувалася розвитком бізнесу. Зазначимо, що в цьому аспекті доля російських підприємців є особливо повчальною, оскільки, зробивши багато корисного для розвитку вітчизняної культури, вони не приділяли, зазвичай, достатньої уваги соціальному захисту населення.

Лише наприкінці XIX– початку XX століття промисловці усвідомили ключову роль працівника на виробництві й для того, щоб мати кваліфікований персонал, здатний оволодіти новою технікою та новітніми методами провадження

господарства в умовах зростаючої ринкової конкуренції, почали брати участь у розвитку освіти та культури. Звідси – відрахунки на школи, училища, університети. Наприклад, до революції 1917 року на фабриках таких російських підприємців, як Коновалова, Прохорова, робітники мали соціальні блага (лікарні, школи, пільги)[4], які у країнах Західної Європи отримали поширення лише у другій половині ХХ століття.

Сучасні вітчизняні та зарубіжні підприємці (Р.Ахметов, сім'я Пінчуків, О.Фельдман, В.Співаков, Б.Гейтс, Г.Форд, Дж.Кларк, Дж.Сорос та інші), здійснюючи конкретні кроки по активізації своєї діяльності в суспільному житті, відроджують практику меценатства та доброчинності. Лише такі факти: власник та засновник фірми Microsoft Б.Гейтс на початку 2012 року пожертвував Всесвітньому фонду з боротьби зі СНІДом, туберкульозом та малярією 750 мільйонів доларів США[5]; Джеймс Кларк, один із засновників Netscape Communications, у період з 1999 по 2001 роки подарував 90 мільйонів доларів США на створення біомедичного інженерного центру[6].

В Україні упродовж 2011 року Благодійний фонд «Розвиток України», що фінансується виключно власником корпорації СКМ Р.Ахметовим, реалізував 110,3 мільйонів гривень на програми, спрямовані, зокрема, на підтримку національного усиновлення, боротьбу з туберкульозом у Донецькій області, лікування та діагностику онкозахворювань, будівництво центру для дітей із вродженою вадою серця; Фонд Віктора Пінчука профінансував на 167,1 мільйонів гривень програми, спрямовані на створення неонатальних центрів для новонароджених, підтримку талановитої молоді щомісячними стипендіями, розвиток сучасного мистецтва в Україні[7]. Журнал «Кореспондент», визначивши десять головних приватних філантропів України, підрахував, що ці люди віддали на благодійність лише за 2011 рік більше півмільярда гривень[8].

Отже, найбільш далекоглядні та освічені підприємці здавна й дотепер сприймають доброчинність як довгострокове капіталовкладення на соціальні потреби суспільства, демонструючи, таким чином, цивілізований професійний

підхід до вирішення актуальних соціально-економічних проблем. То був і є, на наш погляд, не абстрактний гуманізм, а усвідомлення необхідності орієнтуватися в економічній діяльності на високі моральні цінності.

Меценатство та добродійність, таким чином, виступають найбільш поширеним видом спрямування матеріальних ресурсів на вирішення соціальних проблем - соціального інвестування заможних людей. І чи не є доцільним створити механізм, який робив би добродійні вчинки престижними? Головна роль у формуванні такого механізму відводиться, безумовно, державі.

Якщо говорити про український досвід на цьому шляху, то практика засвідчує, що знищення пільг, необхідність сплачувати податки із добродійних коштів зумовлює згорання діяльності добродійних організацій, зниження активності підприємств та комерційних структур, які жертвують кошти на добродійні цілі, адже знижується рівень їх стимулювання[9]. Ми глибоко переконані, що держава має побачити в підприємцях-спонсорах, меценатах, добродійних фондах своїх партнерів у вирішенні соціальних проблем. Для цього необхідна, насамперед, законодавча база, яка б зняла перешкоди на шляху добродійності. Можливо, потрібна також масштабна програма координації дій уряду та меценатів, добродійних організацій. Інакше кажучи, добродійність має стати серйозним чинником соціальної політики нашої країни і, водночас, престижною, шляхетною справою для підприємців.

Важливим напрямком діяльності сучасного підприємництва, як вітчизняного, так і зарубіжного, є підтримка депресивних регіонів країни - «вимираючих» містечок та передмість (так званих, «старих міст» [10]), для яких є характерними значне зменшення чисельності населення та занепад економічної активності. Вимирання багатьох малих міст – мономіст, виробництва в яких стають нерентабельними та закриваються, відбувається в результаті міграції населення та його концентрації навколо мегаполісів, що є зосередженням автодорожніх, залізничних та інформаційних комунікацій. «Раніше мале місто було, як наче, транзитною станцією, особливо для останніх поколінь,... для

переїзду у великі міста. Навкруги якогось заводу створювалось мале місто. Люди приїздили туди із села, їх діти ставали міськими жителями й жили за законами міського життя. Мале місто було стартовою площадкою, яка давала в майбутньому можливість міграції по різним каналам – комсомольським, партійним, профспілковим, каналам навчання, отримання вищої освіти, що орієнтували жителів малих міст, особливо їх дітей, на міграцію у великі міста, закріплюючи їх перехід у міські жителі. Сьогодні ці канали перекриті. Малі міста стали своєрідними пастками. У малих містах проблематично отримати вищу освіту, а отримавши її, складно знайти відповідну роботу, оскільки це моноград та моновиробництво. За таких обставин люди, здебільшого, намагаються, минаючи райцентри, малі міста, виїздити зразу до обласного центру або столиці. Тому багато малих міст у результаті міграції втрачають найбільш активний прошарок населення й починають поступово замикатися на собі»[11].

Підприємництво спрямовує на фінансування соціальної сфери у депресивних регіонах значні кошти, підтримуючи дороги, школи, дитсадки. У Російській Федерації, наприклад, «насьогодні бізнес витрачає на усі соціальні ініціативи 17% прибутку, особливо в мономістах... І треба розуміти, що ці 17 % ми вилучили із інвестицій, відібрали від зростання економіки», - зазначає О. Нецадін[12].

На нашу думку, соціальна функція підприємництва в депресивних регіонах країни була б більш активною та масштабною за умови сприяння підприємницькій діяльності з боку держави. Найбільш перспективний шлях подолання проблем депресивних регіонів, на наше глибоке переконання, - це консолідація зусиль державної влади та бізнесу, своєрідний «договір» між ними. Держава мусить сказати підприємцям: ми знімемо певні обмеження (насамперед, послаблення податкового тягара), а, натомість, ви мусите виконати певні зобов'язання (наприклад, створити нові робочі місця, зробити інвестиції у людський чинник, модернізувати виробництво тощо). Результат реалізації такого підходу в соціально-економічній політиці - очевидний: економічне зростання,



покращення якості життя людини. Адже, і бізнес, і держава мають спільну мету – зростання економічного добробуту людей; вони мають бути не антиподами, а партнерами у справі розбудови економіки країни.

Таким чином, без стабільного економічного розвитку, що забезпечується конструктивною взаємодією держави (уряду) та підприємництва, говорити про відродження депресивних регіонів, наповнення держбюджету важко. Соціальні ініціативи бізнесу мають заохочуватися державою, а соціально орієнтована діяльність підприємництва має набути в очах суспільства престижності та поваги.

У подоланні проблем депресивних міст та регіонів, на нашу думку, є цінним зарубіжний досвід. Нам імпонує думка авторитетного американського вченого Майкла Е. Портера про те, що «...Міцна економічна база дійсно може бути створена у старому місті, проте вона має бути створена саме так, як це відбувається у всіх інших місцях: за рахунок приватних ініціатив, пов'язаних з можливістю отримання прибутку, а також інвестицій, ґрунтованих на особистому економічному інтересі, й наявності справжньої конкурентної переваги – а зовсім не за допомогою штучних стимулів, благочинності й урядових розпоряджень»[13].

Отже, на наше глибоке переконання, успішне подолання проблем, пов'язаних із зайнятістю населення в безперспективних містах, що породжують не лише бідність, а й велику кількість соціальних «хвороб» (наркоманію, злочинність, суїцид) можливе, насамперед, за участю підприємництва, що здатне виявити конкурентні переваги депресивного регіону і шляхом вливання приватних інвестицій, виваженої економічної стратегії та сприятливої урядової політики, «реанімувати» у ньому економіку, а, отже, дати нові робочі місця людям, забезпечити додаткові надходження до державної казни, вирішити низку гострих соціальних проблем. Щодо «старих міст» необхідно застосувати «стратегію сприяння створенню багатства»[14], вирішувати їх проблеми з позицій економічного підходу, а не соціального.

Важливий аспект діяльності бізнесу - участь у розв'язанні проблеми збереження довкілля. Низка природоохоронних проблем, якщо їх не вирішити, створить суттєву загрозу процесу сталого розвитку не лише окремо взятих країн, а світу загалом. Тому справа честі, громадський та державний обов'язок підприємництва взяти безпосередню участь у їх вирішенні. Саме така думка є провідною в доповіді про світовий розвиток за 1999/2000 роки: «...зміни, які зараз вже відбуваються у світі, великою мірою посилять значення глобальних та місцевих інститутів»[15], до яких відноситься, зокрема, й підприємство. Й, оскільки наразі держава володіє досить обмеженими ресурсами по вирішенню екологічних проблем, ініціатива має виходити саме від приватного сектора, підприємництва. Стратегічно важливими напрямками діяльності бізнесу у природоохоронній сфері, на нашу думку, є:

- по-перше, виробництво екологічно безпечних засобів альтернативної енергетики (сонячних батарей, вітряків та ін.);
- по-друге, застосування екологічно безпечних методів виробництва, реалізація заходів по подоланню забруднення оточуючого природного середовища внаслідок виробництва;
- по-третє, реалізація практики ресурсозбереження – одного із провідних напрямків екологічної політики сучасного підприємництва;
- по-четверте, активізація взаємодії з розробниками інноваційної науково-технічної продукції, яка дозволить на практиці застосувати ресурсозберігаючі технології, екологічні види сировини, матеріалів і палива, обладнання природоохоронного призначення;
- по-п'яте, ініціювання та проведення природоохоронних заходів, наприклад, здійснення моніторингу оточуючого середовища;
- по-шосте, організація співпраці з громадськістю, що передбачає, зокрема, патрунування приватними компаніями міського водопостачання, опотлення, збору та утилізації відходів, зелених насаджень;

- по-сьоме, організація благодійної діяльності з метою подолання назрілих проблем у сфері екології;

- по-восьме, екологізація відносин підприємства зі споживачами продукції, що передбачає, з одного боку, стимулювання пропозиції на екологічні товари та послуги; з іншого, формування у споживачів, так би мовити, гарного «смаку» - економічних потреб та інтересів, орієнтованих на високі екологічні стандарти;

- по-дев'яте, участь у формуванні активно діючого екологічного «лоббі» у органах державної влади, що виражатиметься: - в ініціюванні та прийнятті відповідних законодавчих актів, законів тощо, реалізація яких на практиці дозволить, хоча б, почасти, вирішити наявні екологічні проблеми та унеможливити виникнення нових; - у створенні нових екологічних програм та забезпеченні їх фінансування як державою, так і підприємництвом;

Зазначені вище напрямки діяльності підприємства у природоохоронній сфері відображають його екологічну стратегію, основною метою якої є «захист та попередження забруднення оточуючого середовища, що створює передумови для сталого соціально-економічного розвитку»[16].

Нам імпонує позиція В.І. Крутякової, яка вважає, що приватний сектор зацікавлений брати участь у фінансуванні проектів по наданню екологічних послуг лише тоді, коли вони надійно забезпечують йому отримання прибутку. Відповідно, необхідно для участі підприємництва в природоохоронних проектах створювати сприятливі умови, насамперед, за рахунок реформи податків та формування сприятливого законодавчого поля для внутрішніх та зовнішніх інвесторів[17].

Отже, для успішного розвитку екологічного підприємництва необхідно «розумно поєднувати економічні інструменти (фінансовий ринок, кредитування тощо), добровільну діяльність ділових людей та командні, контролюючі функції законодавства»[18].

Важливим, на нашу думку, є усвідомлення того, що економічна та екологічна сфери життєдіяльності суспільства є тісно взаємопов'язаними. Стан

природного середовища впливає на економічну діяльність, визначає характер економічних процесів; водночас, економічні рішення чинять значний вплив на стан довкілля. Із провадженням активної державної природоохоронної політики, розвитком екологічного бізнесу стає можливим подолання «традиційної дилеми: «оточуюче середовище чи економіка» й перехід до можливості здійснити вибір: «оточуюче середовище та економіка» [19]. «...Зараз настав час для вибору іншої парадигми, з якою ми ввійдемо у наступне століття... Старші керівники, які виховувалися у часи, коли природоохоронне законодавство асоціювалося у багатьох із безкінечною судовою тяганиною, все частіше спостерігають, як заходи по захисту довкілля стають по-справжньому прибутковим бізнесом. Успішно діючі компанії заперечують застарілий підхід «або-або» і вибудовують свою діяльність на підґрунті економічної логіки, яка встановлює чіткий взаємозв'язок між довкіллям, продуктивністю ресурсів, інноваціями та конкурентноспроможністю», - зазначає М.Портер[20].

Екологічна детермінанта, таким чином, стає все більш відчутною в системі економіки, визначаючи перспективи її подальшого розвитку, і має посилюватися за рахунок активної участі підприємництва у природоохоронній діяльності.

Підсумовуючи зазначене вище, можна із впевненістю стверджувати, що відносини в межах ринкової економіки є досить багатограними. Індивід – суб'єкт господарської діяльності – може виступити у сфері ринкової економіки й як активно діючий підприємець (виробник товарів і послуг), і як споживач (клієнт, покупець), і як активний суб'єкт суспільних відносин (благочинник, меценат), і як об'єкт державного чи громадського регулювання. Проте, на наш погляд, у складному багатоманітті відносин та зв'язків, що формуються у ринковому середовищі, загалом можна виділити два рівні: мікрорівень (або горизонтальні ринкові зв'язки типу: «роботодавець (менеджер) – працівник», «підприємець – споживач (клієнт)», «підприємець – підприємець» та інші) та макрорівень (або вертикальні ринкові зв'язки типу: «підприємець – держава», «підприємець – суспільство»). Модель соціально зорієнтованого підприємництва

є важливим і необхідним елементом макрорівня ринкових зв'язків. Вона виступає найбільш перспективною формою побудови бізнес-діяльності у сучасному світі, оскільки сприяє цивілізованому перерозподілу матеріальних благ у суспільстві, зняттю соціальної напруги, вирішенню проблем довкілля. Водночас, формування та функціонування моделі соціально зорієнтованого підприємництва є яскравим прикладом прояву значного впливу моралі на економіку, її здатності впливати та визначати економічне буття людини.

1. Даль, В.И. Толковый словарь живого великорусского языка. В 4 т. –Т.3: П/Владимир Иванович Даль. -4-е изд., стереотип. –М.: Рус.яз.-Медиа, 2007. –С.388.
2. Історія зберегла знання про приклад індивідуальної філантропії, датований задовго до того, як Меценат – особа, наближена до римського імператора Августа (1 ст. до н.е.),- почав надавати безоплатно матеріальну допомогу із власних статків діячам мистецтва, поетам, зокрема, й чиім іменем почали пізніше називати його безкорисливих послідовників. Це - згадка про роздачу зерна голодуючим під час посухи, що знайдена в гробниці єгипетського фараона.
3. Боткина А. П.М.Третьяков в жизни и искусстве. –М.: Высш.шк., 1991. –С.252.
4. [www.okipr.ru](http://www.okipr.ru)
5. [rbc.ru](http://rbc.ru)
6. [news.stanford.edu](http://news.stanford.edu)
7. Кс. Карпенко. Искусство требует пожертвований // Корреспондент. 16 декабря 2011.
8. Там само.
9. Для порівняння: за даними даними журналу «Корреспондент» від 9 березня 2012 року, у західноєвропейських країнах філантропи користуються податковими пільгами, наприклад, можуть зменшувати свій дохід, що обкладається податком, на суму зроблених пожертвувань. У США вони зовсім звільнені від податку з доходів фізичних осіб на федеральному рівні. Вітчизняні ж благодійники не тільки не мають пільг, а й сума пожертвувань обкладається податком з доходів фізичних осіб. (Із статті К.Тимків «Швидка допомога»).
10. Портер, Майкл, Э. Конкуренция: Пер.с англ.: Уч.пос.-М.: Изд. дом «Вильямс», 2000. –С.384-416.
11. Нешадин А. Экономический рост и ограничения человеческого потенциала // Общество и экономика. -2004. – №5-6. – С.6-7.
12. Там само. –С.14.
13. Портер, Майкл, Э. Конкуренция: Пер.с англ.: Уч. пос. –М.: Изд. дом «Вильямс», 2000.–С.385.
14. Там само. - С.416.
15. Докл. о мировом развитии 1999/2000. – М.: Изд-во “Весь мир”, 2000. - С. 26-27.
16. Бун Эм. Система экологического менеджмента на предприятии // Механізм регулювання економіки, економіка природокористування, економіка підприємства та організація виробництва. – 2001. –№ 1-2. – С. 37.
17. Крутякова В.И. Рыночные механизмы развития экологического предпринимательства в Украине // Экологические инновации. – 2001. –Вып.12. –С. 242).
18. Там само. - С. 245.
19. Там само. – С. 242.
20. Портер, Майкл, Э. Конкуренция: Пер.с англ.: Уч. пос. –М.: Изд. дом «Вильямс», 2000.–С.383.