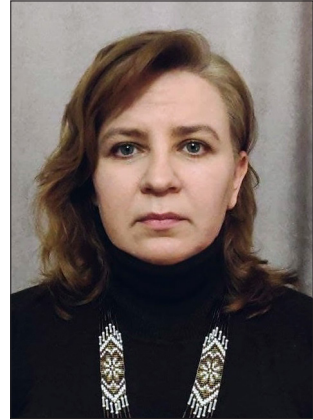


Тетяна Глушко**Філософія бізнесу
як міждисциплінарна
освітня компонента**

У статті представлено структурно-функціональний аналіз соціально-практичного потенціалу такої освітньої компоненти як філософія бізнесу, а також проаналізовано міру її впливу на формування навичок стратегічного мислення, розвитку креативного потенціалу, цінностей та настанов здобувачів вищої освіти. Відповідно, у тексті статті окреслено авторську структуру аналізованої освітньої компоненти, яка є актуальною для сучасного соціально-економічного простору України та, водночас, такою, що спонукатиме молоде покоління застосовувати міжгалузеві знання для вдосконалення як національного бізнес-середовища, так й підвищення якості економічної культури українського суспільства в цілому. Визначено, що структура аналізованої освітньої компоненти має включати в себе: вивчення проблемного поля філософії бізнесу в контексті змістовного навантаження теорії ігор; аналіз онтологічної специфіки бізнесу та пов'язаних з ним ризиків й критеріїв успішності; окреслення філософських аспектів брендингу та бізнес-лідерства; аналіз співвідношення феноменів капітал, власність та багатство; визначення основ культури, етики та соціальної відповідальності бізнесу, його місця у структурі соціальних інститутів; а також вивчення таких інструментів розвитку стратегічного мислення як теорія гри Го та 36 стародавніх китайських стратагем; і, наостанок, виявлення сутнісних трансформацій бізнес-процесів в умовах цифровізації та активного розвитку штучного інтелекту. У зв'язку з цим визначено, що соціально-креативні виміри цієї навчальної дисципліни варто, перш за все, аналізувати на трьох основних рівнях: економічному, адміністративно-правовому та культурологічному. Доведено, що на кожному з перерахованих напрямів професійної підготовки, філософія бізнесу, у якості окремої освітньої компоненти, виконує специфічне функціональне навантаження, суттєво доповнюючи та вдосконалюючи навчальні програми додатковими знаннями й компетентностями, які посилюють рівень підготовки сучасних фахівців, створюють можливість для кращого розуміння ними практичного значення бізнесу для розвитку як національних економік, так й глобального економічного простору в цілому.

Ключові слова: філософія бізнесу, міждисциплінарна освітня компонента, економічна освіта, адміністративно-правова освіта, культурологічна освіта.

Вступ

Філософські принципи бізнесу, як професійної сфери діяльності, вже тривалий час активно аналізуються в країнах євроатлантичного регіону, оскільки існує потреба перманентного вдосконалення сектора бізнес-освіти, що спеціалізується на підготовці фахівців у сфері управління бізнес-процесами та суттєво сприяє розвитку підприємницької активності. Традиційно базовими принципами такої підготовки у межах західно-європейської культури вважаються емпіризм, прагматизм, об'єктивізм та раціоналізм [Woiceshyn 1992]. У нашій же країні для розвитку потужного сектору бізнес-освіти поки що не сформовано достатньо репутаційного капіталу, оскільки все ще остаточно не викристалізувалося чітке усвідомлення сутності й практичного значення підприємництва та бізнесу для продуктивного розвитку національної економіки в цілому.

Зокрема криза в економічній свідомості пострадянського періоду – йдеться про тривалий перехідний період від планової господарської системи до ринкової економіки – сформувала недостатньо коректне розуміння сутності такого соціально-економічного феномену як бізнес та спричинила поширення дещо викривлених уявлень про економічну роль та специфіку правового регулювання останнього, що набуло прояву в підміні значення цього феномену такими явищами як спекуляція, фінансові махінації та іншими досить прибутковими видами діяльності, які, разом з тим, не мають сутнісного відношення до бізнесу й, іноді, навіть суперечать його базовим принципам. Відголоски такого некоректного розуміння сутності бізнесу, на жаль, подекуди все ще зберігаються на рівні масової свідомості й сьогодні.

Відповідно, актуальність для сучасного освітнього дискурсу навчальної дисципліни з зазначеним міждисциплінарним спрямуванням зумовлена, перш за все, потребою визначення сутності та соціально-практичного функціоналу бізнесу, адже «філософія бізнесу досліджує фундаментальні принципи, які лежать в основі створення та функціонування бізнесу, його природу і сенс, роль та цінність в суспільстві» [Приятельчук 2012 : 76]. Крім того, філософія бізнесу також традиційно позиціонується як така, що відіграє ключову роль для розвитку та усвідомлення соціально значимої *місії* приватних компаній [Campbell, & Tawadey 1992]. У такий спосіб, потреби вдосконалення бізнес-середовища країни в цілому та окремих його секторів, компаній та підприємств, вимагають спеціальної дослідницької галузі, яка дозволить на максимально високому аналітичному рівні акумулювати не тільки безпосередній практичний досвід, а й визначити основні цінності, принципи та перспективи розвитку бізнес-середовища у їх кореляції зі стратегіями національної та глобальної економічної політики.

Змістовна складова освітньої компоненти «Філософія бізнесу»: від аналітики до стратегії

Структурно така міждисциплінарна освітня компонента, задля досягнення максимально ефективних результатів навчання, має, на наш погляд, включати в себе, перш за все, *порівняльну аналітику проблемного поля філософії бізнесу та філософії економіки* [Глушко 2008] з метою визначення основних дослідницьких задач і проблем філософії бізнесу. Разом з тим, оскільки основним критерієм визначення ефективності будь-якої економічної діяльності є рівень її суспільної корисності, варто відзначити, що бізнес, як специфічна галузь соціальної активності, сприяє соціально-економічному прогресу, зокрема, за рахунок створення стимулів до пошуку нових рішень в тих випадках, коли традиційні рішення виявляються непридатними або недостатніми [Ресей 1977]. Тож бізнес є тим видом діяльності, який вимагає розвитку навичок масштабного стратегічного мислення, тому в контексті вивчення бізнес-процесів доцільно залучати застосування основних положень сучасної *теорії ігор* [Глушко 2019] у сфері обґрунтування оптимальних стратегій поведінки та формування навичок пошуку власних стратегічних рішень.

Наступним кроком у структуруванні цієї міждисциплінарної освітньої компоненти має виступати такий змістовний аспект, який варто було б назвати *онтологією бізнесу*, котрий, на нашу думку, включає в себе вивчення специфіки бізнес-явищ у контексті відповідного понятійно-категоріального апарату, а також аналіз ризиків, що пов'язані з цим видом діяльності [Рімельт 2020] та критеріїв успішності бізнесу в контексті його соціальної відповідальності й практичної значимості для прогресивного розвитку національної економічної системи.

Окремої уваги заслуговує *філософія брендингу*, яка вимагає окреслення як сутнісних характеристик та соціально-економічної ролі брендів, так й відповідного їх світоглядно-культурного функціоналу. Вивчення філософських аспектів брендингу водночас потребує залучення як прикладів з досвіду розвинених країн, так й успішних українських брендів сучасності. Не менш значущим аспектом для вивчення специфіки бізнес-процесів варто вважати також *філософію лідерства*, яка дозволяє розрізняти рівні, види та типи лідерства, а також можливості їх застосування й розвитку у бізнес-середовищі.

Аналіз взаємозв'язку таких феноменів як *капітал, власність та багатство* дозволяє, на наш погляд, усвідомити як змістовне навантаження кожного з цих понять, з урахуванням тих складних структурних трансформацій, які привнесло минуле століття у розширення спектру їхніх значень, так й визначити їхню соціально-практичну роль у розвитку бізнес-процесів. Ще один надзвичайно важливий тематичний блок – це

культура, етика та соціальна відповідальність такого виду діяльності як бізнес. Зокрема бізнес-культура, як окремий аксіологічний феномен, передбачає сьогодні існування як різних стилів корпоративного управління, так й різних типів бізнес-стратегій, залежно від ментальності, життєсвіту та специфіки економічної поведінки. Знання відповідних специфікацій та культурних нюансів дозволяє більш ефективно будувати бізнес-комунікацію на міжнародному рівні. До того ж, дотримання міжнародного етичного кодексу «Caux Round Table Principles for Business» [Pous de 2021] та викладених у ньому основних принципів ділової етики, сприяє як вдосконаленню status quo, так й формуванню більш високої якості бізнес-культури.

Затвердження рівня етичних вимог до національного бізнес-середовища потребує також підвищення якості соціальних інститутів, які визначають можливості та межі розвитку соціально-відповідального бізнесу. Так, наприклад, в Україні суттєвого вдосконалення потребує податковий кодекс, який інституціоналізує відповідні норми для великого, середнього та малого бізнесу. Таким чином, рівень соціальної відповідальності бізнесу значною мірою визначається тими інституційними умовами, які створює для його розвитку держава.

Поглиблення стратегічного аспекту підготовки, вимагає, на наш погляд, також включення у структуру цієї міждисциплінарної освітньої компоненти вивчення *стратегічних принципів давньокитайської гри Го* [Авраамов 2019] та *тридцяти шести китайських стратегем* [Senger 2006], кожна з яких є важливим інтелектуальним інструментом для розвитку стратегічно орієнтованих поведінкових настанов.

В умовах сучасної цифрової економіки та розвитку Інтернету речей, актуальним стає ще один тематичний блок, пов'язаний з *трансформацією бізнес-процесів в умовах розвитку штучного інтелекту*. У зв'язку з тим, що поступ індустрії 4.0. створює нові перспективи для розвитку соціально-економічного середовища в цілому та бізнесу зокрема, вивчення цього проблемного аспекту дозволяє досягнути основні тенденції застосування потенціалів штучного інтелекту у виробничих процесах XXI століття та визначити зміну управлінських стратегій у перспективі можливої технологічної сингулярності [Blommaert, & Van den Broek 2017], а також окреслити основні тренди й перспективи розвитку бізнес-середовища світу та окремих країн.

Запропонована структура аналізованої освітньої компоненти [Глушко 2021] дозволить, на наш погляд, сформуванню у сучасних студентів комплексне уявлення про основні проблемні аспекти та ресурси зростання у сфері розвитку бізнес-компетентностей з їх наступним послідовним практичним застосуванням та накопиченням досвіду, адже «у бізнесі досвід цінується більше, ніж в академічному світі» [Райнерт

2021: 363]. І, хоча, філософія бізнесу не дає можливості здобути безпосередній досвід, вона, однак, створює умови для всебічного вивчення вже реалізованого досвіду бізнес-діяльності у його культурно-історичному контексті, зокрема засобами аналітики тих бізнес-кейсів, які мали суттєве значення для розвитку економічної культури сучасних розвинених країн. Дослідження аналітичного досвіду у цій царині, дає нам можливість визначити, що соціально-креативний потенціал філософії бізнесу, як самостійної освітньої компоненти, розкривається на рівні трьох основних циклів професійної підготовки: економічному, адміністративно-правовому та культурологічному.

Соціально-практичне значення філософії бізнесу для економічного циклу професійної підготовки

У якості одного з елементів сучасної професійної економічної освіти, філософія бізнесу забезпечує усвідомлення того факту, що підприємці та бізнесмени являють собою господарську еліту суспільства, яка репрезентує його середній клас. Вивчення цієї освітньої компоненти дозволяє усвідомити соціально-практичну роль бізнесу в якості ядра економічних процесів для ринкових та змішаних економічних систем, а також його інноваційний потенціал як такий, що визначає рівень розвитку економічної культури суспільств, адже «суспільство перемагає, коли воно вітає індивідуальний успіх» [Дубровський 2017 : 185], що особливо важливо в умовах нестабільного середовища та соціальних криз.

Важливо також зважати, що бізнес, як соціальний феномен, являє собою процес створення нових матеріальних або нематеріальних цінностей, синергійна взаємодія яких безпосередньо впливатиме на якість національної економічної культури [Hlushko 2021] та сприятиме або вдосконаленню національної економічної системи або, навпаки, її регресу. Адже, бізнес за рахунок створення нових робочих місць та виведення на ринок нових продуктів, створює імпульс для суттєвого вдосконалення структури ринків та формування додаткових можливостей для зростання валового внутрішнього продукту країни.

Для ефективного провадження бізнесу на рівні соціальної практики необхідно також розуміти його економічну сутність та структурні особливості. Останні визначаються, на наш погляд, запропонованою свого часу К. Марксом формулою постійного капіталу, яка передбачає три структурні елементи: по-перше, гроші як капіталовкладення у процес організації приватної ініціативи, націленої на створення нового продукту або послуги; по-друге, процес створення товару або послуги; і, по-третє, гроші як додаткові фінансові надходження від споживачів цієї послуги або товару, тобто прибуток. Відповідно, з філософської точки зору біз-

нес варто розглядати як прояв здатності громадянського суспільства до економічної самоорганізації та як відповідну форму ефективного індивідуального або корпоративного господарювання, яка передбачає певний виробничий потенціал.

Суттєву роль для ефективності реалізації цього процесу відіграє вивчення теорії ігор, як моделі пошуку стратегічно виважених рішень як на рівні суто економічного розрахунку прибутків, так й на рівні сприяння розвитку особистісної відповідальності всередині компаній за впроваджені рішення. Такий підхід сприяє суттєвому розвитку інтелектуального капіталу суспільства або бізнес-інтелекту країни, тоді як саме «підприємницький потенціал будь-якої нації є її найціннішим ресурсом» [Дубровський 2017: 116]. Сфера бізнесу також передбачає розвиток та примноження людського капіталу (робоча сила, охорона здоров'я, освіта), соціального капіталу (довіра до соціальних інститутів), а також культурного (моральні цінності підприємств та компаній) та символічного (репутаційного) капіталів, сприяючи вдосконаленню стратегічних бізнес-мереж в середині країни та за її межами.

Разом з тим, продуктивне використання перерахованих видів капіталу сприяє й нарощуванню матеріального та фінансового капіталів, тобто приросту багатства, та більш ефективному використанню природного капіталу країни, тобто сировини, ресурсів та збереження екологічних умов у відповідності до міжнародних стандартів сталого розвитку. Оскільки бізнес активно розвивається та видозмінює власними ініціативами економічну систему, то саме філософія бізнесу на прикладі стратегій успіху та банкрутств, дає можливість оцінити залежність результативності економічної політики компанії від якісних характеристик та унікальності задіяних стратегій, що є надзвичайно важливим й на рівні осмислення перспектив розвитку національних економік загалом.

В цілому, філософія бізнесу у структурі комплексної економічної підготовки створює, на наш погляд, важливі додаткові знання, суміжні з такими ключовими для фахівців у цій галузі напрямками як менеджмент організацій, стратегічний маркетинг, маркетингові комунікації, економіка галузевих ринків, управління проектами, корпоративне управління, захист економічної інформації, брендинг, корпоративна соціальна відповідальність, товарно-інноваційна політика.

Соціально-практичне значення філософії бізнесу для адміністративно-правового циклу професійної підготовки

Оскільки адміністрування, перш за все, пов'язане зі стратегічним розрахунком та плануванням, то філософія бізнесу, як сфера аналітики ефективних бізнес-стратегій, постає у якості досить важливої освітньої

компоненти за цим професійним спрямуванням. Знання основних принципів стратегічного управління та створення умов для ефективної організації креативної діяльності є однією з важливих компетентностей сучасного управлінця. Бізнес, як окремий вид економічної активності, так само потребує ефективних менеджерів, підготовку яких, принаймні частково, може забезпечити саме філософія бізнесу, яка вчить аналізувати управлінський досвід на крос-культурному рівні.

Оскільки, надзвичайно важливу роль для розвитку продуктивного бізнес-середовища відіграють соціальні інститути, підготовка управлінців вищої ланки передбачає осмислення принципів створення відповідної інституційної бази для досягнення максимального балансу приватного та державного секторів економіки. Як відзначає сучасний британський дослідник Н. Фергюсон «в поганих інститутах легко застрягнути, ось чому більшість країн у продовж переважної частини історії були бідними» [Фергюсон 2020: 25]. Аналітик також звертає увагу на той факт, що «економічна стагнація може мати небезпечні політичні наслідки» [Фергюсон 2020: 26], що, на наш погляд, є особливо актуальним для сучасного українського суспільства, зважаючи на наше соціально-економічне минуле протягом періоду незалежності та беручи до уваги ризики, яких варто уникати управлінцям у сфері економічної політики в майбутньому.

Ефективне управління бізнес-процесами в окремому економічному секторі передбачає формування навичок демаркації *тактики*, як системи існуючих алгоритмів економічної поведінки, та *стратегії*, як усвідомлення кінцевої мети та уміння відбирати саме ті алгоритми, які дозволять досягти визначеної цілі окремому підприємству чи цілому кластеру бізнес-компаній. Відповідно, філософська аналітика бізнес-стратегій та їх ролі в економічному просторі держави, створює умови для підготовки фахівців, компетентності яких будуть виходити за межі суто економічних методик осмислення інформації та формувати навички аналітичного підходу до розвитку потенціалів економічного менеджменту на всіх рівнях його функціонування.

Важливим смисловим аспектом сучасної філософії бізнесу є демаркація операційного та стратегічного управління, а також вдумлива робота у сфері управління ризиками. Належний рівень управління підприємствами та державною економічною політикою, забезпечення дієвості соціальних інститутів, ефективного використання природних та людських ресурсів визначається рівнем стратегічного мислення менеджерів та відповідністю задіяних управлінських стратегій до правової й законодавчої бази, яка регулює процеси бізнес-діяльності. У такий спосіб, феномен бізнесу, як ініціативної економічної діяльності, яка взаємодіє з усіма видами ризиків (технологічними, товарними, конкурентними та

ін.), потребує кваліфікованого управління. Й саме від якості управління бізнес-процесами з боку сформованих державою соціальних інститутів буде, в кінцевому рахунку, залежати чи вдасться сучасній Україні сформувати збалансоване бізнес-середовище, яке сприятиме більш ефективному розвитку її економіки в цілому.

Основними ж інституційними чинниками, які перешкоджають розвитку вільного та продуктивного підприємництва є недосконале законодавство, зокрема податкове; складні процедури реєстрації та ліцензування бізнесу; недостатній рівень державної підтримки підприємницької діяльності [Дубровський 2017]. Як відзначав свого часу представник австрійської школи економіки Людвіг фон Мізес, держава цілком може створити умови, які паралізують всі зусилля творчого духу і не дозволять йому приносити користь суспільству [von Mises 2008]. Задля подолання такої «антикапіталістичної ментальності» (термін фон Мізеса), сучасній Україні варто, перш за все, розмежувати бізнес та політику, тобто унеможливити на законодавчому рівні політичне регулювання бізнес-практик та лобювання бізнес-інтересів з боку суб'єктів політичної діяльності. Адже останнє нівелює міжнародні правові норми й перешкоджає розвитку збалансованого бізнес-середовища в нашій країні. Зовнішнє регулювання бізнес-процесів є основою корупції, що сприяє створенню штучних перешкод для розвитку бізнесу та формує так званий «соціальний порядок з обмеженим доступом» (термін Дубровського), який перешкоджає вільному розвитку потенціалів національної економічної системи.

В цілому ж, філософія бізнесу у структурі комплексної адміністративно-правової підготовки сприяє, на наш погляд, вдосконаленню ключових для фахівців у цій галузі знань за наступними напрямками: теорія розвитку підприємницької діяльності, інструменти запобігання корупції, трудове та комерційне право, психологія управління, теорія прийняття рішень, основи стратегічного планування, етика економічної діяльності, антикризовий менеджмент, культура міжнаціональних відносин та управління людськими ресурсами.

Соціально-практичне значення філософії бізнесу для культурологічного циклу професійної підготовки

Культура у сфері бізнесу передбачає, перш за все, систему цінностей, що укорінена в свідомості підприємців та суспільства в цілому, адже саме цінності визначають спосіб ведення бізнесу. Соціальна відповідальність останнього – як формальна, так і неформальна – так само визначає рівень розвитку економічної культури суспільства та міру її відповідності юридичним та міжнародним етичним нормам. Вдосконалення якості

культури економічного мислення відбувається також за рахунок вивчення стратегічного досвіду та характерних різним економічним культурам моделей управління.

У культурологічному вимірі критично важливою є така компетенція як лідерські якості представників бізнесу, що передбачає навички стратегічного керівництва та, відповідно, сприяє підвищенню рівня довіри до бізнес-середовища. Останній також забезпечується з боку бізнесу добросовісним та якісним виконанням своїх обов'язків перед споживачем та дотриманням міжнародних принципів бізнес-етики. У такий спосіб, бізнес постає як можливість реалізації індивідуального або колективного соціально-креативного потенціалів, що дозволяє формувати нові виміри для розвитку економічної культури соціуму.

Оскільки «успіх нації складається з успіхів окремих людей» [Дубровський 2017 : 170], важливою є також наявність у сфері національного бізнесу стратегічних мереж [Ibarrá 2015] та рівень розвитку їх ефективного використання у якості систем ділових контактів, що включають в себе професіоналів з різним досвідом та спеціалізацією та дають бізнесу додаткові можливості для формування суттєвих конкурентних переваг як у межах свого економічного сегменту, так й на рівні міжнародної співпраці. Адже розширення мережі ділових контактів у суміжних секторах створює нові можливості для формування інноваційних бізнес-проектів та соціального підприємництва, тобто для створення нової цінності для суспільства.

Досить вагомим є потенціал філософії бізнесу в сфері розвитку економічної свідомості громадянського суспільства у напрямі формування відповідних тенденцій взаємодії бізнесу з екологічними проектами та ініціативами, що теж є одним з важливих проявів економічної культури та показником міри її розвитку. В умовах сьогодення важливою глобальною тенденцією є так звана «зелена економіка» та властиві їй «зелені фінанси», які набувають особливої актуальності для сучасних економічних систем задля збереження екологічної стабільності та забезпечення стратегій сталого економічного розвитку. Тому екологічна відповідальність бізнесу, як продукт економічної культури, спонукає до залучення креативного мисленнєвого потенціалу для вдосконалення й оновлення усталених бізнес-практик.

Відповідно, філософія бізнесу у структурі професійної культурологічної підготовки акцентує увагу на змісті, сутності та функціях культурно-етичних аспектів бізнес-діяльності, а також стимулює розвиток креативного мислення у напрямі вдосконалення бізнес-середовища за рахунок активного розвитку нових індустрій та суміжних з ними сфер діяльності. У такий спосіб, філософія бізнесу сприяє розвитку як культури економічного мислення, так й культури економічної поведінки громадян.

Загалом, філософія бізнесу у структурі комплексної культурологічної підготовки дає, на наш погляд, важливі додаткові знання, суміжні з такими ключовими для фахівців у цій галузі напрямами як загальна теорія культури, сучасні теорії культури, масова культура західних країн, соціокультурний розвиток людства, соціальна та культурна антропологія, арт-маркетинг та основи розвитку художнього ринку.

Висновки

Отже, філософія бізнесу, як міждисциплінарна освітня компонента, за умови відтворення запропонованої логіки та структури викладу навчального матеріалу, здатна, на наш погляд, забезпечити формування та вдосконалення важливих компетентностей для сучасних фахівців у галузі економіки, адміністрування та культурології. Кожен із зазначених напрямів професійної підготовки має дотичність до проблемного поля філософського аналізу бізнес-процесів й так чи інакше орієнтований на формування та розвиток навичок масштабного, стратегічного та креативного економічного мислення, що й є основним завданням такої освітньої компоненти як філософія бізнесу.

Посилання:

- Авраамов, П. (2019). *Стратегія Го. Давня гра й сучасний бізнес, або як перемогти в конкурентній боротьбі* / пер. з рос. О. Кожушко. Харків: Фабула.
- Бейлі, С., & Мілліган, Е. (2020) *Міфи про брендинг* / пер. англ. Я. Машико. Харків: Фабула.
- Глушко, Т. П. (2008). Філософія економіки у структурі сучасної гуманітарної освіти. Наукова монографія. Київ: Науковий світ, 84–120.
- Глушко, Т. П. (2019). Філософські засади бізнесу крізь призму теорії ігор. Вісник Національного авіаційного університету. Серія: Філософія. Культурологія 1(29), 10-15. <https://jrnل.nau.edu.ua/index.php/VisnikPK/article/view/101%3A334>
- Глушко, Т. П. (2021). *Робоча програма навчальної дисципліни для студентів ОКР «бакалавр» спеціальності 281 «публічне управління та адміністрування» Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. http://dphs.univ.kiev.ua/files/2021-2022/robprog2021-22_017.pdf
- Дубровський, В. (2017). *Від гідності до успіху: як побудувати економічне диво на українському ґрунті*. Київ: Дух і Літера.
- Прятельчук, А. О. (2012). Структура філософії економіки. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії* (48), 70–78.
- Райнерт, Е. (2019). *Як багаті країни стали багатими і чому бідні країни залишаються бідними* / пер. з англ. Я. Сінайко. Київ: Саміт-Книга.
- Румельт, Р. (2020). *Гарна стратегія. Погана стратегія* / пер. з англ. Т. Мухамедшина. Харків: Фабула.
- Фергюсон, Н. (2020). *Глобальний занепад. Як помирають інститути та економіки* / пер. з англ. Київ: Діса; Київ: Наш Формат.
- Blommaert, T., & Van den Broek S. (2017). *Management in Singularity: From Linear to Exponential Management*. Alphen Aan Den Rijn: Vakmedianet.

- Campbell, A., & Tawadey, K. (1992). *Mission and Business Philosophy*. Oxford: Heinemann Professional Publishing.
- Hlushko, T. P. (2021) Business as an Instrument for National Economy Upgrading: Socio-Philosophical Analysis. *Scholarly Disputes in Philosophy, Sociology, Political Science, and History amidst Globalization and Digitalization*. Venice: Ca'Foscari University, 138–139.
- Ibarra, H. (2015). *Act Like a Leader, Think Like a Leader*. Harvard: Harvard Business Review Press.
- Mises, von L. (2008). *The Anti-Capitalistic Mentality*. Canada: Van Nostrand Company.
- Peccei, A. (1977). *The Human Quality*. Oxford: Pergamon Press.
- Senger, H. (2006). *The 36 Stratagems for Business: Achieve your Objectives through Hidden and Unconventional Strategies and Tactics*. Singapore: Marshall Cavendish Business; London: Cyan.
- Pous, de M. (2021). 1994: *The Caux Round Table – Principles for Business*. <https://www.iofc.ch/stories/1994-caux-round-table>
- Woiceshyn, J. (1992). A Philosophical Approach to Business Education. *The Canadian Journal of Higher Education*, Vol. XXII-2, 73–91.

References:

- Avraamov P. (2019) *Strategy of Go. Ancient game and modern business, or how to win in competition* / trans. from Russian O. Kozhushko. Kharkiv: Fabula.
- Bailey S., Milligan A. (2020) *Myths of Branding: A Brand Is Just a Logo, and Other Popular Misconceptions* / trans. English by I. Mashko. Kharkiv: Fabula.
- Blommaert, T., & Van den Broek S. (2017). *Management in Singularity: From Linear to Exponential Management*. Alphen Aan Den Rijn: Vakmedianet.
- Campbell, A., & Tawadey, K. (1992). *Mission and Business Philosophy*. Oxford: Heinemann Professional Publishing.
- Dubrovskiy V. (2017) *From dignity to success: how to build an economic miracle on Ukrainian ground*. Kyiv: Dukh i Litera.
- Ferguson N. (2020) *Great Degeneration: How Institutions Decay and Economies Die* / trans. from English. Kyiv: Nash Format.
- Hlushko, T. P. (2021) Business as an Instrument for National Economy Upgrading: Socio-Philosophical Analysis. *Scholarly Disputes in Philosophy, Sociology, Political Science, and History amidst Globalization and Digitalization*. Venice: Ca'Foscari University, 138–139.
- Hlushko T.P. (2008) *Philosophy of economics in the structure of modern humanitarian education*. Scientific monograph. Kyiv: Naukovyi svit, 84-120.
- Hlushko T.P. (2019) *Philosophical foundations of business through the lens of game theory*. *Bulletin of the National Aviation University. Series: Philosophy. Culturology* 1(29), 10–15.
- Hlushko T.P. (2021) *Side program of the academic discipline for students of the OKR «bachelor» specialty 281 «public management and administration» of Taras Shevchenko Kyiv National University*. http://dphs.univ.kiev.ua/files/2021-2022/robprog2021-22_017.pdf
- Ibarra, H. (2015). *Act Like a Leader, Think Like a Leader*. Harvard: Harvard Business Review Press.

- Mises, von L. (2008). *The Anti-Capitalistic Mentality*. Canada: Van Nostrand Company.
- Peccei, A. (1977). *The Human Quality*. Oxford: Pergamon Press.
- Pryiatelchuk, A. O. (2012). The structure of the philosophy of economics. *Humanitarian Bulletin of Zaporizhzhya State Engineering Academy* (48), 70–78.
- Reinert, E. S. (2019). *How rich countries got rich and why poor countries stay poor* / trans. from English by I. Sinaiko. K.: Samit-Knyha.
- Rumelt, R. (2020). *Good strategy. Bad strategy: The Difference and Why It Matters* / trans. from English by T. Mukhamedshina. Kharkiv: Fabula.
- Senger, H. (2006). *The 36 Stratagems for Business: Achieve your Objectives through Hidden and Unconventional Strategies and Tactics*. Singapore: Marshall Cavendish Business; London: Cyan.
- Pous, de M. (2021). *1994: The Caux Round Table – Principles for Business*. <https://www.iofc.ch/stories/1994-caux-round-table>
- Woiceshyn, J. (1992). A Philosophical Approach to Business Education. *The Canadian Journal of Higher Education*, Vol. XXII-2, 73–91.

Tetiana Hlushko. Philosophy of business as cross-disciplinary educational component

The article presents structural-functional analysis for the socio-practical potential of such educational component as philosophy of business, as well as research the degree of its impact on evolution of strategic thinking abilities, progress of creative potential, values and attitudes of students. Therefore, in the text of the article is outlined the author's structure of the analyzed educational component, that is relevant for socio-economic sphere of contemporary Ukraine and, at the same time, one that will motivate younger generation to apply cross-disciplinary knowledge for improving the national business sphere and for making progress in economic culture of Ukrainian society in general. The structure of analyzed educational component must include: studying the philosophy of business problem field in the context of game theory; analysis of business ontological specifics as well as related risks and success criteria; description the philosophical aspects of branding and business-leadership; analysis of such phenomena connection as capital, property and wealth; determining the basics of culture, ethics and social responsibility of business, its role in the structure of social institutions; and also studying of such instruments for strategic thinking evolution as theory of game Go and 36 ancient Chinese stratagems; and, finally, a detection of essential transformations for business-processes in conditions of digitalization and active artificial intelligence development. So we consider that socio-creative manifestations of that educational discipline should be analyzed, first of all, on three main levels: economic, administrative law and culturological. Article proves that in each of these professional educational areas, philosophy of business, as separate educational component, provides specific functional effects, significantly supplementing and improving curricula with additional knowledge and competencies that increases preparation

level of modern specialists, creates opportunities for their better understanding of business practical value for national and global economies.

Keywords: *philosophy of business, cross-disciplinary educational component, economic education, administrative law education, culturological education.*

Глушко Тетяна, доктор філософських наук, професор, професор кафедри філософії Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова (Україна). Сфера наукових інтересів: соціальна філософія, філософія економіки, філософія бізнесу, філософія освіти.

E-mail: tetyana.glushko@gmail.com

<http://orcid.org/0000-0002-8759-7975>

Hlushko Tetiana, Doctor of Sciences in Philosophy, Professor, Department of Philosophy, National Pedagogical Dragomanov University (Ukraine). Research interests: social philosophy, philosophy of economy, philosophy of business, philosophy of education.

E-mail: tetyana.glushko@gmail.com

<http://orcid.org/0000-0002-8759-7975>