

ФІЛОСОФСЬКІ ОСНОВИ БІЗНЕСУ

Актуальність навчального посібника «Основи бізнесу» обумовлена значенням розвитку бізнесу, особливо малого, на сучасному етапі розвитку України. Питома вага малого бізнесу в економіці України ще не відповідає значенням, які досягнуті у розвинених країнах світу. Так, в європейських країнах мале і середнє підприємництво є основою соціально-економічної моделі розвитку та формування середнього класу. Воно займає переважну частку в таких галузях економіки, як оптова та роздрібна торгівля, харчова промисловість, сільське господарство та будівництво, стимулює розвиток конкуренції в європейській економіці, примушує великі компанії покращувати ефективність виробництва та впроваджувати нові технології. В Україні формування середнього класу, як рушійної сили соціально-економічного розвитку країни, тільки починається. В основу посібника покладено розгляд відносин, що виникають між людьми у зв'язку з організацією, функціонуванням і розвитком власної справи чи бізнесу, головним чином, на мікрорівні. При цьому викладення матеріалу спирається на узагальнені та взаємозв'язку різних споріднених економічних дисциплін. Підготовлений навчальний посібник направлений на надання допомоги у розуміння необхідності комплексного підходу до бізнесу, розумінні всіх його сторін.

Посібник направлений на формування у студентів сучасного економічного мислення, системи спеціальних знань та практичних навичок у галузі генезису, проблем організації та функціонування бізнесу; обґрунтування бізнес-ідей, складання бізнес-плану, розуміння державної реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності та визначення можливостей підприємницької діяльності.

Посібник дає можливість студентам уявити як на практиці створюється бізнес, які фактори обумовлюють його ефективність, риси які притаманні підприємцям та ін. Особлива увага при цьому приділена. Питанням формування ідеї бізнесу, методам які можуть бути використані для її обґрунтування. Ефективність новоствореного бізнесу залежить також від обраного способу входження в бізнес відповідно до ідеї бізнесу. Тому наведені та охарактеризовані сучасні найбільш поширені способи входження в бізнес. Ці теми дають можливість студентам уявити, як на практиці проводиться маркетингове дослідження ринку на підставі розробки концепції маркетингу, методів дослідження ринку та методів впливу на ринок. Особлива увага при цьому приділена питанням маркетингового обґрунтування бізнес-ідеї.

Філософія бізнесу своїм предметом має реалізацію індивіда у справі. Вона виходить з того, що існування є не тільки буттям для себе або буттям для іншого. Водночас воно є існування у справі і для справи. Тому існування - це участь у бізнесі. Бути в бізнесі - означає щонебудь займатися. Але справа, яка робиться, не виконується тільки заради самого себе, вона робиться для того, щоб існувати, тобто для життя. Певне заняття повинне стати джерелом наживи, і лише тоді воно стає бізнесом.

Основне коло питань, які розглядає філософія бізнесу, пов'язане з особливостями ведення справи. Серед них такі питання: як вести справу і як відноситися до власності, що таке виробництво і реалізація, у чому полягають цілі будь-якої справи, що таке накопичення і в чому його призначення тощо. Точніше буде позначити філософію бізнесу як філософію праксису, оскільки вона розглядає питання ведення справи. Філософія праксису - це обговорення того, як виконується справа і що потрібно зробити, щоб вона була успішною. Бізнес - ця всяка справа, яка починається з організації, потім йде її виконання, що має певні форми, результати, цілі та призначення тощо.

Основне питання філософії бізнесу: в яких умовах і за яких передумов бізнес зможе стати сенсом існування, інакше, які сенси існування можуть стати підставою для ведення бізнесу. Щодо своєрідності сенсів існування бізнес може бути розмежований на «білий» і «чорний». «Білий» бізнес пов'язаний з реалізацією позитивних сенсів існування, творіння заради добра й загального блага. «Чорний» бізнес, навпаки, побудований на негативних виявах людської природи, таких як пригноблення іншого, пригноблення іншого, нестримне прагнення до насолоди, заперечення всяких етичних меж.

Не заперечуючи безумовну правоту цього твердження Е. Фромма, слід зазначити, що в рамках філософії бізнесу спочатку наголошується єдність буття і володіння. Буття неможливе без володіння чим-небудь. По-перше, це володіння самим собою в тілесності. По-друге, буття неможливе без володіння річчю, оскільки сама людина полягає в зміні того, чим вона володіє. Буття людини повинне мати відношення до того, що знаходиться поза нею. І саме в навколишнього людина може проявити себе.

Призначення будь-якої справи й речі як її продукту - це турбота про своє існування. Власне зміст буття у створенні благ для себе і для інших. Поза турбота про себе та інших буття неможливе, оскільки воно стає чистою потенцією. Тому філософія бізнесу це не тільки філософія справи, але й філософія існування. Тобто, філософія бізнесу по суті екзистенціальна філософія. Питання існування в ній розглядаються в тісному зв'язку зі здійсненням справи.

Філософія бізнесу припускає розподіл індивідів на ініціативних, завжди готових зробити щонебудь, на тих, хто не боїться взяти на себе відповідальності і виправити її, і на тих хто притягується для виконання певної справи. Вони не так активні, не можуть передбачити всі можливі варіанти, не володіють необхідними особистими якостями для самостійного ведення справи. Між цими двома типами людей немає чітких меж. У значній мірі їх розмитість пояснюється тим, що здібність до ведення справ повинна бути співставлена з рівнем професіоналізму. Чим вище рівень професіоналізму, тим більше шансів успішного вести справу, отже, стати бізнесменом. Якщо рівень професіоналізму достатньо високий, то можуть виявитися такі якості, які в буденному житті ніяк не виявляються.

Що ж таке бізнес? Це така підприємницька діяльність, яка є джерелом споживання, діяльність, що дозволяє щонебудь нажити. Нажити - це значить так організувати своє існування, щоб було на що жити. Щоб саме життя було забезпеченим, і тим самим достатньо повним і впевненим. Нажива - це результат самого існування.

Питання про сутність бізнесу тим самим стає питанням про кожного конкретно, і про те, наскільки цінні його індивідуальні вияви, тобто результати його справ. Одна справа може прогнудувати тільки одну людину, інша - сім'я, ще інші ж - цілі міста.

Через ведення справи кожний з нас набуває власне обличчя. Вдвиглюючись у риси людини, ми бачимо те, що вона зробила для всіх, який внесок вона здійснила в облаштування існування. Набути власне обличчя можна тільки через виконання певної справи. І судити про людину можна тільки по її справах.

При визначенні бізнесу виділяється на перший план прагматична сфера існування, для якої основною проблемою є результативність виконання будь-якої справи.

Бути-при-справі означає підходити для справи - бути в змозі виконати певну справу. Можна будувати дуже багато різних планів і мати найрізноманітніші бажання. Але успіх може прийти тільки в тій справі, для якої ти призначений, який відповідає вся твоя сутність.

Висновки

1. Людина повинна бачити своє місце і призначення як людини у світі бізнесу. Вона має справу з накопиченням капіталу і вступає у сферу капіталістичних відносин. Щоб бути успішним, слід урахувувати засновані положення етики капіталізму в розумінні Б. Франкліна, в основі якої ощадливість, потреба віддавати те, що взято в борг, обачність; а також етика капіталізму М. Вебера, який розглядає накопичення багатства як спосіб самоудосконалення й дотримання християнських моральних цінностей. Необхідно мати на увазі принцип користі, сформульований в прагматизмі, згідно з яким будь-яке слово повинне виражатися в діях, які є благом і здатні задовольнити потреби людини.

2. Слід звернути увагу на положення М. Фуко, що самореалізація - це конкретна мета будь-якої людини, проте форма існування - тільки деяких. Бізнесмен - той, хто не може дозволити собі багато чого, повинен бути таким «як повинен бути». Актуальним для бізнесмена є визначення людини Е. Агаці, який виділяє особливе значення здатності бути цілеспрямованим і керуватися позитивними цінностями.

3. Звернемо увагу, що Ю. Хабермас стверджує, що бути самим собою означає для окремої людини вирішувати проблему людства в цілому, саме тому особа повинна бути відкритою для комунікації. Слід мати на увазі застереження Х. Ортеги-і-Гассета про те, що у XX сторіччі до влади прийшла маса, тобто посередність, яка реалізує себе через пікорення стандартам і штампам. Тому необхідно зважитися на протистояння масі, бути готовим до ухвалення жорстких рішень.

Список використаних джерел

1. Бердяев М.А. Філософія свободи. Смысл творчести. - М.: Правда 1989
2. Бубер М. Два образа віри
3. Гадамер. Актуальність прекрасного: пер с нем. - М.: Мистецтво, 1991.