

ФІЛОСОФСЬКІ ОСНОВИ БІЗНЕСУ

Актуальність теми. Економіка відіграє вагому роль в житті суспільства. По-перше, тому що вона задовольняє людей матеріальними благами, які забезпечують їх існування. По-друге, тому що економічна сфера життя суспільства є системоутворюючим компонентом соціуму, вирішальною сферою його життя, яка визначає хід усіх процесів, що відбуваються в суспільстві. З приходом ринкової моделі економіки, питання виробництва та реалізації виробленої продукції, які виникали в процесі діяльності, виробники повинні були вирішувати самостійно. Головною фігурою економічної сфери стає бізнесмен, підприємець, діяльність якого спрямована на отримання прибутку. Найсерйознішою проблемою стала проблема освоєння населенням нової системи цінностей та формування у людей якостей, необхідних для успішного ведення своєї справи в умовах ринку: ініціативності та відповідальності. Саме аспекти філософії дають зрозуміти, як діяти у вимірі бізнесу, які якості необхідно мати підприємцю і як бізнес взаємодіє з різними сферами життя суспільства.

Мета: розкриття методологічних проблем, основних напрямків, засобів і методів формування парадигми ринкової економіки; демонстрація культури сучасного підприємництва. **Завдання:** вивчення напрямку, який став філософською основою бізнесу; розкриття суті філософії бізнесу; продемонструвати прикладні аспекти філософії, на основі яких базується підприємницька діяльність. **Об'єкт:** ринкові відносини, господарювання, підприємницька діяльність. **Предмет:** основні принципи, концепції, моделі, факти і закономірності розвитку бізнесу. Бізнес та підприємництво через різні виміри досліджували такі вчені: англійський професор А.Хоскінг, американські вчені Р.Хізрич та М.Пітерс, російські вчений Ю.Осипов, А.Бусигін, М.Саврушева, білоруський професор Гориш І.В.

Підприємництво, господарство, бізнес, окрім спеціальних знань, формувало ще і певний погляд на світ, який набирав чітко виражених філософських ліній у Святому письмі, працях мислителів середньовіччя, Нових часів, сучасності. Наприкінці ХІХ – на початку ХХ століття в Північній Америці з'являється філософська течія, яка отримала назву прагматизм (від гр. pragma – дія), основні принципи якого були виражені американськими вченими – логіком і математиком Чарльзом Сандерсом Пірсом та психологом Вільямом Джемсом. Пізніше головні засади прагматизму розвинув філософ, педагог і психолог Джон Д'юї. Він, розпочавши трактування логіки і теорії пізнання через призму прагматизму, в наступні десятиріччя надавав цьому напрямку філософії інструментального, прикладного значення. В такій інтерпретації прагматизм став філософською основою бізнесу і підприємництва спершу в Америці, а згодом і в усіх розвинених країнах світу. Пірс вважав, що суть філософії прагматизму повинна бути локанічною, чіткою, зрозумілою, як будь-яка справа, яка логічно продумана і закріплена хорошим результатом. Д'юї говорив, що ця мова відповідає часові і є підтвердженням того, що нарешті є філософія, яка задовольняє всі верстви суспільства. Вона поглинула в себе всі здобутки філософської думки кінця ХІХ – початку ХХ століття і найбільше наближена до життя. Д'юї акцентував увагу на тому, що потреба в філософії прагматизму до того часу, поки будуть мати значення і існуватимуть ринкові відносини [1, с. 8]. Філософія – це форма суспільної свідомості, в якій представлена узагальнена система поглядів на те чи інше явище і місце людини в ньому. Спираючись на це загальне визначення, філософію бізнесу часто представляють як сукупність проблем, які пов'язані з суспільно-філософськими і соціально-культурологічними, моральними нормами, які є складовими економіки підприємства. Складовими компонентами філософії бізнесу є: місія, бачення, соціальна стратегія, соціальні цінності, принципи, ключові компетенції, зобов'язання перед зацікавленими групами [5, с.700].

У контексті соціальної відповідальності місія бізнесу представляється як його суспільне призначення, яке етично виправдовує способи і можливості задоволення пов'язаних з ним потреб зацікавлених груп. Це так званий маяк, що вказує шлях до добробуту, як, наприклад, у компанії Уолта Діснея: «Робити людей щасливими». Для бізнесу важливо мати гідність, щоб нести декларовану ним високу місію. Рівень цієї гідності відображає бачення. Бачення бізнесу – «це картина того, про що можна мріяти, стан бізнесу,

який може бути досягнутий у віддаленому майбутньому за найбільш сприятливих умов»; це спосіб ведення справи, показаний за допомогою бажаних якісних характеристик його продуктів і мотиваційних установок зацікавлених груп, завдяки яким його місія втілиться у реальність.

Соціальна стратегія бізнесу визначає критерій розподілу труднощів соціальної відповідальності між зацікавленими групами організації. Справедливо, коли її тягар розподіляється пропорційно вартості і цінності вкладених ними капіталів. Бізнесмени вкладають фінансовий капітал, споживачі продукції – частину особистого доходу, сплачуючи ціну товару, менеджери і наймані працівники – людський капітал, суспільство – природні, а держава адміністративні ресурси. Оскільки ці групи, так чи інакше, беруть участь в бізнесі, то вони соціально відповідальні за її результати, але в межах їх обмежених компетенцій та з урахуванням їх раціональних інтересів. У практиці управління соціальною відповідальністю доцільно розрізняти філософії бізнесмена, бізнесу, інших зацікавлених груп, суспільства. Філософію бізнесмена предметно задає мораль через позначення того, що їй суперечить. Він відповідальний перед суспільством за вирішення таких соціальних проблем, як: дотримання громадянських прав, позбавлення від бідності та безробіття, захист довкілля та інше. В ракурсі філософії бізнесменів входять і економічні проблеми, наприклад створення етичного клімату в економіці та суспільстві, визначення меж лояльності по відношенню до можливої їх протизаконної діяльності [4, с.143]. Багато уваги надається вивченню особливостей підприємницької діяльності і ділових якостей підприємця. Загально визнаними якостями та рисами характеру людини, яка веде бізнес прийнято вважати бажання досягти успіху, ініціативність, самостійність, вміння вести справу та інші. Зокрема, слід відзначити, що підприємець як людина, повинен бачити і оцінювати можливості бізнесу, формувати необхідні матеріальні, фінансові і трудові ресурси, одержувати вигоду від їх використання, виявляти ініціативу в новій справі, ефективно керувати людськими ресурсами, гарантувати успіх [3, с.16-18]. Філософію бізнесу формально прийнято виражати у вигляді філософії компанії, яка обґрунтовує її унікальність на ринку, що позначає пріоритети в її діяльності та розвитку і забезпечує єдине розуміння поставлених перед нею цілей.

Основними принципами функціонування підприємств, як суб'єктів господарювання є: вільний вибір підприємницької діяльності, самостійне формування програми діяльності, вільне наймання робітників, комерційний розрахунок та комерційний ризик, вільне розпорядження прибутком та самостійне здійснення зовнішньоекономічної діяльності. Істотним є визначення цілей створення і функціонування підприємства. Цілі в свою чергу формуються під впливом генеральної мети створення і діяльності організації, які проявляються у поєднанні стимуляції соціально-економічного прогресу і отриманні прибутку. Також свій вплив здійснюють керівні постулати, суть яких визначається етичними та моральними пріоритетами, що стосуються відношенням до розвитку, науково-технічного прогресу, ролі прибутку, підприємницької етики, суспільної функції суб'єкта бізнесу [2, с.18-20]. Отже філософія підприємства передусім стосується його соціальних цілей.

У веденні бізнес-діяльності вагому роль відіграють морально-етичні норми і принципи, які регулюють відносини компанії зі стейкхолдерами, відносини всередині компанії, що в свою чергу сприяє успішному функціонуванню бізнесу, досягненню усіх цілей підприємства або ж навпаки створюватиме перешкоди і буде вести до розпаду організації.

Висновок: філософське осмислення теоретичних засад бізнесу як виду соціальної практики, основний зміст якої полягає в індивідуальному управлінні господарством та соціальною відповідальністю перед споживачем, свідчить, що основним фактором філософії бізнесу, тобто головною його світоглядною засадою, є саме можливість реалізації у його межах індивідуального або колективного творчого потенціалу, що, на наш погляд, дає можливість формувати нові виміри соціально-економічного розвитку. Тому бізнес, на нашу думку, постає як сфера вільного акумулювання нового соціального знання, тобто як відкрита і гнучка система, що відіграє значну роль в процесі розвитку соціально-економічних систем. Адже саме у межах бізнес-діяльності формуються відкриття у галузі господарювання, що, в свою чергу, відкриває можливості формування нових підходів до буття, які сприяють зміні уявлень про соціальну реальність та причинну зумовленість соціально-економічної діяльності. Причинність у такій відкритій системі, як бізнес, розуміється, насамперед, як самодетермінація, а не як характерний для господарських систем вплив зовнішніх факторів. В такому разі у межах відкритих соціальних систем процес управління взаємодією суб'єктів економічної діяльності здійснюється через зміну станів економічного простору, а не через прямий вплив одних суб'єктів на інших.

Література

1. *Гориш, И.В. Г 69 Філософія бізнеса: методич. рекомендації по підготовке к семінарским заняттям / И.В. Гориш. – Пинск: ПолесГУ, 2013. – 61 с.*
2. *Мельников А. М. Основи організації бізнесу [текст] : навч. посіб./ за заг. ред. А. М. Мельникова [А. М. Мельников, О. А. Коваленко, Н. Б. Пундяк] –К. : «Центр учбової літератури», 2013. – 200 с.*
3. *Філософія бізнеса. Учебное пособие / автор-составитель М.И. Саврушева – Омск: Вариант – Омск, 2013. – 72 с.*
4. *Філософія управління персоналом // Управління персоналом організації: підручник / за ред. А. Я. Кібанова. 3-є вид. М. : ППФР-М, 2008. – 289с.* 5. *Філософський енциклопедичний словник / редкол. С. С. Аверинцев, Е. А. Араб-Озгі, Л. Ф. Іллічов [і ін.]. 2-є вид. М. : Сов. Енциклопедія, 1989. – 923с.*
5. *Чигур, Р. Ю. Феномен глобалізації: соціально-філософський аналіз / Р. Ю. Чигур // Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: Серія «Філософія», Острог, 2015.– Випуск 18.– С. 96-102*