

## БІЗНЕС ЯК СОЦІАЛЬНЕ ЯВИЩЕ

**Актуальність теми дослідження.** Думка про відповідальність багатства, в основі якого лежала ідея суспільного служіння, здавна була поширена в підприємницькому середовищі. Соціальна відповідальність бізнесу – це добровільний внесок бізнесу в розвиток суспільства в соціальній, економічній і екологічній сферах, зв'язаних з основною діяльністю компанії або тими, що виходять за рамки певного мінімуму.

В Україні суспільство змінилося. Покупцю вже мало купити необхідний йому товар, покупець вибирає товар однієї улюбленої фірми. Вибір часто припадає на соціально відповідальні компанії, бо про них говорять, пишуть. Проведені дослідження показали, що за рівних умов споживачі стабільно віддають перевагу тим виробникам товарів та послуг, які словом й справою проявляють турботу про соціальні аспекти розвитку суспільства.

**Мета дослідження** – визначення соціальної ролі малого підприємництва у розв'язанні основних соціально-економічних проблем національної економіки. Для цього потрібно вирішити наступні **завдання**: охарактеризувати сучасні умови функціонування малого підприємництва в Україні; розглянути економічну сутність, переваги та недоліки цієї форми економічної діяльності; визначити функції малого підприємництва в соціально-економічному розвитку країни.

**Об'єкт дослідження.** Поняття бізнесу та його соціальної ролі. **Предметом дослідження** є філософський аналіз бізнесу в соціальній сфері розвитку країни.

Філософія (від грец. *Філософія* - любов до мудрості) є 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 спрощено представляють як судження зацікавлених груп про його цінності, його ідеологічну платформу, спосіб вираження його сенсу. У цьому спрощення є небезпека омани. Справа в тому, що етичний сенс бізнесу часто підміняється юридично закріпленою в статуті компанії метою - «отримання прибутку» [1, с. 302-304].

Неначе про наш час проникливо писав філософ російського зарубіжжя І. А. Ільїн: «Нешастя сучасної людини велике: йому не вистачає головного - сенсу життя ...» Для чого я все роблю? «У більшості сучасників це питання і не доходить до свідомості. Вони нічого не знають про «навіщо? «життя, як не помічають і те, що вони неосвічені. У них немає ніякої відповіді, і вони не помічають відсутність цієї відповіді. Втрачене, можливо, було б знайдено, але для цього треба спочатку помітити його відсутність, адже лише тоді нещастя стає переборним»[2, с.70-71].

Французький філософ-ідеаліст Анрі Бергсон (1850 - 1941) намагався представити сенс життя як синонім творчості. «Воно - народження нового, вираження багатства і достатку народжує природи» [3, с. 208]. На наш погляд, таке сприйняття господарської діяльності могло б надихнути бізнесменів на великі звершення і відкрити їм невідомі, приголомшливі грані життя, проте вони не завжди ставляться до своєї справи як до джерела творчості, що дарує можливість духовного та інтелектуального вдосконалення, зміцнення здоров'я, способу служіння ближньому і вираження любові до нього, засобу благодійності [3, с. 350].

З розвитком людства змінювалися погляди на сутність і роль багатства. Одними з перших почали задумуватися над моральним буттям, не детермінованим матеріальною вигодою, античні мислителі. Наприклад, Аристотель вважав, що щастя людини полягає не в благородному походженні, здоров'ї, багатстві й удачливості, а в благородній поведінці за будь-яких обставин. Він доводив, що чесноти є породженням розуму. За переконаннями Л.-А. Сенеки, наділений моральною стійкістю, непохитністю мудрець надає перевагу багатству, а не бідності, оскільки це відкриває для нього ширші можливості. Однак багатство відіграватиме в його житті службову роль, а в житті дурня – домінуючу [4, с. 243].

Значний крок у подоланні утилітаризму було здійснено в епоху Середньовіччя, коли передусім цінувалося не багатство, а знатне походження. Філософію бізнесу прийнято формально виражати у вигляді філософії компанії, що обґрунтовує її унікальність на ринку, що позначає пріоритети в її діяльності та розвитку і забезпечує єдине розуміння поставлених перед нею цілей. Найважливішими напрямками філософії компанії стають: філософія творчості, філософія якості, філософія споживача, філософія управління персоналом [6, с. 414].

Філософію бізнесмена предметно задає мораль через позначення того, що їй суперечить. Він відповідальний перед суспільством за вирішення таких соціальних проблем,

як: дотримання громадянських прав, рівноправність жінок, позбавлення від бідності та безробіття, захист флори і фауни та ін. Бізнесмени соціально відповідальні, з одного боку, за чесність коштів, пускаємо в хід для примноження капіталу; створення нових робочих місць; справедливості розподілу доходів, одержуваних від їх бізнесу; напрями витрачання капіталу; а з іншого - за процвітання корупції, соціальна нерівність, байдужість до соціальних проблем, високі рівні безробіття і бідності та ін. Отож, у сфері бізнесу складаються різні відносини між суб'єктами діяльності. [5, с. 472-473].

«У мене з ним добрі стосунки», тобто соціальний зв'язок оцінюється як позитивний.»У мене до нього добре ставлення» - дається позитивна оцінка людині. Однак ці відносини можуть бути й іншими, заснованими на обдурюванні, необов'язковості, заздрощах, злості.

Численні дослідження в галузі філософії, соціології, соціальної психології свідчать, що у ставленні до чогось або у відносинах з кимось ключову, регулюючу роль виконують не правові, а етичні принципи. Це стосується ситуацій, коли людина не усвідомлює, що поводить себе аморально, бо «безпринципність - також принцип» [5, с. 449]. Пояснення цьому просте: основу людської психіки, її душі складають незнищувальні уявлення про те, що таке добро і зло, любов і ненависть, справедливість і несправедливість. Позбавитись їх людина не в змозі, оскільки без них вона безсила у житті.

В українському діловому суспільстві, незважаючи ні на що, невблаганно міцніє прагнення до утвердження таких норм ведення справ, які, з одного боку, увібрали б у себе кращі традиції ділової культури України, а з іншого - кращі норми цивілізованого бізнесу. Відомі філософи-просвітники Дідро, Вольтер, Руссо та їх послідовники вважали, а що всі нещастя людей через нецтво, через незнання того, що добре, а що погано. Чи так це? Необхідно вказати людині на її помилки і вона змінить свою поведінку. Чи так це? Практика свідчить, що справа значно складніша. Можна змусити людину підписати документ, в якому вона визнає, що вживати алкоголь шкідливо, що вона зобов'язується відмовитися від цієї звички. Але чи означає це, що так воно й буде. Скоріше - ні. Українські бізнесмени, наприклад, представляють групи з різними джерелами початкового капіталу, різною мотивацією, досвідом спілкування з владою, рівнем освіти та культури. Домогтись розуміння, а тим більше дотримання етичних принципів надзвичайно складно, заважають цьому різноманітні бар'єри. Внутрішні: скептичне ставлення до етики в бізнесі; песимізм (нічого тут не зміниш; кради і красти будемо); фаталізм (зло всесильне, воно перемагає завжди і всюди); перекладання відповідальності на інших (я б із задоволенням, але ось інші...); невпевненість у своїй моральній послідовності; моральна нестриманість; страх стати неконкурентоспроможними; завищена самооцінка. Зовнішні: закони, суспільна думка; підкуп чиновників; недобросовісність ділових партнерів; застосування силових методів у стосунках із партнерами; необов'язковість у ділових комунікаціях [7].

Враховуючи ситуацію, що склалася в сучасному бізнесі і проблеми входження бізнесу в світовий ринковий простір, ще раз підкреслимо роль психолога у функціонуванні та розвитку різних видів бізнес-організацій. Психолог може здійснювати широкий спектр видів діяльності, спрямованих на такі найважливіші для виживання в умовах конкуренції мети, як: надання допомоги у розвитку самому бізнесмену, створення умов для особистісного зростання співробітників, гармонізацію мікроклімату організації, підвищення загальної психологічної культури персоналу та керівників і т.д.

### **Література**

1. Ємельянов ЕН, Поварніцина С. Е. Психологія бізнесу. М.: Армада. –1998.
2. Келлі Д. Теорія особистості. Психологія особистісних конструктів. –СПб.: Мова. – 2 000.
3. Латиґін Ю. Н., Латиґін Б. Бізнес-план: методика складання. –М.: Омега. –Л. –2006. – С. 106.
4. Маккей Х. Як вціліти серед акул: Випередити конкурентів в умінні продавати, керувати, стимулювати, укладати угоди // Х. Маккей. Ділова стратегія: Концепція, зміст, символи: пров. з англ. / Б. Карлоф. Уфа: Акад. менеджменту. – М.: Економіка. – 1993. – С. 243.
5. Філософія управління персоналом // Управління персоналом організації: підручник / за ред. А. Я. Кибанова. 3-е изд., Доп. і нерераб. М.: ІПФР-М, 2008. С. 86-91; Армстронг М. Філософія розвитку людських ресурсів. Філософія професійного навчання тощо // Практика управління людськими ресурсами. 8-е изд. : пров. з англ. СПб.: Питер. – 2008. – С. 472–473.

6. Тофтул М.Г. *Етика: Навчальний посібник*. – Київ: видавничий центр Академія. – 2005. – 414с.
7. *Бізнес як соціальне явище [Електронний ресурс]* – Режим доступу: <http://www.megos.org.ua/menedzment.5.html>
8. Гончарук-Чолач, Т. *Сучасні парадигми державного управління: теоретико-філософське осмислення* / Тетяна Гончарук-Чолач // *Психологія і суспільство*. – 2010. – № 4. – С. 72-81.
9. Гурик М. І., Гончарук Т. В., Шумка М. Л. *Філософські проблеми державного управління. Навч. посібник. Тернопіль. – Економічна думка, 2010. – 126 с.*