

## **БІЗНЕС ЯК СОЦІАЛЬНЕ ЯВИЩЕ**

**Актуальність теми дослідження.** Протягом століть тема бізнесу не втрачає своєї актуальності для вивчення серед вчених різних галузей. Ведення ефективної підприємницької діяльності є нелегкою задачею, проте слідування моральним нормам у час кризових ситуацій є однією із найважливіших цілей сучасних бізнесменів. Соціальна направленість бізнесу також розглядається як вже загальноприйнята традиція провідних держав світу, тому тема соціальної відповідальності бізнесу є досить актуальною, зокрема впровадження її в Україні. Зі зміною суспільства, відповідно, й етика бізнесу переживає певні модифікації, яка визначає соціальні можливості людей «серйозного бізнесу», що також актуальним питанням, особливо у час прогресивної інтеграції суспільства у світовий простір.

**Мета дослідження** – визначення ролі бізнесу у соціальній системі, обґрунтування концепції етики та соціальної відповідальності в структурі сучасного бізнесу.

**Виклад матеріалу.** Перш ніж розпочати аналіз теми, варто визначити суть поняття «бізнес». Бізнес-це будь-яка справа, спрямована на отримання прибутку або ж складно організована система, спрямована на створення і реалізацію продуктів і послуг з новими властивостями, затребуваних суспільством або окремими групами людей. З останнього визначення досить логічно зробити висновок, що явище бізнесу є досить цікавим для вивчення соціологами, психологами та філософами. Зокрема, М. Лукашевич відзначає: «Праця, через участь в якій, люди вступають в соціальні відносини- є загальною базою, джерелом усіх соціальних явищ. У процесі та у результаті праці змінюється положення різних груп працівників, їхні соціальні якості, зміст їхніх соціальних ролей, у чому й виявляється сутність праці як базового «соціального процесу». Звідси, можна сміло сказати, що бізнес і праця є певним катализатором багатьох соціальних процесів [2, с.16].

Проте на думку багатьох вчених, поняття праці як технологічного способу організації стандартизованої зайнятості населення досить скоро втрапить свою концептуальну вартість і буде замінене більш соціально-орієнтованою категорією «соціальна участь». Деталізуючи попереднє твердження варто згадати трудову субкультуру фрілансерів, яка є особливо поширеною в сучасному діловому просторі. Недарма у провідних компаніях світу спостерігається скорочення частки робочого дня, набуваючи здатності структурувати власне життя робітника. Аргументом можна назвати закономірне формування та утвердження нового виду праці- праці ситуативної зайнятості, тобто неповної зайнятості, що веде до становлення «соціальної деконструкції». Варто згадати й Ж. Бодрійяра, який у своєму творі «Символічний обмін та смерть» наголошував на тому, що праця в сучасних суспільствах стає певним типом «соціальної гри»; це веде до перетворення праці до нестабільного та стихійного процесу, а відповідно й змінює відношення суб'єктів праці до факторів виробництва [5, с.18].

Важливою складовою бізнесу є незалежна дисципліна- етика бізнесу. Перш за все, це відповідні моральні норми діяльності підприємців і цілі ділових організацій, інструменти аналізу і рішення проблем, що постають перед «людьми бізнесу». Варто розуміти, що у час кризи, досить часто підприємці вдаються до аморальних дій у веденні бізнесу, заради утримання максимального прибутку чи банального «виживання» власної підприємницької справи. З огляду на це, теорія добрососусьності розглядає кожен аспект людської діяльності як такий, що не повинен заперечувати моральним принципам іншої людини чи навіть держави. Можна узагальнити вищевказане принципом «об'єднання у взаємозалежне ціле» соціальних ролей індивіда таких як: підприємець, сім'янин, член громадської чи політичної спільноти і подібне [4, с.92].

Існує купа підходів, що розглядають взаємозалежність моральних аспектів та бізнесу, зокрема:

Прагматичний, який базується не на релігійних моралях, а на тому, що неможливо передбачити поведінку іншого суб'єкта бізнесу чи навіть ділового партнера, якщо він, в свою чергу, не буде дотримуватись моральних аспектів. Така ситуація веде до труднощів ведення бізнесу та навіть економічної нестабільності.

Моралістичний, поширення принципів моральності на усі сфери життя, тобто не відокремлювати сферу бізнесу на явище, яке може бути аморальним [4, с.92-93].

Для дотримання правил моралі сучасні підприємці використовують різні методи та заходи, наприклад: етична експертиза, консультування, етичні кодекси, тощо. А серед цінностей, що притаманні робочому колективу, можна виділити такі: співдружність, взаємодопомога, взаєморозуміння, відповідальність та наявність здорового робочого клімату. Стає зрозуміло, що в сучасних умовах людському «Я» у сфері бізнесу приділяють набагато більше уваги, що перетворює людську працю з ручної роботи в процес взаємозагодження соціальних зв'язків та само ідентифікацію [4, с.94-95].

Не менш важливою практикою ведення сучасної підприємницької справи є відповідального бізнесу, що приносить користь як суспільству, так і бізнесу. Такий бізнес сприяє стійкому економічному, екологічному та соціально стійкому розвитку завдяки максимізації позитивному впливу на зовнішні сфери людського життя, водночас зменшуючи негативний. Соціальна відповідальність бізнесу є поширеною практикою серед європейських країн і здійснюється в кількох напрямках: ділова етика, прозорість та підзвітність, дотримання норм поведінки встановлених міжнародними нормами, дотримання прав людини та законодавства, еко спрямованість. Започатковано та підтримано вектор відповідальності Організацією Об'єднаних Націй з 2006 року. Проте, практика соціально відповідального бізнесу насправді не є масово поширеною серед українських бізнесменів і перебувають на етапі дотримання законодавства в «точкових» проектах [2, с.301].

Звернувши увагу на таку складову як мотивацію підприємців, варто наголосити, що згідно з результатами досліджень вчених, мотиви корисності серед підприємців і досягнення авторитету стоїть на останньому місці. Водночас основними засадничими потребами є домінування, досягнення цілей, самостійності та афеліяції( потреба бути в товаристві інших людей, створення «теплых» стосунків з оточуючими) [6, с.144-145].

Окрім цих компонентів, існує ще активність, яка вказує на те, що бізнес явище соціальне і не може існувати за межами діяльності людей. Вона базується знову ж таки на принципах взаємної порядності, адже підприємець повинен здійснювати свою діяльність, опираючись на правову базу і не протидіяти іншим підприємцям, завдаючи збитку. Зазвичай, розумна активність реалізується у розмірах таких показників як ВНП, рівень людського розвитку, економічна потужність держави, тощо.

Суперечність, у свою чергу, визначає наявність у бізнесі протиріч як джерело будь-якого розвитку. Протиріччя виникають між покупцями і продавцями, державою, профспілками, виробниками і тому подібне. Такі суперечності є двигунами розвитку підприємницької діяльності, але відомі й такі непорозуміння, які вийшли з-під контролю і стали причиною історично-драматичних подій, таких як релігійні потрясіння, національні та громадські війни. Іноді такі ситуації спричиняють зниження бізнесу як явища взагалі, що не є позитивним для суспільства.

Проте це розглядається ідеалізовано, на практиці існує ще тінювий бізнес, з яким борються у всьому світі. Якщо сфера бізнесу побудована грамотно, то в тінювій економіці знаходиться лише торгівля наркотиками та зброєю та іншим, що

заборонено законом, але це, знову ж таки, в розвинених країнах. У країнах, де тіньова економіка є поширеним явищем, економічна ситуація є настільки ж кризовою, як і соціальна, несучи негативний вплив на всі прошарки суспільства [1].

**Висновки.** Отже, зі всього вищенаписаного можна зробити висновок, що бізнес є важливим соціальним явищем і здійснює вплив як на структуру суспільства, так і на внутрішній світ окремих індивідів. На даному етапі для ефективного впровадження принципів соціальної етики та відповідальності в бізнесі необхідно: формувати законодавчу базу, створювати партнерську мережу, впроваджувати методологічних основ допомоги для програм задля зацікавлення та підтримки соціальної орієнтації бізнес проектів. Окрім того, економічним стимулом для компаній був би окремо створений банк соціальних та економічних ініціатив, який є у розвинених країнах. А для активнішого залучання принципів етики у підприємницькій сфері, варто продовжувати вивчати досвід іноземних компаній у контексті ділового спілкування та розширювати простір для оптимізації ділового спілкування в бізнесі вітчизняних компаній.

### *Література*

1. Ємельянов Е. Бізнес як соціальне явище [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: [https://stud.com.ua/52782/psihologiya/biznes\\_sotsialno\\_ekonomichnyy\\_fenomen](https://stud.com.ua/52782/psihologiya/biznes_sotsialno_ekonomichnyy_fenomen)
2. Резнік Н. Соціальна відповідальність бізнесу: сутнісно-теоретичні аспекти / Н. Резнік. [Електронний ресурс] // Журнал європейської економіки. 2014. Том 13(№3). С. 296–303. Режим доступу: <http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/13243/1/%D0%A0%D0%B5%D0%B7%D0%BD%D1%96%D0%BA%20%D0%9D.pdf>
3. Сапожник Г. Етика бізнесу як соціоморальна праксеологія / Г. Сапожник [Електронний ресурс]// Мультиверсум. Філософський альманах. К.: Центр духовної культури. 2005. №49. Режим доступу: [https://www.filosof.com.ua/Jornel/M\\_49/Sapozhnyk.htm](https://www.filosof.com.ua/Jornel/M_49/Sapozhnyk.htm)
4. Сидоренко С. В. Теоретико-методологічні засади аналізу етики бізнесу / С. В. Сидоренко. [Електронний ресурс] // Гуманітарний вісник ЗДА. 2009. №39. С. 91–106. Режим доступу: [http://www.zgia.zp.ua/gazeta/VISNIK\\_39\\_8.pdf](http://www.zgia.zp.ua/gazeta/VISNIK_39_8.pdf)
5. Судаков В. І. Праця як соціально-інтегративний процес та технологічний спосіб організації стандартизованої зайнятості / В. І. Судаков. // Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки. 2014. №3(24). С. 14–21.
6. Чернявська Т. Психологічні аспекти актуалізації потреб підприємців / Т. Чернявська. [Електронний ресурс] // Психологія економічного життя. 2013. №2. С. 143–147. Режим доступу: <http://journals.urau.ua/index.php/1810-2131/article/view/114527/109041>
7. Шумка М. Л. Феномен сучасного підприємця / Українська наука: минуле, сучасне, майбутнє. Щорічник. Тернопіль: Збруч, 2002. С. 51-57.
8. Гончарук Т. В., Шумка М. Л. Портретна характеристика сучасного підприємця. / Матеріали Міжнародних філософсько-економічних читань 10-11 червня 2008 року, Львів. С. 282-290.
9. Шумка М. Л. Етичні принципи державного управління доби Нового часу та Просвітництва / Матеріали науково-практичного семінару 18-19 листопада 2010 року, Тернопіль. С. 207-210.
10. Шумка М. Л. Етична культура управління: історико-філософський аналіз. / Світоглядні та соціокультурні засади формування модерної нації. Тернопіль: Економічна думка, 2012. С. 11-118.
11. Гончарук-Чолач Т.В., Джугла Н.В. Політична соціологія: навчальний посібник / За ред. Гончарук-Чолач Т.В. Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр «Економічна думка ТНЕУ», 2018. 250 с.