

## ФІЛОСОФСЬКІ ОСНОВИ БІЗНЕСУ

**Постановка проблеми:** одним із найпоширеніших методів ведення підприємницької діяльності є бізнес. Тому вивчення основ бізнесу з різних філософських точок надає перевагу для бізнесмена у виборі підходу до ведення бізнесу з унікальною складовою.

**Метою дослідження** є здійснення філософського аналізу основ бізнесу.

Відповідно до мети необхідно виконати наступні **завдання**:

- Віднайти зв'язок бізнесу із філософією
- Пояснити значення маркетингу, як філософії бізнесу
- Продемонструвати прикладні аспекти філософії, на основі яких базується підприємницька діяльність.

**Об'єкт дослідження** : соціально – економічна сфера сучасного суспільства.

**Предмет дослідження:** філософські основи бізнесу.

**Дослідження проблеми:** Діяльність людини у суспільстві певними філософськими засадах. Ми це спостерігаємо в управлінні соціальними процесами, підприємницькій діяльності бізнесових структур. Управлінці, бізнесмени опираються на філософські засади. При тому такі люди навіть деколи не помічають цього. Як свідчить практика успішною діяльністю суб'єкта економічної сфери є та діяльність, яка усвідомлена менеджером і бізнесменом з філософських позицій.

Початки бізнесової діяльності датуються 1-4 тисячоліттям до нашої ери. Вже в ті далекі часи відбувався активний обмін продуктами виробництва між пастушими і землеробськими племенами та ремісниками і землеробами на засадах конкуренції між окремими виробниками з метою отримання прибутку.

Цивілізація утверджує поділ праці разом із тим створює клас купців, які лише частково або взагалі не були обізнані в сфері виробництва, а займалися продажем і купівлею продуктів. Звільняючи виробників від праці поза виробництвом та ризику, пов'язаного з обміном продуктів, купці повинні були мати, окрім відповідних рис характеру (сміливість, оперативність, кмітливість та ін.), ще й необхідні знання, які дозволили б дати лад справами в купівлі і продажі продуктів. З появою металевих грошей процес підприємства зростає. Хто володів ним, той в основному визначав долю виробництва. Але це була видима частина підприємницького айсбергу. Підприємство і бізнес окрім спеціальних знань сформувалося ще й певну світоглядну позицію, яка набирала яскраво виражених філософських обрисів у Святому писемі, працях мислителів середньовіччя, Нових часів, сучасності. [7, с 105]

Кінці 19 на початку 20 століття в Північній Америці виникає філософський напрям, який отримав назву прагматизм, основні положення якого були сформовані американським вченим - логіком і математиком Чарльзом Сандерсом Пірсом та психологом Вільямом Джемсом. Згодом основні положення прагматизму розвинув філософ і педагог та психолог Джон Д'юї. Він, почавши з прагматичної інтерпретації логіки і теорії пізнання, в наступні десятиріччя надавав прагматизму інструментального, прикладного значення. У такому вигляді прагматизм став філософською основою спочатку американського, а згодом і у всіх розвинених країнах, підприємства і бізнесу.

У гносеологічному аспекті прагматизм має в двоякий характер: з одного боку, це був метод, а з другого - це теорія істини.

Маркетинг - одна з систем управління та організації діяльності з розробки, виробництва і збуту товарів (послуг) з метою отримання прибутку через задоволення споживача на основі врахування комплексних процесів, що відбуваються на ринку.

Маркетинг - явище складне, багатопланове, а головне, динамічно охоплює величезний спектр самих різних видів людської діяльності. Як відомо, філософія є особливою формою пізнання світу, що виробляє систему знань про фундаментальні принципи буття людини. Також під філософією розуміють форму людського мислення, форму світогляду.

Коли ми говоримо про філософію маркетингу, ми виокремлюємо у ній:

- По-перше, світоглядний, орієнтаційний аспект. Маркетинг - це одночасно філософія бізнесу й орієнтований на дію процес.
- По-друге, розглядаючи філософію маркетингу, слід наголосити на розумінні ключової ролі маркетингу у самоідентифікації підприємства, що базується на інформативно-комунікативному значенні маркетингу в суспільстві. Адже маркетинг у його сучасному розумінні передбачає використання системного та клієнтоорієнтованого підходів до управління будь-якими економічними об'єктами, встановлення постійних і чітких зв'язків із зовнішніми силами та виявлення чинників, які впливають на цей об'єкт.

- По-третє, користуючись філософією маркетингу у підприємницькій діяльності, ми надаємо конкретним діям певних пріоритетів (так, підприємство, діяльність якого базується на філософії маркетингу, може протягом певного часу реалізовувати певні групи товарів собі у збиток, надаючи пріоритет збереженню довгострокових відносин із споживачами і діловими партнерами). Концепція маркетингу базується на теорії індивідуального вибору, що виходить із принципу пріоритету споживача. Маркетинг як філософія бізнесу передбачає відповідний спосіб управління та, зокрема, організації діяльності підприємства. Коли єдина філософія організації бізнесу націлена на задоволення потреб працівників і потреб споживача, всі відділи підприємства повинні мати можливість обмінюватися інформацією, координувати свої плани та їх виконання. Для успіху та перемог над конкурентами необхідні креативність, гнучкість і відсутність бар'єрів у процесі реалізації функцій і між відділами, що стає наслідком поширення філософії маркетингу по всій підприємства. [1]

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 [5, с18-20]

Філософія бізнесу спирається на перспективи колективного економічного світогляду.

Створення філософії вимагає часу і старанності з боку бізнес-лідерів. При складанні філософії, лідери повинні запитати себе, «Яка природа мого бізнесу?» «Хто мій клієнт?» «Які цінності важливі для мене?» і «Що таке моє загальне бачення компанії?». Відповіді на ці питання формують основу філософії бізнесу. Філософія бізнесу сприяє поліпшенню якості життя, притягує ділових людей, що мають схожі з її положеннями погляди, створює умови 86 для довірчих, рівноправних і справедливих відносин; сформує творчу атмосферу навколо бізнесу. Виходячи з цього менеджеру необхідно вміння розробляти філософію бізнесу. [ 5, с 200]

Рухливою силою розвитку бізнесу є потреби і особистий економічний інтерес, який лежить в основі потреб. Розвиток бізнесу неможливий без забезпечення відповідних умов його функціонування. Вони забезпечують законодавчу і нормативну базу, конкурентне середовище, ринкову інфраструктуру та стимули підприємницької діяльності.

Спонукальним мотивом бізнесу є комерційний успіх і задоволення інтересів ділових людей. Бажання отримати прибуток спонукає учасників господарського процесу до розширення виробництва, зниження витрат і цін на товари та послуги. [6, с 71-72]

Ринок є стимулом розвитку бізнесу, а дефіцит ресурсів його межею. На ринку суб'єкти господарської діяльності взаємодіють то в якості виробника, то – споживача. Тобто, ринок встановлює ціни і визначає обсяг виробництва і вирішується проблема: що, як і скільки треба виробляти.

Проблема «що виробляти» вирішується через гроші споживача товару або послуги; «як виробляти» - шляхом конкурентної боротьби між виробниками; «скільки виробляти» - через співвідношення попиту і пропозиції. [6, с 73]

Бізнесмен – це головна фігура ринку. Активізація бізнесу матеріалізується в поліпшенні стану суспільного виробництва, формуючи новий тип економічної поведінки суб'єктів господарювання і відповідного йому механізму [6, с 78].

Таким чином, людина-бізнесмен повинен знаходитися у постійному пошуку, адже цього від нього вимагає сучасне економічне життя суспільства. З розвитком людства змінювалися погляди на сутність і роль багатства. Філософія бізнесу – це група питань, які пов'язані з суспільно-філософськими і соціально-культурологічними, етичними нормами, які є частинами економічного підприємства. Суть філософії бізнесу- дізнатися і розглянути найоптимальніші причини економічного способу дій індивіда, спробувати знайти відповідь на питання чому, для чого він є суб'єктом економічної роботи в цілому, а так само його справ зокрема. Філософія підприємства передусім стосується його соціальних цілей.

### *Література*

1. Барвінок М.В. Маркетинг як філософія бізнесу (2012).- [<https://dspace.udpu.edu.ua/jspui/bitstream>].
2. Глушко Т. П. Філософія бізнесу як основа легітимності економіки // Філософські проблеми гуманітарних наук. –К.: Міжнародний освітній фонд імені Ярослава Мудрого, 2005. – № 4. – С. 85–89
3. Гончарук (Чолач) Т.В., Джугла Н.В., Етнологічні інтенції осмислення українства у філософії Богдана Цимбалістого. // Психологія і педагогіка. – Тернопіль, 2018. - №1-2. – с 155-162.
4. Джугла Н. До питання Українського східного Обряду у рішеннях Замоїського скандалу 1720р. / Історія релігій в Україні. – Львів, «Логос», 2005. – с 210-215
5. Мельников А. М. Основи організації бізнесу [текст] –К. : «Центр учбової літератури», 2013. – 200 с.
6. Орендарчук, Г. Філософія людини-бізнесмена / Галина Орендарчук, Сергій Клеба // Світоглядні та соціокультурні засади формування модерної української нації : зб. наук, праць студ. та викл. каф. філософії та політології ТНЕУ / відп. за вип. Т. В. Гончарук. - Тернопіль : ТНЕУ, 2012. - С. 71-78.
7. Соломон Р. Етика бізнесу // Філософська думка. - 2008. - № 4 -с. 103-117
8. Філософія: навч. посіб./ Гончарук Т.В., Джугла Н.В., Шумка М.Л., - Тернопіль: підручники і посібники, 2016. – 416 с