

БІЗНЕС ЯК СОЦІАЛЬНЕ ЯВИЩЕ

Сучасний стан економічного ринку диктує його учасникам нові правила поведінки для забезпечення успіху в конкурентній боротьбі на ринку. Бізнес є саме тим перспективним варіантом господарювання, що дає можливість гармонійно поєднувати інтереси держави в досягненні політичної й економічної незалежності з інтересами підприємств та підприємців в оптимізації результатів їх діяльності.

Аналіз результатів досліджень вітчизняних вчених-економістів свідчить, що теоретичні та практичні розробки щодо ведення бізнесу відображають ґрунтовне розуміння проблем, пов'язаних з трансформацією вітчизняної системи економіки.

Однак, проведені дослідження дають підстави стверджувати, що важливі аспекти теорії та практики бізнесу в цілому потребують подальшого удосконалення, а також дають підстави стверджувати про актуальність даного дослідження.

Метою роботи є дослідити економічні та соціальні аспекти бізнесу, визначити його місце та роль на сучасному етапі господарювання.

Об'єкт дослідження – бізнес, як соціальне явище.

Предмет дослідження - сукупність теоретичних і економічних питань, пов'язаних з визначенням бізнесу в соціальному аспекті.

Питання визначення бізнесу у своїх працях розглядали вчені З. Варналій, В. Воротін, Л. Воротіна, Т. Говорушко, В. Збарський, В. Карсекін, М. Малік, В. Месель-Веселяк та інші.

Люди приходять у бізнес, стають підприємцями з різних причин або мотивів. Одні – тому що прагнуть багатства, матеріальних благ; інші – тому що хочуть бути господарями своєї долі; треті – не хочуть працювати за чиеюсь вказівкою; четверті – тому що треба «вижити». Те, чого вони прагнуть, називають цінностями. Спільною цінністю для всіх категорій у бізнесі є прибуток. Отримання прибутку пов'язане з нормами та правилами гри [1, с.280].

У теперішніх умовах господарювання бізнес відіграє досить важливу роль для людей та держави в цілому, адже його успішне ведення дозволяє розширювати ринки збуту, отримувати виручку, підвищувати конкурентоспроможність і забезпечувати зростання ринкової вартості підприємств та організацій.

Необхідність правильного розуміння суті бізнесу викликає потребу визначення основного підходу до розкриття економічного та соціального змісту для потреб належної його організації. Регулювання питань бізнесу входить до числа основних в будь-якій країні. З моменту свого виникнення відносини, що пов'язані із веденням бізнесу здійснюють прямий вплив на майновий стан і фінансові результати діяльності суб'єкта господарювання та опосередкований – на суму прибутку, що підлягають отриманню.

Бізнес як соціально-економічне явище існує в умовах специфічних людських взаємин. Це - ціла система знань, вмінь та навичок поведінки людей, які здійснюють комерційну діяльність.

Бізнес - це будь-який вид безпосередньої діяльності з метою отримання прибутку. На рис. 1 показано основні риси бізнесу.

Зазначимо, що визначення бізнесу, як соціального явища, як такого, знаходить своє відображення у працях багатьох вчених і науковців. Проте, ряд авторів ототожнюють поняття бізнесу та підприємництва і зовсім не уточнюють їх, тому не завжди можна розібратись, про що йдеться – про підприємництво чи бізнес. Чіткого визначення відповідних понять, на жаль не виявлено.

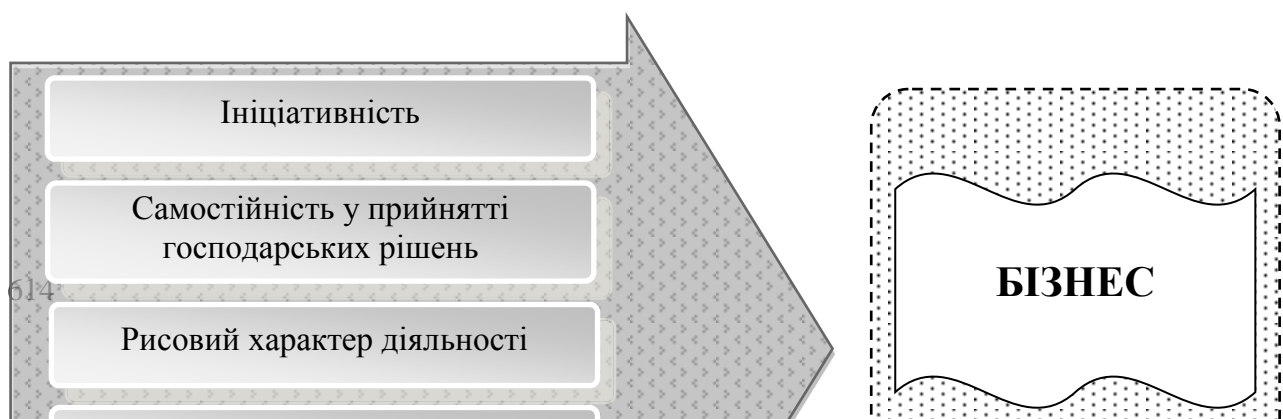


Рис. 1. Визначальні риси бізнесу

Так, у «Фінансовому словнику» [3] міститься таке визначення: «Бізнес – справа, заняття, підприємництво, економічна діяльність, яка направлена на досягнення певних результатів (отримання прибутку)». У «Сучасному словнику» ці два поняття також ототожнюються. Натомість «Вільна енциклопедія» дає таке тлумачення цієї дефініції: «Бізнес – підприємницька, комерційна чи будь-яка інша діяльність, що може суперечити закону і спрямована на отримання прибутку» [4]. «Фінансово-економічний словник» пропонує таке визначення: «Бізнес – економічна діяльність, спрямована на отримання прибутку; будь-який вид підприємницької діяльності, що забезпечує дохід чи інший зиск» [5].

На нашу думку, бізнес – це система взаємозв'язку суб'єктів відносин, які спрямовують свої дії на конкретні об'єкти з метою отримання економічної вигоди, прибутку.

Соціальний бізнес зростає стрімкими темпами. Він охопив уже всі континенти: від маленьких селищ до мегаполісів, об'єднуючи суспільство за різними ознаками. І тут не грає ролі матеріальне становище або географічне розташування – важливе бажання діяти. Якщо людина не стоїть осторонь соціальних проблем і починає з вирішення хоча б їх мінімальної частини, то вона і хочеться, щоб це був кожен з нас – стає учасником соціального процесу, спрямованого на зміну неефективних моделей поведінки. Змінюється поведінка людей – змінюються корпорації, змінюється суспільство, змінюється держава.

Якщо розглядати суть бізнесу, як соціального явища, то можна визначити наступні принципи, на які може опиратись кожен бізнесмен (рис. 2). Варто відзначити, що в даній класифікації йдеться саме про бізнес соціальний, тобто направлений на добро.



Рис. 2. Принципи бізнесу, як соціального явища

Як і будь-яка ланка економіки, бізнес базується на головних правилах, яких дотримуються підприємці і підприємства в процесі прийняття тих або інших рішень. Ці правила можуть бути декларовані в спеціальних документах або ж бути своєрідною традицією, нормою, звичаєм. Частіше за все це поєднання.

Бізнес провадиться на принципах свободи його суб'єктів добровільно вступати у відносини, здійснювати їх у будь-яких формах, не заборонених законом, та рівності перед законом усіх суб'єктів бізнесу. Детальніше правила провадження бізнесу ми розглянемо на рис. 3, які сформулював і перевіряв на власному досвіді Сем Уолтон - засновник мережі магазинів Wal-Mart і найбагатша людина Америки з 1985 по 1988 рік [2].

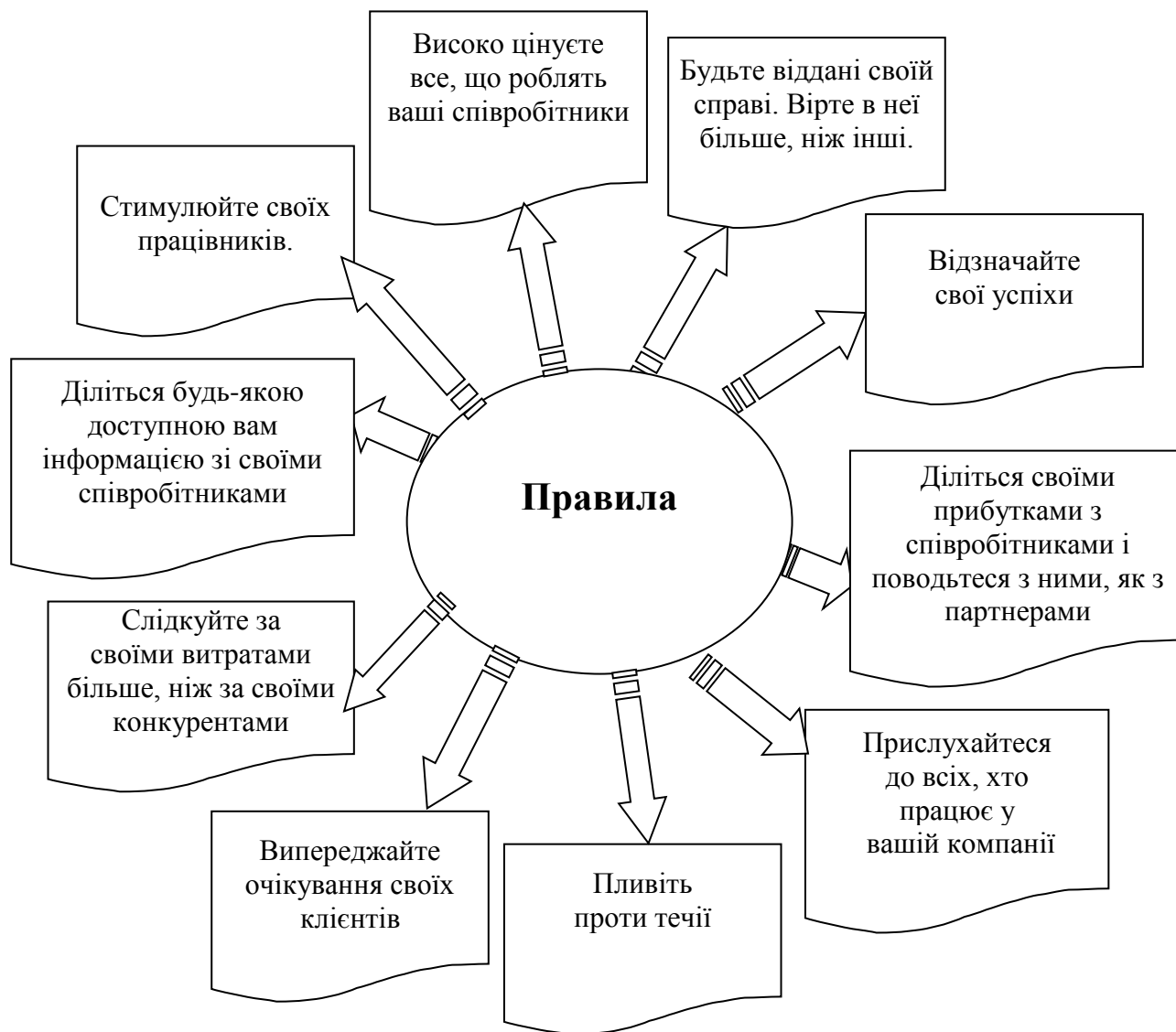


Рис. 3. Основні правила ведення бізнесу

Поступовий відхід від стандартного використання інструментів суспільних відносин сприяв виникненню нової альтернативи. Одним з таких є інститут соціальної відповідальності бізнесу, загалом притаманний розвинутому соціально-орієнтованому системам ринкового типу з стійким трендом розбудови громадянського суспільства. Зазначений інститут виступає достатньо дієвим інструментом збалансування інтересів в ланцюгу «бізнес – індивід – територія – суспільство».

Сучасний підхід до проблеми соціально відповідального бізнесу пов'язаний із зміною пріоритетів підприємницької діяльності: функціонування бізнесу зобов'язане суспільству і повинно нести відповідальність не тільки перед своїми акціонерами, але і перед суспільством, забезпечувати соціальний розвиток прилеглої території. Соціальну відповідальність як явище можна трактувати як систему обов'язків громадян, які належать конкретній соціальній групі, по відношенню до іншої соціальної групи громадян або до суспільства в цілому. Суспільна думка в Україні нині формується не на користь підприємців. Фактично, соціальна відповідальність – це філософія компанії, яка характеризує її відношення до суспільства та його соціальних проблем, іншими словами – її місія. Піраміда соціальної відповідальності бізнес-структур представлена на рис. 1 [6].



Рис. 4. Піраміда соціальної відповідальності

В Україні, на жаль, соціальна відповідальність бізнесу здебільшого носить примусовий характер або здійснюється заради корпоративної вигоди. Соціальне страхування побудовано на принципах безальтернативності і фактично відволікає більше 40% доходів підприємств. Крім того, що соціальні податки на робочу силу дуже значні, вони ще й не конкретизовані, бо не мають чіткої спрямованості, яку можна було б оцінити з точки зору того, хто сплачує страхові внески. Це змушує роботодавців виплачувати заробітну плату «в конвертах», ховатися у «тінь», що веде до штучного скорочення надходжень до бюджету, необґрунтовано низьких соціальних виплат із страхових фондів, нарахування мінімальних пенсій працівникам.

Бізнес не існує поза суспільством, він має безпосередні зв'язки із різними групами впливу, залежить від законодавства, економічної кон'юнктури та низки інших чинників. Однак їх наявність не виступає перешкодою, а змушує шукати нові шляхи соціалізації бізнесу у цьому зовнішньому середовищі. Отже, соціальна відповідальність бізнесу не народжується сама собою. Вона може виникнути лише на основі усвідомлення об'єктивної необхідності такої діяльності або як реакція на стимули, створені державою або ринком. Головним стимулюючим чинником більшість фірм вважають пільгове оподаткування,

зниження регуляторного й адміністративного тиску, участь у соціальних програмах, які могли б надходити від місцевих органів влади. При реалізації своїх соціальних програм третина компаній співпрацює з місцевими органами влади, 12% – зі своїми діловими партнерами й лише 6% – із громадськими організаціями. Дослідження показують, що існує потреба бізнесу в посередниках між підприємствами і цільовим соціальним клієнтом, – організаціях, які могли б збирати ідеї для соціальної відповідальності бізнесу і надавати відповідні послуги компаніям у здійсненні їхніх соціальних заходів [7].

Бізнес як система являє собою явище, наділена чотирма властивостями - доцільністю, цілісністю, суперечливістю і активністю. Доцільність означає, що бізнес будь-якого елемента всередині нього надає раціональну спрямованість на об'єднує ці елементи початок - отримання доходу, прибутку. Цілісність означає, що бізнес пронизує всі сфери, сектора, території і елементи економіки в тій мірі, в якій це необхідно для повної реалізації його вищої мети, - збільшення прибутку. Інакше кажучи, бізнес повинен вільно проникати в ті сфери, які для нього є життєво важливими в даних умовах. Суперечливість означає, що бізнес повинен складатися з протиріч, так як вони - джерело будь-якого розвитку. У бізнесі можна спостерігати безліч протиріч: між підприємцями та найманими працівниками, споживачами і виробниками, підприємцями і профспілками або органами державної влади. У нормальних умовах всі ці протиріччя служать джерелами розвитку бізнесу, зміцнення і зміцнення його цілісності. Активність означає, що бізнес - явище соціальне, тісно пов'язане з соціальними системами, діяльністю людей. Кожен з підприємців повинен вільно і на правовій основі вибирати свою справу, не завдаючи протиправного шкоди іншим людям, не заважаючи їм розвивати свій бізнес.

Світ змінюється стрімко, так само стрімко виникають і розвиваються нові проекти бізнесу. Тому, напевно, найголовніше зараз – допомагати розвиватися цим новим зросткам. А отже, потрібно в першу чергу розуміти, що успіх бізнесу, як соціального явища вимірюється досягненням конкретних цілей. А саме: скорочення голодних смертей серед дітей і дорослих, приріст населення, збільшення числа людей, що отримали доступ до соціальних благ, збільшення кількості малого бізнесу.

Література

1. Статінова Н.П., Радченко С.Г. *Етика бізнесу. Навчальний посібник.* - К. : КНТЕУ, 2001. - 280 с.
2. Бізнес публікації : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://msb.aval.ua/news/?id=24377>.
3. Фінансовий словник [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://dic.academic.ru/dic.nsf/fin_enc/11778.
4. Вільна енциклопедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Бізнес>.
5. Фінансово-економічний словник [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://fes.net.ua/?p=1624>.
6. Кінаш І.П. Тичковська Л.П. Соціальна відповідальність як пріоритетна концепція бізнес-структур : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/natural/Nvuu/Ekon/2011_33_sv1.
7. /SOURCE/25.pdf.
8. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні: національні особливості : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/soc_gum/znpn/2009_5/11.Sotsialna%20vidpovidalnist%20biznesu%20v%20Ukraini.pdf.
9. Гончарук-Чолач, Т. Сучасні парадигми державного управління: теоретико-філософське осмислення / Тетяна Гончарук-Чолач // Психологія і суспільство. – 2010. – № 4. – С. 72-81.
10. Гончарук, Т. В. Філософія економіки як філософська дисципліна / Т. В. Гончарук // Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Сер. Філософія. – 2007. – № 45. – С. 175-178.