

## **БІЗНЕС: СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ І ПРОБЛЕМА ВИЗНАЧЕННЯ**

**В.В. Лапшин, кандидат економічних наук, доцент,  
Українська академія банківської справи**

Стаття присвячена філософським аспектам вивчення бізнесу як соціально-економічного явища, розглянуті його економічні, соціально-психологічні, праксеологічні виявлення, обговорена проблема визначення поняття.

Сучасний розвиток суспільства певною мірою зумовлюється підприємницькою і бізнесовою діяльністю. “Бізнес” як реальний феномен суспільного життя є складним явищем, створеним з розмаїття форм діяльності індивідів, корпорацій, підприємств, управлінських структур тощо. Ми вважаємо, що можливо розгортати проблеми своєрідної “філософії бізнесу” як напряду досліджень, який здатний інтегрувати у себе економіко-теоретичні та конкретно-економічні підходи, психологічні, соціологічні, політологічні концепції, загально методологічні філософські та світоглядні ідеї.

Соціально-економічна сутність бізнесу складається з різних чинників, факторів та виявів, має особливі закони існування та історичного розвитку.

Бізнес не повинен розглядатися як чисто економічне явище. Соціальні відносини, політична життєдіяльність, духовний розвиток суспільства, його правові та моральні нормативи, навіть загальний характер панівних типів світогляду мають свій вплив на процеси становлення, розвитку, поширення або пригнічення бізнесової діяльності.

Феномен бізнесу існує з давнини. Історія господарсько-економічної діяльності людства, досвід сучасних розвинутих країн світу свідчить, що бізнесова діяльність є каталізатором розвитку ринкової економіки.

Спроба дослідження філософських питань існування бізнесу вимагає визначення його сутності, перш за все як особливого виду економічної діяльності.

Термін “бізнес”, або еквівалентне йому поняття “підприємництво”, є багатозначним. За відомими визначеннями діалектичної методології воно має *багаторівневу сутність*. Етимологічно поняття “бізнес” походить від давньоанглійського “*bisid*”, що означає “активний”, “діловий”, “зайнятий роботою”. Таким чином, вже в давньому розумінні слова було закладено декілька змістових значень. Зрозуміло, що в історичному розвитку суспільства змістове навантаження цього поняття багатократно зростає. Саме слово як одиниця людської мови, що відображає думку, знання, соціальний досвід конструктивної діяльності, вимагає багатоаспектного підходу до вивчення його сутності і спроб визначення.

Еволюція бізнесової діяльності була досить складною. Джерела зародження бізнесу беруть свій початок за часів первісно-общинного ладу, коли відбувався обмін натуральними продуктами, здобутими збиральницькою діяльністю, штучно виробленими речами, засобами та предметами праці. Сфера життєвих потреб стимулює людську працю та процеси комунікації у сфері господарсько-економічної діяльності, веде до постійного зростання активності в пошуках задоволення особистих та колективних інтересів, зумовлює виникнення особливого ставлення до власності на речі, розвиток почуттів користі, вигоди, вмінь та навичок з обміну, купівлі, продажу – своєрідного первісного “маркетингу”, а також вмінь умовляти, переконувати, обманювати іншу людину... В епоху появи грошей і розвитку товарно-грошових відносин бізнес набуває ринкових рис, виникають нові його форми. На зміну натуральному обміну приходять вартісний обмін, виникає поняття прибутку як такого, що і є “наріжним каменем” у підприємницькій діяльності і бізнесі.

Бізнес із суспільного погляду можна представити як сферу задоволення зростаючих матеріальних (а інколи – і духовних) потреб суспільства і окремих індивідуумів-споживачів (покупців). Як відомо, потреби суспільства та індивідуума безмежні. Процес експансії суспільних потреб буде мати місце доти, поки існує суспільство, цивілізація.

Підприємництво (бізнес) – це продукт суспільного розвитку, його складова частина. З удосконаленням самого суспільства, зростанням продуктивних сил та виробничих відносин, інших виявів цивілізації удосконалюються і форми бізнесової діяльності. Кожний історичний етап розвитку суспільства вносить свої корективи у реальні форми існування, сутність і теоретичні визначення бізнесу. Але однозначного і всеосяжного визначення бізнесу, як нам представляється, бути не може. Таке припущення підтверджується еволюцією філософії підприємництва, його теорією і практикою. Поняття бізнесу в економічній і спеціальній літературі (філософській, соціологічній, етичній, історичній й ін.) має різне тлумачення. У науковій літературі висвітлені різні погляди, концепції, підходи щодо визначення сутності понять “підприємництво” і “бізнес”, “підприємець” і “бізнесмен”.

У зарубіжній науковій літературі відомі підприємці-бізнесмени і вчені, економісти по-різному визначають сутність бізнесу. Так, один із світових авторитетів у сфері промислового бізнесу Генрі Форд основою і сутністю підприємництва вважав корисну роботу. “Працю на загальну користь став вище вигоди. Без прибутку не може утриматися жодне діло. По суті, у прибутку немає нічого поганого. Добре поставлене підприємництво, приносячи велику користь, повинно приносити великий прибуток і буде приносити його. Але прибутковість повинна створюватися як наслідок корисної роботи, а не лежати в її основі”.

Арманд Хамер, один із найвідоміших бізнесменів США, говорив: “Якщо я працюю по 14 годин на день, 7 днів на тиждень, то мені безперечно починає таланити”. Він пояснював успіхи в бізнесі та його сутність кропіткою корисною працею. Можна навести багато висловлювань підприємців із світовим визнанням і авторитетом про сутність бізнесу, і кожне з них має своє тлумачення і визначення, становлячи собою визначний науковий і практичний інтерес. Відомий американський спеціаліст у сфері бізнесу П. Дракер писав: “Існує лише одне достовірне визначення мети бізнесу – створення споживача. Те, що фірма думає про свою продукцію, – не найголовніше, особливо для майбутнього бізнесу чи для його успіху. Що споживач думає про свою покупку і в чому бачить її цінність – ось що має вирішальну вагу, визначає суть бізнесу, його спрямованість і шанси на успіх”.

Ф. Хайєк сутністю бізнесу вважає пошук нових економічних можливостей досягнення кінцевої мети – одержання максимального прибутку. Іншу думку з приводу визначення бізнесу висловлює Й. Шумпетер. Він, зокрема, вважає, що підприємництво (бізнес) складається, насамперед, у створенні і організації нових комбінацій, підвищеного ризику, прагнення до самостійності. Врешті-решт, підприємництво – це радість творчості, задоволеність досягнутим результатом. У сучасній економічній літературі досить часто підприємництво (бізнес) визначають не просто як господарську діяльність, а як тип господарської поведінки, заснованої на пошуку нових, більш ефективних засобів використання ресурсів, організаційно-господарському новаторстві, нововведеннях, задоволенні потреб суспільства і конкретного споживача.

У загальному вигляді під підприємництвом (бізнесом) розуміється корисна економічна діяльність, що має своєю головною метою отримання прибутку. Тобто це, перш за все, форма людської економічної активності, спрямована на здобуття максимального прибутку. У цілому бізнесом можна назвати таку діяльність, у якій організація виробництва товарів і послуг здійснюється тими, кому юридично належать, у першу чергу, засоби виробництва. (або тими, хто ними реально порядкує). Бізнес є організацією економічної діяльності на основі індивідуальної приватної або акціонерної власності з метою одержання прибутку. Бізнес є сферою вільного індивідуального чи колективного підприємництва, прибуток або збиток від якого цілком припадає на частку власника-підприємця.

При визначенні сутності бізнесу мають місце різні акценти, підкреслюються ті чи інші чинники, характерні риси, створюються різноманітні концепції. Вони можуть лише

підсилювати або просто доповнювати істинність визначення цього явища та його висвітлювання у зв'язку з різними аспектами буття, світогляду і розвитку суспільства, рівня його цивілізації. Можна запропонувати такі визначення підприємництва (бізнесу), де будуть відображені як економічна вигода, матеріальний інтерес, ризик, корисність, так і “мистецтва можливого”, удачі, везіння, а також рівень економічного мислення та ініціативи, міра вкладення капіталу, значення нововведень, фактора часу та інше. Розглянемо деякі з них.

Бізнес є діяльністю, що дозволяє шукати економічну вигоду та задовольняти економічний інтерес з метою досягнення прибутку в умовах ризику.

Бізнес – це ініціатива, яка розгортається в умовах усвідомленої необхідності здобування та отримання прибутку в умовах ризику.

Бізнес – це здатність і прагнення особистості або колективу до економічної вигоди, в основі якої лежать корисність, ризик, прибуток і задоволення досягнутою метою.

Бізнес – це неординарність економічного мислення, це “гра” економічної уяви, втілена корисною роботою, прибутком і ризиком у реальності.

Бізнес – це мистецтво ризику й вміння робити гроші з грошей, перетворюючи їх у прибуток і капітал, це невгамовна спроможність до їх збільшення.

Бізнес – це мистецтво везіння, удачі, економічної вигоди (економічного інтересу) і отримання прибутку.

І нарешті бізнес – це вміння збільшувати капітал плюс везіння й удача; це мистецтво отримання капіталу плюс удача.

Як ми вважаємо, у безлічі можливих визначень сутності бізнесу тією чи іншою мірою містяться такі ключові поняття, як *активність, діяльність, прибуток, ризик, вигода, корисність, потреби, інтереси, ініціатива, гра, змагання, інновація* та інші, що мають різну інтерпретацію їхнього застосування і призначення і є водночас категоріями багатьох суспільствознавчих та людинознавчих наук.

#### **Список літератури**

1. Самуельсон П.М. Экономика, 1964.
2. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. – М., 1962.
3. Форд Г. Моя жизнь. Мои достижения. – М.: Финансы и статистика.

#### **Summary**

The issue of entrepreneur ship is considered. Its main concepts are analyzed.