

© С. А. Єфіменко

9. Багмет М. О., Шатун В. Т. Вплив громадської думки на визначення шляхів забезпечення національної безпеки України / М. О. Багмет, В. Т. Шатун // Вид-во ЧДУ ім. П. Могили. Наукові праці. Політичні науки. – 2011. – Том № 175. – Вип. 163. – С. 5-11.
10. Шевцов С. В. Днепропетровская школа философии: от региона метафизики к метафизике региона / С. В. Шевцов // Грані. Науково-теоретичний і громадсько-політичний альманах. – 2013. – № 8 (100). – С. 112-117.
11. Бек У. Общество риска. На пути к другому модерну / У. Бек // Пер. с нем. В. Седельника и Н. Федоровой. – М.: Прогресс-Традиция, 2000. – 384 с.
12. Вікторов В. Г., Приходько В. В. Топіка кризи в сучасній вищій школі України / В. Г. Вікторов, В. В. Приходько // Вісник Дніпропетровського університету. Сер. «Філософія. Соціологія. Політологія». – 2009. – Вип. 19. – С. 29-34.

**УДК: 101+312.6**

**С. А. Єфіменко** - Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського

### **ІНСТИТУЦІЙНІ ОСНОВИ БІЗНЕСУ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНОГО ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА**

*У статті зазначено, що інститут підприємництва в якості соціально-політичного інституту громадянського суспільства відіграє ключову роль у забезпеченні соціальної консолідації населення та мінімізації громадських ризиків і потрясінь за допомогою створення матеріальних умов для послідовного зростання добробуту людей. Разом з тим цивілізоване підприємництво, засноване на конкуренції та економічній свободі, сприяє політичній демократизації суспільства та активно бере участь в прогресивному реформуванні в напрямку розвитку правової демократичної держави та у становленні політичного плюралізму.*

*Ключові слова: бізнес, громадянське суспільство, особистість, соціальна реальність, соціальна система, соціальна відповідальність, лобізм.*

### **ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ БИЗНЕСА В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОГО ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА**

*В статье указано, что институт предпринимательства в качестве социально-политического института гражданского общества играет ключевую роль в обеспечении социальной консолидации населения и минимизации общественных рисков и потрясений посредством создания материальных условий для последовательного роста благосостояния людей. Вместе с тем цивилизованное предпринимательство, основанное на конкуренции и экономической свободе, способствует политической демократизации общества и активно участвует в прогрессивном реформировании в направлении развития правового демократического государства и в становлении политического плюрализма.*

*Ключевые слова: бизнес, гражданское общество, личность, социальная реальность, социальная система, социальная ответственность, лоббизм.*

## INSTITUTIONAL FRAMEWORKS OF BUSINESS IN THE CONTEXT OF MODERN CIVIL SOCIETY

*The article states that the Institute of Entrepreneurship as a social and political institutions of civil society plays a key role in ensuring social cohesion of population and minimize public risks and shocks by creating the material conditions for the consistent growth of people's welfare. However, civilized enterprise, based on competition and economic freedom, promotes political democratization of society and actively participates in the progressive reform in the development of the democratic state and the establishment of political pluralism.*

*Keywords: business, civil society, personality, social reality, social system, social responsibility, lobbying.*

Актуальність філософського аналізу бізнесу обумовлена відсутністю акцентованого вичленування філософського аспекту в теорії підприємництва, що ускладнює придбання цією теорією статусу концептуальної завершеності. У цьому ракурсі слід зазначити, що згідно авторської концепції підприємницька діяльність являє собою не тільки вид економічної діяльності, але і спосіб раціонального буття людини, її ставлення до світу, висловлене через систему цілеспрямованих способів соціокультурної адаптації.

**Об'єктом дослідження** є соціально-економічна сфера сучасного суспільства.

**Предмет дослідження** – соціально-філософський аналіз бізнесу в контексті сучасного громадянського суспільства.

**Мета дослідження:** соціально-філософський аналіз бізнесу як інституту модернізації сучасного громадянського суспільства.

Методологія розробки філософських підстав аналізу соціальних і духовно-моральних аспектів становлення та розвитку підприємництва пов'язана в першу чергу з іменами М. Вебера і В. Зомбарта. Теоретичне моделювання впливу соціально-політичних факторів на зміни в соціально-економічних і політичних інститутах сучасного суспільства ґрунтується на роботах М. Олсона, К. Поланьї, О. Уільмсона, Н. Флінгстїна, С. Хантінгтона та ін., що заклали методологічні підстави багатфакторного аналізу інституційної динаміки [3, 4, 5].

Особливу значимість мають підходи П. Бурдьє і Д. Норта, що дозволяють виявити нові динамічні і статичні параметри в інституціоналізації соціального, економічного, політичного та ін. просторів, оформлення яких передбачає взаємодію і взаємозв'язок формальних та неформальних соціально-політичних структур і факторів. Автор, застосовуючи відмічені методологічні підходи, прагне акцентувати на тому, що предметна область дослідження бізнесу не повинна редукувати до вивчення формальних інститутів і публічних практик.

Стосовно до реалій історичної еволюції бізнесу в умовах глобалізації нам видається перспективним системно-теоретичний інструментарій Н. Лумана, що дозволяє комплексно висвітлювати структурні зміни, що відбуваються всередині сфери економічних комунікацій у зв'язку з процесами її адаптації до змін у соціальних системах.

Різноманітні моделі інституційних змін у зв'язку з еволюцією громадянського суспільства представлені в роботах таких авторитетних дослідників, як А. Аузан, В. Вітюк, С. Перегудов, Е. Геллнер, Д. Кін, Дж. Л. Коен, Р. Патнем, А. Селігман, І. Шапіро, Ф. Шміттер та ін.

Для сучасного вітчизняного суспільствознавства характерний інтерес до вивчення теоретико-методологічних моделей інституціоналізації бізнесу в сучасному українському суспільстві. Але при цьому досить очевидною є відсутність теоретичної конвенціональності у трактуванні змісту базових понять і самого інституту підприємництва.

Вельми різноманітними є рамки опису інституційної специфіки бізнес-співтовариств, що нерідко підміняється характеристикою функціональних параметрів та мотиваційної структури підприємницької діяльності. Запитання про соціально-філософські аспекти інституціоналізації бізнес-спільнот та конкретні механізми їх інтеграції в громадянське суспільство залишаються, як правило, на периферії дослідницьких інтересів.

Осмилення економічного буття з позиції соціальної філософії призводить до необхідності виділення раціональних основ підприємницької діяльності з метою вирішення проблеми цілеполагання в бізнесі і проблеми ролі підприємця в суспільстві. Це вимагає чіткого розподілу практичної раціональності управлінця-власника та інноваційної раціональності бізнесмена-новатора, креативного архітектора економічної реальності.

Отже, вичленування бізнесу як особливого соціально-політичного феномена може полягати в наступному:

По-перше, сформулювати принципову цільову установку, що обґрунтує можливість інституційного трактування даного феномена, розкрити його сутність, специфіку та механізм взаємодії з іншими соціальними утвореннями. По-друге, скористатися функціональним, структурним та історичним типами обґрунтування існування бізнесу, показати, що він існує як наслідок своїх відносин з іншими інститутами в соціальній системі, виконуючи певні функції в суспільстві, сприяючи його інтеграції. Виявивши функції бізнесу і показавши, що вони є суспільнозначущими, що їх структура і зміст близькі до структури і складу функцій, які виконують в суспільстві інші соціальні інститути, ми зможемо визначити бізнес як елемент структурного механізму, за допомогою якого суспільство регулює і при необхідності здійснює соціальні зміни.

Наступним етапом побудови соціально-філософського трактування бізнесу являється аналіз способів його включення в різні сфери соціального життя, взаємодії з іншими акторами, пред'явлення аргументів невід'ємності бізнесу як елемента комбінацій всіх сфер суспільства, що забезпечує їх функціонування. Подібна логічна схема виправдана, тому що виходить з уявлення про те, що бізнес є продуктом еволюції соціальної системи і, з іншого боку, специфіки основних механізмів його функціонування залежить від багатьох закономірностей розвитку його як особливого виду соціальної діяльності. Тобто, аналіз бізнесу неможливий без співвіднесення його діяльності як з діяльністю інших інститутів, так і з системами більш загального порядку.

Слідом за функціональним і структурним обґрунтуванням необхідно визначити сутність розвитку бізнесу, тобто сформулювати на базі аналізу його основних, виявити специфіку, тип і місце в соціальній системі, концептуалізувати умови виникнення і інституалізації. На завершальному етапі представляється доцільним визначити структуру бізнесу, вичленувати характеристики його основних елементів, сформулювати закономірності розвитку.

Звернення до наукової літератури показує велику кількість різних точок зору з окресленого питання. Адже бізнес не є замкнутою однолінійною системою. Він неоднорідний по ціннісній мотивації і реальному соціальному змісту. Бізнес є найбільш типовим видом соціальної діяльності, орієнтованої на результат, формулювання якого визначається не загальними універсальними принципами і нормами, а практичними інтересами соціального суб'єкта. Так, Ф. Н. Шамхалов вважає, що в основі бізнесу перебувала ризикова діяльність окремих суб'єктів щодо створення на власні кошти підприємств. І лише потім у процесі спеціалізації, виділилася особлива група людей, чия діяльність була сфокусована на отриманні економічного прибутку і визначала господарське життя суспільства. У бізнесі, зазначає вчений, є свої об'єктивні передумови виникнення та фактори розвитку, до яких відносяться:

- укорінена ринкова економіка;
- формування інститутів громадянського суспільства і правової держави;
- закріплені і невідчужувані права і свободи людини, включаючи економічну свободу, засновану на праві приватної власності;
- нормативно-правове відділення власності від політичної влади.

Таким чином, бізнес як феномен виникає тільки тоді, коли складаються передумови для вільного розпорядження власністю, що не обмежуються перешкодами позаекономічного характеру. У таких умовах вже неможливо примусовими заходами обмежити чесну конкуренцію. Іншими словами, громадянське суспільство виробляє найбільш оптимальну і життєздатну для себе форму інституалізації діяльності з управління власністю та її використання з метою задоволення різноманітних суспільних потреб. Така підприємницька діяльність і є бізнесом.

З соціально-філософської точки зору бізнес є однією з форм соціально-організуючої творчої діяльності, а також фактором розвитку соціальних зв'язків і взаємодій. Виробляючи засоби задоволення суспільних потреб, він продукує ефективний попит на них, аж до створення самої потреби в них.

Максими бізнесу (витяг з усього вигоди, досягнення результату як критерій успіху, концентрація коштів для ефективного досягнення мети) навряд чи можна відокремити від базових цінностей людської діяльності. «Для того, щоб з'ясувати, що таке бізнес, – підкреслює Пітер Драйкер, – необхідно визначити його мету. І ця мета повинна знаходитися за межами самого бізнесу. Фактично, вона повинна міститися в суспільстві, оскільки підприємство є суспільним інститутом. Є тільки одне обґрунтоване визначення мети бізнесу – створювати споживача» [1, с. 164]. А споживач створюється не тільки рекламною діяльністю, але і здатністю підприємців передбачити зміни потреб населення і

можливістю пропонувати на ринку очікувані товари і послуги. Останнє несе в собі значні ризики і невизначеність. З урахуванням сказаного, постулюючи розуміння бізнесу як несення тягаря ризику і невизначеності, можна запропонувати деякі його первинні ознаки.

Співвідношення категорій «підприємництво» та «бізнес» є одним з найбільш складних питань соціальної філософії та теоретичної соціології. Зазначені поняття найчастіше використовуються для позначення різних явищ і, незважаючи на широке відображення в наукових публікаціях, єдиного методологічного підходу, що пояснює взаємодію бізнесу та інших соціально-політичних полів не вироблено. Розвиток методології економіки, інформаційно-комунікаційних технологій, посилене вивчення взаємозалежності економічних і політичних суб'єктів ставить у центр наукового аналізу розуміння бізнесу як не лише економічного, а й соціально-політичного феномена, та актуалізує необхідність його інтегрованого розгляду як поліфункціональної діяльності у взаємодії з соціумом в цілому. Тривалий шлях генезису бізнесу як особливої форми організації і реалізації людської діяльності пов'язаний, насамперед, з принципами вільного обміну та вільної конкуренції, заснованої на пріоритеті приватної власності.

Історія становлення та еволюції бізнесу свідчить про постійну зміну не тільки структурно-функціональних принципів організації бізнесу, а й ціннісно-мотиваційних його характеристик. У сучасній літературі переважає підхід, пов'язаний із спробою подолання певної ідеалізації принципів вільної конкуренції і недооцінки ролі держави, акцент на яких зроблено в класичних роботах, насамперед, Ф. Фон Хайєка і Л. Фон Мізеса. Однак, на наш погляд, це досить спірний концепт розуміння взаємодії бізнесу і держави як динамічного, але нерівноважного стану елементів у структурі «суспільство – влада – бізнес», при якому останній розглядається виключно як введений елемент конструкції, норми і правила якої встановлюються виключно державою.

Даний підхід фокусує увагу на бізнесі в рамках лінійного аналізу, виходить із визначеної замкнутості системи відносно «бізнес – інституціональне середовище» і йде корінням до робіт І. фон Тюнена, який розглядає певну модель закритої економіки і ізольованої держави, і досліджень Г. фон Мангольда, який, вперше поставивши питання про оцінку ступеня ризику підприємця, залишав його в рамках пристосування до обставин, обмежуючи соціальну роль підприємців пасивною або активною реакцією на мінливу не з його волі ситуацію. Будучи самодостатнім в обмежених рамках вирішення локальних дослідницьких завдань, даний підхід, акцентуючи увагу на вирішенні конкретних проблем бізнесу в конкретних умовах, методологічно обмежений при аналізі як соціодинаміки взаємодії бізнесу і влади, так і при вивченні внутрішньої логіки розвитку підприємництва.

Бізнес як феномен виникає тільки тоді, коли з'являються умови вільного розпорядження власністю, необмежуваного перешкодами позаекономічного характеру, тобто коли заходами примусу неможливо обмеження честю конкуренції. Іншими словами, громадянське суспільство виробляє найбільш оптимальну і життєздатну для себе форму інституціалізації діяльності з управління власністю з метою задоволення суспільних потреб. Безумовно, подібна інтерпретація має на меті знаходження якісних меж явища, що обумовлює можливість уникнення категоріальної розмитості в визначеннях. «Подібна методологічна плутанина, – пише В. Г. Смольков, – призводить до того, що в концептуальному плані поняття підприємництва залишається нез'ясованим» [2, с. 15]. Розпливчастість уявлень про конституючі ознаки бізнесу, його внутрішню будову, форми соціально-політичних взаємозв'язків, вимагає від дослідника спроби більш-менш чіткого визначення досліджуваного поняття, відсутності однозначного сенсу якого характерне не тільки для наукового апарату, але і для буденної свідомості, повсякденного суспільного життя.

На наш погляд, використовуючи конструктивну абстрактність різних трактувань бізнесу, можливо запропонувати наступні основні базові ознаки:

По-перше, бізнес – це гранично раціоналізований вид людської діяльності, що послідовно реалізується соціально-економічним управлінням за допомогою засобів досягнення мети з пріоритетною мотивацією на досягнення економічного успіху в господарській діяльності. Така діяльність не передбачає хаотичних дій і невиправданих ризиків, бо ціною цього можуть бути збитки або навіть економічне банкрутство.

По-друге, бізнес – атомізований (автономний), побудований на незалежних індивідуалістичних рішеннях, вид соціальної діяльності, що максимізує функцію корисності, задачу досягнення власного блага, телеологічний вектор розгортання якого звернено всередину, що дозволяє виходити за межі звичного соціального поля та позиціонуватися поза рамками традиціоналістських соціальних зв'язків. При цьому здійснення такої раціональної егоїстичності щодо досягнення

власного блага вельми жорстко залежить від здатності бізнесу вгадувати запити споживачів і пропонувати для їх задоволення необхідні товари і послуги.

По-третє, бізнес – найбільш непередбачуваний актор соціально-політичного процесу в своїх економічних перевагах і реакціях на зміни в макро і мікро середовищі, що володіє найбільшою компетенцією, знаннями та інформацією про функціонування інституційного середовища попиту та пропозиції, здатний не тільки до формування жорсткої калькуляції своїх потреб і своєї вигоди, але і до ініціативного конструювання шляхів їх задоволення і досягнення. Якщо, наприклад, в умовах планового народного господарства в радянський період номенклатура товарів широкого споживання і послуг централізовано утверджувалася в самих вищих ешелонах влади, то в умовах ринку бізнес сам визначає, що, коли і в якому обсязі виробляти для споживачів.

По-четверте, бізнес – найбільш сприйнятливий з точки зору політичного управління об'єкт, вплив на який може бути мінімізовано розширенням або обмеженням ресурсних можливостей, при цьому владний вплив може виходити за рамки звичайних і схвалених культурою методів, набувати латентну соціально-політичну форму.

Однак, підкреслимо, що це лише початкові ознаки бізнесу. Можливо, що запропонований нами розширювальний підхід до побудови соціально-філософської теорії бізнесу в соціально-політичному контексті здасться незбижним з реальними нормами підприємницької поведінки в сучасній Україні. Однак, історія підприємництва, досвід розвитку сучасного бізнесу переконують у тому, що запропонована теоретико-методологічна конструкція має цілком реальний політико-соціологічний зміст. У сучасних умовах завдання конкурентоздатності бізнесу інтегрують в себе не тільки елементи економічної активності, успішного менеджменту, але, перш за все, вимагає пошуку нових комбінацій вдосконалення форм і функцій не тільки результату, але і процесу бізнесу, орієнтованого не тільки на виробництво, обмін, розподіл і споживання, а й на трансформацію всієї системи соціокультурних та політичних проявів цієї діяльності.

**В якості висновку** зазначимо, що формування попиту та пропозиції щодо реалізації та споживання товарів та послуг вже неможливий без конструювання відносин всередині бізнесу як системи з її взаємозв'язками із соціумом. Бізнес, подібно державі, суспільству, владі, занадто багатогранний, щоб судити про нього з простих позицій максимізації прибутку і раціоналізації шляхів досягнення успіху. Використання мультипарадигмального підходу обумовлює розкриття концептів інституційних змін, що означають бачення бізнесу як відкритої системи, що постійно реагує на зміну політичного і соціального середовища. Рівновага положення бізнесу і влади в суспільстві – це система постійних динамічних структурно-функціональних перетворень і комбінацій. Акцент на бізнесі як відкритій системі є, з нашої точки зору, основним у розвитку теорії бізнесу.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Дракер П. Ф. Бизнес и инновации. / П. Ф. Дракер. – М.: ООО «И.Д.Вильямс». – 2007. – 432 с.
2. Смольков В. Г. Предпринимательство как особый вид деятельности / В. Г. Смольков // Социологические исследования. – 1994. – № 2. – С. 15-20.
3. Современный философский словарь / [Под общей ред. В. Е. Кемерова]. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Академический проект, 2004. – 864 с.
4. Остапенко І. Г., Кринець Л. В. Соціальна відповідальність бізнесу в умовах глобалізаційних трансформацій / І. Г. Остапенко, Л. В. Кринець // Філософія фінансової цивілізації: людина у світі грошей – Київ: УБС НБУ. – 2013. – С. 447-452.
5. Weber M. Economy and Society. – Vol. I. – Berkeley. University of California Press. 1975. – pp. 85-86.