Реферат на тему

**Индивидуум (человек), общество и бизнес.**

студентки группы ФМ-2-97

Ревской Марии

Москва, 1997

Содержание

1. Общее и различное в понятиях ......................................................

2. Что такое бизнес ..............................................................................

3. Бизнес с точки зрения лидера ........................................................

4. Бизнес с точки зрения исполнителя ...............................................

5. Бизнес и конкуренция .....................................................................

6. Бизнес с точки зрения неудачника .................................................

7. Общество и бизнес ...........................................................................

8. Бизнес как сфера жизнедеятельности человека ............................

9. Подведение итогов ..........................................................................

***Индивидуум (человек), общество и бизнес.***

 Общее и различное в понятиях

 Для начала разграничим тезисно понятия, которыми мы собираемся оперировать, не подвергая в дальнейшем их смысловое значение пересмотру либо сомнению в их целесообразности, т.е. аксиоматически.

 Соотношение понятий, вынесенных в название работы, с какой стороны не рассматривали бы мы его, уже существует, существует уже длительное время и подчиняется общим законам, которые работают и будут работать независимо от того, как мы к ним относимся, принимаем ли мы их лично для себя и как мы их классифицируем. Есть некие объективные соотношения сторон (понятий), которые, оставаясь достаточно устойчивыми в-общем, имеют тенденцию к развитию и, следовательно, некоторому изменению части составляющих их определений в условиях общего развития общества в целом.

 Соответственно, требуется наметить общие схемы соотношения понятий, на которые в дальнейшем мы будем опираться в предлагаемом в данной работе анализе каждого из составляющих /человек-индивидуум-общество-бизнес/ и их общего взаимодействия.

 Таким образом, можно определить следующее:

- Каждый человек является представителем общества, в котором он существует. В дальнейшем в ходе рассуждений мы будем рассматривать человека как человека внутри общества. (Варианты бобылей-сектантов из тайги не рассматриваются как нетипичные и являющиеся теми исключениями из правил, которые только дополняют сами правила).

- Каждый человек, являясь лишь безликим составляющим общества (как социальной категории), или - в другом случае - представителем общества как какой-либо из определенных групп людей (из которых в свою очередь, и складывается общество как социальная категория в целом), является также индивидуумом - как в своем самосознании, так и в законах, принятых обществом, и закрепленных как юридически в жизнедеятельности общества, так и индивидуально - в сознании его представителей. (За основу берется общество, принятое как *цивилизованное* по социальным меркам).

 Таким образом, говоря об усредненном представителе общества вообще, мы будем оперировать термином “человек’’, а говоря об отдельной личности, совершающей какие-либо действия в сфере бизнеса, мы будем пользоваться термином ’’индивидуум”.

 Каждый человек задействован в сфере бизнеса, независимо от его понимания этого, и каждый человек зависим от действий в сфере бизнеса других людей, независимо от понимания или непонимания им данной зависимости.

 Участие индивидуума в сфере бизнеса может быть как прямым, так и опосредованным; соответственно, и зависимость его от действий других индивидуумов в данной сфере также может быть как прямой, так и косвенной.

 Чем более человек зависим от общества, в котором он существует, тем более его личная зависимость от развития сферы бизнеса в данном обществе. При этом его собственное участие в бизнесе может быть минимальным (опосредованным).

* Как следствие, каждый индивидуум, существуя в обществе, признает он это или нет, подчиняется экономическим законам, нормам отношений, которые приняты в данном обществе.
* Даже нарушая существующие в обществе экономические законы, индивидуум действует исходя из уже существующих экономических отношений в данном обществе, принимая их - сознательно или бессознательно - как основу - или антиоснову- для своих действий в сфере экономики (бизнеса), и, соответственно, в жизнедеятельности всего общества.
* Любое общество существует постольку, поскольку в нем существуют какие-либо определенные либо находящиеся в процессе развития экономические отношения.

Экономические отношения, существующие в обществе, действуют на всех членов общества, желают они того, как индивидуумы, или не желают.

* Бизнес - действия индивидуума, направленные на получение им прибыли.

Бизнес в обществе - соотношение взаимных действий отдельных индивидуумов, ограниченных законами, существующими в обществе.

* Участие в бизнесе отдельного индивидуума требует согласия общества - понимает это сам индивидуум либо не понимает.

 Согласие общества может быть дано как законодательно - утвердительно либо ограничительно, но - “по умолчанию”, - т.е. в соответствии с тем, что закреплено обществом ранее, так и (в плане становления нового направления в бизнесе) социальным путем, в соответствии с общественной моралью и сложившимися к этому времени отношениями между индивидуумами как выражателями мнения какой-либо части общества (одобрения - неодобрения действий данного индивидуума в его бизнесе).

* Бизнес различных индивидуумов в сфере их интересов может быть абсолютно полярен, а его результаты могут одинаково не приниматься различными группами (частями) общества, но объективно любое направление бизнеса всегда соответствует не только выражению воли индивидуума, начавшего данный бизнес, но также - в социально-экономическом плане - выражает волю части общества, представлем которой в данный момент является индивидуум, независимо от того, понимает ли сам индивидуум и то, и другое.

 При этом направление, принятое им в бизнесе, в конечном счете может оказаться тупиковым либо ошибочным, но и в этом случае оно будет соответствовать выражению воли части общества в то время, в которое реализуется его, как индивидуума, деятельность в бизнесе.

* Общество, как социальная категория, является и истоком, и целью действий в нем отдельных его представителей (индивидуумов).

 С одной стороны, индивидуум с момента рождения, то есть с момента существования его самого в обществе, попадает под влияние существующих в этом обществе экономических и юридических законов и правил, исходящих из морали, принятой обществом.

 С другой стороны, как только он начинает какие-либо сознательные (либо не до конца им осознанные) действия в сфере экономики, он уже сам дополняет ими существующие в обществе экономические отношения, внося свою деятельность в общий процесс развития, и, таким образом, сосуществует внутри общества и внутри бизнеса вместе со всеми остальными.

 При этом, исходя из тезиса получения прибыли для себя - по определению бизнеса - он, тем не менее, подсознательно исходит и из возможности *принятия* совершаемых им действий самим обществом, без чего его бизнес в конечном счете станет невозможен. Причем принятие его действий обществом должно быть таким, при котором его бизнес получил бы дальнейшее развитие в рамках жизнедеятельности данного общества в настоящее время.

 Таким образом, конечной целью любого бизнеса является то общество, в котором существует индивидуум, и от того, насколько действия индивидуума в сфере бизнеса будут соответствовать запросам общества, его потребностям в данной деятельности в данное время этого индивидуума, зависит само развитие бизнеса этого индивидуума.

 В свою очередь, если сфера деятельности индивидуума была выбрана удачно, и его бизнес расширился до охвата всего общества в целом - это, возможно, изменит само общество и соответственно изменит существующие и действующие в данный момент времени в обществе экономические законы и отношения, что, опять же, даст новый толчок развитию бизнеса в целом, как совокупности действий отдельных индивидуумов в данном обществе в данное время.

 Таким образом, сами понятия “индивидуум” - ”общество” - ”бизнес” оказываются экономически и социально взаимосвязанными таким образом и в такой степени, что существование каждого из этих понятий и рассмотрение их в отдельности, без привязки к двум другим, и их *взаимоотношений во взаимодействии*, объективно является некорректным.

Что такое бизнес?

 Классическое определение бизнеса формулируется как “предпринимательская деятельность, направленная на получение прибыли”. В этой работе мы будем рассматривать бизнес как некий процесс взаимодействия отдельных людей и внешних факторов, связанных с их деятельностью. Таким образом, участниками бизнеса являются не только отдельные индивидуумы - непосредственные сотрудники той или иной фирмы, но и государство как законодательная и исполнительная власть, “рынок” как совокупность конкурирующих фирм, и, наконец, общество в целом как конечный потребитель продукции.

 Соответственно, оценка проявлений бизнеса будет рассматриваться именно в контексте влияния самого процесса на каждого из его участников.

Бизнес с точки зрения лидера

 Роли лидера в бизнесе принято уделять большое внимание. Идеальна та ситуация, когда лидер и руководитель соединяются в одном человеке. Когда руководитель практикующий одновременно является идеологом процесса. И наоборот, когда человек, выдвигающий идею, способен организовать ее практическую реализацию, когда он готов к тому, какие последствия повлечет эта реализация.

 Таким образом, на первый взгляд можно выделить несколько факторов воздействия, которые может оказывать лидер на процесс бизнеса, а именно:

* идеологический;
* административный;
* стимулирующий;
* корректирующий;
* фактор ответственности.

 Поговорим об этом подробнее.

 ***Идеологическая роль*** лидера в процессе достижения конечного результата является, пожалуй, наиболее яркой и однозначной. Действительно, всегда должен найтись один человек, который бы четко и точно сформулировал цели и задачи совместной деятельности. Причем, здесь нужно говорить о целях и задачах в общественном смысле.

 Такая оговорка существенна - мы не рассматриваем мотивы и цели какого-либо конкретного человека, принявшего на себя роль лидера. Мы не отвечаем на вопросы “Что движет этим человеком?”, “Зачем этому человеку власть?”, “Мог бы такой человек быть на другом месте, играть другую роль?”, “Имеет ли право (с этической точки зрения) такой человек занимать эту роль?” и т.д.

 Эти вопросы - удел психологии, и они более индивидуа-лизированы, чем рассматриваемое нами направление деятельности индивидуума как представителя общества, а не индивидуума - отдельно взятого конкретного человека.

 Когда мы говорим о целях и задачах бизнеса в общественном смысле, имеется в виду следующий спектр вопросов:

* Что мы можем сделать нового?
* Что мы можем сделать лучше других?
* Кому нужно то, что мы собираемся делать?
* Сможем ли мы получить прибыль?
* Как мы будем это делать?
* Что для этого нужно?

Причем, последние вопросы уже более конкретизированы и зачастую ответы на них содержат технические характеристики, детальный анализ.

 Таким образом, присутствует необходимость формализовать общественную потребность и общественную оправданность того или иного вида деятельности. И лидер - это тот индивидуум, который разрабатывает общую концепцию, методологию такой деятельности, это тот человек, который принимает на себя право и ответственность провозглашать от имени общества его, общества, потребности применительно к своему виду бизнеса.

 Есть специальная наука, которая рассматривает вопросы выдвижения общественно-активного элемента, способного возглавить общественно-политическое движение. Это наука политология.

 На примере рассмотрения индивидуума как лидера можно наглядно проследить взаимосвязь и преемственность наук. Действительно, формированием лидера интересуется и политология в общественно-политическом смысле, и психология в аспектах становления и развития личности, этика и эстетика изучают роль лидерства в свете общественной морали. Философия объединяет все эти науки, которые в общественном смысле каждая по-своему применима к анализу вопросов, связанных с бизнесом.

 Бизнес на современном этапе - это, на мой взгляд, определенного рода философское учение и, в соответствии с этим, программа действий каждого отдельного индивидуума. Получение прибыли нередко становится самоцелью многих и многих людей, которых, вследствие этого, объединяет очень много характерных черт, мнений, стереотипов поведения. Соответственно, когда объективно существует некая общность людей, у которых в их морально-этическом кодексе присутствует некие единые ценности, которыми они руководствуются и в своей жизни, и в общении с другими индивидуумами, при принятии решений, то мы можем говорить о философии.

 Любой процесс можно рассматривать с двух точек зрения. Во-первых, как индивидуум влияет на этот процесс. Во-вторых, как этот процесс влияет на самого индивидуума.

 В рассматриваемом нами аспекте индивидуум, принявший на себя роль лидера, оказывает влияние на общество, предлагая ему результат своей деятельности в виде товаров и услуг. Но и общество влияет на этого человека и его деятельность. С одной стороны, как уже отмечалось выше, лидер принимает на себя функцию высказывания общественного мнения, формулировки общественной потребности. С другой стороны, общество постоянно изменяется как живой организм (в том числе и под влиянием результатов бизнеса) и, следовательно, изменяются и его запросы, а значит, предпосылки для создания и условий существования бизнеса.

 Роль лидера более заметна потому, что в силу самой этой роли, влияние лидера на общество более существенно, нежели любого иного участника исследуемого процесса. Можно много говорить о лидере как руководителе, администраторе, организующей структуре. Но в этой части исследования наиболее интересно именно глобальное взаимодействие.

 Действительно, один человек, как индивидуум, движимый своими личными целями - такими как удовлетворение амбиций, самовыражение, безусловно получение прибыли, - может ли он при этом воздействовать на обществом в целом? И если да, то как?

 Допустим, активный человек находит некую область, некую новую идею, сулящую ему деловой успех в случае ее реализации. Влияние такого индивидуума на общество заключается в том, что он заполняет своим интеллектуальным потенциалом эту свободную до сих пор нишу. Таким образом, общество *вынуждено* пользоваться результатами деятельности такого человека, причем от того, как был получен конечный результат, *каким* он был получен, зависит реакция общества и, следовательно, дальнейшее воплощение идеи лидера-индивидуума.

 Теперь рассмотрим лидера как ***администратора***. Простейший пример административно-хозяйственной деятельности - от того, какой предстанет перед публикой произведенные виды продукции или услуг, зависит, *как и кем* они будет востребованы. Следовательно, воплощение поставленной задачи не менее важно. Пример с упаковкой - классический из любого учебника по экономике.

 Причем, здесь важны те только изучение и анализ общественной потребности, но и прогнозирование окончательной реализации конечного продукта - вплоть до зарисовки конкретного человека, востребующего этот продукт, включая определение его принадлежности к той или иной социальной группе.

 Именно такая конкретизация иллюстрирует высказанный ранее тезис о том, что конечной целью любого бизнеса общество - если не все общество в целом, то некоторая его часть. И именно это общество как потребитель результатов бизнеса одновременно является ***стимулом*** развития этого бизнеса.

 Взаимодействие производителя продукции и ее потребителя идет вкруговую. Действие первой цепочки мы уже рассмотрели. Утверждалось, что создание какого-либо нового бизнеса влияет на общество. Последнее изменяется и, следовательно, изменяются предпосылки для становления и развития уже именно этого бизнеса. Многие страницы исследований по экономики посвящены проблеме выживания в постоянно меняющихся условиях внешнего рынка, общественной среды. И они утверждают, что для того чтобы выжить в таких условиях, бизнес сам обязан меняться, угадывая при этом тенденции внешних изменений.

 Этот элемент угадывания требует большого знания, чутья. Кто возьмет на себя ответственность ***корректировать*** текущую деятельность, предвосхищая события, делая полшага вперед. Любая большая фирма, пытающаяся выжить, имеет специализированный отдел, который занимается развитием, предлагая новые идеи, направления деятельности, методы и подходы. Большая фирма может позволить себе консолидировать много умных голов для решения одного вопроса. Но в любом случае, принятие окончательного решения в утверждении таких новых разработок, лежит на одном индивидууме - лидере.

 При принятии индивидуумом собственных и утверждении чужих решений, при наличии всегда собственного мнения, настойчивости в его реализации и воплощении, смелости возможного изменения первоначальных планов, непременно нужно заметить, что вероятность ошибки при этом столь же высока, как и вероятность удачи. Следовательно, в случае неверного расчета, человек, осуществивший этот расчет, должен иметь мужество признать собственные ошибки. Более того, он должен быть готов ***нести ответственность*** за эти ошибки и последствия, которые они повлекли для его бизнеса и для всего общества в целом.

 Именно тот инициатор, который еще до начала осуществления задуманного проекта, готов отвечать за его последствия в равной степени с ожидаемой выгодой, - более всего близок к удаче. Здесь можно говорить о ответственности как финансовой, так и юридической, и моральной в случае публичного осуждения, неприятия обществом плодов деятельности.

 Здесь можно привести множество разнообразных примеров. Например, издатель порнографического журнала должен быть готов к осуждению его деятельности со стороны поборников нравственности - таких же представителей общества, как он сам. Чиновник, принимающий решение, должен быть готов к тому, что те, на ком отразятся результаты принятия именно этого решения, как минимум, не будут уверены в его целесообразности. Врач, назначающий лекарство, должен иметь в виду возможные побочные эффекты от действия этого лекарства.

 Таким образом, можно сделать вывод о том, что прогнозирование общественной реакции на произведенную продукцию или услугу (как с финансовой стороны - возможную прибыль, и в плане воздействия результатов деятельности на общество) может существенно помочь в успешной реализации проекта.

Бизнес с точки зрения исполнителя

 Самым наглядным примером для описания оценки проявлений бизнеса с точки зрения исполнителя может служить японская модель производства. Ее характеризует жесткая иерархическая система подчинения. Четкое указание действий со стороны начальника подчиненному, строгая подотчетность и, соответственно, градированная ответственность. Идеальную ситуацию, при которой по всей длине цепочки можно встретить единомышленников, рассматривать некорректно. Любая тенденция более наглядно и демонстративно прослеживается в критических ситуациях.

 Проблеме общественного диктата посвящены многие и многие исследования по политологии, психоанализ пытается помочь тем людям, которые позсознательно страдают от влияния и подавления со стороны других людей. Финансовый диктат не менее, а, может быть, и более сложен.

 Интересующий нас процесс с точки зрения различных его участников неравнозначен, как и их собственная неравнозначность в развитии этого процесса.

 Кто такой исполнитель? Это тот человек, который непосредственно ***созидает***, то есть своим трудом осуществляет какие-либо действия, способствующие приближению или напрямую влекущие за собой появление продукции, услуги. Следовательно, исполнитель должен обладать требующимися для выполнения технологического процесса профессиональными знаниями и навыками.

 Приведем пример с театром. Актер - это исполнитель роли согласно сценарию. Режиссер - исполнитель, воплощающий *свое* прочтение сценария в действии. И можно перечислить всех задействованных лиц, от светоосветителя, звукорежиссера, до работников сцены, буфетчицы и уборщиков как участников спектакля (прямых или косвенных).

 Следовательно, здесь можно говорить и о том, что лидер - равно такой же исполнитель, только с большей степенью ответственности и с меньшей долей фактической производительности.

 Таким образом, напрашивается еще одно ограничение. Будем считать, что исполнитель - это *не* руководитель, исходя из принципа лидерства. В то же время лидер одновременно может сочетать в себе функция как руководителя, так и исполнителя.

 Итак, каким видится бизнес исполнителю? Во многом это зависит от того, какую позицию сам бизнес занял относительно такого исполнителя.

 Кто в данном случае представляет бизнес, олицетворяет его? Безусловно, для работника отдельно взятой фирмы, таким олицетворением является ее руководство. Помимо него, существуют еще предствители более масштабных объединений - профсоюзов, любых общественных организаций, выражающих мнение определенной социальной группы, к которой принадлежит исполнитель.

 Таких групп множество, потому что всегда можно выделить различный уровень сложности решаемых задач, а на каждом таком уровне к исполнителю предъявляются различные требования. Действительно, повар должен уметь готовить, учитель - учить, менеджер - организовывать, слесарь - чинить водопровод и, наконец, актер - лицедействовать. Каждый из перечисленных исполнителей может оцениваться по-разному, в зависимости от личных качеств и от принятых критериев оценки на том уровне административной иерархии, на котором он находится, и тем обществом, в котором он находится.

 Проиллюстрировать эту лестницу можно на примере колхозного рынка. Цена на определенный вид овощей или фруктов колеблется в установленных пределах, причем для каждого такого продукта такой ценовой коридор свой. И картошка никогда не будет продаваться по ценам на виноград, а виноград - по ценам кабачков. Любой экономист аргументирует подобное ценообразование, - и будет прав. Он станет говорить о затратах на выращивание и сбор урожая, на его хранение, о приспособленности видов и тысяче других факторов. Точно также любой менеджер по кадрам скажет, что средний заработок юриста и разнорабочего отличаются друг от друга.

 Соответственно, у представителей разных уровней социальной системы самой этой системой сформированы различные жизненные потребности и, следовательно, различные критерии оценки тех процессов, в которых они участвуют.

 Можно понимать отношение исполнителя к бизнесу как обязательному набору навязанных ему или одобряемых им правил, которым он вынужден подчиняться, исполняя свою функциональную роль в данном бизнесе.

 Итак, каким видится бизнес исполнителю? Чем выше тот уровень, на котором находится исполнитель, тем больше его посвященность в общие цели и задачи этого бизнеса, тем больше у него возможностей влиять на процесс его реализации, тем выше его ответственность за его результаты. Бухгалтерия в целом готовит годовой баланс, но подписывает его всегда главный бухгалтер.

 Не случайно практика современного делопроизводства включает в себя правило “двойной подписи” - ответственного лица, должностной инструкцией наделенного соответствующими полномочиями, и непосредственного исполнителя документа, разрабатывавшего его содержание. Именно поэтому можно говорить о высшем руководстве фирмой как об уровне *принятия решений*, а о среднем руководящем звене - как об уровне *ответственного исполнения принятых другими решений.*

 Индивидуум, выбирая себе ту или иную профессию, а, иначе, пытаясь участвовать в той или иной области собственным бизнесом, ориентируется на два фактора: собственные способности и профессиональный спрос на рынке труда. Уже на этом этапе возникает вероятность подавления своих желаний и интересов в угоду будущего *возможного* благополучия. А позже, в рамках сделанного выбора, подготовленный специалист отдает предпочтение одному из множества работодателей. В свою очередь этот выбор определяет более узкую специализацию, а, следовательно, направление бизнеса. Принципы, которыми руководствуется исполнитель, принимая решение о выборе места работы, не ограничиваются материальной выгодой. Зачастую, люди меняют место работы, проигрывая в размере должностного оклада, ради перспектив профессионального роста.

 Можно преположить, что любой специалист, какую бы ступеньку на иерархической лестнице он не занимал, пытается найти воплощение собственной созидательной потребности в своей профессиональной деятельности. И от того, в какой мере ему это удается, зависит его отношение к месту работы, работодателю.

 В быту распрастранено такое понятие как “уживаться”, что по Далю означает “...жить мирно, согласно, приноравливаться къ чему или къ кому въ жiтии и сжиться, обжиться, свыкнуться съ т*ъ*мъ, чего нельзя миновать”. В том числе и от умения индивидуума ужиться с коллегами, руководством зависит его профессиональный успех. Иногда для сохранения хороших отношений с коллективом, последний требует от индивидуума самоограничений, сдерживания своих желаний.

 Для исполнителя бизнес - это среда существования, которая, с одной стороны, ставит его в жесткие рамки должностных инструкций и принятых правил, а с другой - дает ему возможность не устанавливать, но *менять*  эти самые правила.

 Бизнес и конкуренция

 Свободная конкуренция- это та питательная среда, в которой могут нормально развиваться экономика, появляться новые виды деятельности, технологии - товары и услуги. Свободная конкуренция - та форма организации рынка, которая ориентирована на потребителя и зависит от него.

 Решение о том, *что*  производить, как решение *окончательное*, выносит не плановик, определяющий нужды населения, а само население своим выбором в качестве потребителей. Массы потребителей оказывают также сильнейшее влияние на то, *как*  производятся товары, становясь клиентами правильно учитывающих и оценивающих нужды рынка и более эффективных в своем бизнесе индивидуумов-производителей. При такой системе не в интересах предпринимателя пренебрегать допущенными им ошибками в планировании или же скрывать их. Он первый ощущает последствия своих ошибок: сбыт и производство сокращаются, прибыли падают.

 Конкуренция является фактором, толкающим предпринимателей к *развитию* собственного бизнеса, к изучению спроса. В конечном итоге выигрывает и сам предприниматель, получая прибыль, и потребитель, получая более широкий спектр товаров и услуг. Каждый успех в делах повышает эффективность промышленности в целом: конкуренты преуспевающего индивидуума должны стремиться превзойти его, чтобы, в свою очередь, добиться успеха.

 Очередность в достижении некой высоты в бизнесе, как в плане прибыльности, так и в плане престижа, имеет, кроме того, еще и социальную значимость - это предполагаемая, но реальная возможность для каждого индивидуума добиться успеха, собственно то, что морально движет вперед лидера.

 Хотя свободная конкуренция приносит иногда большие прибыли, однако достаточно просчитаться, неправильно оценить желания и вкусы потребителя или же нерационально организовать дело, чтобы немедленно сказались весьма тяжелые последствия.

 Причиной неудачи бизнесмена могут быть не только его собственные ошибки и просчеты. Именно конкуренция побуждает сильных к подавлению слабых. Большой бизнес, как и большая политика, - зачастую нечестная игра.

 Наличие конкурентов побуждает индивидуума к изучению не только спроса, но и соперника, его сильных и слабых сторон. Такое изучение влечет за собой обмен опытом - то есть передачу полученных знаний. Совместное накопление знаний дает возможность скорейшего развития для каждой из сторон, задействованных в этом процессе.

Бизнес с точки зрения неудачника

 Современный этап развития бизнеса предполагает наличие и постоянное - явное и осознанное либо скрытое и теневое - обострение конкурентной борьбы между индивидуумами, представляющими одно и то же направление бизнеса. Результатом этой борьбы является постепенное вытеснение одного из конкурирующих между собой индивидуумов, нередко вплоть до потери им возможности не только развивать, но и продолжать собственный бизнес.

 Програвший может относиться к состязанию по-разному.

 Один может опустить руки, отказаться от каких-либо дальнейших попыток сделать что-нибудь полезное. Другой - напротив, еще более рьяно взяться за дело, желая взять реванш за предыдущую неудачу. Соответственно, уровень общественной полезности такого индивидуума меняется, а вместе с ним и позиция такого индивидуума в обществе, а, следовательно, и отношение общества к нему.

 Можно рассмотреть критическую ситуацию, в которой индивидуум в результате краха в бизнесе теряет привычные и доступные средства существования. При таком стечении обстоятельнтв общество *автоматически,* без желания на то самого индивидуума, переносит его и его семью в другой социальный слой, тем самым предписывая ему иные нормы общественного поведения. Такой человек стоит перед проблемой психологической адаптации к такой смене. Ведь ни для кого не секрет, что при достижении человеком определенного уровня жизни, его представления о необходимом качестве жизни меняются. Мы часто слышим выражение: “Я не знаю как другие, но я...”

 В принципе, реакция общества на удачу или неудачу индивидуума в деловой сфере притивоположны. В первом случае, индивидууму оказывается больше доверия (причем, это доверие основывается на фактах, а не на личных симпатиях), но, в обмен за это, от него требуется больше ответственности перед обществом в целом. Во втором случае, - ровно наооборот. И степень доверия и уровень ожидаемой ответственности понижаются.

 В любом случае, если говорить о развитии индивидуума, то шагом вперед в таком развитии будет стремление этого индивидуума к анализу ситуации в целом и своих действий - как в бизнесе, так и в обществе - в-частности.

Общество и бизнес

 Общество одновременно является средой существования и сферой жизнедеятельности его представителей - индивидуумов, а, следовательно, является сферой приложения действий этих индивидуумов, куда входит и бизнес.

 При этом следует учитывать, что не вся жизнедеятельность индивидуумов затрагивает сферу бизнеса, что предполагает бизнес как составляющую, но не единственную часть жизнедеятельности (cуществования) самого общества в целом.

 Но смело можно утверждать, что бизнес, как деятельность индивидуума, являющаяся путем развития индивидуума в том или ином направлении, является основной частью существования общества.

 Рассмотрим пример с часами, где часы как целое - это общество. Часы имеют шестеренчатый механизм, циферблат, стрелки, рычажок для завода. Бизнес - это именно рычажок для завода часов, при отсутствии которого - или неиспользовании - все остальное может рассматриваться *частями* как цельное и законченное, может угадываться *общее* предназначение всего механизма, но при этом он *не будет действовать*.

 Лишь при заводе часов - при стремлении к развитию - прямому или опосредованному участию в бизнесе всех индивидуумов - все части часов-общества будут выполнять свои функции, т.е. действовать *как слаженный механизм*.

 Общество без развития бизнеса не имеет возможности собственного развития. Все, окружающее индивидуума в настоящее время, является плодами деятельности - бизнеса - других индивидуумов - либо в настоящее время, либо в прошлом.

 Совершенствование технологий, появление новых товаров, строительство, досуг, появление новых направлений в науке и обучении, профессиональная деятельность - все это составляющие  *результатов* бизнеса индивидуумов, которые, служа источником обретения прибыли для одних, являются средой существования для других, т.е. сферой жизнедеятельности самого общества в целом.

 Общество одновременно пользуется результатами бизнеса и дает новые направления в развитии бизнеса. Развитие бизнеса одного индивидуума зависит от того, насколько своевременно и в удачно выбранном направлении он находит тот или иной сегмент рынка, незаполненный другими и при этом являющийся потребностью общества в этом направлении.

 Товарный, технологический или интеллектуальный вакуум, вовремя угаданный как область приложения бизнеса одного индивидуума, является в то же время необходимой частью дальнейшего развития общества.

 Юридическое закрепление в нашей стране частной собственности - приватизация предприятий - появление акций - появление инвестиционных институтов - появление депозитариев - биржи - брокерские конторы - все это звенья одной цепи, за которыми закрепляется в обществе понятие “ финансовый рынок”. Одно влечет за собой другое, бизнес как общее направление деятельности разрастается, требуя участия все большего количества индивидуумов, задействованных в данной области.

 И генеральный директор, и курьер - это новые заполненные рабочие места, активизация деятельности каждого из индивидуумов на которых приводит к появлению дополнительных возможностей: в рамках одного предприятия - для его разрастания и охвата все больших областей деятельности, для общества в целом - привлечения все новых его членов - индивидуумов - к участию в бизнесе.

 При разрастании сферы деятельности в бизнесе участвующие в нем индивидуумы начинают *специализироваться* на каком-либо направлении, соответственно давая возможноть участия в бизнесе на сопредельных направлениях деятельности для других индивидуумов, и в то же время развивая и укрупняя сферу бизнеса в избранной области, что в свою очередь ведет позже к раздроблению ее и специализации отдельных индивидуумов. Этот процесс бесконечен, пока развивается само общество.

 Таким образом, деятельность отдельного индивидуума, как представителя общества, в бизнесе, связана с подобной деятельностью других членов общества, и, соответственно, взаимосвязана с деятельностью всего общества. С другой стороны, общество целиком зависит от успешности действий в бизнесе его представителей, т.к. их деятельность позволяет обществу развиваться в целом.

 Выстроенный в тундре завод позволяет создать вокруг себя городскую инфраструктуру, что позже привлечет сюда людей, которые, в свою очередь, дадут новый толчок развитию производства и одновременно разрастанию данного города.

 Но если продукция завода - как результат бизнеса индивидуумов, населяющих данный город - не будет представлять интерес для других индивидуумов, другой части общества, это повлечет за собой остановку завода, сокращение рабочих мест , отъезд людей из города - и, наконец, прекращение жизнедеятельности самого города.

 Каждое действие в бизнесе отдельного индивидуума имеет три точки отсчета. Во-первых, это его личная заинтересованность в получении прибыли и дальнейшем развитии своего бизнеса. Во-вторых, его зависимость от бизнеса (деятельности) других индивидуумов, и их оценки его собственного бизнеса. В-третьих, его дальнейшее пребывание в обществе как представителя общества, пользующегося плодами его деятельности, и как представителя своего бизнеса, результаты которого служат обществу.

 От способности каждого индивидуума связать между собой эти три вопроса и зависит его собственное пребывание в обществе и развивается - или не развивается- его бизнес.

Бизнес как сфера жизнедеятельности человека

 Утверждая, что бизнес является сферой жизнедеятельности общества, мы также можем определить бизнес как сферу жизнедеятельности человека, являющегося представителем этого общества. В то же время мы говорим о том, что бизнес не является *единственной* сферой жизнедеятельности человека. Живя в обществе, человек попадает под действие как экономических законов развития общества, так и социальных проблем развития данного общества. Попробуем связать воедино эти отношения и вывести схемы взаимодействия индивидуума и общества.

 На социальном уровне, не связанным напрямую с бизнесом индивидуумов, и лишь опосредованно соприкасаясь со сферой бизнеса, действует схема “человек-человек”. Это общение в семье, с друзьями, на отдыхе и т.п. В этой схеме сфера бизнеса выступает как возможная, но не обязательная тема общения, не затрагивая смысл общения напрямую.

 Следующая к рассмотрению схема - “человек-общество”. Она подразумевает жизнедеятельность и общение индивидуума и других индивидуумов в окружающей его в данное время обстоятельствах. Здесь влияние сферы бизнеса на общение индивидуума в зависимости от обстоятельств и места общения составляет от 50 до 100 % . Отличие ее от следующей схемы в том, что человек выступает здесь не как производитель товаров и услуг в сфере бизнеса, а как их потенциальный потребитель.

 Схема “индивидуум - общество” подразумевает прямую деятельность человека в сфере бизнеса как производителя товаров и услуг для общества, где общество или отдельные индивидуумы выступают потребителями результатов его бизнеса. В то же время следует отметить, что в этой схеме индивидуум выступает и как представитель общества и как представитель бизнеса, и одновременно попадает как в сферу *социальных,* так и *производственных* (результативных) отношений в обществе и бизнесе.

 Но влияние социальной сферы на личность самого индивидуума весьма велико. Так или иначе, именно социальная сфера служит точкой отсчета - положительной или отрицательной - для деятельности человека как индивидуума в бизнесе. Таким образом общество условно расслаивается в социальном плане на отдельные группы индивидуумов со сходными взглядами, понятиями и моралью, от которых зависят их потенциальные действия в собственном бизнесе и восприятии плодов чужого бизнеса. Взаимодействие этих разных социальных частей общества вне прямой деятельности в сфере бизнеса можно обозначить как схему “общество - общество”.

 Наконец, рассматривая деятельность индивидуумов - как выражателей взглядов и устремлений отдельных социальных слоев общества - *непосредственно* в сфере бизнеса, можно рассматривать схему их взаимодействия как “бизнес - бизнес”, где результатом этого взаимодействия будут какие-либо их собственные действия в сфере своего собственного бизнеса, которые затем будут непосредственно влиять на общество или какую-то его часть (социальную группу) и, возможно, изменят существующие в обществе экономические или социальные отношения как между социальными группами, так и между отдельными индивидуумами.

 Также как результаты нашего социального *общения* **влияют** на нас, как на индивидуумов, тем или иным образом - результаты чьего-либо *бизнеса* напрямую **влияют** на общество, как на объединение индивидуумов и, затем, напрямую или косвенно на каждого индивидуума.

 Из всего сказанного можно сделать на первый взгляд парадоксальный вывод о том, что *бизнес является также и способом общения* в обществе как между индивидуумами, так и между социальными группами.

Подведение итогов

 Успех в бизнесе требует изучения общественных предпосылок для возникновения такого рода деятельности, общественной реакции еще до появления результатов этой деятельности и постоянной корректировки направлений развития бизнеса в процессе его существования, - словом, изучения тех или иных как социальных, так и экономических тенденций, наличествующих в обществе.

 Бизнес - это способ развития общества. Техническое облегчение практической (бытовой) стороны существования каждого индивидуума, наилучшее удовлетворение жизненно важных потребностей человека и повышение общего уровня жизни делают возможным реализацию общественной деятельности в самых разных направлениях, в том числе научных, взаимно дополняющих и развивающих друг друга, зачастую совершенно новых. И если за высшую цель деятельности общества принять развитие мысли, сознания, то бизнес, безусловно, способствует достижению этой цели.

Литература

1. Маршал А. “Принципы политической экономики”, Москва, “Прогресс”, 1984

2. Котнер Ф. “Основы маркетинга”, Москва, “Прогресс”, 1990

3. Пигу А. “Экономика благосостояния”, Москва, “Прогресс”, 1986

4. Кашапов Р.Р. “Курс практической психологии, или Как научиться работать и добиваться успеха”, учебное пособие для высшего управленческого состава, Ижевск, Изд-во Удмуртского университета, 1995

5. Краткий внешнеэкономический словарь-справочник, Москва, “Международные отношения”, 1988

6. Словарь-спровочник. Основы внешнеэкономических знаний, Москва, “Высшая школа”, 1990