

УДК 338.23:304

**ФОРМУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ КУЛЬТУРИ**

**Білоус-Сергєєва Світлана Олександрівна**, к.е.н, доцент, Державний вищий навчальний заклад «Приазовський державний технічний університет» м. Маріуполь, e-mail: [belous.75@mail.ru](mailto:belous.75@mail.ru), тел: +380676239107.

**Belous-Sergeeva Svetlana**, Ph.D., Assistant professor Pryazovskyi State Technical University, Mariupol

***Belous-Sergeeva S. Formation of entrepreneurial culture***

*Effective development of a market economy requires the establishment of a competitive production on the basis of a new economic philosophy and in its turn, dictates the need to train a new generation of professionals with a high level of entrepreneurial culture. Entrepreneurs need to find reliable partners and associates. We must be ready to compete. The company generates a certain environment, around itself to affirm respect for the individuals to realize natural human ambition, and a desire for self-realization and self-affirmation that gives off creativity, giving for activity sphere, a sphere of efforts application and serves as a type of management. Entrepreneurship becomes effective when its management staff and its the head will be professionally trained to look for the best options of doing business. A culture of entrepreneurship plays an important role in the functioning of the enterprise. It provides not only a high prestige of the company but enhances production efficiency, improve product quality and services, consequently, an increase in profits. Culture determines the way businessman communicate with their customers, partners, employees and other people in the course of their own business. Culture of the entrepreneurship reflects the appropriate set of rules, requirements, knowledge and the ability to behave in business. Culture of enterpriship requires the ability to organize its production and commercial activities to combine success in business with the creation of such conditions in which workers are the most satisfied with the performance.*

***Білоус-Сергєєва С. О. Формування підприємницької культури***

*Ефективний розвиток ринкової економіки вимагає створення конкурентоспроможного виробництва на базі нової філософії господарювання, що в свою чергу диктує необхідність виховання нового покоління фахівців з високим рівнем підприємницької культури. Підприємцю необхідно знайти надійних партнерів і соратників. Потрібно бути готовим до конкурентної боротьби. Підприємство формує навколо себе певне середовище, в якому стверджується повага до особистості як такої; повною мірою реалізується природне честолюбство людини, її прагнення до самореалізації та самоствердження, що дає змогу вивільнити творчий потенціал, надає сферу діяльності, сферу прикладання своїх зусиль і виступає як тип господарювання. Підприємництво стане ефективним, коли його управлінський персонал, керівник будуть професійно підготовлені до пошуку оптимальних варіантів здійснення підприємницької діяльності. Важливу роль у функціонуванні підприємства, фірми відіграє культура підприємництва. Вона не тільки забезпечує високий престиж підприємству, й сприяє підвищенню ефективності виробництва, поліпшенню якості продукції і послуг, а отже, й збільшенню прибутків. Культура підприємництва визначає спосіб спілкування бізнесмена зі своїми клієнтами, партнерами, підлеглими та іншими особами в процесі здійснення власної справи. Культура підприємця відображає відповідну сукупність правил, вимог, знань та вміння поводитися в бізнесу. Культура підприємства передбачає вміння так організувати його виробничу та комерційну діяльність, щоб успіхи в бізнесі поєднувались зі створенням умов, за яких працівники максимально задоволені працею.*

***Белоус-Сергеева С. А. Формирование предпринимательской культуры***

*Эффективное развитие рыночной экономики требует создания конкурентоспособного производства на базе новой философии хозяйствования, в свою очередь диктует необходимость воспитания нового поколения специалистов с высоким уровнем предпринимательской культуры. Предпринимателю необходимо найти надежных партнеров и соратников. Нужно быть готовым к конкурентной борьбе. Предприятие формирует вокруг себя определенную среду, в котором утверждается уважение к личности как таковой; в полной мере реализуется естественное честолюбие человека, его стремление к самореализации и самоутверждения, что позволяет высвободить творческий потенциал, дает сферу деятельности, сферу приложения своих усилий и выступает как тип хозяйствования. Предпринимательство станет эффективным, когда его управленческий персонал, руководитель будут профессионально подготовленные к поиску оптимальных вариантов осуществления предпринимательской деятельности.*

*Важную роль в функционировании предприятия, фирмы играет культура предпринимательства. Она не только обеспечивает высокий престиж предприятию, и способствует повышению эффективности производства, улучшению качества продукции и услуг, а следовательно, и увеличению прибыли. Культура предпринимательства определяет способ общения бизнесмена со своими клиентами, партнерами, подчиненными и другими лицами в процессе осуществления собственного дела. Культура предпринимателя отражает соответствующую совокупность правил, требований, знаний и умения вести себя в бизнесе. Культура предпринимательства предполагает умение так организовать его производственную и коммерческую деятельность, чтобы успехи в бизнесе сочетались с созданием условий, при которых работники максимально удовлетворены работой.*

**Постановка проблеми** Соціально-економічний розвиток України, підвищення добробуту громадян, досягнення повної і продуктивної зайнятості населення прямо пов'язані з підприємництвом як комплексним, багатограним соціально-економічним явищем. Ефективний розвиток ринкової економіки вимагає створення конкурентоспроможного виробництва на базі нової філософії господарювання, що в свою чергу диктує необхідність виховання нового покоління фахівців з високим рівнем підприємницької культури.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Важливе місце займають роботи з економічної етики, присвячені різним аспектам економічного розвитку, співвідношенню моралі і економічної культури М. Вебер, В. Зомбарт, О. Кабачек, П. Козловський, М. Корягіна, С. Логіновський, Н. Макашева, Е. Михайлова, М. Олсон, А. Ріх, А. Сіно, І. Устіян.

**Мета статті** – зробити аналіз аспектів формування підприємницької культури.

**Результати дослідження.** Ринкова економіка, це стратегічний напрям розвитку України. Шляхи вирішення включають в себе перебудову відносин форм власності, розвиток нормальної конкуренції, створення відповідної ринкової інфраструктури. Освоєння ринкових відносин – це формування нової ідеології економічного мислення і стратегії дій в умовах ринку, а не тільки необхідність розуміння нових категорій і понять. Підприємцю необхідно знайти надійних партнерів і соратників. Потрібно бути готовим до конкурентної боротьби. Організувати логістичну діяльність, підтримуваючи неформальні зв'язки й офіційні відношення як з постачальниками сировини, матеріалів, комплектуючих виробів, так і зі споживачами продукції та замовниками. Всі процеси і сфери діяльності взаємопов'язані, ефективно організовувати працю людей, вправно і ощадно використовувати ресурси.

Філософією підприємництва є вільний індивідуалізм, основною рисою якого є забезпечення розквіту за рахунок власних зусиль, але це не суперечить інтересам суспільства. Підприємство формує навколо себе певне середовище, в якому стверджується повага до особистості як такої; повною мірою реалізується природне честолюбство людини, її прагнення до самореалізації та самоствердження, що дає змогу вивільнити творчий потенціал, надає сферу діяльності, сферу прикладання своїх зусиль і виступає як тип господарювання.

Підприємництво – якісно новий ефективний тип ведення господарства. Воно потребує прогресивних способів, прийомів, методів. Підприємництво є інструментом участі людини в економічному житті суспільства, створенні національного продукту, є джерелом натхнення для мільйонів громадян і забезпечує матеріальну основу їх існування. Більшість країн світу розглядає підприємництво як рушійну силу сталого економічного розвитку, як найважливіший чинник зайнятості, як джерело добробуту нації. Більш повно сутність підприємництва розкривається в його функціях. Тут ми розглядаємо функцію як форму, спосіб вияву активності, життєдіяльності підприємництва як важливої складової виробничих відносин. Функції підприємництва досить різноманітні і розкривають та уточнюють його відносні характеристики.

У сучасній науковій та навчальній літературі називають кілька основних функцій підприємництва. Це зокрема ресурсна функція, зміст якої полягає у формуванні та найбільш

ефективному використанні капіталу, трудових, матеріальних фінансових, інтелектуальних та інших формаційних ресурсів.

Організаційна функція передбачає організацію маркетингу, реклами, впровадження прогресивних форм і методів організації виробництва, нових форм оплати праці та їх оптимальне поєднання з традиційними, успішне поєднання форм одиничного поділу праці, основних факторів виробництва.

Новаторська функція полягає в генеруванні та активному використанні нових прогресивних ідей технічного, організаторського, управлінського характеру, здійсненні дослідно - конструкторських розробок, створенні нових товарів і наданні нових послуг.

Дія соціальної функції передбачає виготовлення таких товарів і надання послуг, які потрібні суспільству, забезпечують задоволення особистих та суспільних потреб. Особистісна функція означає самореалізацію мети кожного конкретного підприємця, його задоволення своєю діяльністю.

Зазначені функції підприємництва окреслюють основні параметри поведінки підприємця. Вони полягають у тому, щоб цінувати людський капітал, вбачати в людині джерело ефективної роботи підприємства, генерування нових ідей, формувати у персоналу економічне мислення, націленість на пошук нових рішень, вміння ризикувати. Кожний підприємець також повинен вміти об'єднувати співробітників для досягнення цілей фірми, бути лідером колективу, приділяти постійну увагу задоволенню потреб і прагнень його членів, формувати високі духовні якості, домагатися, щоб цінності фірми стали складовою менталітету працівників.

Підприємництво стане ефективним, коли його управлінський персонал, керівник будуть професійно підготовлені до пошуку оптимальних варіантів здійснення підприємницької діяльності. Для цього треба вміти планувати діяльність своєї фірми, прагнути оволодіти якомога більшим обсягом інформації, розумно ризикувати. Крім того, підприємець повинен орієнтувати діяльність своєї фірми на задоволення потреб споживачів, підвищувати якість продукції, послуг, робіт, що надаються та виконуються відповідно до чинного законодавства. Підприємець має бути законотворчим громадянином, не порушувати природоохоронне, податкове законодавство, вміти поєднувати індивідуальні, колективні та суспільні інтереси. Не менш важливо для підприємця завжди діяти енергійно, цілеспрямовано, вірити в успіх своєї фірми, бути наполегливим і водночас гнучким, постійно розвиватися як творча особистість. [7]

Важливу роль у функціонуванні підприємства, фірми відіграє культура підприємництва. Вона не тільки забезпечує високий престиж підприємству, й сприяє підвищенню ефективності виробництва, поліпшенню якості продукції і послуг, а отже, й збільшенню прибутків.

У загальному розумінні поняття "культура" означає певну сукупність матеріальних і духовних цінностей, які виробляє людство в історичному процесі свого розвитку. Водночас культура продукує способи створення цих цінностей, засоби їх застосування і передачі. Тим самим вона виступає найважливішим критерієм оцінювання окремої особистості. Саме культура визначає спрямованість суспільної, в тому числі економічної, поведінки підприємця, змушує його дотримуватись етикету ділової людини.

Культура підприємництва визначає спосіб спілкування бізнесмена зі своїми клієнтами, партнерами, підлеглими та іншими особами в процесі здійснення власної справи. Культура підприємця відображає відповідну сукупність правил, вимог, знань та вміння поводитися в бізнесу.

Культура організації підприємницької діяльності визначає клімат, стиль взаємовідносин, цінності підприємства. Будь-яка, нова організаційна структура виробляє свою культуру, що визначає місце цієї структури, її внутрішні і зовнішні відношення і є ніби зразком, стереотипом при формуванні стратегії, розподілі влади, прийнятті рішень, при поводженні персоналу. Сутність культури даної організації виражається в

розпорядженнях, прийнятих ритуалах і церемоніях, а також, у зразках неформального поводження. [1]

Культура підприємництва – це система правил і норм діяльності, звичаїв і традицій, різноманітних інтересів, особливостей поведінки працівників даного підприємства, стилю керівництва, задоволеність працівників умовами праці, рівень співпраці та перспективи розвитку. Вона не тільки забезпечує високий престиж підприємству, а й сприяє підвищенню ефективності виробництва, поліпшенню якості товарів та послуг і отже, збільшенню доходів.

Культура підприємництва передбачає вміння так організовувати його виробничу та комерційну діяльність, щоб успіхи в бізнесі поєднувались зі створенням умов, за яких працівники максимально задоволені працею. Залежно від галузі, регіону, історії підприємства, людей, кожне підприємство має свою культуру. Основні фактори, що впливають на культуру підприємства:

- цілі підприємства;
- його система цінностей та ідей;
- прийняті на підприємстві стандарти і правила.

Елементи підприємницької культури формуються як під впливом досвіду діяльності даного підприємства, так і в результаті настанов його лідерів. Слід мати на увазі, що перш ніж розпочати формування культури того чи іншого підприємства, слід чітко зрозуміти систему його цінностей та переконань. Вона складається роками, динамічна, постійно вдосконалюється.

Формування культури підприємницької діяльності може здійснюватися природним шляхом, коли підприємство на підставі вивчення досвіду минулого й теперішнього підтримують ті культурні традиції, які є найбільш результативними для досягнення поставлених цілей, і може цілеспрямовано формуватися шляхом спеціального впровадження певних комплексів поведінки.[6]

Підприємницька діяльність переважно здійснюється «за горизонтальним» принципом. Спілкування заради встановлення взаємовигідних контактів, і інша сторона – такий же підприємець. Як правило, підприємницькі контакти встановлюються на рівноправній основі, тут рівень людських взаємин ґрунтується на ділових, а при тривалому веденні справи постійним партнером – на дружніх принципах і стосунках.

Виробнича діяльність будь-якого працівника організації нерозривно пов'язана з дотриманням ним етичних норм, правил поведінки та взаємовідносин зі своїм зовнішнім оточенням (керівниками, колегами, підлеглими, клієнтами і партнерами). Дотримання етики ділових стосунків є одним із основних критеріїв професіоналізму як окремого співробітника, так і організації в цілому.

Під етикою розуміємо систему універсальних і специфічних моральних вимог та норм поведінки, реалізованих у процесі громадського життя. Відповідно етика ділових взаємин і ділового спілкування виділяє одну із сфер громадського життя. [3]

Етика - система норм поведінки і обов'язок людей по відношенню один до одного і суспільству в цілому. Етика ділових відносин - це система універсальних і специфічних моральних вимог і норм поведінки, що реалізуються в професійній діяльності. У неї входять:

- етична оцінка внутрішньої і зовнішньої політики комерційної організації;
- моральні принципи членів комерційної організації;
- моральний клімат в комерційної організації;
- норми ділового етикету.

У більшості західних країн ділову етику включено до програм інститутів і університетів, коледжів і шкіл бізнесу. Це пов'язано з тим, що будь-яка діяльність людини, зокрема політична, підприємницька, має етичні й правові критерії. У житті, зокрема в

бізнесі, часто виникають ситуації, коли люди дотримуючись закону, але порушують етичні норми й правила. Це має негативні наслідки як для бізнесу, так і для суспільства загалом.

Багато західних фірм мають власні етичні кодекси. При цьому вони виходять з того, що високі етичні стандарти забезпечують стабільний прибуток.

Для підвищення культури підприємництва на належний рівень необхідно вивчити механізми взаємодії окремих елементів, існуючий між ними зв'язок, їх взаємовплив. При цьому слід проаналізувати, чи не застаріли уявлення про цінності, які принесли успіх підприємству, чи слід їх поновити. Зміни в культурі підприємництва відбувається відповідно до нових уявлень про цінності.

Проведені дослідження показують, що значення таких цінностей, як самовизначення, орієнтація на потреби, творчість, розкриття особистості, здатність до компромісу, передбачуваність поведінки, надійність, стабільність, фахові здібності, зростає. [6]

Змістом ділового спілкування є «діло», з приводу якого виникає й розвивається взаємодія. Ділове спілкування – це усний контакт між співрозмовниками, які мають необхідні для цього повноваження і ставлять перед собою завдання розв'язати конкретні проблеми. Під час ділового спілкування легше встановлюється контакт між людьми, якщо вони говорять «однією мовою» й прагнуть до продуктивного співробітництва. При цьому засадами культури їхнього спілкування є етичні норми та ритуальні правила ділових взаємовідносин, знання й уміння, пов'язані з обміном інформацією, використанням способів і засобів взаємовпливу, взаєморозуміння. Професійне спілкування формується в умовах конкретної діяльності, а тому певною мірою вбирає в себе її особливості, є важливою її частиною, засобом цієї діяльності.[2]

Основні чинники, що впливають на культуру підприємства: цілі підприємства; основні його цінності й ідеї; прийняті на підприємстві стандарти і правила; діючі і неформальні канали комунікації та ін. Елементи підприємницької культури формуються як під впливом досвіду діяльності підприємства, так і в результаті установок його лідерів. [1]

Особливо важливе значення має раціональне використання людських ресурсів в організації функціонування підприємницької діяльності. Рішення важливих проблем інноваційного, економічного і соціального розвитку країни неможливе без організації принципово нових ринкових відносин між діловими партнерами, удосконалення методів керівництва, зміни стилю господарювання, психології мислення керівників, розширення та поглиблення демократії, подальшого поліпшення дисципліни, підвищення відповідальності персоналу всіх ланок виробництва та управління. Для того щоб розвиватись, одержувати прибуток і зберегти конкурентоспроможність організації, керівництво повинно оптимізувати віддачу від вкладень будь яких ресурсів: матеріальних, фінансових і головне – людських. Управління персоналом – це діяльність організації спрямована на ефективне використання персоналу для досягнення цілей, як організації, так і індивідуальних. Підприємство або його персонал є ключовим фактором розвитку, тому що коли підприємство проявляє турботу про своїх людей, ці результати обов'язково позначаються на його діяльності. Ось чому персоналом треба управляти на основі найважливіших аспектів теорії і практики менеджменту.[5]

Психологія управління має витоки. Сучасні вітчизняні психологи предмет науки, психологія, висвітлюють як вивчення психічних процесів, властивостей і стану особистості. Це наука про факти і механізми психіки як утвореного в мозку образу дійсності, на основі, і за допомогою якого здійснюється управління поведінкою й діяльністю людини, бо має особистий характер. Сучасна психологія є складною системою різноманітних галузей цієї науки, що вирізнялись у процесі її історичного розвитку, і тісно пов'язані між собою. На ґрунті загальної психології, в процесі становлення та зрілості її шкіл і течій, гібридизуючи із соціологією, політологією, педагогікою народилась галузь психологія управління.

Управління, під час якого відбувається регулювання різних відносин між спільнотами людей, розглядається в технічному, економічному, соціальному аспектах. Якісно нові процеси в управлінні зумовили зміни нормативних вимог до керівників, їх технічної компетентності, здатності орієнтуватися в інформаційних потоках, уміння використовувати засоби ділового спілкування, створювати працездатні колективи з людей, які дотримуються різних принципів і цінностей. Керівник як особистість повинен впливати на ефективність використання природних і суспільних ресурсів, здійснювати перспективне і поточне планування, підвищити культуру праці, регулювати взаємини у колективі. Керівнику будь-якого рівня необхідно завжди пам'ятати про головний ресурс підприємства та підприємницької діяльності, найважливіше поняття управлінської діяльності – «людські ресурси». Людина наділена найдосконалішою психосистемою і на основі самоорганізації інтегрується в такі цілісності як індивід, колектив, суспільство. Такий процес об'єднання в само організаційні цілісності і є соціопсихоінтеграція. За само організаційною сутністю стоїть категорія синергетики. Це так званий системний ефект, коли у системі з'являються властивості не притаманні її компонентам. Утворюється ефект синергії, від сукупної ефективної управлінської діяльності утворюється поєднання, інтеграція та взаємодії керуючої та керованої систем. Частини підприємства які діють окремо, мають загальний ефект що перевищує суму показників віддачі окремих підсистем організації. [4]

**Висновки:** Таким чином формування підприємницької культури складається з ділової етики яка повинна базуватися на чесності, відкритості, верості даному слову, здатності ефективно функціонувати на ринку відповідно до чинного законодавства, встановлених правил і традиціями. Підприємець це людина, постійно готова йти на ризик, енергійний, наполегливий, вміє долати труднощі і перешкоди на шляху до намічено цілі, людина з нестандартним мисленням, здатний приймати управлінські рішення.

Сформована підприємницька культура допомагає не тільки нарощувати прибуток, але і зберегти клієнтів. За підрахунками спеціалістів, утримати старих партнерів в п'ять разів дешевше, ніж завоювати прихильність нових. Підприємець завжди повинен орієнтується на споживача. Тому ще до вкладення інвестицій в основний капітал необхідно витратити чимало грошей, часу і сил на формування етики, культури компанії і відповідну підготовку її працівників.

#### Список використаних джерел:

1. Іванілов О. С. Економіка підприємства: підруч. [для студ. вищ. навч. закл.] / О. С. Іванілов — К.: Центр учбової літератури, 2009. — 728 с. — ISBN 978-966-364-885-9.
2. Т.К. Чмут, Г.Л. Чайка, М.П. Лукашевич, І.Б. Осечинська. Етика ділового спілкування: Курс лекцій / - 2-ге вид., стереотип. — К.: МАУП, 2003.-208 с.: іл. — Бібліогр. У кінці розділів.
3. Гриценко Т. Б., Гриценко С.П., Іценко Т.Д., Мельничук Т.Ф., Чуприк Н.В., Анохіна Л.П.. Етика ділового спілкування: / за редакцією Т.Б. Гриценко, Т.Д. Іценко, Т.Ф. Мельничук / Навч. посібник. — К.: Центр учбової літератури, 2007 — 344 с.
4. Ходаківський Е.І., Богоявленська Ю.В., Грабар Т.П. Психологія управління. Навчальний посібник. — К.: Центр учбової літератури, 2008. — 608 с.
5. Виноградський М. Д., Виноградська А. М., Шканова О.М. Управління персоналом. 2-ге видання: Навч. посіб. — К.: Центр учбової літератури, 2009. — 502 с.
6. Донець Л.І., Романенко Н.Г. Д 67 Основи підприємництва. Навчальний посібник. — К.: Центр навчальної літератури, 2006. — 320 с.
7. В. Г. Федоренко, М. П. Денисенко, М. М. Руженський та ін. — Підприємництво: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / К.: МАУП, 2005. — 280 с. : іл. — Бібліогр. : с. 277–279.

#### References (BSI)

1. Ivanilov O. (2009), *Enterprise economy: textbook, for the students of high university, Center of educational literature, Kyiv, Ukraine, 728 p, ISBN 978-966-364-885-9.*

2. Chmut T., Seagull G., Lukashevich M. and others (2007), *Business Ethics: Lectures, 2nd ed., Stereotype*, Kyiv, Ukraine, 208 p.
3. Gritsenko T., Gritsenko S., Ishchenko T., Melnychuk T. and others (2007), *Business Ethics, Center of educational literature*, Kyiv, Ukraine, 344 p.
4. Khodakivskiy E., Epiphany U. and Grabar T. (2008), *Psychology of Management, Tutorial, Center of educational literature*, Kyiv, Ukraine, 608 p.
5. Vinogradsky M., Vinogradsky A., Shkanova A. (2009), *Management Resources, 2nd Ed., Center of educational literature*, Kyiv, Ukraine, 502 p.
6. Donets L., Romanenko N. (2006), *Fundamentals of Entrepreneurship, Tutorial, Center of educational literature*, Kyiv, Ukraine, 320 p.
7. Fedorenko V., Denisenko M., Ruzhensky M. and others (2005), *Entrepreneurship*, Kyiv, Ukraine, 280 p.

**Keywords:** *culture of entrepreneurship, entrepreneur, business philosophy, entrepreneur activity.*

**Ключові слова:** *культура підприємництва, підприємець, філософія підприємництва, підприємницька діяльність.*

**Ключевые слова:** *культура предпринимательства, предприниматель, философия предпринимательства, предпринимательская деятельность.*