

**КУЛЬТУРА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

*У статті проаналізовано зміст поняття "культура підприємницької діяльності" як важливий фактор, що впливає на успіх економічних перетворень в Україні. Розкрито складники діяльності, як основи успішного заняття підприємництвом.*

Перехід на початку 90-х років XX століття до нової моделі господарювання, становлення та розвиток підприємництва на основі самостійної ініціативи та трансформації державної власності в інші форми, визначення конституційних основ незалежної Української держави суттєво позначилися на всіх напрямках розвитку нашого суспільства: політичному, економічному, культурному, освітньому.

Реагуючи на зміни економічної кон'юнктури, малий бізнес України швидко пристосовується до нових умов, він здатний оперативно перебудовувати виробничий процес, налагоджувати виробництво нової продукції, заповнюючи існуючі прогалини на ринку. Це сприятиме вирішенню не тільки соціально-економічних проблем (розширює можливості працевлаштування населення, його зайнятість у суспільному виробництві та кращого задоволення потреб споживачів), але і є ефективним способом розробки та впровадження інновацій, що призведе до покращення економічної ситуації в країні та забезпечить поступовий вихід її з кризи. Таке динамічне і складне явище, як підприємництво, в цілому, потребує нових підходів та вимог до всіх суб'єктів господарювання.

Метою статті є ретроспективний аналіз культури підприємницької діяльності як основи підготовки шкільної молоді до діяльності в умовах ринку праці.

Перші спроби теоретичного осмислення поняття "підприємництво" розпочалися з XVII ст. Вагомий внесок у дослідження підприємництва зробили відомі західні вчені XVIII – XX ст. Р. Кантільйон, А. Сміт, Д. Рікардо, Ж.-Б. Сей, А. Маршалл та інші. На початку XX ст. економісти-соціологи М. Вебер, В. Зомбарт, Й. Шумпетер у своїх дослідженнях, приділяли велику увагу значенню підприємницької діяльності в економічному житті будь-якої країни. [1: 25-29]

Й. Шумпетер у розробці теорії підприємництва прийшов до висновку, що справжнє підприємництво – це особливий дух та особливий стиль життя, яке вимагає від підприємця принципово нові якості. За висловом І. Шумпетера, підприємець – це творець власного щастя, який виконує функцію економічного лідерства і новаторства. Задоволення і радість, що людина отримує від самого процесу та результатів своєї праці, є головним чинником у здійсненні підприємницької діяльності, а прибуток – це показник успішної організаційно-новаторської діяльності підприємця, це показник ділових якостей та престижу в суспільстві. Чим більше суспільство є цивілізованим, чим вище розвинута його культура, тим більше підприємець розбірливий у засобах досягнення цілі [2].

Міжнародна практика господарювання доводить, що підприємництво не може існувати без чітких та ефективних законодавчих актів. Тому Верховною Радою України було схвалено Закон України "Про підприємництво", який вступив у дію 1 березня 1991 року. Юридично цим Законом України (від 7 лютого 1991р., зі змінами ст.168 №1481-000 22 лютого 2000р.) підприємницький вид діяльності визначається як "безпосередня самостійна, систематична, на власний ризик діяльність по виробництву продукції, виконанню робіт, наданню послуг з метою отримання прибутку, яка здійснюється фізичними та юридичними особами, зареєстрованими як суб'єкти підприємницької діяльності у порядку встановленому законодавством". Базовими законами України, які регламентують підприємницьку діяльність, є Закон України "Про власність" (7.02.91 р.), "Про підприємства України" (27.03.91 р.), "Про господарські товариства" (19.09.91 р.), "Про селянське (фермерське) господарство" (22.06.93 р.), "Про захист економічної конкуренції" (1996 р.) та інші. [3,4]

Таким чином відбулося конституційне закріплення свободи підприємництва. Відповідно до Конституції України (ч.1 ст. 42), яка прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 червня 1996 р., "кожен має право на підприємницьку діяльність, яка не заборонена законом". Це гарантія не тільки незалежності, а й реформаторської розбудови держави, зокрема ринкової трансформації економіки.

Досвід промислово розвинутих країн показує, що вискоелефективна економіка неможлива без розвинутої системи підприємництва. Малий бізнес став феноменом XX сторіччя, він показав в умовах ринкової економіки свою стійку життєздатність і ефективність. Проте, на жаль, в Україні сектор підприємництва не відіграє в національній економіці такої важливої ролі, як в економічно розвинутих країнах. Тому нині вкрай важливо з'ясувати причини такої тенденції, розробити науково обґрунтовані рекомендації щодо усунення і об'єктивних, і суб'єктивних перешкод та стимулювання розвитку цього сектора.

Проблема підприємництва в економічному житті України практично не досліджувалася, вона досі залишається недостатньо розробленою. На сьогодні немає праць, у яких би комплексно розглядалися роль та місце підприємництва, його фінансові ресурси як один з ринкоутворюючих чинників, недостатньо обґрунтовані соціально-економічні наслідки малого підприємництва в Україні. Як і в інших країнах СНД, дослідження проблем підприємництва в Україні розпочалися лише із зародженням ринкових відносин.

Серед українських учених-економістів, які займаються науково-теоретичним обґрунтуванням суті та необхідності розвитку підприємництва, слід зазначити Л. Безчасного, В. Бордюка, В. Гейця, В. Голікова, В. Рибалкіна, В. Савчука, О. Турчинова З. Варналій та інших.

В умовах ринку справжнім рушієм економіки є підприємництво, і чим воно активніше, чим більше здібних людей залучено до підприємницької діяльності, тим краще використовуються всі матеріальні та суспільні ресурси, тим інтенсивнішим є розвиток народного господарства.

Сьогодні для багатьох громадян підприємницька діяльність стала основним видом роботи. Ринку праці потребує працівників, які здатні працювати у багатьох сферах, екстраполювати ідеї з однієї професійної сфери в іншу. Відкритість і гнучкість свідомості допомагає швидше засвоювати переваги нової соціально-економічної ситуації. На жаль, нинішня молодь не готова функціонувати на ринку праці, оскільки під час економічних реформ, як і інші соціальні групи суспільства, вона опинилася серед проблем, що потребують негайного розв'язання. Найголовніша із них – відсутність економічних знань та спеціальної підготовки, які постають необхідною умовою для заняття підприємництвом.

Підприємницька діяльність являє собою складну комплексну проблему, вирішення якої можливе за умов об'єднання зусиль державних органів, суспільства та освітніх закладів. З цією метою необхідно впровадити нову систему економічної підготовки населення, урізноманітнити навчальні програми, бути зорієнтованими на особистісну, культурну молодь, на цінність освіти, яка має орієнтуватися на підприємництво, яка в подальшому сформує культуру підприємницької діяльності, адекватну новим соціально-економічним умовам.

Що ж таке культура підприємницької діяльності?

Етимологічно поняття "культура" відповідає латинському "cultura" (обробка, вирощування, доглядання, поліпшення), що початково означало рільницьку, хліборобську працю, а пізніше поширилося на інші царини людської життєдіяльності, в тому числі на розвиток, ушанування (культ), виховання, навчання самої людини. У 1982 році на Всесвітній конференції з питань культурної політики, що проводилася під егідою ЮНЕСКО, було прийнято декларацію, яка тлумачила культуру як комплекс матеріальних, духовних, інтелектуальних та емоційних рис суспільства, що включає в себе не лише різні мистецтва, а й спосіб життя, основні правила людського буття, системи цінностей, традиції і вірувань.

На сьогоднішній день поняття "культура підприємницької діяльності" в науковій літературі не має точного та єдиного визначення, бо є порівняно новим у колі гуманітарно-економічних наук, воно не має цілісного підходу та повної характеристики як явища і категорії. Але цій проблемі присвячено багато робіт українських учених-економістів: Д. Закатного, А. Колихалової, Д. Тхоржевського, Г. Шевченка, В. Плахути, М. Тименка, О. Ястремської та інших. Кожен учений, який досліджує цю проблему, збагачує наші знання і допомагає визначити сутність культури підприємницької діяльності, які функції вона виконує, обґрунтувати її роль у ставленні і розвитку економіки України. Так П. Ігнатівський, досліджуючи економічне життя, велику увагу приділяв проблемі підвищення культури і розглядав це як економічну ціль. "Підвищення культури – дійсно епохальна задача, вона складає визначену економічну ціль та відноситься до всього суспільного виробництва. Тільки розвиток виробництва дозволяє підвищувати культуру, а в широкому розумінні підвищення культури пов'язане з виробництвом, і розв'язання цього завдання є безперервним" [5: 195]

Становлення та розвиток підприємництва в умовах перехідного періоду дозволяє з'явитися новим формам економічної культури: господарській, кооперативній, підприємницькій культурі, яка, у свою чергу, поділяється на адміністративну, інвестиційну та культуру торгівлі.

Адміністративна культура зберігається там, де посередницька діяльність створюється великими, фірмами, що обслуговують конкурентноспроможні підприємства. Основна увага носіями адміністративної культури приділяється не тому, що зробити, а тому, як зробити.

Носіями інвестиційної культури є банки та інвестиційні фонди. Отримуючи прибутки за рахунок постійного кругообігу власного і позичкового капіталу, діяльність такого виду супроводжується великим ризиком у сфері інвестування існуючих чи нових виробництв.

Культура торгівлі розвивається, насамперед у торговельних організаціях, організаціях зі збуту, в роздрібній торгівлі. Успіх у цій сфері діяльності залежить від кількості контактів із покупцями, від постійного пошуку продукту, що найбільш потрібен на ринку [6].

Культура підприємництва являє собою систему знань, цінностей, символів та традицій, що забезпечують мотивацію та регуляцію підприємницької діяльності, визначаючи форму її здійснення, а також сприйняття суспільством. Культура підприємництва охоплює: культуру технології виробництва, культуру управління та організації, культуру умов праці, культуру обміну та розподілу, культуру проведення переговорів та ін. Підприємницька діяльність зазнає на собі вплив економічної культури на всіх етапах свого існування. В економічній літературі культура підприємницької діяльності часто ототожнюється з економічною культурою, яка є однією із її складових, що зростає, оновлюється та трансформується в культуру управлінської діяльності. Сьогодні культура підприємницької діяльності часто ідентифікується з культурою управлінської діяльності тому, що в обох видів культур подібні основні ознаки і функціональна спрямованість. Проте підприємницька культура має свою специфіку, вона відрізняється від управлінської культури метою, характером та змістом.

На процес формування культури підприємництва впливає багато факторів: релігійний та національний аспекти, соціально-економічні та політичні процеси і т.д. Під впливом цих факторів склалося декілька видів культури підприємницької діяльності, які в 60-80-х роках ХХ сторіччя досліджував та систематизував голландський учений-соціолог Герберт Хофстед. Ним була побудована чотирьохкомпонентна модель цінностей, що дозволила описати типи культур підприємництва. Згідно з цією моделлю культура підприємництва може бути охарактеризована наступними компонентами: дистанція влади (Power Distance, PDI), показник уникнення неозначеностей (Uncertainty Avoidance, VAI), індивідуалізм-колективізм (Individualism, DVI), мужність-жіночість (Maskulinitat, MAS) [7].

Означені Г. Хофстедом типи культур підприємництва можна спостерігати в різних країнах, де вони проявляються з більшою або меншою інтенсивністю. Тому, сучасному підприємцю важливо вивчити

особливості культури підприємництва, ділової етики, специфічні риси поведінки партнерів як носіїв ділової культури, також необхідно враховувати традиції, звичаї кожної країни, особистісні особливості та звички.

Культура підприємництва, як соціально-культурна система, в цілому є важливим фактором, що впливає на успіх економічних перетворень в Україні. Таким чином, виникає необхідність формування нового класу підприємців, що складається з відповідальних професіоналів, які формують імідж культурного та надійного партнера по бізнесу на внутрішньому та міжнародному ринках.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ**

1. Варналій З. С, Сизоненко В.О. Основи підприємницької діяльності: Підручник – К.: Знання України, 2003. – 407 с.
2. Заславская Т., Рывкина Р. Социология экономической жизни: Очерки теории. – Новосибирск, 1991.
3. Господарський кодекс України // Відомості Верховної Ради – 2003 – №№ 18-23
4. Конституція України – К.: 1996.
5. Игнатовский П. А. Экономическая жизнь социального общества. – М.: Экономика, 1983. – 247 с.
6. Сизоненко В. Підприємництво. – К.: Вікар. – 453 с.
7. Льюис Р. Д. Деловые культуры в международном бизнесе. М.: Дело – 1999.
8. Мочерний С. В., Устинко О. А., Чоботар С. І. Основи підприємницької діяльності: Посібник – К. Академія, 2001. – 280 с.
9. Подсолонко В.А., Миронова Т.Л. Підприємництво. – Київ: Центр навчальної літератури, 2003. – 616 с.

Матеріал надійшов до редакції 06.12.2005 р.

#### ***Деркач В. В. Культура предпринимательской деятельности.***

*В статье рассматривается содержание понятия "культура предпринимательской деятельности" как важный фактор экономических преобразований в Украине. Раскрываются составляющие деятельности для успешного занятия предпринимательством.*

#### ***Derkach V.V. The Culture of Enterprenenship Activity.***

*The article deals with the content of the notion "The Culture of Enterprenenship Activity" as an important factor of economic changes in Ukraine.*