

## Елементи культури підприємницької діяльності

Першим загальним елементом культури підприємницької діяльності є її *законність*. Другим елементом – *жорстке виконання зобов'язань та обов'язків*, що випливають із правових актів, договірних відносин і законних угод, зі звичаїв ділового обороту, що проявляється в не нанесенні не тільки майнової, але і моральної шкоди партнерам, конкурентам, споживачам, найманим робітникам.

Наступним важливим елементом культури підприємництва є *чесне ведення його суб'єктами свого бізнесу*. Чесне відношення до людей, споживачів, партнерів, держави – це дійсно провідна ознака культури підприємництва.

Важливе також дотримання підприємцями загальних етичних норм, що охоплюють професійну етику, етичні кодекси фірми, загальноприйняті правила здійснення бізнесу, рівень культури та виховання підприємців, ступінь їх вподобань, дотримання звичаїв, що діють у суспільстві, рівень знань, необхідних для здійснення законного бізнесу та ін.

Культура підприємництва як прояв правових і етичних критеріїв (норм) включає наступні відносини: з державою, із суспільством, зі споживачами, зі службовцями, з партнерами, з конкурентами та іншими господарюючими

суб'єктами, а також дотримання діючих правових актів, стандартів, правил, норм, що прямо або опосередковано впливають на розвиток підприємництва.

Підприємницька діяльність спрямована на систематичне досягнення прибутку, але не будь-якими шляхами та методами, а тільки на законних підставах. Культура підприємництва означає, що підприємці, створивши власну справу, здійснюють законний бізнес і одержують дохід (прибуток) на законних підставах, у іншому випадку вони будуть «баронами удачі», про що свідчить історія розвитку підприємництва. Так, М. Вебер вважав, що становлення цивілізованого підприємництва пов'язане з новою, протестантською, аскетичною духовною традицією, що підприємцеві, вирощеному цією традицією, «далекі показна розкіш і марнотратство... задоволення владою. Підприємцеві такого типу багатство нічого не дає, хіба що відчуття добре виконаного обов'язку в межах свого покликання».

Таким чином, культура організації підприємницької діяльності визначає клімат, стиль взаємовідносин, цінності підприємства.

Призначення культури підприємництва пов'язане з вирішенням двох основних проблем: виживанням у цьому соціально-економічному середовищі та забезпеченням внутрішньої інтеграції для досягнення поставлених цілей. На кожному великому підприємстві відділи, управління, адміністрації мають різні субкультури, що повторюють структуру самого підприємства. Розходження обумовлюється різноманіттям галузей виробництва та сфер людської діяльності. Це може бути культура вигідних угод, інноваційна, адміністративна культура тощо. Наявність різних культур, субкультур може призвести до напруженості, зіткнень. Тому важливим завданням для будь-якого підприємства є зближення та інтеграція різних організаційних частин

підприємства, які мають свої різні субкультури.

Отже, залежно від галузі, регіону, історії підприємства, людей кожне підприємство має свою культуру.

### **Умови та фактори формування бізнес-культури**

Поняття бізнесу-культури в останні роки було переосмислене, і в результаті цього воно одержало більш широке поширення.

Порівняльним аналізом американської, японської та арабської організаційних культур займався і радянський учений В. Гаськов. Він дав характеристику основним ціннісним установкам персоналу американських компаній:

- ідеологія особистого «детермінізму», тобто визнання того факту, що особистість може істотно впливати на своє майбутнє;
- свобода самовираження цінується дуже високо та індивідуалізм заохочується;
- забезпечення рівних можливостей;
- конкуренція визнається найбільш ефективним економічним механізмом;
- рішення мають ґрунтуватися на аналізі цілей;
- підтримується інноваційна діяльність, пошук поліпшуючих змін;
- будь-яка спеціалізація оцінюється як позитивний фактор;
- оцінюється якість виконання роботи, а не особистість;
- основу для просування становлять результати роботи та ініціатива;
- вітається делегування повноважень;
- демонстрація влади засуджується;
- основна орієнтація персоналу «на майбутнє».

Цінності японських компаній, згідно з В. Гаськовим, виглядають у такий спосіб:

- головне – це успіх компанії, групові цінності;
- під час прийняття рішень надається перевага груповим інтересам перед індивідуальними рішеннями;
- особлива увага приділяється члену організації як особистості, персоналізація організаційних відносин, взаємна довіра;
- установка на ініціативу підлеглих, відмова від жорсткого формального контролю;
- уникнення формальних контрактів;
- висока мотивація, відповідальність, що носить груповий, а не індивідуальний характер;
- особиста ідентифікація із групою, відданість взаємним зобов'язанням, у тому числі між керівником і підлеглим.

Основні цінності арабської організаційної культури, за В. Гаськовим,

тісно пов'язані з ісламом і містять у собі такі установки:

- основний аргумент прийняття рішень – «воля Аллаха»;
- головний об'єкт уваги – особистість: оцінюється людина, а не робота;
- підстава для просування – особиста довіра та повага керівництва;
- головна функція підлеглих – служіння керівникові в ролі буфера;
- лояльність тільки керівникові, а не фірмі;
- виступ підлеглих з ініціативою не схвалюється;
- здійснюється демонстрація влади на всіх рівнях управління;
- кожен лідер повинен мати власні, відмінні від інших цілі та ідеї;
- винятково висока централізація управління, повноваження не делегуються;
- основні рамки оцінок орієнтовані на примат минулого, мало оцінок сьогодення, майбутнє вважається визначеним долею.

Формування культури підприємництва визначається багатьма факторами, серед яких перші місця займають цивілізоване зовнішнє підприємницьке середовище; суспільний і державний менталітет; реально діючі правові норми, які встановлюють права, обов'язки, відповідальність підприємців, захищають їх від агресивного навколишнього середовища; звичайно, сам підприємець і корпоративна культура.

Культура підприємництва в цілому залежить від формування культури підприємницьких організацій, культури самих підприємців, від підприємницької етики, ділового етикету і багатьох інших елементів, які в цілому складають таке поняття, як культура.

Схематично виникнення культури підприємницької організації та подальше її формування можна представити в такий спосіб (рисунк 7.2).

Культура організації, як правило, визначається такими внутрішніми факторами:

- предметом підприємницької діяльності, бізнесом, що здійснюється;



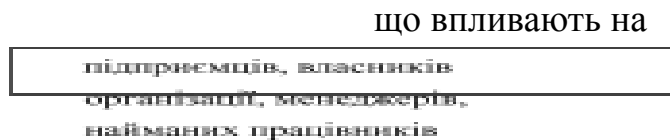


Рисунок 7.2 – Виникнення та формування культури підприємницької організації

- організацією підприємницької діяльності;
- мотивацією власника фірми та службовців;
- рівнем управління культури, механізмом взаємин керівників фірми та найманих робітників;
- наявністю особливого стилю управління, що сприяє досягненню провідних позицій на ринку;
- створенням таких умов діяльності службовців, які сприяють усвідомленню їхньої повної причетності до результатів діяльності фірми;
- наявністю набору чітких, визначених уявлень про цінності, до яких прагне фірма;
- високою професійною компетентністю керівників фірми, менеджерів і співробітників і можливістю їхнього навчання;
- умінням керівництва брати відповідальність на себе, не вишукуючи винуватців невдач;
- досягненням високої якості та інтенсивності праці співробітників з відповідною матеріальною винагородою;
- орієнтацією діяльності фірми на високу ефективність та якість товарів і послуг, що пропонуються;
- добре організованим сервісним обслуговуванням продукції у споживачів;
- високою культурою виробництва, впровадженням нових технологій, що забезпечують необхідний рівень якості товарів і послуг;
- створенням необхідних санітарно-гігієнічних і безпечних умов праці;
- забезпеченням здорового морального клімату в фірмі та ін.

Формування такої корпоративної культури поряд з іншими факторами забезпечує підприємницький успіх.

Окремі дослідники вважають, що можна визначити, наскільки висока культура фірми, власником (або керівником) якої ти є, якщо провести аналіз за такими критеріями та одержати позитивну відповідь на поставлені питання:

- чи готова фірма до ризику та нововведень;
- чи спрямована активність фірми (співробітників) на рішення головних цілей;
- чи акцентується увага на зовнішніх завданнях

(добре обслуговування клієнтів, взаємини зі споживачами та ін.);

- чи не заохочуються конформізм, індивідуалізм;
- стимулювання працівників орієнтоване на кінцеві індивідуальні результати;
- прийняття рішень у фірмі децентралізоване;
- перевага надається груповим формам прийняття рішень;
- діяльність підпорядковано заздалегідь складеним планам;
- робота супроводжується інноваційними процесами;
- є співробітництво між групами та окремими працівниками;
- співробітники вірні інтересам фірми та віддані їй;
- вони цілком інформовані про те, яка їхня роль у досягненні цілей фірми;
- відносини у фірмі неформальні;
- фірма є відкритою для вищої системи.