

DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2019-12-76-107>

УДК 336.72

Шипуля М.И., Блудова С.Н.

ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет»,
Институт экономики и управления

КУЛЬТУРА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ ЧАСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Аннотация. В статье рассматривается организация предпринимательской деятельности. На сегодняшний день, рынок является не просто местом, где находятся множество продавцов и покупателей определенной услуги, а является очень сложной системой взаимоотношений, которая предписывает действовать определенным правилам и понятиям. Важной составляющей организации предпринимательской деятельности является культура предпринимательства. Она предполагает соблюдение определенных правил, норм, обычаев и традиций. Данная статья направлена на рост и развитие бизнеса. В статье рассмотрено понятие предпринимательская деятельность, культура, предприниматель, предпринимательская идея и культура предпринимательства. Кроме того, в данной работе рассмотрена основа предпринимательской культуры. Основу предпринимательской культуры составляют: законность, выполнение обязательств, честность, «этический кодекс». Актуальность данных исследований заключается в том, чтобы определить основные аспекты этики предприятий для их эффективного функционирования на рынке труда. Статья предназначена для широкого круга читателей.

Ключевые слова: предприниматель, культура предпринимательства, этика, нормы, культура, бизнес, предпринимательская деятельность.

Shipulya Marina, Bludova Svetlana

FSAEI of HE "North Casus Federal University",
Institute of Economics and Management

CULTURE OF ENTREPRENEURSHIP AS AN ESSENTIAL PART OF THE ORGANIZATION OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITY

Summary. The article discusses the organization of entrepreneurial activity. Today, the market is not just a place where there are many sellers and buyers of a certain service, but it is a very complex system of relationships that requires certain rules and concepts to be applied. An important component of the organization of entrepreneurial activity is the culture of entrepreneurship. It involves the observance of certain rules, norms, customs and traditions. The culture of entrepreneurship means that the independence and economic freedom of business entities are contrary to their willfulness, unjustified initiative. Therefore, the state establishes measures and forms of responsibility for violation by entrepreneurs of the legal rules governing entrepreneurial activity. This article is aimed at the growth and development of business. Culture helps to increase the efficiency of the enterprise, improves the quality of products and services, increases revenue, as a result, the prestige of the company increases. The article discusses the concept of entrepreneurial activity, culture, entrepreneur, entrepreneurial idea and entrepreneurial culture. Each new company defines its culture within its organization, which creates an atmosphere, level of relationships, defines values and behavior, distributes authority and makes decisions. The essence of culture is reflected in orders and directions, in customs and patterns of behavior. The head of the enterprise should be able to organize the activities of his organization so that business achievements are combined with the creation of favorable working conditions for employees. In addition, the basis of the entrepreneurial culture is considered in this work. The foundation of an entrepreneurial culture is: legality, fulfillment of obligations, honesty, the "code of ethics". The relevance of these studies is to determine the main aspects of the ethics of enterprises for their effective functioning in the labor market. An important factor in the development of a culture of entrepreneurship is the external environment. The article is intended for a wide range of readers.

Keywords: entrepreneur, entrepreneurial culture, ethics, norms, culture, business, entrepreneurial activity.

Постановка проблемы. Экономические взаимоотношения пронизывают жизнедеятельность каждого человека. От действий и решений людей, занятых бизнесом, в значительной степени находится в зависимости не только финансовая жизнь отдельной личности, но и в целом общества. Непосредственно данный факт убедительно устанавливает потребность развития экономической культуры в целом и предпринимательской культуры в целом. Каждая снова образовавшаяся организация формирует собственную культуру, что определяет ее место, ее внутренние и внешние взаимоотношения и считается способом при создании стратегии, распределении правительству, принятии решений, в поведении персонала.

Уровень культуры предпринимательства и его формирование осуществляется несколькими ус-

ловиями. Высокоразвитая внешняя предпринимательская сфера, мировосприятие общества, а также страны, правовые нормы и акты, стабилизирующие прямые обязанности и ответственность и, непосредственно предприниматель и его корпоративная этика считаются основными условиями, характеризующими развитие культуры.

Следовательно, под культурой предпринимательства понимается система совместно формируемые убеждения и взгляды о ценностях и нормах поведения.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованию предпринимательства, его роли в формировании экономики было посвящено большое количество академических трудов как российских, так и зарубежных ученых. На сегодняшний день в теоретических исследованиях уделяется

внимание не только лишь предпринимательству как методу ведения дел на независимой, самостоятельной основе, но и внутризаводскому предпринимательству, или интрапренерству, основанному на интракапитале (определения ввел в оборот американский исследователь Г. Пиншо). Это непосредственно связано с тем, что большое количество крупных производственных структур передаются в предпринимательскую форму организации производства. Так как бизнес подразумевает неотъемлемое присутствие свободы творчества, в таком случае отделение целых производственных структур приобретают возможность на свободу действий, что предполагает применение интракапитала – денежных средств, необходимых для реализации мыслей, которые лежат в основе внутрифирменного предпринимательства [2, с. 15].

Множество публикаций, затрагивающие культуру предпринимательства, носят обучающий характер: это учебники, пособия предпринимательской деятельности, статьи, посвященные тому, какими должны быть культура предпринимателя и этика ведения дел. Из трудов, где косвенно затрагиваются проблемы формирования культуры предпринимательства в каком-либо социуме, можно охарактеризовать работы Д. Норга (к примеру, проблемы сотрудничества между людьми) [5, с. 142].

У. Баумоля (рассматриваются требования для функционирования предпринимательства, которые существуют в обществе) [4, с. 172].

Немецкий ученый Рольф Рютингер утверждал, что культура предпринимательства – это объединенная система реальных убеждений и представлений о ценностях. Представления о ценностях познают, что является важным для предприятия, а убеждения – как должно функционировать предприятие [6, с. 289].

Таким образом, при исследовании определения предпринимательской культуры в публикациях отличаются в зависимости от точки зрения автора и цели употребления данного определения.

Выделение нерешенных ранее частей общей проблемы. Говоря о культуре предпринимательской деятельности, начинают действовать такие понятия как «предпринимательская деятельность», «культура», «предприниматель», «предпринимательская идея». Необходимо сначала дать определение данным понятиям.

Предпринимательская деятельность – это особый вид деятельности направленный на извлечение прибыли, которая основана на самостоятельной инициативе, ответственности и инновационной предпринимательской идеи, осуществляемой на свой страх и риск [3, с. 24].

Культура – это совокупность значений, ценностей и норм, которыми владеют взаимодействующие лица [7, с. 531].

Предприниматель – это лицо, занимающееся собственным бизнесом, имеющее своё дело в целях получения прибыли или иной выгоды.

Предпринимательская идея – это результат мыслительной деятельности принимающей материализованную форму в процессе экономической активности предпринимателя по средствам совмещения возможности предпринимателя с потребностями рынка.

Таким образом, следует отметить, что деятельностная парадигма понимает культуру, как процесс развития и укрепления составляющих опыта челове-

ческого сосуществования, применяемых индивидом или группой индивидов в собственной повседневной практике. Применительно к предпринимательству практическая деятельность состоит в ведении предпринимательской деятельности. Необходимо наиболее отчетливо очертить область определений «предпринимательство» и «предприниматель», а также «культура предпринимательства»

Цель статьи. Главной целью этой работы является доказательство того, что при организации предпринимательской деятельности, одной из важнейших частей организации является культура предпринимательства. Культура предпринимательства основывается на общих понятиях культуры и является единым целым с ней.

Изложение основного материала. Уровень Культуры – это комплекс производственных, социальных и духовных потребностей людей. Так формулируется суть данного определения в Словаре русского языка С.И. Ожегова. В другом словаре предоставляется еще одно формулирование комплексного определения культуры: культура – это большой уровень чего-нибудь, высокое развитие, навык.

Если учитывать отличительные особенности предпринимательской деятельности, то культуру предпринимательства можно рассматривать как совокупность принципов, которые осуществляются предпринимательской деятельности в соответствии с общественной нормативно-правовой базой, обычаями, традициями, нормами поведения при осуществлении бизнеса [1, с. 26].

Можно выделить следующие составляющие культуры предпринимательства:

- законность;
- выполнение обязательств;
- честность;

– «этический кодекс» внутри фирмы, который не противоречит общественным нормам и традициям.

1. Законность. В Конституции Российской Федерации запрещена всякая коммерческая работа, допускающая монополизацию и применение несправедливой конкурентной борьбы, но кроме того в прямые обязанности субъектов относится своевременная уплата налогов и сборов.

2. Выполнение обязательств. Жесткое выполнение обязанностей и обязательств в соответствии с российским законодательством, а также традициями делового сообщества.

3. Честность. Добросовестность при исполнении коммерческой деятельности нацелена на индивидуальные данные предпринимателя. Непосредственно этот компонент создает социальное мнение и, как результат, имидж бизнесмена, отношение к нему социума. По этой причине особенно значимым считается выполнение бизнесменами единых моральных норм, законов и традиций делового оборота.

Следовательно, уровень культуры предпринимательства это концепция правовых и моральных норм, регламентирующая взаимоотношения внутри делового сообщества, присутствие соблюдения правовых действий, законов, норм.

Выражение культуры прослеживается во всевозможных видах работы в различных уровнях социумов. Имеется 2 стороны культуры: материальная и культурная. К материальной стороне принадлежат производственная основа, сырьевые материалы, электроэнергетика, ресурсы работы и прочие формы материального изготовления;

материально-предметная работа людей; материальное наследие с прошлого, то есть монументы, археологические открытия. Культурная область содержит в себе регулирование и реализацию распределения и обмена, технологические процессы и требование трудовой деятельности. То есть она формирует взаимоотношения в ходе взаимодействия субъектов предпринимательства.

Немаловажно также выполнение предпринимателями общих этических норм, содержащих высококлассную этику, моральные кодексы компании, общепризнанные принципы реализации бизнеса, уровень культуры и обучения бизнесменов, уровень их притязаний, выполнение традиций и нравов, функционирующих в мире, степень знаний, требуемых для реализации законного бизнеса и др.

Этика предпринимательства как выражение правовых и моральных норм содержит следующие взаимоотношения: с государством, с обществом, с покупателями, со служащими, с партнерами, с конкурентами также иными хозяйствующими субъектами. Но кроме того выполнение функционирующих правовых актов, стереотипов, законов, общепризнанных норм, прямо либо косвенно оказывают большое влияние в формировании предпринимательской деятельности.

Уровень культуры компании, как правило, формируется внутренними условиями:

- объектом предпринимательской деятельности;
- системой предпринимательской работы;
- мотивацией владельца компании и служащих;
- степенью управленческой культуры, устройством отношений управляющих компании и наемных сотрудников;
- присутствием комплекта конкретных представителей о ценностях, к которым стремится компания;
- значительной высококлассной компетентностью управляющих компании менеджеров и работников;
- мастерством управления брать ответственность на себя, без попыток найти виновников неудач;
- хорошо созданным сервисным обслуживанием продукта у покупателей;
- введением новейших технологий, которые обеспечивают нужный уровень качества продуктов и услуг;

Список литературы:

1. Баумоль У. Предпринимательство: производительное, непроизводительное и деструктивное : пер. с англ. Н.Ю. Строчевая; науч. ред. перевода А.А. Яковлев. Российский журнал менеджмента. 2013. Т. 11. № 2. 638 с.
2. Бусыгин А.В. Предпринимательство. Основной курс: учебник для вузов. М. : ИНФРА-М, 1997. 608 с.
3. Гражданский кодекс РФ. М. : Инфра-М, 2004. 512 с.
4. Малое и среднее предпринимательство в России: ст. сборник. / Росстат. М. : Росстат, 2009, 2010, 2010. 172 с.
5. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики : пер. с англ. А.Н. Нестеренко; предисл. и науч. ред. Б.З. Мильнера. М. : Фонд экономической книги «Начала», 1997. 180 с.
6. Рюттингер Р. Культура предпринимательства: пер. с нем. М. : ЭКОМ, 1992 г. 321 с.
7. Сорокин П.А. Человек. Цивилизация. Общество / П.А. Сорокин. М. : Политиздат, 1992. С. 543.

References:

1. Baumol, U. Entrepreneurship: productive, unproductive and destructive: Per. from English N.Yu. Stroechevaya; scientific ed. Translation A.A. Yakovlev. Russian Management Journal. 2013. T. 11. № 2. 638 p.
2. Busygin, A.V. Entrepreneurship. Basic course: textbook for high schools. M.: INFRA-M, 1997. 608 p.
3. The Civil Code of the Russian Federation. M.: Infra-M, 2004. 512 p.
4. Small and medium enterprises in Russia: Art. collection / Rosstat. M.: Rosstat, 2009, 2010, 2010. 172 p.
5. North, D. Institutions, institutional changes and the functioning of the economy: Per. from English A.N. Nesterenko; foreword and scientific. ed. B.Z. Milner. M.: Fund of the economic book "Beginnings", 1997. 180 p.
6. Ruttlinger, R. Culture of entrepreneurship: Per. with him. M.: ECOM, 1992. 321 p.
7. Sorokin, P.A. Human. Civilization. Society / P.A. Sorokin. M.: Politizdat, 1992. 543 p.

– формированием требуемых санитарно-гигиенических и не опасных условий работы;

Предприниматель обязан формировать собственную репутацию, придерживаться этикета. Он обязан четко понять, то что такие особенности поведения, как воспитанность, деликатность, тактичность совершенно нужны не только лишь с целью «умения вести себя в обществе», но также с целью обычной жизненной позиции. Нельзя забывать о культуре общения, чувстве меры, доброжелательности, необходимо целиком регулировать собственными чувствами. Следует обладать собственным высокообразованным стилем поведения, собственным достойным образом, тот самый имидж предпринимателя, что обеспечивает не только половину успеха, однако и непрерывное удовлетворенность от собственной работы.

Для того чтобы уметь правильно себя вести, необходимо придерживаться некоторых принципов и правил:

- правила представления и знакомства;
- принципы выполнения деловых контактов;
- принципы поведения на переговорах;
- условия к внешнему виду, манерам, официальной одежде;
- требования к публичному выступлению;

Таким образом, уровень культуры предпринимательства означает, что предприниматели, сформировав свое дело, реализовывают бизнес и получают прибыль на законных основаниях.

Выводы. Таким образом, данная статья доказывает необходимость развития культуры предпринимательства. Культура предпринимательства определяется многими условиями, из числа которых важную часть захватывают цивилизованная предпринимательская сфера, социальный и правительственный менталитет, реально функционирующие правовые нормы, которые устанавливают полномочия, прямые обязанности, обязанности бизнесменов, защищающие их от агрессивной находящейся вокруг сферы. В основе этического кодекса компании выражается следующий принцип: компания не станет выполнять безнравственные или противозаконные операции, которые предпринимаются для своей выгоды или же с целью индивидуальной выгоды: репутация компании важнее любой выгоды.