

## **СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ КУЛЬТУРИ БІЗНЕСУ**

*Розглянуто проблему культури бізнесу в сучасних соціально-економічних умовах. Відстоюється орієнтація підприємств, які працюють у культурі, мистецтві, дозвіллі, на реалізацію культурних потреб людини, які тісно зв'язані з демографічними, світоглядними та іншими факторами*

**Ключові слова:** *бізнес, етика бізнесу, культура, підприємницька діяльність.*

**Роман Олексенко, Аліна Бондаренко. Социально-экономические аспекты культуры бизнеса**

*Рассмотрена проблема культуры бизнеса в современных социально-экономических условиях. Отстаивается ориентация предприятий, работающих в культуре, искусстве, досуге, на реализацию культурных потребностей человека, которые тесно связаны с демографическими, мировоззренческими и другими факторами*

**Ключевые слова:** *бизнес, этика бизнеса, культура, предпринимательская деятельность.*

**Roman Oleksenko, Alina Bondarenko. Socio-economic aspects of business culture.** *The problem of business culture in modern socio-economic conditions is considered. The orientation of enterprises that work in culture, art, leisure, on the realization of cultural needs of the person, which are closely connected with demographic, ideological and other factors*

**Key words:** *business, business ethics, culture, entrepreneurial activity.*

Сучасна підприємницька діяльність може ефективно здійснюватись і розвиватись за умови належного дотримання вимог економічного, соціального та політичного характеру. Будь-який підприємець, безперечно, повинен уміти професійно вести справу у своїй фірмі, постійно брати активну участь у задоволенні потреб ринку щодо нових товарів і послуг за можливо низькими цінами. Зрозуміло, що це вимагає від нього новаторського підходу до власної діяльності та ретельного обліку витрат виробництва. У своїй діяльності підприємець має обов'язково керуватись усталеними у всіх цивілізованих країнах нормами поведінки. Ясна річ, підприємницька діяльність значною мірою регулюється комплексом норм законодавства (трудового, господарського тощо). Проте далеко не всі норми можуть бути строго (точно, достатньо) сформульовані. У практичній діяльності підприємця великого значення набувають неформальні контакти між бізнесменами, створення особливої атмосфери довіри, чесності та порядності у ділових стосунках, вірність слову, поважання традицій, тобто тих неписаних правил поведінки і дій, котрі

становлять суть поняття «етика підприємництва». Без чесності та порядності в системі відносин між фірмами, банками та окремими фізичними особами ефективна й тривала підприємницька діяльність просто неможлива.

Фундаментальні теоретичні та методичні основи культури бізнесу мають подальший розвиток у дослідженнях багатьох видатних вітчизняних науковців, але особливо слід відзначити таких, як: В. В. Молодиченко, Т. С. Троїцька, В. П. Андрущенко, З. Ф. Савчук Р. І. Олексенко та інші.

У поняття «підприємницька культура» вкладають неоднаковий зміст, але вихідною позицією неодмінно залишається уявлення про культурний світ як про світ людської гідності. Культура підприємництва має привертати увагу передовсім до етичного та поведінкового початку в діяльності підприємця як засобів легітимізації підприємницької влади. Вона є важливим чинником гуманізації сучасного бізнесу. Проте це залежить від того, яке місце у підприємницькій діяльності посидатимуть традиційні й набуті цінності й навички. Підприємницька культура охоплює широкий спектр питань ділової етики та етикету. У кожній галузі чи сфері підприємницької діяльності існують свої правила поведінки.

Варте звернути увагу на те, що ділова етика (етика бізнесу) одночасно є й духовною, і економічною категорією. Основні етичні норми бізнесу такі:

- найвища продуктивність і найбільший прибуток не повинні досягатися за рахунок завдання шкоди довкіллю;
- конкуренція має здійснюватися чесно, за встановленими правилами;
- необхідно, щоб техніка слугувала людині, а не навпаки;
- морально-етичні норми завжди мають перевагу перед економічними інтересами.

Висока культура підприємницької діяльності є неодмінною умовою досягнення великого господарсько-комерційного успіху на багатьох підприємствах. Відомі такі передумови виховання високої культури підприємництва: наявність позитивних прикладів; забезпечення такої можливості, як ознайомлення з основами бізнесової діяльності, її привабливістю та корисністю для всіх верств населення ще в період професійного навчання; створення системи навчання й виховання, яка б сприяла розвитку підприємницьких нахилів протягом усього періоду формування особистості; наявність і постійна підтримка сімейних контактів і особистих знайомств з успішно працюючими бізнесменами.

Професійна репутація підприємця створюється роками, її нелегко набуди, але втратити можна миттєво. Підприємець з високим рівнем культури має пам'ятати її виконувати певні «заповіді» щодо бізнесу:

- 1) у своїй діяльності керуватися насамперед інтересами клієнтів;
- 2) постійно працювати над власним бізнесом, а не в ньому!
- 3) використовувати дієву рекламу безпосереднього реагування;
- 4) гарантувати клієнтові повне задоволення його потреб;
- 5) щотижня мати звіт про прибуток і збитки, ніколи не лишатися без готівкових коштів;
- 6) заохочувати дії, що відповідають інтересам власного бізнесу;
- 7) організовувати власний бізнес, виходячи з виконуваних ним функцій, а

не «припасовуючи» його до окремих особистостей;

8) не ототожнювати фінансове благополуччя та власні успіхи, пам'ятаючи, що благополуччя й успіх - це не те саме.

Бізнес у соціально-культурній сфері представлений переважно малими підприємствами (туристичні та рекламні агентства, видавництва), але при цьому є й великі та середні (телеканали, туроператори, готелі тощо). Більшість цих підприємств має високі показники рентабельності та ліквідності і при правильній податковій політиці вони можуть приносити в бюджет регіонів і країни достатньо великі кошти. Метою всіх комерційних підприємств є одержання прибутку, але підприємства, які працюють в культурі, мистецтві, дозвіллі, повинні при цьому орієнтуватися на реалізацію культурних потреб людини, які тісно зв'язані з демографічними, світоглядними та іншими факторами.

### Література

1. Абрамович С. Культурологія: Навчальний посібник / Семен Абрамович, Марія Тілло, Марія Чікарькова. Київський нац. торговельно-екон. ун-т, Чернівецький торговельно-екон. ін-т. - К. : Кондор. 2005. - 347 с.
2. Батовская Н. Культурология: Учеб. пособие/ Нела Багнов-ская. М-во образования РФ, Российская экономическая академия им. Г. В. Плеханова - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2005.-297 с.
3. «Економічний аналіз діяльності промислових підприємств та об'єднань» під ред. С. І. Шкарабапа. - Тернопіль ТАНК, - 1995.
4. Подольська Є. Культурологія : навчальний посібник / Єлизавета Подольська, Володимир Лихвар, Карина Іванова: М-во освіти і науки України, Нац. фармацевтичний ун-т. - Вид. 2-е, перероб. та доп. - К.: Центр навчальної літератури. 2005. - 390 с.
5. [Іп\(р://а2гоііа.не/есопотіс8/с!ситеп\(з/саЕдогу-6/с1ос-13/](http://a2goiia.net/есопотіс8/с!ситеп(з/саЕдогу-6/с1ос-13/)
6. [Іі\(\(р://онгліб.пеІ/воокя о\(Іег8/ЛикакІіе\усі І1 І.Біт](http://онгліб.пеІ/воокя о(Іег8/ЛикакІіе\усі І1 І.Біт)
7. [Іійр://уісІгіппо.сот/ІехІ-48427-1 .Ніші](http://уісІгіппо.сот/ІехІ-48427-1 .Ніші)
8. [Шр://рісІшсЬпікі.у\\$І 8060203/екопогпіка/кіІіпга рісіргіуетпіїякоуі сііуаїлоз](http://рісІшсЬпікі.у$І 8060203/екопогпіка/кіІіпга рісіргіуетпіїякоуі сііуаїлоз)
9. [Ііір://¥\¥\л'.Бг.сот.иа/гсГегаІ\\$/PicІргietпісІУо/5560.ІІ](http://¥\¥\л'.Бг.сот.иа/гсГегаІ$/PicІргietпісІУо/5560.ІІ)