

## РОЛЬ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ЧИННИКІВ У СТАНОВЛЕННІ ОСОБИСТОСТІ ПІДПРИЄМЦЯ

*Аліна Бондаренко*

*Мелітопольський державний педагогічний  
університет імені Богдана Хмельницького  
(м. Мелітополь)*

У сучасному світі людина будь-якої професії і сфери діяльності має необхідність у досить високому рівні економічної освіченості, культури та свідомості, особливо це стосується тих, хто вибрав для своєї професійної самореалізації сферу підприємницької діяльності.

Для кожного суспільства характерний свій соціальний та культурний тип підприємця, що формується і змінюється в результаті пристосування і відбору під впливом чинників культури і соціальної атмосфери [3]. Вплив соціокультурної детермінації являє собою механізм адаптації до середовища. Суспільство виробляло подібні механізми протягом усієї культурної історії.

Суспільство – це надзвичайно складний і суперечливий предмет пізнання. Воно постійно змінюється, набуваючи все нових і нових форм.

Різні уявлення про соціум як систему суспільного співжиття людей формувалися з найдавніших часів розвитку інтелектуальної культури людства.

Надшвидка динамічність знаково-інформаційної цивілізації змушує людину включати до власної феноменологічності такий елемент, як підприємливість, без якого неможливий вступ соціокультурної суб'єктності в складний інформаційний світ [5, с. 31].

Термін «підприємець» (від фр. *entrepreneur* – посередник) вперше було введено до наукового обігу англійським економістом Р. Кантільйоном, який також вперше здійснив наукову інтерпретацію підприємництва як діяльності, пов'язаної з ризиком [1, с. 50].

У соціально-економічних системах існують певні «інструменти управління»: ієрархія (організація), де основний засіб впливу – тиск на людину за допомогою примусу; культура; ринок.

Поряд з «ринковими» інструментами управління важливо розвивати «культурні» інструменти управління. Становлення ринкових відносин від періоду «первісного накопичення капіталу» переходить у більш цивілізоване русло. Чим цивілізованіше суспільство, тим вищий рівень культури підприємництва в ньому.

Соціокультурні фактори, що впливають на інституціоналізацію підприємництва:

Загальнолюдські цінності: у сучасному суспільстві демократичного типу серед загальнолюдських цінностей згадують повагу, гідність людини, терпимість, світоглядний плюралізм, культуру світу;

Національно-культурні та релігійно-культурні стереотипи способу життя країни. Культури різних країн, що формують різні системи цінностей, істотно впливають на культуру підприємства і на поведінку підприємців. Одна культура схвалює більш ризиковану поведінку, інша – більш обережне. В одних культурах заохочується тверда й однозначна позиція при прийнятті рішення, тоді як в інших – цінується схильність до компромісів;

Ціннісно-мотиваційний ставлення до праці, багатства;

Просторовий фактор, що повинен бути врахований як особливості ландшафту, клімату, місцезнаходження країни, розміри її загальної та сільськогосподарської території, які зумовлюють характер господарювання, види і типи підприємницької діяльності.

Ефективність впровадження державою відповідних цільових установок у свідомість і поведінку підприємців залежить від міри довіри підприємців до держави; ступеня консолідованості суспільства; активізуючої ролі релігійної свідомості; наявності в суспільстві

широкої мережі різного роду спонсорів, покровителів, які не тільки заохочують ділову активність, але й надають матеріальну підтримку у разі зривів; важлива роль політичних інститутів суспільства; суспільні інститути, організації зміцнюють підприємницький дух шляхом ділової просвіти та інформування [2].

Разом зі статусом, людина змінює рольову поведінку, яка буде відповідати загальноприйнятим нормам, де на неї покладаються нові соціальні функції. У науково теоретичному плані підприємець – це індивід, який відтворює нестандартну поведінку, що дає максимальний результат.

Отже, соціокультурна сфера, як найбільш ємна група детермінаційних факторів, що забезпечують соціальний розвиток, направляє відродження підприємництва, дозволяє вивчати і прогнозувати результати його динаміки надалі. Підприємець живе і діє в суспільстві, воно допомагає йому, тому його поведінка впливає на передбачуване і динамічний розвиток суспільної системи. Підприємець зацікавлений у відтворенні соціокультурної стійкості системи, а система може стабільно розвиватися за наявності прогресизму підприємницької діяльності.

#### **Список використаних джерел:**

1. Верхан П. Х. Підприємець. Його економічна функція та суспільно-політична відповідальність. – К. : Юрінком, 1994. – 50 с.
2. Макеева В. Г. Культура підприємництва. – М. : ИНФРА, 2002. – 218 с.
3. Олексенко Р. И. Философия, мировоззрение и мораль современного предпринимателя как составная экономика-социального развития общества / Р. И. Олексенко // Социосфера: науч.-метод. и теор. журнал. - 2013. - № 1. - С. 31-37.
4. Попов В. В. Соціальні функції підприємництва. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата соціологічних наук. – М., 1997. – 143 с.
5. Електронний ресурс. – Режим доступу : // <http://www.br.com.ua>.