

КОНЦЕПТ «ПІДПРИЄМНИЦЬКА КОМПЕТЕНТНІСТЬ» У ВИМІРАХ ЛІНГВОПРАКСЕОЛОГІЇ

У статті здійснено огляд наукових напрацювань щодо концепту «підприємницька компетентність» на засадах лінгвопраксеологічного підходу. На основі аналізу довідникових та наукових джерел крізь призму лінгвопраксеології окреслено поняття «підприємництво», «підприємливість», «бізнес», «підприємець», «успішна людина». Поняття «підприємницька компетентність» окреслено як стійку здатність здійснювати підприємницьку діяльність, уміти обирати засоби та способи підприємницької поведінки, планувати, реалізовувати й оцінювати бізнес-проекти, розробити прості моделі дій і обирати економічно помірковані й економічно обґрунтовані рішення. Акцентовано увагу на особистісно-комунікативному компоненті підприємницької компетентності. Ідеться, зокрема, про вміння налагоджувати контакт із клієнтами, вибір доцільного варіанта мовленнєвої поведінки; орієнтуватись в типових і нетипових ситуаціях професійного спілкування, про культуру підприємництва, що у складниках організаційної лінгвістики.

Ключові слова: концепт, лінгвопраксеологія, бізнес-лінгвістика, підприємництво, підприємливість, підприємець, успішна людина, підприємницька компетентність.

Постановка проблеми. Перехід до ринкової економіки й нових ринкових відносин, інтеграція вітчизняної економіки у світовий економічний простір обумовляють оновлення компетентностей фахівців з метою їх успішної професійної діяльності. Згідно з Рамковою програмою оновлення ключових компетентностей Європейського парламенту і Ради Європейського Союзу 17 січня 2018 року (European Commission) на тепер важливі такі навички, як критичне, аналітичне мислення, мобільне й успішне прийняття рішень, творчість, ініціативність, саморегуляція, стійкість, емпатія, робота в команді, уміти співпрацювати, планувати й управляти проектами, що мають культурну, соціальну або комерційну цінність, генерувати нові ідеї й ініціативи та втілювати їх у житті задля підвищення власного соціального статусу, добробуту і розвитку суспільства та держави. Визначальними в досягненні фахового успіху є, безумовно, вміння правильно, аргументовано будувати усне й писемне, вербальне і невербальне професійно-ділове спілкування, а їх високий рівень свідчить про максимальне прагнення до неперервного професійного розвитку, саморозвитку й самореалізації, до фахової майстерності. Ідеться про складники підприємницької компетентності фахівця, його конкурентоспроможність на ринку праці.

«Саме інвестиції в людину є найбільш ефективним способом примноження капіталу. Тому зростання рівня підприємницької компетентності суспільства є одним із вигідних напрямів інвестування в економіку сучасного соціально-економічного розвитку України», – зазначаються в національній доповіді «Соціально-економічний стан України:

наслідки для народу та держави» за заг. ред. В. М. Гейцє (Соціально-економічний стан України), а формування підприємницької компетентності фахівцє сприєтимє повноцінному розвитку індивідуально-особистісних задатків і здібностей молоді, їхньому особистісному становленню і швидкій адаптації у складних ринкових умовах (Мочерний та ін. 2001, с. 26).

Вагомими для виховання активних, наполегливих, працьовитих, емоційно стабільних особистостей, здатних чітко визначати цільові орієнтири роботи й обирати раціональні засоби їх досягнення, аналізувати, узагальнювати і прогнозувати результати власної діяльності, максимально реалізовувати набуті знання й уміння у професійній діяльності, уміння генерувати нове вирішення нестандартних виробничих ситуацій і практичних задач, налагоджувати ділові і партнерські відносини, ю ідеї праксеології (грец. *praktikos* – діяльний і *logos* – слово, вчення), трансдисциплінарної галузі знань про досконалу людську діяльність, людську поведінку, теорія людської дії. Сутність праксеологічного підходу полягає в можливості організації найбільш раціональної і оптимальної діяльності. У дослідженні керується такою терміносистемою праксеології: «ефективність», «успішність», «продуктивність», «результативність», «ефективність».

Ідеї лінгвопраксеологічного підходу означені в характеристиці підприємцє як фахівцє «інноваційного типу мислення та культури» з високим рівнем культури мовленнєвої поведінки і професійного спілкування, що значною мірою сприєє ефективності вирішення професійних завдань, а концепту підприємницької компетентності фахівцє – у вимірах організаційної лінгвістики (або лінгвістики організацій, бізнес-лінгвістики, за О. Харченко (Харченко, 2012). Г. Маутнер слушно зауважую, що бізнес може отримати від лінгвістики професійні практичні поради, які підвищують рівень комунікації як усередині окремих корпорацій, так і у сфері зовнішніх зв'язків (Mautner, 2007).

Аналіз актуальних досліджень. Як одну з ключових компетентностей, про це свідчить аналіз Концепції «Нова українська школа» (2016), у ХХІ столітті фахівці розглядають ініціативність і підприємливість, що представлена в інтегрованій якості особистості та ґрунтуються на творчості, інноваційності, здатності до ризику, спроможності планувати, організовувати підприємницьку діяльність, утілювати креативні ідеї у сферу економічного життя, розв'язувати конфліктні ситуації, приймати рішення і брати на себе відповідальність, формувати моделі поведінки, необхідні для успішного розв'язання нагальних виробничих проблем. До наскрізних ліній у шкільних програмах уведено таку змістову лінію, як «підприємливість і фінансова грамотність». Підприємницька компетентність у Законі України «Про професійну освіту» визначена одним із пріоритетних напрямів діяльності закладів професійної (професійно-технічної) освіти.

Психолого-педагогічні засади підприємницької діяльності й підприємницької підготовки ю предметом досліджень В. Андріанової, З. Гіптерс, І. Демури, О. Зав'єлової, Ю. Пачковского, Н. Побірченко, С. По-сохова, О. Романовського, В. Шабанової та ін. Загальні проблеми прикладної

лінгвістики досліджували А. Баранов, Н. Бардіна, В. Корніюнко, О. Палагіна, А. Загнітко, Т. Києк, В. Дубічинський, О. Шаблій, А. Лучик, В. Перебийніс, Н. Клименко та ін., сутність концепту – А. Вежбицька, С. Жаботинська, О. Селіванова та ін. Питання праксеології перебувають у фокусі дослідницької уваги І. Зезяна, І. Колеснікової, В. Савіцької, О. Титової та ін.

Мета статті – здійснити оглед довідникових та наукових напрацювань стосовно ключових лексем концепту «підприємницька компетентність» (підприємництво, підприємливість, підприємець, успішна людина) у вимірах лінгвопраксеології.

Методи дослідження: описовий, аналіз довідникових джерел, узагальнення наукових джерел з проблем дослідження.

Виклад основного матеріалу. Характеристику понеть дослідження розпочнемо зверненням до терміна «концепт». Згідно зі словником когнітивних термінів, концепт визначаємо як «оперативну змістовну одиницю пам'яті ментального лексикону, концептуальної системи й мови мозку, всієї картини світу, що відображають знання і досвід людини» (Кубрєкова та ін., 1996, с. 90). Аналізована лексема перебуває у фокусі наукових пошуків А. Вежбицької, І. Голубовської, С. Жаботинської, В. Кононенка, О. Кубрєкової, О. Селіванової та ін. Учені вживають концепт паралельно на позначення поняття, образу, схеми дій, «своєрідного культурного пласту, який виступає посередником між людиною та світом» (Жаботинська, 2002).

У контексті аналізу концепту «підприємницька компетентність» звертаємось до ідей праксеології, з-поміж завдань якої виділяємо, зокрема, характеристику реальних людських можливостей, об'єктивних і суб'єктивних дій, оптимізація діяльності й життязабезпечення як в індивідуальному, так і суспільному контексті.

Окреслимо лексему «підприємництво». У довідникових джерелах підприємництво означено як «діяльність, пов'язану зі створенням, підтримкою та розвитком підприємства, власної справи, із виробництвом товарів і послуг» (Гришина, 2002, с. 302). Специфіка підприємництва виразняються характеристиками інноваційності, творчості, які важливими рисами праксеології початку ХХІ століття.

Лексема підприємництво розглядаються дослідниками (Подколзина, 2006) також і як тип поведінки особистості (послідовність взаємопов'язаних учинків, зорієнтованих на отримання прибутку), і як різновид діяльності людини, що презентована у формі активного ставлення суб'єкта до реальності, зорієнтованого на досягнення свідомо поставлених цілей, пов'язаного зі створенням суспільно значущих цінностей, а також опануванням історичного та соціокультурного досвіду. О. Харченко (Харченко, 2012) досліджують культуру підприємництва, що охоплює систему цінностей і переконань самого підприємця й організаційну культуру, тобто сукупність норм і правил поведінки, які формуються з моменту утворення організації, важливі для співробітників і спрямовують діяльність організації до досягнення намічених цілей.

Поряд із лексемою «**підприємництво**» дослідники уживають лексему *підприємливий*, *підприємливість*, однак ці поняття не тотожні. Підприємництво означають конкретний вид господарювання, а **підприємливість** – «здатності ... до нових звершень» (Даль, 1980). «схильність, сміливість, рішучість до справи, що спрямована на отримання прибутку»; тип господарської поведінки, організаційно-творчий компонент підприємництва (Ковальчук, 1991, с. 29).

Узагальнення дослідницьких матеріалів (Гончарук та ін., 2008; Ковальчук, 1991; Кравченко, 2012; Мочерний та ін., 2001) дають підстави виокремити такі риси підприємливості особистості, як цілеспрямованість (передбачають послідовність, наполегливість, рішучість у досягненні поставленої мети, дотримання обраної шляхи і з прийнятими рішеннями); ініціативність, рішучість (здатність людини самостійно приймати відповідальні рішення й неухильно реалізовувати їх у діяльності); наполегливість, вміння вчитися на помилках, прагнення до успіху, готовність до труднощів, здатність до лідерства, готовність до ризику, креативність, вміння слухати, здатність переконувати людей.

Паралельно з лексемою «підприємництво» уживають лексему «**бізнес**». Згідно з Великим тлумачним словником сучасної української мови (Бусел, 2005), лексему **бізнес** (пер. з англ. «діяльність») представлено як економічну, комерційну, біржову або підприємницьку діяльність, що спрямована на отримання прибутку, ділову активність, зорієнтовану на виконання завдань щодо здійснення операцій з обміну товарів і послуг між економічними суб'єктами ринку, з використанням форм та методів конкретної діяльності, які утвердилися в ринковій практиці. Мовний компонент ділової активності досліджують на тепер актуалізований напрям прикладної лінгвістики – **бізнес-лінгвістика**, наука, що вивчає функціонування мови й використання мовних ресурсів у бізнес-діяльності, досліджують мовні складові ділового спілкування в таких напрямках, як **бізнес-дискурс**, організаційна, корпоративна і управлінська комунікація; **бізнес-риторика**.

Разом із тим, зазначають О. Романовський (Романовський, 2000), це поняття за значенням є значно ширшим за поняття «підприємництво», оскільки синтезують й інші види економіко-господарської діяльності – виробництво, торгівля, фінанси, надання послуг тощо, а також охоплюють новітні різновиди економічної інтелектуально-господарської діяльності (менеджмент, маркетинг, реклама, «публік рілейшнз», ділові комунікації, розвиток інформаційних систем, сприяння підприємству, сервісному обслуговуванню тощо).

Розглянемо лексему «**підприємець**». У французькій мові *entrepreneur* означають людину, яка бореться за свій рахунок та на свій ризик, щоб на свою користь створити який-небудь продукт» (Гончарук та ін., 2008); так називають осіб, які здійснюють підприємницьку діяльність, зацікавлені в реалізації у виробництві та продажу продукції, наданні послуг тощо (Кравченко, 2012), уміють віднаходити нові шляхи і нові можливості

виробленнє благ, запровадженнє нових ідей, процесів або технологій (Сніжко, 2009).

Синонімічною до лексеми «підприємець» фахівці вважають лексему «успішна лядина»; успішній лядині в українській лінгвокультурі властиві такі характеристики: щаслива, вдала, благополучна, блискуча, тріумфальна (Сніжко, 2009), ініціативна, самостійна, творча, рішуча, наполеглива, принципова, обов'язкова, передбачлива. Т. Гончарук, М. Шумка, О. Романовський (Гончарук та ін., 2008; Романовський, 2000) називають таку лядину підприємливою особистістю, упевнену у своїх силах, з високим ступенем мотивації, спрямовану на саморозвиток і самореалізація, зі сформованим підприємницьким світоглядом, в основі якого певне уявлення про такі цінності, як економічна свобода, володіння приватною власністю, успіх, репутація і професіоналізм.

Серед провідних мотивів діяльності підприємця фахівці називають прагнення до успіху та уникнення невдач (М. Ткаченко, О. Романовський (Ткаченко, 2015; Романовський, 2002), відповідність поставленим меті, продуктивність, надійність, ефективність, результативність. Метою продуктивності є максимум результату з мінімальними витратами, метою ефективності – отримання корисного ефекту, а результативності – створення цінності – продукту.

Досягнути мети професійної діяльності підприємцеві значною мірою допомагають уміння володіти нормами сучасної української літературної мови, користуватися фаховою термінологією; працювати зі спеціальною (фаховою) літературою, поповнювати особистий термінологічний тезаурус; орієнтуватися в типових і нетипових ситуаціях професійного спілкування, планувати зміст акту спілкування, знаходити адекватні засоби для передачі цього змісту. Такі характеристики покладені основу підприємницької компетентності.

Узагальнення наукових джерел (Подколзина, 2006; Романовський, 2002; Ткаченко, 2015) дають підстави розглядати **підприємницьку компетентність** як стійку здатність здійснювати підприємницьку діяльність, що охоплює аспекти глибокого розуміння сутності виконуваних завдань і проблем, уміння обирати засоби та способи поведінки, відповідно до конкретних обставин місця й часу, почуття відповідальності за досягнуті результати, здатність навчатися на помилках і вносити корективи в досягнення цілей, використовувати набуті знання у практичній діяльності.

Кожний компонент підприємницької компетентності важливий. Зокрема, операційно-діяльнісний компонент (Ткаченко, 2015) характеризує ступінь готовності до здійснення підприємницької діяльності в межах виконання професійних функцій, конкретизуються вміннями планувати, реалізовувати й оцінювати різні варіанти підприємницької діяльності, бізнес-проекти, розробляти прості моделі дій та обирати економічно помірковані й екологічно обґрунтовані рішення, застосовувати раціональні засоби і способи діяльності з урахуванням конкретних обставин місця й часу; вміннями

презентувати та поширювати інформація про результати власної економічної діяльності.

Інноваційний компонент підприємницької компетентності (Ковальчук, 1991; Ткаченко, 2015) охоплює вміння визначати інновації в діяльності; продукувати нові види товарів і послуг, які будуть затребувані на ринку; об'єктивно оцінювати наслідки впровадження інновацій для організації і галузі; виєвлеті потреби потенційних споживачів; правильно обирати (за необхідності) тип інноваційної організації й ефективно будувати процес управління відповідно до її особливостей; здатність розробляти інноваційні проекти.

Вагомий і особистісно-комунікативний компонент підприємницької компетентності, мовні здібності й мовне чуття, акцент на цінність особистості, функції спілкування підприємця: перцептивна (орієнтація на конкретну аудиторію), інформативна (уміння доносити інформація до колег і клієнтів), сугестивна (уміння переконувати клієнтів); організаторська (використання мовленнєвих засобів для організації якісної роботи); комунікативна (досягнення співпраці, співрозуміння між суб'єктами торгівлі), конативна (або апелативна) (прагнення спонукати клієнта до певної дії), фактична (зорієнтована на встановлення контактів) (Андреева, 2003, с. 75–77). Сфера підприємницької діяльності пов'язана з морально-етичними нормами; знання основ ділового спілкування, психології поведінки покупців, техніки ведення «комерційних переговорів», мовленнєва поведінка, комунікативна ефективність, уміння налагоджувати контакт з клієнтами значною мірою визначають успіх справи, як важливими чинниками визначення рівня професіоналізму.

Отже, йдеться про бізнес-лінгвістику, науку, яку зазначають О. Харченко, Л. Шкатова (Харченко, 2012; Шкатова, 2004), що вивчають функціонування мови й використання мовних ресурсів у бізнес-діяльності, досліджують мовні складові ділового спілкування в таких напрямках, як бізнес-дискурс, організаційна, корпоративна й управлінська комунікація; професійні підмови бізнес-сфери (наприклад, банківська, біржова, бухгалтерська, адміністративна, виробнича та ін.), лінгвопрагматику в бізнес-контексті (комунікативні стратегії і застосування мовних ресурсів у мотивації), бізнес-риторику. Дійсно, знання бізнес-лінгвістики допоможуть усвідомити справжній сенс, закладений у корпоративному та рекламному дискурсі, виєввити маніпулятивні механізми й техніки впливу на суспільну свідомість.

Високої результативності досягають фінансові установи, працівники яких здійснюють ефективну комунікативну взаємодію з колегами, партнерами чи замовниками, уміють аргументовано обґрунтувати варіанти розв'язання проблем, урегулювати складні професійні ситуації, доцільно володіючи мовними засобами. Необхідні також спостережливість, уважність, відповідальне ставлення до роботи, наполегливість у досягненні мети, коректність і вміння слухати клієнта. Мовний розвиток підприємця значною мірою залежить від власного прагнення до саморозвитку й самореалізації.

Висновки. Отже, ініціативність і підприємливість, що ґрунтуються на творчості, інноваційності, здатності до ризику, спроможності планувати, організовувати підприємницьку діяльність, утілювати креативні ідеї у сферу економічного життя, розв'язувати конфліктні ситуації, приймати рішення і брати на себе відповідальність, формувати моделі поведінки, необхідні для успішного розв'язання нагальних виробничих проблем, у ХХІ столітті фахівці розглядають у Концепції «Нова українська школа» (2016) як одну із ключових компетентностей.

На основі таких методів, як описовий, аналіз довідникових джерел, узагальнення наукових джерел із проблем дослідження, у роботі здійснюємо огляд довідникових та наукових напрацювань стосовно ключових лексем концепту «підприємницька компетентність» у вимірах лінгвопраксеології. Концепт визначаємо як оперативну змістовну одиницю пам'яті ментального лексикону та праксеологія як науку, яка вивчає досконалу людську діяльність, її норми, принципи, структуру й закономірності організації.

На основі аналізу довідникових та наукових джерел крізь призму лінгвопраксеології окресляємо поняття «підприємництво», «підприємливість», «бізнес», «підприємець», «успішна людина».

Лексему «підприємництво» характеризуємо як різновид діяльності людини, пов'язану зі створенням, підтримкою й розвитком підприємства, власної справи, виробництвом товарів та послуг, і як тип поведінки особистості, зорієнтованої на отримання прибутку). Лексему «підприємливість» окресляємо як схильність, сміливість, рішучість до справи, що спрямована на отримання прибутку, організаційно-творчий компонент підприємництва; лексему – як економічну, комерційну, біржову або підприємницьку діяльність, ділову активність, що охоплює новітні різновиди економічної інтелектуально-господарської діяльності.

Поняття «підприємницька компетентність» визначаємо як стійку здатність здійснювати підприємницьку діяльність, уміння обирати засоби та способи підприємницької поведінки, планувати, реалізовувати й оцінювати бізнес-проекти, розробити прості моделі дій і обирати економічно помірковані й економічно обґрунтовані рішення.

Ідеї лінгвопраксеологічного підходу означені в характеристиці підприємця як фахівця «інноваційного типу мислення та культури» з високим рівнем культури мовленнєвої поведінки і професійного спілкування, що значною мірою сприяє ефективності вирішення професійних завдань. Мовна особистість підприємця знаходиться під впливом різноманітних соціальних і ситуативних факторів, соціального статусу, позиції «продавець – покупець», «гроші – товар», тому доводимо важливість умінь налагоджувати контакт із клієнтами, вибір доцільного варіанта мовленнєвої поведінки; орієнтуватись в типових і нетипових ситуаціях професійного спілкування, про культуру підприємництва, що її складниками організаційної лінгвістики (або лінгвістики організацій, бізнес-лінгвістики), що вивчає функціонування мови й використання мовних ресурсів у бізнес-діяльності, досліджую мовні складові ділового спілкування.

Перспективним напрямом подальшого дослідження буде вивчення концепту «ефективність», у якому знаходять віддзеркалення такі характеристики підприємницької діяльності, як цілісність, багатовимірність, динамічність і взаємопов'язаність різних сторін.

ЛІТЕРАТУРА

1. Андреева, Г. М. (2003). *Общение и межличностное отношение*. Москва: АспектПресс (Andrieieva, H. M. (2003). *Communication and interpersonal relationship*. Moscow: AspectPress).
2. Бусел, В. Т. (2005). *Великий тлумачний словник сучасної української мови*. Київ: Ірпінь: ВТФ «Перун» (Bousel, V. T. (2005). *Large explanatory dictionary of modern Ukrainian language*. Kyiv: Irpin: VTF "Perun").
3. Гончарук, Т. В., Шумка, М. Л. (2008). Портретна характеристика сучасного підприємця. *Філософія фінансової цивілізації: людина у світі грошей*. Матеріали міжнар. філос.-екон. читань, (сс. 282–289) (Honcharuk, T. V., Shumka, M. L. (2008). Portrait characteristics of a modern entrepreneur. *Philosophy of financial civilization: a man in the world of money*. Internship materials philosophic Reading, (pp. 282–289)).
4. Гришина, Е. А. (2002). *Краткий словарь иностранных слов: около 8000 единиц*. Москва: Астрель; АСТ (Hrishina, E. A. (2002). *A brief dictionary of foreign words: about 8000 units*. Moscow: Astrel; AST).
5. Гурьева, З. И. (2003). Бизнес-текст как явление культуры. *Язык. Этнос. Сознание*. Материалы междунар. научн. конф., 2, 38–46 (Hurieva, Z. I. (2003). Business text as a phenomenon of culture. *Language. Ethnos. Consciousness*. Materials of the Intern. scientific. conf., 2, 38–46).
6. Даль, В. И. (1980). *Толковый словарь живого великорусского языка*. Москва: Русский язык (Dal, V. I. (1980). *Explanatory dictionary of the living Great Russian language*. Moscow: Russian language).
7. Даняшина, Ю. В. (2010). Бизнес-лингвистика – новое синергетическое направление прикладной лингвистики. *Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина*, 2 (1), 133–140 (Daniushina, Yu. V. (2010). Business linguistics is a new synergetic direction of applied linguistics. *A. S. Pushkin Bulletin of the Leningrad State University*, 2 (1), 133–140).
8. Жаботинська, С. А. (2002). Ономазиологические модели в свете современных школ когнитивной лингвистики. *С любовью к языку*. Сб. научных трудов, посвященных Е. С. Кубрёковой. Москва: Воронеж: ИЯ РАН (Zhabotinskaia, S. A. (2002). *Onomasiological models in the light of modern schools of cognitive linguistics. With love of language*. Col. of scientific works devoted to E. S. Kubriakova. Moscow: Voronezh: IYA RAS).
9. Канченко, Т. В., Панченко, М. П., Шенін, О. А. (2003). *Основи економіки*. Київ: Вища освіта (Kanchenko, T. V., Panchenko, M. P., Shenin, O. A. (2003). *Basics of economy*. Kyiv: Higher education).
10. Ковальчук, Т. (1991). Предпринимательская деятельность и механизм её регулирования. *Политика и время*, 15, 26–33 (Kovalchuk, T. (1991). Entrepreneurial activity and the mechanism of its regulation. *Politics and time*, 15, 26–33).
11. Кравченко, В. О. (2012). *Основи менеджменту*. Одеса: Атлант (Kravchenko, V. O. (2012). *Fundamentals of Management*. Odessa: Atlanta).
12. Кубрёкова, Е. С., Демьянков, В. З., Панкрац, Ю. Г., Лузина, Л. Г. (1996). *Краткий словарь когнитивных терминов*. Москва: Изд-во МГУ (Kubriakova, E. S., Demankov, V. Z., Pankrats, Yu. H., Luzina, L. H. (1996). *A brief dictionary of cognitive terms*. Moscow: MSU Publishing House).
13. Мочерний, С. В., Устенко, О. А., Чеботар, С. І. (2001). *Основи підприємницької діяльності*. Київ: Академія (Mochernyi, S. V., Ustenko, O. A., Chebotar, S. I. (2001). *Basics of entrepreneurial activity*. Kyiv: Academy).

14. Подколзина, Н. А. (2006). *Социальный статус предпринимателё в малом бизнесе* (автореф. дис. канд. социолог. наук: 22.00.04). Москва (Podkolzina, N. A. (2006). *Social status of an entrepreneur in small business* (PhD thesis abstract). Moscow).
15. Романовський, О. О. (2000). *Вища освіта на зламі тисячоліть. Ефективна підприємницька освіта як фундамент економічного розвитку демократичного суспільства*. Київ: Деміур (Romanovskyi, O. O. (2000). *Higher education at the turn of the millennium. Effective entrepreneurial education as the foundation for the economic development of a democratic society*. Kyiv: Demiur).
16. Романовський, О. О. (2002). Проблеми організації ефективної бізнес-освіти. *Наука і практика управління*, 2 (5), 54–64 (Romanovskyi, O. O. (2002). Problems in organizing effective business education. *Science and Practice of Management*, 2 (5), 54–64).
17. Сніжко, А. М. (2009). *Концепт успішна людина в українській і англійській мовах* (Snizhko, A. M. (2009). *The concept – a successful person in the Ukrainian and English languages.*).
18. *Соціально-економічний стан України: наслідки для народу та держави*. (2009) Київ: НБІЦ НБУВ (Socio-economic state of Ukraine: consequences for the people and the state. Kyiv: NSC of NIBU).
19. Ткаченко, М. В. (2015). Педагогічні умови формування підприємницької компетентності майбутніх фахівців ресторанного господарства. *Професійно-технічна освіта*, 2 (67), 14–16 (Tkachenko, M. V. (2015). Pedagogical conditions of forming entrepreneurial competence of the future specialists in restaurant industry. *Vocational Education*, 2 (67), 14–16).
20. Харченко, Е. В. (2012). Организационная лингвистика – новый вузовский курс? *Когнитив, коммуникация, дискурс*, 5, 85–95 (Kharchenko, E. V. (2012). Organizational linguistics – a new higher school course? *Cognition, communication, discourse*, 5, 85–95).
21. Шкатова, Л. А. (2004). «Коммуникативный аудит» как термин практической лингвистики. *Язык. Культура. Коммуникация*. Материалы междунар. науч. конф., (с. 199–192) (Shkatova, L. A. (2004). “Communicative Audit” as a term for practical linguistics. *Language. Culture. Communication*. Materials of International. scientific conf., (pp. 199–192)).
22. European Commission. *ANNEX to the Proposal for a Council Recommendation on Key Competences for Lifelong Learning*. Retrieved from: <https://ec.europa.eu/education/sites/education/files/annex-recommendation-key-competences-lifelong-learning.pdf>.
23. Mautner, G. (2007). Linguistics and management: An unconsummated relationship. In U. Doleschal, E. Hoffmann, R. Tilmann (Hrsg.), *Sprache und Diskurs in Wirtschaft und Gesellschaft: Interkulturelle Perspektiven*, (Sprache im Kontext, Bd. 27). Frankfurt a. M.: Lang.

РЕЗЮМЕ

Семенов Елена. Концепт «предпринимательская компетентность» в измерениях лингвопраксеологии.

В статье сделан обзор научных работ по концепту «предпринимательская компетентность» на основе лингвопраксеологического подхода. На основе анализа справочных и научных источников сквозь призму лингвопраксеологии обозначены понятия «предпринимательство», «предприимчивость», «бизнес» «предприниматель», «успешный человек». Понятие «предпринимательская компетентность» обозначено как устойчивая способность осуществлять предпринимательскую деятельность, умение выбирать средства и способы предпринимательского поведения, планировать, реализовывать и оценивать бизнес-проекты, разрабатывать простые модели действий и выбирать экономически умеренные и экономически обоснованные решения. Акцентировано внимание на личностно-коммуникативном компонент предпринимательской компетентности. Речь идет, в частности, об умениях налаживать контакт с клиентами, выбор целесообразного варианта речевого поведения; ориентироваться

в типичных и нетипичных ситуациях профессионального общения, о культуре предпринимательства как составляющих организационной лингвистики.

Ключевые слова: концепт, лингвопраксеология, бизнес-лингвистика, предпринимательство, предприимчивость, предприниматель, успешный человек, предпринимательская компетентность.

SUMMARY

Semenog Olena. The concept of «entrepreneurial competence» through the linguopraxeology.

The article gives an overview of scientific research concerning the concept of “entrepreneurial competence” on the ground of the linguopraxeological approach. The attention is focused on the concept as an operational content unit of the memory of the mental lexicon. Praxeology is viewed as a science that studies perfect human activity, its norms, principles, structure and regularities of the organization.

On the basis of analysis of reference and scientific sources, through the prism of linguopraxeology such notions as “entrepreneurship”, “entrepreneurship”, “business”, “entrepreneur”, “successful person” are outlined. Initiative and entrepreneurship are based on creativity, innovation, ability to risk, ability to plan, organize entrepreneurial activity, implement creative ideas in the sphere of economic life, solve conflict situations, make decisions and take responsibility, form the behavioral patterns which are necessary for solving urgent manufacturing problems. They can be considered by specialists in the 21st century in the Concept “New Ukrainian School” (2016) as one of the key competencies.

The word “entrepreneurship” is described as a kind of human activity associated with creation, support and development of the enterprise, own business, production of goods and services, and as a type of person-oriented behavior, profit-oriented). The word “entrepreneurship” is defined as an ability, courage, determination to do business, aimed at profit, the organizational and creative component of entrepreneurship. The notion “business” is represented as economic, commercial, stock exchange or entrepreneurial activity, business activity, covering the latest varieties of economic intellectual and economic activity.

The concept of “entrepreneurial competence” is defined as a sustainable ability to carry out entrepreneurial activities, the ability to choose the means of entrepreneurial behavior, to plan, implement and evaluate business projects, develop simple action models, and choose economically reasonable solutions.

The linguistic identity of an entrepreneur is influenced by a variety of social and situational factors, social status, the position of “seller – buyer”, “money – goods”, therefore an important and communicative component of entrepreneurial competence. It is about the ability to establish contact with clients, choose the appropriate option of speech behavior; to orientate in typical and atypical situations of professional communication, the culture of entrepreneurship, which are components of organizational linguistics (or linguistics organizations, business linguistics), which studies the functioning of the language and the use of language resources in business activities, explores the language components of business communication.

Key words: concept, linguopraxeology, “entrepreneurship”, “entrepreneurship”, “business”, “entrepreneur”, “successful person”, “entrepreneurial competence”.