

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПРИРОДА И СУЩНОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ КУЛЬТУРЫ

Аннотация. *Актуальность и цели исследования.* Активное вовлечение России в международный бизнес, разрастание сети контактов среди российских предпринимателей с партнерами из различных государств обусловило необходимость изучения такого понятия как предпринимательская культура. Цель работы – проанализировать понятие предпринимательской культуры. *Материалы и методы.* Реализация исследовательских задач была достигнута на основе анализа научных трудов зарубежных и отечественных исследователей, которые, в основном, носят рекомендательный характер и имеют практическую направленность. Методологическую основу исследования составляет системно-институциональный подход, который позволяет представить культуру как единство институциональной и экономической целостности. *Результаты.* Рассмотрено понятие предпринимательской культуры в системе социально-экономических и институциональных отношений в рамках антропологического и аксиологического подходов, выявлена социально-институциональная природа культуры и прослежены системно-эволюционные взаимосвязи между сущностным содержанием понятий: культура, экономическая культура и предпринимательская культура как продукты трудовой деятельности и ценностные предпосылки. *Выводы.* Изучение сущности предпринимательской культуры с точки зрения антропологического подхода позволяет выявить ее экономическую природу и выделить такие свойства предпринимательской культуры, как приобретаемый характер и культурная гомогенность, а аксиологический подход позволяет подчеркнуть ее институциональную природу и выделить, в свою очередь, такие свойства, как наследуемый характер и культурная гетерогенность.

Ключевые слова: культура, антропологический подход, аксиологический подход, системный подход, институциональный подход, экономическая культура, предпринимательская культура.

S. G. Mikhneva, E. V. Malysheva

ECONOMIC NATURE AND ESSENCE OF ENTREPRENEURIAL CULTURE

Abstract. *Background.* Active involvement of Russia in the international business, development of a network of business contacts between Russian entrepreneurs and their partners from different countries, cause necessity of the study of entrepreneurial culture. The goal of the study is to analyze the genesis of the concept of entrepreneurial culture. *Materials and methods.* Implementation of the research objectives was achieved on the basis of the analysis of the scientific papers by foreign and domestic researchers which are of recommendational and practical nature. Methodological basis for the study is the systemic institutional approach, which allows us to represent the unity of culture as institutional and economic integrity. *Results.* The concept of the entrepreneurial culture was examined in the system of social, economic and institutional relationships within the framework of the axiological and anthropological approach, we identified socio-institutional nature of culture and traced system-evolutionary relationship between the essential content of concepts:

culture, economic culture and entrepreneurial culture as products of labor activities and evaluative preconditions. *Conclusions.* Examination of the essence of entrepreneurial culture from the perspective of anthropological approach reveals the economic nature and allocates such properties of entrepreneurial culture as acquired character and cultural homogeneity, axiological approach serves to emphasize characteristics and allocate such properties as inherited nature and cultural heterogeneity.

Key words: culture, anthropological approach, axiological approach, system approach, institutional approach, economic culture, entrepreneurial culture.

Трансформация экономики России в 1990-е гг. XX в. привела к появлению в экономической науке новых понятий и категорий, одним из таких является понятие «предпринимательская культура». В зарубежной научной литературе термин «предпринимательская культура» неотделим от процесса предпринимательства. Под предпринимательской культурой понимается «культура денег», т.е. подчеркивается нацеленность индивида как субъекта процесса предпринимательства и одновременно носителя предпринимательской культуры на экономический успех и умножение прибыли в ходе осуществления своей предпринимательской деятельности [1]. Основной отличительной чертой класса предпринимателей как людей, обладающих способностью к новаторству, является инновационная составляющая предпринимательской культуры [2].

Исследуя проблемы предпринимательской культуры, западные авторы в своих работах в основном сосредотачивают внимание на взаимодействии и взаимопонимании, возникающих между представителями разных культур в процессе предпринимательской деятельности, рассматривают особенности организации бизнеса и деловой коммуникации, технику ведения переговоров и торгов, создание эффективной рекламы и обратной связи с потребителем. Эти работы по большей своей части носят практический характер, предлагая конкретные способы организации международного бизнеса и методы ведения переговоров с иностранными партнерами [3]. Такую практическую направленность научных исследований можно объяснить процессами глобализации современного мирового хозяйства и, как следствие, активным развитием международной торговли, вовлечением в нее все большего количества хозяйствующих субъектов всех стран мира.

В российской научной литературе в последние годы также появляются работы, посвященные предпринимательской культуре. Как и зарубежные ученые, российские экономисты рассматривают предпринимательскую культуру в контексте предпринимательской деятельности. Отличие составляет лишь то, что не подчеркивается инновационная составляющая предпринимательской культуры. В большинстве работ современных российских ученых-экономистов предпринимательская культура рассматривается как набор правил и норм, которые необходимо соблюдать при проведении деловых переговоров. По мнению Н. В. Родионовой, в более широком смысле, предпринимательская культура может включать в себя систему формальных и неформальных правил и норм деятельности, обычаев и традиций, индивидуальных и групповых интересов, особенностей поведения работников данной организационной структуры, стиля руководства, показаний удовлетворенности работников условиями труда, уровня взаимного сотрудничества, идентификация работников с предприятием и перспективами его развития [4]. А. Аверин

говорит о предпринимательской культуре как о культуре современного предпринимателя, бизнесмена, любого делового человека [5]. Ж. В. Масликова под предпринимательской культурой понимает особую специализированную сферу материальной культуры [6]. Б. А. Райзберг трактует предпринимательскую культуру как конкретное поведение предпринимателя в ходе проведения бизнес-операций [7].

М. Г. Лапуста, А. Г. Поршневу, Ю. Л. Старостин, Л. Г. Скамай представляют предпринимательскую культуру как определенную, сложившуюся совокупность принципов, приемов, методов осуществления предпринимательской деятельности субъектами в соответствии с действующими в стране (обществе) правовыми нормами (законодательными, нормативными актами), обычаями делового оборота, этическими и нравственными правилами, нормами поведения при осуществлении цивилизованного бизнеса [8]. В. Н. Иванов и В. И. Патрушев трактуют предпринимательскую культуру, прежде всего, как мастерство исполнения предпринимательской деятельности, условие ее успеха и цивилизованности [9].

Таким образом, в современной трактовке зарубежных и российских ученых предпринимательская культура предстает, во-первых, как особый способ организации предпринимательской деятельности, главной целью которой является получение прибыли и ее максимизация и, во-вторых, как совокупность образцов поведения и социальных норм, выступающих ответственными регуляторами предпринимательской деятельности.

С нашей точки зрения, данные трактовки демонстрируют лишь отдельные стороны предпринимательской культуры, не рассматривая ее как системное явление. Для того чтобы раскрыть сущность предпринимательской культуры, по-нашему мнению, необходимо рассмотреть понятие самой культуры как системы, в которой предпринимательская культура является подсистемой.

Изучением влияния культуры на социально-экономическое развитие государства занимаются представители различных научных дисциплин, в том числе социологии, политологии, экономики, истории и др. В монографии Н. М. Лебедева и А. Н. Татарко «Культура как фактор общественного развития» представлен авторский взгляд на взаимосвязь культуры и социально-экономического развития общества, а также проанализированы подходы к измерению культур известных ученых, таких как Г. Хофстед, Ш. Шварц, Р. Инглхарт и др. [10].

Обобщая их научные подходы можно выделить следующие трактовки содержания понятия культура:

– культура – это определенный уровень развития общества, творческих сил и способностей человека, выраженный в типах и формах организации жизни и деятельности, в их взаимоотношениях, а также создаваемых материальных и духовных ценностях [11];

– культура – это система порождения, хранения и трансляции социального опыта. Она выступает как совокупность ценностей и норм, обеспечивающих формирование, сохранение и развитие общества [12];

– культура – это совокупность достижений человечества в производственной деятельности, общественном и умственном отношении, форма общения между людьми или совокупность знаний, ценностей и норм, которыми

владеют взаимодействующие лица, и совокупность носителей, которые объективируют, социализируют и раскрывают эти значения [13];

– культура – это совокупность всех материальных и духовно-нравственных ценностей, накопленных обществом и его социальными институтами, а также процесс деятельности по их освоению, сохранению, созданию и распространению в обществе [14].

Несмотря на все разнообразие определений понятия культура, они имеют общие черты, которые можно подразделить на две группы:

– во-первых, это определения, в которых культура предстает как особая форма деятельности индивида, ядром которой является отношение одного индивида или общества к другому индивиду и его деятельности. Данная трактовка культуры присуща антропологическому подходу;

– во-вторых, это определения, понимающие под культурой совокупность знаний, норм и духовно-нравственных ценностей, что свойственно для аксиологического понимания культуры.

В общем понимании авторов культура является категорией антропологической (деятельностной) и аксиологической (ценностной).

Деятельностная характеристика позволяет рассматривать культуру с точки зрения системно-эволюционного подхода. Процесс эволюции экономической системы общества можно представить как непрерывную смену общественно-экономических формаций, каждой из которых присущ свой тип культуры как исторической системной целостности, т.е. эволюция понятия культуры неразрывно связана с эволюцией трудовой жизнедеятельности индивида и всего общества. Антропологический подход позволяет выделить такие свойства культуры, как культурная гомогенность и приобретаемый характер культуры – индивид приобретает культуру в процессе жизни в обществе.

Ценностная характеристика культуры, в свою очередь, позволяет рассмотреть культуру с точки зрения институционального подхода и выделить национальные особенности, наличие которых позволяет обществу сохранить свою идентичность и адаптироваться к внешним и внутренним проявлениям изменений окружающей среды. Индикатором, отличающим одно общество от другого, является национальный менталитет, который лежит в основе национальной культуры общества. Менталитет населения представляет собой институт, демонстрирующий, в первую очередь, неразрывную связь прошлого с настоящим и оказывающим влияние на развитие и специфику социально-экономических отношений [15]. С точки зрения аксиологического подхода культура обладает такими свойствами, как культурная гетерогенность и наследственный характер, т.е. культура предстает как некий «генетический код» общества.

Таким образом, сущностное понимание культуры может быть представлено на базе антропологического подхода (культура как продукт трудовой деятельности общества) и аксиологического подхода (культура как институт, задающий вектор социально-экономического развития общества), что позволяет нам представить культуру как многомерное понятие.

В процессе эволюционного развития производственных сил и научно-технического прогресса происходит трансформация общего понятия «культура» (применимого в социально-экономических отношениях) в более кон-

кретное и операциональное понятие «экономическая культура». Экономическая культура вбирает в себя деятельностную и ценностную характеристики культуры. В своей работе под понятием экономической культуры мы предлагаем понимать специфический способ организации и развития человеческой жизнедеятельности, а также совокупность ценностей и норм, являющихся регуляторами хозяйственной деятельности индивидов и выполняющих роль социальной памяти. В конце двадцатого века сформировалось два типа экономической культуры: социалистическая и капиталистическая. После распада СССР, с переходом экономик государств бывшего социалистического лагеря к рыночной системе хозяйствования социалистическая экономическая культура как особый тип экономической культуры перестала существовать. В свою очередь, капиталистическая экономическая культура претерпела ряд изменений. В настоящее время, по-нашему мнению, капиталистическая экономическая культура трансформировалась в предпринимательскую культуру, которая представляет собой превращенную форму экономической культуры в условиях рыночного хозяйства.

Применение системно-институционального подхода при исследовании предпринимательской культуры позволяет нам рассмотреть предпринимательскую культуру как органическое целое: с одной стороны, предпринимательская культура ориентирована на достижение определенных целей (максимизация прибыли, минимизация издержек, риск, инновационность), а с другой стороны, нормы и ценности, заложенные в национальной культуре, позволяют определить цену, которую готово заплатить общество при достижении данных целей. В совокупности это определяет характер социально-экономических отношений, господствующих в обществе: коллективные отношения (Германия), рыночные отношения (Америка), патриархальные отношения (Япония).

Список литературы

1. **Друкер, П. Ф.** Бизнес и инновации / П. Ф. Друкер ; пер. с англ. канд. полит. наук К. С. Головинского. – М. : Вильямс, 2007. – 423 с.
2. **Шумпетер, Й.** Теория экономического развития / Й. Шумпетер ; пер. с нем. В. С. Автономова. – М. : Прогресс, 1982. – 401 с.
3. **Льюис, Р.** Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию / Р. Льюис ; пер с англ. – 2-е изд. – М. : Дело, 2001. – 439 с.
4. **Алексий, П. В.** Предпринимательство: социально-экономическое управление : учеб. пособие для вузов / П. В. Алексий, Н. В. Радионова, О. О. Читанова ; под ред. Н. В. Родионовой, О. О. Читанавы. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, Единство, 2002. – 383 с.
5. **Плескевич, Н.** Деловая культура современного российского общества / Н. Плескевич // Общество и реформы. – 1993. – № 3. – С. 26
6. **Орлов, В. Б.** Предпринимательская культура: сущность и содержание понятия / В. Б. Орлов, О. Г. Мизерова, Е. В. Орлова // Вестник Югорского государственного университета. – 2009. – № 4(15). – С. 19.
7. **Райзберг, Б. А.** Основы экономики и предпринимательства / Б. А. Райзберг – М. : Просвещение, 1995. – 206 с.
8. **Лапуста, М. Г.** Предпринимательство : учебник / М. Г. Лапуста [и др.]. – 3-е изд., испр. и доп. – М. : ИНФРА, 2003. – 534 с.
9. Теория управления: социально-технологический подход : энцикл. словарь / под ред. В. Н. Иванова, В. И. Патрушева. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Муниципальный мир, 2004. – 672 с.

10. Лебедева, Н. М. Культура как фактор общественного прогресса / Н. М. Лебедева, А. Н. Татарко. – М. : ЗАО «Юстицинформ», 2009. – 408 с.
11. Новейший словарь иностранных слов и выражений / отв. ред. В. В. Адамчик. – Минск : Современный литератор, 2007. – 453 с.
12. Тульчинский, Г. Л. Культура как ресурс и барьер инновационного развития / Г. Л. Тульчинский // Инновации. – 2012. – №5 (163) – С. 76.
13. Иванова, Т. Ю. Теория организации / Т. Ю. Иванова, В. И. Приходько – СПб. : Питер, 2004. – 272 с.
14. Фокина, В. Н. Инновационная культура преподавателей вуза: теоретическая модель социологического исследования / В. Н. Фокина // Инновации. – 2002. – № 2–3 (49–50). – С. 89.
15. Мраморнова, О. В. Формирование российской институциональной модели социально-трудовых отношений [Текст]: дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.05 / Мраморнова О. В. – Краснодар, 2010. – 406 с.

References

1. Druker P. F. *Biznes i innovatsii; per. s angl.* [Business and innovations; translation from English]. K. S. Golovinskogo. Moscow: Vil'yams, 2007, 423 p.
2. Shumpeter Y. *Teoriya ekonomicheskogo razvitiya; per. s nem.* [Theory of economic development; translation from German]. V.S. Avtonomova. Moscow: Progress, 1982, 401 p.
3. L'yuis R. *Delovye kul'tury v mezhdunarodnom biznese. Ot stolknoveniya k vzaimoponimaniyu; per s angl.* [Business cultures in the international business. From encounter to mutual understanding; translation from English] Moscow: Delo, 2001, 439 p.
4. Aleksey P. V., Radionova N. V., Chitanova O. O. *Predprinimatel'stvo: sotsial'no-ekonomicheskoe upravlenie: ucheb. posobie dlya vuzov* [Entrepreneurship: socio-economic management: tutorial for universities]. Moscow: YuNITI-DANA, Edinstvo, 2002, 383 p.
5. Pleskevich N. *Obshchestvo i reformy* [Society and reforms]. 1993, no. 3, p. 26
6. Orlov V. B., Mizerova O. G., Orlova E. V. *Vestnik Yugorskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Yugra State University]. 2009, no. 4 (15), p. 19.
7. Rayzberg B. A. *Osnovy ekonomiki i predprinimatel'stva* [Basic economics and entrepreneurship]. Moscow: Prosveshchenie, 1995, 206 p.
8. Lapusta M. G. et al. *Predprinimatel'stvo: uchebnik.* [Entrepreneurship: textbook]. Moscow: INFRA, 2003, 534 p.
9. *Teoriya upravleniya: sotsial'no-tehnologicheskiiy podkhod: entsikl. slovar'.* [Theory of management: social and technological approach: encyclopedic dictionary]. Ed. V. N. Ivanova, V. I. Patrusheva. Moscow: Munitsipal'nyy mir, 2004, 672 p.
10. Lebedeva N. M., Tatarko A. N. *Kul'tura kak faktor obshchestvennogo progressa* [Culture as a factor of social progress]. Moscow: ЗАО «Yustitsinform», 2009, 408 p.
11. *Noveyshiyy slovar' inostrannykh slov i vyrazheniy* [Latest dictionary of foreign words and expressions]. Ed. V. V. Adamchik. Minsk: Sovremennyy literator, 2007, 453 p.
12. Tul'chinskiy G. L. *Innovatsii* [Innovations]. 2012, no. 5 (163), p. 76.
13. Ivanova T. Yu., Prikhod'ko V. I. *Teoriya organizatsii* [Organization theories]. Saint Petersburg: Piter, 2004, 272 p.
14. Fokina V. N. *Innovatsii* [Innovations]. 2002, no. 2–3 (49–50), p. 89.
15. Mramornova O. V. *Formirovanie rossiyskoy institutsional'noy modeli sotsial'no-trudovykh otnosheniy: dis. d-ra ekon. nauk* [Formation of Russian institutional model of social and labor relations: dissertation to apply for the degree of the doctor of economic sciences]. Krasnodar, 2010, 406 p.

Михнева Светлана Георгиевна

доктор экономических наук, профессор,
заведующая кафедрой экономической
теории и мировой экономики,
Пензенский государственный
университет (Россия, г. Пенза,
ул. Красная, 40)

E-mail: econm@pnzgu.ru

Mikhneva Svetlana Georgievna

Doctor of economic sciences, professor,
head of sub-department of economic
theory and world economy, Penza
State University (40 Krasnaya street,
Penza, Russia)

Мальшева Екатерина Владимировна

аспирант, Пензенский государственный
университет (Россия, г. Пенза,
ул. Красная, 40)

E-mail: malyshevaev2388@gmail.com

Malysheva Ekaterina Vladimirovna

Postgraduate student, Penza State
University (40 Krasnaya street,
Penza, Russia)

УДК 001.8

Михнева, С. Г.

Экономическая природа и сущность деловой культуры / С. Г. Михнева, Е. В. Мальшева // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Экономические науки. – 2013. – № 1. – С. 50–56.