

Мир науки. Социология, филология, культурология <https://sfk-mn.ru>

World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies

2018, №4, Том 9 / 2018, No 4, Vol 9 <https://sfk-mn.ru/issue-4-2018.html>

URL статьи: <https://sfk-mn.ru/PDF/07MUSK418.pdf>

Ссылка для цитирования этой статьи:

Федько Д.П. Предпринимательство в культуре и культура предпринимательства // Мир науки. Социология, филология, культурология, 2018 №4, <https://sfk-mn.ru/PDF/07MUSK418.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

For citation:

Fedko D.P. (2018). Entrepreneurship in culture and culture entrepreneurship. *World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies*, [online] 4(9). Available at: <https://sfk-mn.ru/PDF/07MUSK418.pdf> (in Russian)

Федько Дарья Павловна

ФГБОУ ВО «Российский государственный социальный университет», Москва, Россия
Факультет «Социологии», кафедра «Социологии»
Магистрант, 2 курс, группа СОЦ-М-1-3-2016-1
E-mail: daria8905@yandex.ru

Предпринимательство в культуре и культура предпринимательства

Аннотация. В статье рассмотрены основные положения понятия «культура предпринимательства», виды, подвиды и функции культуры предпринимательства, а также рассмотрены качества, необходимые человеку для осуществления успешной предпринимательской деятельности. Выделены функции предпринимательской культуры. Одной из главных функций является – экономическая, сюда относятся меры по обеспечению развития роста эффективности производства, укрепления конкурентоспособности, готовность к экономическим рискам, участие в развитии экономических инноваций, управление капиталом, стабилизация предпринимательской деятельности. Ко второй социальной функции можно отнести – принятие ответственности за рост общего благосостояния экономики страны, создание рабочих мест, повышение социальной мобильности. Отмечены компоненты культуры предпринимательства, как и любой другой культуры являются три основных составляющих: общечеловеческие, традиционные и человеческие ценности.

Ключевые слова: культура предпринимательства; функции культуры предпринимательства; социальная ответственность; предприниматели; экономика

Культура предпринимательства является обязательной и неотъемлемой частью предпринимательской деятельности. Под культурой предпринимательства принято понимать систему сложившихся принципов и методов осуществления предпринимательской деятельности. Культура предпринимательства регулируется не только государственными законами, но и нормами морали и этики, а также нормами поведения и обычаями ведения бизнеса.

Необходимо отметить, что первым и незыблемым правилом культуры предпринимательства является ее законная деятельность, вторым правилом можно считать необходимость выполнения обязанностей по правовым актам и заключённым договорам. Третьим качеством культурного предпринимательства, несомненно, является честность ее участников, уважение к партнерам, людям и государству. Культура предпринимательства включает в себя общение с государством, потребителями, партнерами, конкурентами и

прочими хозяйственными субъектами. Разумеется, любая предпринимательская деятельность создаётся с целью извлечения из нее прибыли, однако, все эти пути должны быть сформированы на законных основаниях. Культура предпринимательства формируется множеством факторов, однако, важнейшими из них являются: внешняя предпринимательская среда, государственный менталитет, правовые нормы, ответственность предпринимателей, а также сам предприниматель и окружающая его корпоративная культура [1].

Необходимо отметить функции предпринимательской культуры. Одной из главных функций является – экономическая, сюда относятся меры по обеспечению развития роста эффективности производства, укрепления конкурентоспособности, готовность к экономическим рискам, участие в развитии экономических инноваций, управление капиталом, стабилизация предпринимательской деятельности. Ко второй социальной функции можно отнести – принятие ответственности за рост общего благосостояния экономики страны, создание рабочих мест, повышение социальной мобильности [2].

Предпринимательская культура – это сложное понятие, включающее в себя несколько структурных уровней. Говоря о личностном уровне, предпринимательская культура представляет собой ценности, нормы, ориентации, определяющие экономическую деятельность людей. Это с одной стороны – индивидуальные, а с другой – культурно-обусловленные меры осуществления предпринимательской деятельности. Когда эти индивидуальные ценности побуждают предпринимателя к активным действиям, создавая таким образом бизнес-идею, образуется институциональный уровень предпринимательской культуры. Личностный и институциональный уровень предпринимательской культуры взаимосвязаны. Предпринимательская культура образует новый тип образцов трудового поведения, приобретая собственные ориентиры и ценности такие как: интенсивность деловых контактов, гибкость развития организации, уважение как к конкретному индивиду, так и обществу в целом, самостоятельность, способность к инновациям и творчеству [3; 5].

Составляющими компонентами культуры предпринимательства, как и любой другой культуры являются три основных составляющих: общечеловеческие, традиционные и человеческие ценности. К общечеловеческим ценностям традиционно относят: трудовую деятельность, нравственность, социальную адаптированность, к традиционным: семью, привычки, индивидуальность, к современным: независимость, инициативность, свободу. Предпринимательские и личностные ценности не всегда совпадают, во многих случаях предпринимательские ценности формируются в процессе деятельности и передаются следующим поколениям предпринимателей.

Среди важнейших функций предпринимательской культуры можно так же выделить такие как: функция социальной памяти общества, нормативно-регулятивная функция, созидательная и селекционная функции. Функция культуры в качестве социальной памяти в сфере предпринимательства подразумевает под собой накопление полезного опыта предыдущих поколений предпринимателей. Нормативно-регулятивная функция представляет собой контроль соблюдения предпринимателем, принятых норм поведения в данной среде, в противном же случае его могут ожидать общественные санкции. Культура предпринимательства имеет множество видов и подвидов в зависимости от критериев ее оценки. Так, структурируя культуру предпринимательства по сферам занятости, можно выделить банковско-финансовую, торгово-посредническую, промышленную и научно-предпринимательскую сферы деятельности. Говоря о сферах жизнедеятельности, культура предпринимательства включает в себя: экономический, нравственный, эстетический, деловой аспекты. Культура предпринимательства зависит так же от размеров бизнеса и может быть мелкого, среднего и крупного порядка. По территориальному признаку выделяют культуру столичного и регионального предпринимательства. Судя по направленности

предпринимательской деятельности, можно выделить – конструктивную и деструктивную, а исходя из характера деятельности – легальную и криминальную. Не секрет, что помимо легальной коммерческой деятельности, так же широко распространена и теневая. Важным аспектом культуры предпринимательской деятельности является ее национальный признак, поскольку нормы, принципы, обычаи ведения коммерческой деятельности могут существенно различаться в разных странах [4].

Очевидно, что для осуществления успешной предпринимательской деятельности необходимо иметь некоторые специфические черты характера, иначе говоря, таланты, необходимые для ведения собственного дела. Однако, не всегда очевидно являются ли эти таланты врожденными или приобретенными и можно ли развить их в процессе профессиональной деятельности. По данным Р. Хизрича и М. Питерса более чем в половине случаев родители будущего предпринимателя имели свободную профессию, что говорит о некой предрасположенности к предпринимательскому типу поведения. Известно, что наибольшее количество успешных предпринимателей образуется там, где существует индивидуальный подход к талантам и особенностям молодого поколения. Талантливые предприниматели являются редким национальным ресурсом и требуют серьезной поддержки со стороны государства.

Р.С. Ронстад выделяет следующие черты необходимые для осуществления успешной предпринимательской деятельности: четкое представление о сущности предпринимательства, умение отделять факты от слухов, умение давать взвешенные решения, умение находить нестандартные решения, умение вести себя в условиях неопределенности, умение вырабатывать новые коммерческие идеи, умение оценивать перспективность новых идей, знания необходимые для ведения собственного дела, умение оценить внешнюю ситуацию, умение оценивать деятельность с точки зрения этики и морали, умение устанавливать контакты, заключать сделки, вести переговоры, умение получать то, что причитается. Однако, большинство из этих качеств вполне возможно выработать в процессе предпринимательской деятельности, остаётся вопрос какие же качества являются врожденными, отличающими юных предпринимателей от большинства. Известно, что для успешного развития предпринимательских качеств мало одного лишь таланта, необходимы меры по поддержке юных предпринимателей такие как: широкое распространение информации о предпринимательстве, обучающие курсы, одобрение и поощрение данного занятия в обществе посредством СМИ.

Существуют два основных подхода к воспитанию потенциального предпринимателя. Первый – обучение, передача опыта и знаний, позволяющих выпускнику реализоваться на рынке труда. Второй способ подразумевает кроме обучения направленность на личную инициативность, развитие в молодых людях самостоятельности, способности нести ответственность за свое дело и не бояться рисковать. С точки зрения развития предпринимательских качеств гораздо эффективнее второй вариант. Традиционная проблема молодых выпускников заключается в преобладании теоретических знаний на фоне существенного недостатка практического опыта. Таким образом, по окончании учебного заведения молодые люди не вполне представляют чем им предстоит заниматься. Еще одним барьером к развитию предпринимательских качеств в молодых людях является недостаточная ориентация на личностные качества обучающегося, нередко мешает так же предвзятое мнение о предпринимательстве как о недостаточно достойном занятии, направленном лишь на обогащение, а не общественное благо.

Проблема развития культуры предпринимательства приобретает сегодня особое значение в организациях потребительской корпорации. Динамичное развитие потребительской корпорации во многом зависит от инновационной деятельности работников, их

профессиональной ответственности и инициативности. При этом главной оценкой деятельности работника становится не столько экономический, сколько социально-нравственный эффект его деятельности, связанный с социальной защищенностью людей [5].

В современных условиях предпринимательство и социальная ответственность взаимосвязаны и неразрывны. Культура предпринимательства – это ответственность перед обществом за настоящее и будущее развития экономической ситуации в стране. Именно поэтому так важно соблюдать не только законные аспекты ведения бизнеса, но и морально-этические. Ведь дело, основанное без них, не будет поддержано ни обществом, ни государством, ни работающими в нем сотрудниками. Без социальной ответственности и культуры предпринимательства невозможно осуществление ни одного общественного дела.

ЛИТЕРАТУРА

1. Шевченко, И.К. Организация предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] / И.К. Шевченко – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2004. – 92 с. – Режим доступа: <http://www.aup.ru/books/m91/06.htm> (дата обращения: 21.04.2018).
2. Буторина, О.В., Фукалова Ю.С. Культура предпринимательства: сущность и составляющие [Электронный ресурс] / О.В. Буторина, Ю.С. Фукалова // Российское предпринимательство (научно-практический журнал). 2012. – №13(24). – С. 57-62. – Режим доступа: <https://creativeconomy.ru/lib/7839> (дата обращения: 21.04.2018).
3. Дыльнова, З.М. Культура предпринимательства как социальное явление [Электронный ресурс] / З.М. Дыльнова // Известия Саратовского университета. Серия: Социология. Политология. (электронный научный журнал). 2008. – №2(8). – С. 31-33. – Режим доступа: http://soziopolit.sgu.ru/sites/soziopolit.sgu.ru/files/31-33_0.pdf (дата обращения: 21.04.2018).
4. Кошарная, Г.Б. Сущность, структура и функции культуры предпринимательства в современном российском обществе: методологический аспект [Электронный ресурс] / Г.Б. Кошарная // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. Социология. (электронный научный журнал). 2010. – №4(16). – С. 76-84. – Режим доступа: https://izvuz_on.pnzgu.ru/files/izvuz_on.pnzgu.ru/10410.pdf (дата обращения: 21.04.2018).
5. Смирнов А.И. Развитие культуры предпринимательства у будущих специалистов малого и среднего бизнеса составляющие [Электронный ресурс] / А.И. Смирнов // Сибирский педагогический журнал. (электронный научный журнал). – 2005. – №1(8). – С. 130-139. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/razvitie-kultury-predprinimatelstva-u-buduschih-spetsialistov-malogo-i-srednego-biznesa> (дата обращения: 21.04.2018).

Fedko Darya Pavlovna

Russian state social university, Moscow, Russia
E-mail: daria8905@yandex.ru

Entrepreneurship in culture and culture entrepreneurship

Abstract. The article considers the main provisions of the concept of "culture of entrepreneurship", types, subspecies and functions of the culture of entrepreneurship, and also considers the qualities necessary for a person to carry out successful entrepreneurial activity.

Keywords: culture of entrepreneurship; functions of business culture; social responsibility; entrepreneurs; economics

REFERENCES

1. Shevchenko I.K. (2004). Organizatsiya predprinimatel'skoy deyatel'nosti. [*Business Organization.*] Taganrog: Publishing House Taganrog State University of Radioengineering, p. 92. Available at: <http://www.aup.ru/books/m91/06.htm> (in Russian). [Accessed 21.04.2018].
2. Butorina O.V., Fukalova Yu.S. (2012). Culture of Entrepreneurship: Essence and Components. *Russian Entrepreneurship (scientific and practical journal)*, [online] 13(24), pp. 57-62. Available at: <https://creativeconomy.ru/lib/7839> (in Russian) [Accessed 21.04.2018].
3. Dyl'nova Z.M. (2008). Business culture as a social phenomenon. *News of Saratov University*, [online] 2(8), pp. 31-33. Available at: http://soziopolit.sgu.ru/sites/soziopolit.sgu.ru/files/31-33_0.pdf (in Russian) [Accessed 21.04.2018].
4. Kosharnaya G.B. (2010). The essence, structure and functions of the culture of entrepreneurship in modern Russian society: the methodological aspect. *University news*, [online] 4(16), pp. 76-84. Available at: https://izvuz_on.pnzgu.ru/files/izvuz_on.pnzgu.ru/10410.pdf (in Russian) [Accessed 21.04.2018].
5. Smirnov A.I. (2005). Development of a culture of entrepreneurship among future specialists of small and medium-sized businesses. *Siberian Pedagogical Journal*, [online] 1(8), pp. 130-139. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/v/razvitie-kultury-predprinimatelstva-u-buduschih-spetsialistov-malogo-i-srednego-biznesa> (in Russian) [Accessed 21.04.2018].