

И. А. Ангелина, д-р экон. наук, А. А. Заяц

**ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли
им. Михаила Туган-Барановского», г. Донецк**

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ФОРМИРОВАНИЯ КУЛЬТУРЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

В ходе исследования раскрыты четыре уровня культуры предпринимательства, которые взаимодействуют и тесно связаны, оказывают влияние на развитие предпринимательской культуры разными способами, образуя при этом неразрывное целое. Обоснованы концептуальные положения формирования культуры предпринимательства, которая рассматривается как открытая система, функционирующая с учетом изменений факторов внешней и внутренней среды. Взаимодействие между элементами этой системы осуществляется на основе партнерских отношений и социальной справедливости.

Ключевые слова: культура предпринимательства, концептуальные положения, факторы внешней и внутренней среды, социальная справедливость, уровни культуры предпринимательства

Постановка проблемы

Социально-экономическое развитие Донецкой Народной Республики, повышение благосостояния граждан, достижение полной и продуктивной занятости населения напрямую связаны с предпринимательством как комплексным, многогранным социально-экономическим явлением. Эффективное развитие рыночной экономики требует создания конкурентоспособного производства на базе новой философии хозяйствования, что в свою очередь диктует необходимость воспитания нового поколения специалистов с высоким уровнем предпринимательской культуры. Культура предпринимательства не только обеспечивает высокий престиж предприятию, но и способствует повышению эффективности производства, улучшению качества товаров и услуг и, следовательно, увеличению доходов. Ее элементы формируются как под влиянием опыта деятельности предприятия, так и в результате установок его лидеров. Следует иметь в виду, что прежде чем приступить к формированию культуры того или иного предприятия, следует четко понять систему его ценностей и убеждений. Она складывается годами, динамичная, постоянно совершенствуется. Собственно, эти и другие обстоятельства обуславливают актуальность и своевременность темы статьи.

Цель исследования заключается в определении концептуальных положений формирования культуры предпринимательства.

Анализ последних исследований и публикаций

Вопросами исследования культуры предпринимательства занимались многие ученые. Проблемам особенностей формирования культуры предпринимательства предприятий посвящены труды А. Н. Банкет, В. Н. Васильевой, К. И. Курпаяниди, вопросы сущности и содержания корпоративной культуры исследовали Х. Н. Магомедова, О. Г. Мизерова, В. Б. Орлов, Р. Рютингер, Б. А. Райсберг, Н. В. Родионова. Несмотря на большой объем исследований, отдельные вопросы по формированию концептуальных положений культуры предпринимательства до сих пор остаются нерешенными и требуют детального изучения.

Изложение основного материала исследования

В условиях современных вызовов нужны решительные действия, значительные усилия, тщательная организационная работа для оптимизации производственных отношений в

системе функционирования предприятий. Важной составляющей системы обеспечения конкурентоспособности предприятий должна быть стабилизация социально-трудовых отношений, формирование и дальнейшее прогрессивное развитие культуры предпринимательства. Следует отметить, что именно формирование действенной культуры предпринимательства является инструментом обеспечения прогнозируемого стратегического развития предприятий и залогом высокой производительности труда работников. Одной из специфических характеристик, которые отличают предпринимательские структуры является чрезвычайная значимость человеческого фактора при достижении целевого уровня экономической результативности с учетом организационной компоненты.

Предпринимательская культура – важная часть целостной системы культуры со строгой организационной структурой. С точки зрения культурного пространственного расслоения, предпринимательскую культуру можно разделить на такие уровни: глубокая духовная культура предпринимательства, средний уровень культуры предпринимательской системы, неглубокая предпринимательская культура поведения и поверхностная предпринимательская культура (рисунк 1). Эти четыре уровня взаимодействуют и тесно связаны, оказывают влияние на развитие предпринимательской культуры разными способами, образуя при этом неразрывное целое.

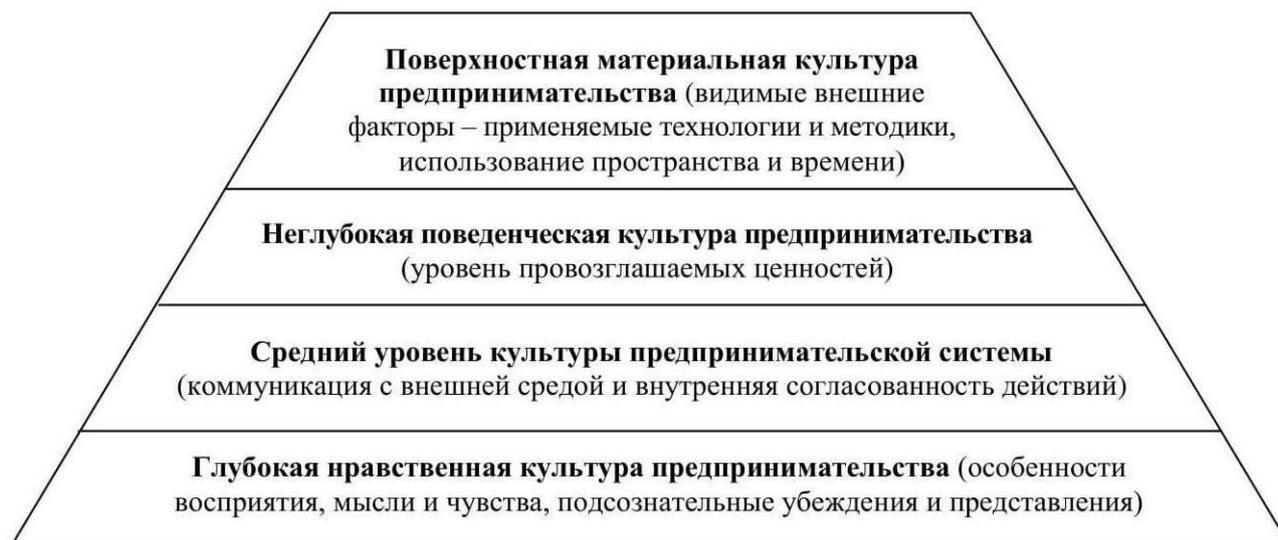


Рисунок 1 – Уровни культуры предпринимательства (*составлено на основе [1–3]*)

Материальная культура предпринимательства – это поверхностный слой, на котором основано развитие предпринимательской культуры. Материальная культура формируется на основе материальных достижений цивилизации, созданных предшественниками, и одновременно она развивается путем применения современных технологий. Совершенствование материальной культуры обеспечивает конкретную и необходимую материальную базу и материальную среду для практической деятельности субъектов предпринимательства. Предпринимательская культура определяет технические инструменты и уровень осведомленности, который могут использовать предприниматели.

Предприниматели в полной мере могут использовать существующие материальные силы для изучения внутренних законов предпринимательства. Это может позволить им прорваться через существующий уровень материального развития и создать более высокую материальную культуру предпринимательства. Это образует эффективный цикл предпринимательской материальной и культурной разработки. Развитие предпринимательской культуры всегда проявляется в определенных материальных явлениях. Уровень и статус развития предпринимательской культуры общества основывается на существующих материальных формах, таких как материальные продукты и достижения [4].

Предпринимательская материальная культура – это поверхностный слой, отправная

точка предпринимательской культуры и важный вход для ее анализа, который шаг за шагом дает возможность полностью понять предпринимательскую культуру в целом, ее основной дух, необходимые ценности и возможности.

Неглубокая поведенческая культура предпринимательства является внешним проявлением провозглашаемых ценностей, целей, миссии предприятия. Предпринимательское поведение – это практическая культурная ценность. Предпринимательское поведение включает в себя предпринимательское планирование, принятие предпринимательских решений, предпринимательское управление и т. д. Процветание предпринимательства способствует динамическому развитию общества в целом. Предпринимательство – это не только средство к существованию, но и выбор предпринимательского поведения для удовлетворения потребности собственного развития. Любое поведение субъекта предпринимательской деятельности отражает культура предпринимательства, которая на данном уровне проявляется в стратегии и философии, ценностях и верованиях, разделяемых руководством и персоналом предприятия.

Третий уровень культуры предпринимательства – это система взаимодействия с факторами окружающей среды. Предпринимательская деятельность требует упорядоченной и стабильной среды. Культура предпринимательства считается оптимальной, если она обеспечивает эффективное взаимодействие объекта с внешней средой и внутреннюю согласованность действий; настроена на восприятие общих тенденций для развития и способна его обеспечить; создает условия для эффективной управляющей деятельности, что позволяет ей наиболее продуктивно решать поставленные цели и задачи, выполнять функции. Фактически без различных норм и руководства предпринимательской культуры, невозможно иметь стабильную и упорядоченную предпринимательскую окружающую среду и практически быть жизнеспособным предприятием. Предпринимательская культура не только стандартизирует и направляет поведение предпринимательских групп и исправляет их неправильные ценности, но также может мобилизовать инициативу и творчество предпринимателей и стимулирует жизнеспособность предпринимательских организаций [5].

Кроме этого, культура предпринимательства – важный носитель коммуникационного взаимодействия в бизнес-среде. Предпринимательская система – критерий взаимодействия субъектов предпринимательства с внешними субъектами (поставщиками, потребителями, конкурентами, государственными органами, контактными аудиториями). Предпринимательская культура формирует относительно стабильную атмосферу деятельности с внедрением в предпринимательскую систему и инноваций и духовных ценностей. Формирование предпринимательской системы происходит от предпринимательской практики и предпринимательской культурной среды. Культура предпринимательства связывает предпринимательские структуры с окружающей средой, она объединяет предпринимательское поведение и ценности людей.

Глубокая нравственная культура предпринимательства – это четвертый ее уровень, который создает новый дух и атмосферу общественного мнения. Человеческое развитие имеет две основные потребности: материальные потребности, что является предпосылкой и основным условием выживания человека; духовные потребности, которые являются основным символом человека и обеспечивают интеллектуальную поддержку материального развития и внутреннюю силу для производственной практики человека. Нравственная культура предпринимательства становится проявлением сплоченности предпринимательской практики и важным источником предпринимательского производственного творчества, важной духовной опорой жизни субъектов предпринимательства, а также играет все более важную роль в продвижении и развитии предпринимательской материальной культуры. Культура предпринимательства – это всегда смена цели, гибкая среда и условия для предпринимательского развития путем быстрого реагирования, сильной чувствительности к инновационным разработкам. С развитием предпринимательства материальная база все больше и больше отстает в развитии, глубокие изменения социальной среды ведут к созданию нового духа и атмосферы общественного мнения. Культура предпринимательской системы должна следить за темпами изменения духовной культуры и со-

ответствовать ее концепции, чтобы точно позиционировать собственное развитие, адаптироваться к новым требованиям предпринимательской эпохи, поддерживать порядок формирования предпринимательства и закрепить его результаты. Нравственная культура предпринимательства – это непоколебимое стремление к идеальному состоянию жизни, способствующее общему развитию предпринимательской среды. Она доминирует в направлении мышления и стремлении к идеальному поведению субъекта предпринимательства.

Таким образом, глубокая нравственная культура играет решающую роль в определении направлений развития предприятий. Средний уровень культуры и неглубокая культура соответственно являются гарантией правил ведения бизнеса, проявляющейся, прежде всего, во взаимоотношениях с клиентами, посредниками, конкурентами, СМИ и другими контактными аудиториями, т. е. характеризует взаимоотношения организации с ее внешней средой, а также правовых и моральных норм, регламентирующих взаимоотношения внутри коллектива. Поверхностная культура является основой и предпосылкой предпринимательской культуры и имеет важное влияние на формирование и разработку других слоев. Эти четыре уровня взаимодействуют и являются тесно связанными, влияя на развитие предпринимательской культуры по-разному и формируя неразрывное органическое целое.

Сложность и многогранность проблемы формирования и развития культуры предпринимательства обусловлена специфическими чертами, многообразием составляющих ее элементов и проявлений. Культура предпринимательства – это сложное социальное явление, которое формируется под влиянием определенных факторов. В силу своей социальной природы работник сильно испытывает влияние культуры предпринимательской структуры. Вместе с тем и личность влияет на формирование и изменение самой культуры предприятий. Следует отметить, что как и любое социальное явление, культура предпринимательства не существует без человеческого сообщества. С одной стороны, она регулирует все отношения работников в данном коллективе – организации, с другой – является продуктом этих отношений. Сформировав культуру предпринимательства на базе своих представлений, установок, ценностных ориентаций, работники тем самым определили технологию, способ деятельности и существования предприятия. Культура предпринимательства формирует отношение к труду, влияет на степень удовлетворенности трудом, особенности организации труда [6].

Процесс формирования культуры предпринимательства должен происходить с учетом специфики и направленности деятельности организации на трех уровнях: институциональном (нормы государства), организационном (корпоративная культура предприятия) и личностном (культура предпринимателя и эффективное использование человеческих ресурсов). Поэтому концептуальные положения формирования культуры предпринимательства, на наш взгляд, можно проиллюстрировать на схеме (рисунок 2). Процесс формирования культуры предпринимательства заключается в четкой организации работы субъектов предпринимательской деятельности с учетом факторов внутренней и внешней среды, влияние которых определяет цель, принципы и задачи культуры предпринимательства. Сложность ситуации заключается в том, что на изменение состояния культуры предпринимательства влияет не один, а несколько факторов, которые могут быть как внутренними так и внешними.

Обязательным условием при формировании культуры предпринимательства является ее согласование с долгосрочными целями и стратегией развития предприятия, а также соответствие четким принципам [7]:

аккумулятивность – способность и желание субъектов культуры предпринимательства к восприятию определенных способов и предметов деятельности;

модификация – возможность пополнять или обновлять свои культурные традиции с целью адаптации к изменениям внешней среды и внутренней интеграции;

результативность – склонность эффективно функционировать за счет большего числа носителей культуры и за счет их энергичности и результативности;

амбивалентность – возможность факторов культуры предпринимателей вызывать двойственность переживаний, что позволяет использовать нормы и ценности культуры на

принципах свободного выбора;

социальная ответственность (справедливость) – в условиях обострения экологических и социальных проблем в мире происходит переосмысление миссии бизнеса и его роли в социальном прогрессе. На смену традиционному восприятию предпринимательства как деятельности, нацеленной прежде всего на получение прибыли, приходит новая предпринимательская культура – корпоративной социальной ответственности (КСО), что подтверждает общественное понимание значимости влияния бизнеса на возможности решения широкого круга социальных проблем [8].

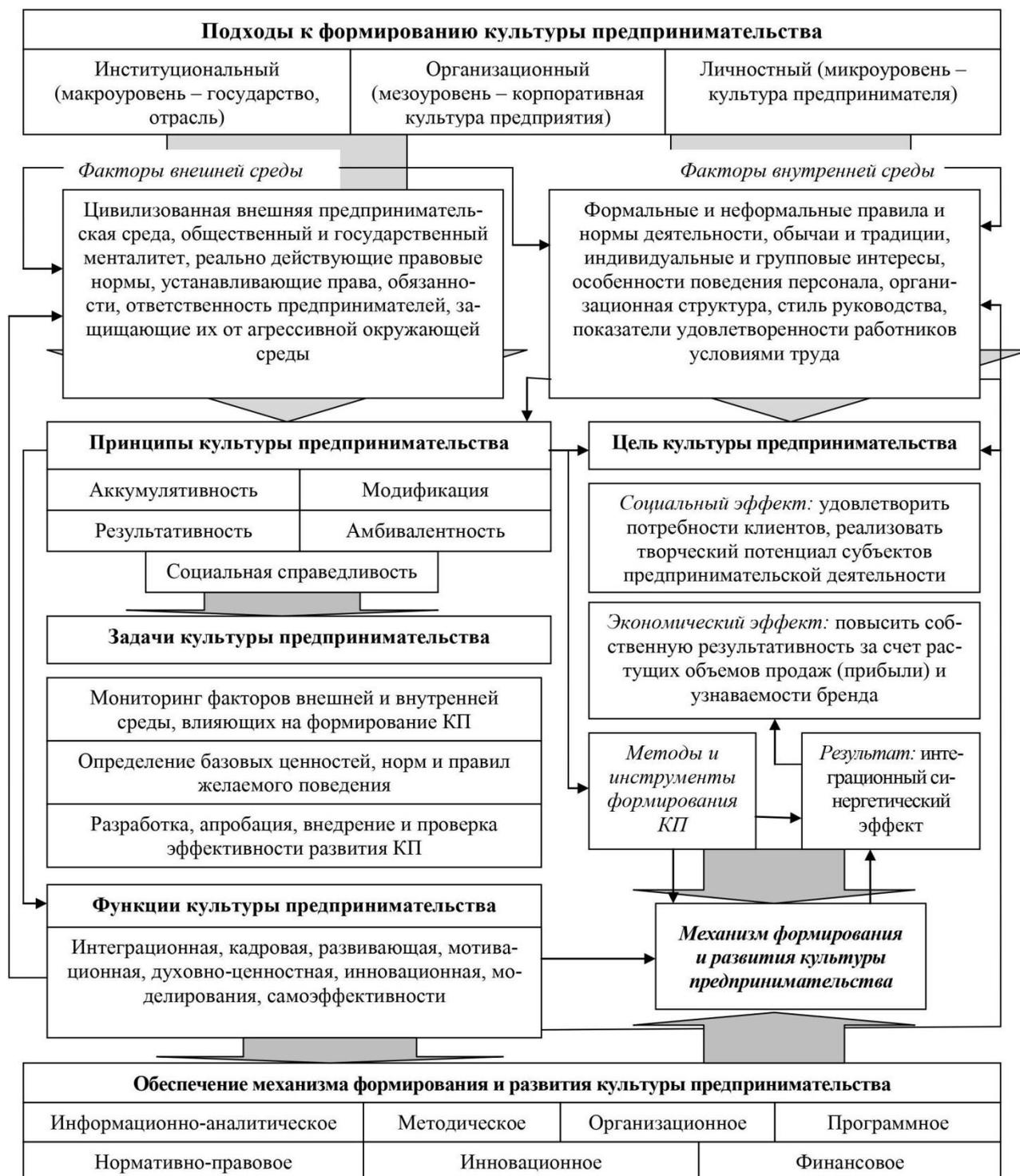


Рисунок 2 – Концептуальные положения формирования культуры предпринимательства

Этапы формирования культуры предпринимательства соответствуют ее задачам:

мониторинг факторов внешней и внутренней среды, влияющих на формирование культуры предпринимательства подразумевает: определение уровня ее развития, исследование и диагностика «реального» (существующего) и «желаемого» (идеального) типа культуры, определение взаимосвязи между факторами макро-, мезо- и микроуровней и уровнем развития культуры предпринимательства;

определение базовых ценностей, норм и правил желаемого поведения: положительные ценности, нормы и правила, которые существуют в настоящее время и будут актуальными в будущем; негативные ценности, нормы и правила, которые существуют в настоящее время, но не будут нужны в будущем; положительные ценности, нормы и правила, которых в настоящее время нет, но они нужны будут в будущем;

разработка, апробация, внедрение и проверка эффективности развития культуры предпринимательства: разработка технологии и методики психологической подготовки персонала, проведение тренингов, проверка эффективности внедрения технологий.

Выводы

Научная новизна представленных концептуальных положений заключается в том, что культура предпринимательства рассматривается как открытая система, функционирующая с учетом изменений факторов внешней и внутренней среды, взаимодействие между элементами этой системы осуществляется на основе партнерских отношений и социальной справедливости. Эффективность взаимодействия обусловлена удовлетворением потребностей клиентов, реализацией творческого потенциала субъектов предпринимательской деятельности, повышением собственной результативности за счет растущих объемов продаж (прибыли) и узнаваемости бренда. Представленная модель включает систему информационно-аналитического, методического, организационного, программного, нормативно-правового, инновационного и финансового обеспечения, которые реализуются через функции культуры предпринимательства с учетом принципов и использования методов и инструментов ее формирования и способствуют достижению интегрального синергетического эффекта путем сочетания экономического и социального результатов.

Список литературы

1. Guang, Yu. An Analysis of the Essential Structure of Entrepreneurial Culture / Yu Guang // *Advances in Economics, Business and Management Research*. – 4th International Conference on Economy, Judicature, Administration and Humanitarian Projects (JAHP). – 2019. – Volume 94. – P. 52–54.
2. Шейн, Э. Х. Организационная культура и лидерство / Э. Х. Шейн; [пер. с англ. под ред. В. А. Спивака]. – СПб : Питер, 2002. – 336 с: ил. – (Серия «Теория и практика менеджмента»). – ISBN 5-318-00573-X.
3. Дюметц, Ж. Культура предпринимательства: источники формирования / Ж. Дюметц, Ю. С. Сизова // *Российское предпринимательство*. – 2017. – Том 18. – № 3. – С. 247–254.
4. Шипуля, М. И. Культура предпринимательства как неотъемлемая часть организации предпринимательской деятельности / М. И. Шипуля, С. Н. Блудова // *Молодой ученый*. – 2019. – № 12(76). – С. 505–507.
5. Логинова, Т. В. Специфика профессиональной предпринимательской культуры / Т. В. Логинова, О. А. Музыка, В. В. Попов // *Современные проблемы науки и образования*. – 2015. – № 2–3. – URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=23708> (дата обращения: 18.08.2021).
6. Данова, Н. Ю. Культура предпринимательства как экономическая универсалия отечественной экономики: концептуальные основы, корреляционная обусловленность, вектор развития / Н. Ю. Данова // *Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки*. – 2013. – № 12(128). – С. 43–48.
7. Орлов, В. Б. Предпринимательская культура: сущность и содержание понятия / В. Б. Орлов, О. Г. Мизерова, Е. В. Орлова // *Вестник Югорского государственного университета*. – 2009. – Вып. 4(15). – С. 13–25.
8. Лубягина, Л. У. Культура и этика современного предпринимательства в политэкономическом ракурсе / Л. У. Лубягина, П. Е. Ломакина // *Современные тенденции и инновации в науке и производстве: материалы IX международной научно-практической конференции*. – 2020. – С. 226–236.

И. А. Ангелина, А. А. Заяц
ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли
им. Михаила Туган-Барановского», г. Донецк

Концептуальные положения формирования культуры предпринимательства

Социально-экономическое развитие Донецкой Народной Республики, повышение благосостояния граждан, достижение полной и продуктивной занятости населения напрямую связаны с предпринимательством как комплексным, многогранным социально-экономическим явлением. Эффективное развитие рыночной экономики требует создания конкурентоспособного производства на базе новой философии хозяйствования, что в свою очередь диктует необходимость воспитания нового поколения специалистов с высоким уровнем предпринимательской культуры. Культура предпринимательства не только обеспечивает высокий престиж предприятия, но и способствует повышению эффективности производства, улучшению качества товаров и услуг и, следовательно, увеличению доходов.

В ходе исследования раскрыты четыре уровня культуры предпринимательства, которые взаимодействуют и тесно связаны, оказывают влияние на развитие предпринимательской культуры разными способами, образуя при этом неразрывное целое. Обоснованы концептуальные положения формирования культуры предпринимательства, которая рассматривается как открытая система, функционирующая с учетом изменений факторов внешней и внутренней среды. Взаимодействие между элементами этой системы осуществляется на основе партнерских отношений и социальной справедливости.

КУЛЬТУРА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА, КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ, ФАКТОРЫ ВНЕШНЕЙ И ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ, СОЦИАЛЬНАЯ СПРАВЕДЛИВОСТЬ, УРОВНИ КУЛЬТУРЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

I. A. Angelina, A. A. Zaiats
Donetsk National University of Economics and Trade
Named After Mikhail Tugan-Baranovskiy, Donetsk

Conceptual Provisions for the Formation of the Entrepreneurship Culture

The socio-economic development of the Donetsk People's Republic, improving the well-being of citizens, achieving the full and productive employment of the population are directly related to the entrepreneurship as a complex, multifaceted socio-economic phenomenon. The effective development of a market economy requires the competitive production creation based on the new business philosophy, which in turn dictates the need to educate a new generation of specialists with a high level of the entrepreneurial culture. The entrepreneurial culture not only ensures a high prestige for an enterprise, but also contributes to the increased production efficiency, the improved quality of goods and services, and, consequently, the increased income.

The study reveals four levels of the entrepreneurial culture, which interact and are closely related, influence the development of the entrepreneurial culture in different ways, while forming an inseparable whole. The conceptual provisions for the formation of the entrepreneurship culture, which is considered as an open system that functions taking into account changes in the factors of the external and internal environment, are substantiated. The interaction between the elements of this system is carried out on the basis of partnership and social justice.

ENTREPRENEURSHIP CULTURE, CONCEPTUAL PROVISIONS, EXTERNAL AND INTERNAL ENVIRONMENTAL FACTORS, SOCIAL JUSTICE, ENTREPRENEURSHIP CULTURE LEVELS

Сведения об авторах:

И. А. Ангелина

SPIN-код РИНЦ: 6137-2575
 SCOPUS ORCID ID: 0000-0001-9635-0862
 Телефон: +38 (071) 307-24-43
 Эл. почта: irinaangelina5566@gmail.com

А. А. Заяц

Эл. почта: Anuta.zayats@gmail.com

Статья поступила 30.08.2021

© *И. А. Ангелина, А. А. Заяц, 2021*

Рецензент: О. И. Черноус, канд. экон. наук, доц., АДИ ГОУВПО «ДОННТУ»