

## Литература

1. Поярков С.Ю. Президент Российской Федерации как идеологический институт российского конституционализма // Право в вузах. 2009. № 7.
2. Выступление Дмитрия Медведева при вступлении в должность Президента Российской Федерации. URL: <http://kremlino.ru/trans/sobranie05.11.2008>. URL: <http://kremlin.ru/transcripts/104>
3. Послание Президента РФ Дмитрия Медведева Федеральному собранию РФ от 05.11.2008. URL: <http://kremlin.ru/transcripts/104>
4. Медведев Д.А. Россия, вперед! URL: <http://dmitrymedvedev.ru/news/5413>.

Статья поступила в редакцию 17.01.2012 г.  
 Рекомендуются к опубликованию членом Экспертного совета д.т.н., профессором А.Н. Митрофановым

УДК 316.723

© 2012 Ширинкина Е.В.

### ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ КУЛЬТУРА КАК МОДЕЛЬ СОЦИАЛЬНОГО ДЕЙСТВИЯ

В статье проанализировано значение ценности предпринимательской культуры как модели социального действия. Предпринимательская культура обнаруживает внутри самой культуры основания ее социальной экспансии и рассмотрение места этой экспансии в развитии социальной культуры. Рассмотрено влияние социальной культуры на социально-экономических отношений. Социальная культура предпринимателя в виде непосредственного регулятора предпринимательской деятельности, способствующего ее устойчивости. Предпринимательская культура рассматривается как особый тип социального действия.

**Ключевые слова:** социальная культура, предпринимательская культура, особый тип социального действия, предпринимательство как деятельность, субъект социокультурного процесса в России.

Нашему обществу предпринимательские ценности предложены как заданная извне модель социального действия. Привлекательность этой модели обусловлена не реальностью санкций (ее не было), а противоположностью социальным ценностям образу жизни и социалистическим социально-экономическим практикам. Поэтому важно детально рассмотреть и проанализировать значение ценностей предпринимательской культуры как модели социального действия, чтобы обнаружить внутри

154

основания ее социальной экспансии и затем перейти к рассмотрению места этой экспансии в развитии современной культуры. Мышлем понимании проекция социальной культуры (базовых ценностных ценностей и норм) на сферу социально-экономических отношений выступает непосредственным регулятором предпринимательской деятельности, способствует ее устойчивости как особого типа социального действия.

Слово «культура» в энциклопедическом словаре немецкого и французского языка обозначает способность человека облагораживать собственное существование на некоем идеальном образцу. В отечественные времена культурный человек считался таковым, если он читает газету, понимает речь с трибуны, то есть к социальному возрасту уверенно понимает, чего от него хотят. На сегодняшний день тоявилась необходимость жить своим умом, и жить самому, а не и себе подобных, каким-то образом муштамиться в этой жизни. На вопрос «левада-Центра» «можно ли доверять людям лучше держат их на расстоянии?» 80-85% респондентов в 2011 году стабильно отвечают, что людям доверять нельзя, их надо держать на расстоянии [1].

По мнению Б. Дубинина, часть российского общества на сегодняшний день пребывает в аварийном типе существования, в которой культура пытается себя культивировать, возводя границы между собой и всем окружающим миром.

С широким развитием предпринимательства многие связывают надежды на улучшение ситуации в стране.

Если выделять предпринимательство в качестве доминирующего субъекта социокультурного процесса в России, то станет очевидным, что процесс развития современной культуры происходит в основе смены социокультурной парадигмы и в борьбе с носителями старых традиций.

Стратегии предпринимательства в своей ценностно-нормативной основе воспроизводят инструментально-экономические элементы культуры современного общества.

Иррационально-традиционные (по М. Веберу) ценности предпринимателя не на реальные результаты действий человека, а на его «приписные» свойства: происхождение, должность, этническую принадлежность, проживание на определенной территории.

В соответствии с концепцией «догоняющей модернизации» различение готовых «модернизированных» моделей взрывает

155

системными характеристиками, и поэтому профессиональная культура – это «целостный комплекс взаимосвязанных элементов (производственно-технологических, функционально-ведических, ценностно-нормативных и институционально-объединенных единством доминирующих социальных образцов их реализации, сохранения и трансляции (как во времени, так и в пространстве)» [3].

Целостность и системность предпринимательской культуры означает, что все ее базовые ценности и нормы направлены на поддержание моделей, образцов успешного поведения. Именно через трансляцию этих моделей и осуществляется ее воздействие на широкое окружение.

Ю.А. Левада утверждал, что общество не может существовать без предпринимателей, структурирующих «человеческий материальный и поддерживающих поведенческие и символические образцы в эти экономии» [4].

И всё же более определенно высказался В.В. Радаев: «Предпринимательство в принципе не столько хозяйственное явление, сколько ликующая идеологическая схема... Она содержит набор реализующих схем, относящихся как к индивидуальному действию, так и к общественному развитию... Она включает относительно замкнутую систему ценностных ориентиров: независимость, самореализацию, стремление к индивидуальному успеху в осязаемых материальных формах» [5].

Структурно предпринимательская культура представляет совокупность ценностных ориентаций, образцов поведения, социальных норм, социальных принципов, ориентирующих субъектов предпринимательства на те или иные формы экономической деятельности.

Все эти структурные элементы не являются механическим элементом, а представляют собой некоторую архитектуру. Так, мнению Б.А. Райзберга, культура предпринимательства имеет 4 стороны:

1. Представления предпринимателя о ценностях бизнеса. Каждый предприниматель определенным образом видит цели бизнеса и обладает собственной шкалой ценностей, в соответствии с которой он судит о потребителях, клиентах, потребностях в его товаре, качестве товара, ожидаемых доходах и прибыли.

2. Установиваемые предпринимателем для себя правила и формы поведения при планировании и проведении бизнес-

структуру традиционного общества, но не превращает его в современное.

В нашем понимании проекция социальной культуры (социальных ценностей и норм) на сферу социально-экономических отношений выступает непосредственным регулятором предпринимательской деятельности, обеспечивая ее мотивацию и реализацию, передачу накопленного социального опыта. А это способствует ее устойчивости как особого типа социального действия.

Можно сказать, что культура – это неэкономическая, лежащая экономической деятельности, но именно она обеспечивает экономический выбор моделей предпринимательской деятельности.

Учитывая свойства культуры, можно создать модель предпринимательства предпринимательской культурной аккумуляции и культурного творчества, культурно-предпринимательства как социальной группы, социального предпринимательства как типа культуры.

На основе применения такой модели легко объяснить теоретические трудности. Предпринимательская культура – это культура только профессиональной группы или типа культуры.

Некоторые исследователи относят предпринимательскую культуру к профессиональным, поскольку в их представлении предпринимательство – это «профессиональная деятельность, направленная на расширение воспроизводства собственного капитала с целью получения прибыли безотносительно к конкретной сфере производства, материального или духовного» [2].

В особенности с учетом представлений М. Вебера о профессионализме можно было бы говорить о превращении ценности смысла предпринимательства в профессию «делать деньги».

В силу активности предпринимательского слоя и активности в нем различных профессий создается возможность носителя ценностных ориентаций и норм поведения на другие социальные группы. Возникает ситуация, когда определенным набором ценностей и норм поведения разделяется широкие слои населения, создавая ценностно-нормативную среду для успешного функционирования самого предпринимательства.

Но при этом, чтобы стать основой формирования широкого социокультурного контекста, профессиональная культура должна

операций. Например, правило первоклассного обслуживания клиентов, приносящих высокий доход клиентов может состоять в держании контактов с ними, выявлении их желаний, предложение им нужного товара, послепродажном обслуживании.

3. Конкретное поведение предпринимателя в ходе бизнес-операций, в процессе которого он на практике вырабатывает правила и нормы культурного поведения (6).

Эти три стороны представляют собой динамичную формулировку культуры предпринимательства в обществе. Чтобы более детально показать, каким образом культура предпринимательства (образы успешного поведения) формирует современную культуру, необходимо рассмотреть портрет современного предпринимателя.

Составление социального портрета современного российского предпринимателя представляется возможным с помощью многочисленных публикаций, посвященных этой теме, и материалов социологического исследования [7]. Некоторыми авторами причисляют предпринимателей к представителям социальной группы, имеющей свои ценности.

Приведенные различными авторами характеристики своего предпринимателя многообразны и **некоторые** по своей одинаковую смысловую нагрузку. Поэтому для удобства анализа необходимо их каким-то образом сгруппировать. Во-первых, необходимо указать, что практически любая **литература** по предпринимательству обращает внимание на некоторый **особый элемент предпринимательства**, который, по нашему мнению, в наибольшей степени связан с их выраженной склонностью к лидерству.

К характеристикам лидерства относят **такое** стремление к самостоятельности, автономности, независимости к достижениям в трудовой деятельности, к **карьеру и власти** и же решительность и уверенность в себе. При этом отмечают и особые деловые качества - «особую энергетичность предпринимателя: это, несомненно, инициативность и предпринимческая активность, умение действовать в условиях недостатка информации (авторы называют это «особым чутьем»), **которое** вырабатывается в самом процессе предпринимательской деятельности. Стойчивость и умение брать ответственность на себя.

Особые интеллектуальные способности предпринимателя характеризуются таким образом: гибкость мышления и высокий склад ума, умение думать, генерировать идеи, в том числе

творческие, это творчески мыслящий человек, обладающий смекалкой и широтой мировоззрения, умеющий находить нестандартные решения.

Как предрасположенность к предпринимательской деятельности отмечаются также и особые психологические характеристики личности: восприимчивость к переменам, склонность к новаторству, инновациям, риску и одновременно устойчивость к стрессам.

И последнюю группу особых качеств предпринимателя составляют так называемые коммуникативные способности, к ним относят: умение понимать людей и выстраивать с ними взаимоотношения, то есть быть коммуникативным, умение подбирать себе партнеров и исполнителей и также выстраивать отношения в делах. Некоторые авторы указывают также на важность психологической характеристики, как агрессия, другие же, наоборот, считают характерным стремление к сотрудничеству.

Экономические характеристики: стремление к умножению богатства, к инновациям и их осуществлению, действия по соединению материальных и денежных средств, а также труда с целью увеличения их совокупной стоимости.

Социальные характеристики: инициативность, организаторский талант, включая умение осуществлять организацию и реорганизацию социально-экономических механизмов, готовность рискнуть. И психологические характеристики: присутствие творческого таланта и стремление к новизне, к самостоятельности, желание чего-либо добиться или достигнуть.

Иерархическое структурирование диспозиций помогает объяснить превращение жизненных ценностей в энергию непосредственного предпринимательского действия и выявить связь между личными деятельностью и поведением. Предприниматели получают доступ к ресурсам, необходимым для организации бизнеса, и пользуются открывающимися во внешней среде возможностями.

Подчеркивая влияние ценностей предпринимательства на социальную современную культуру, заметим, что к заимствованию опыта успешных предпринимателей более привержены представители в возрастном диапазоне от 25 до 35 лет, как наиболее активная группа, желающая добиться таких же успехов.

Остановимся на кратком анализе мотивов деятельности предпринимателей. Различаются два типа предпринимателей в зависимости от мотивов деятельности [8]:

1. *Предприниматели «по необходимости»* (Entrepreneurs) – предприниматели, которые начали свое дело в то, что у них нет иных возможностей для получения дохода в литературе для характеристики этого феномена (используя термин «вынужденный предприниматель»).

2. *Предприниматели «по возможности»* (Entrepreneurs) – предприниматели, которые стремятся развивать открывающиеся возможности и получать преимущественно предпринимательской деятельности.

В 2008 г. предприниматели «по возможности» были разбиты на три группы (общее число опрошенных 800 человек). В одной группе были огнесены те, кто в качестве основного мотива звал увеличение дохода. Для представителей второй группы основным мотивом является независимость. Третью группу составляют те, кто использует возможность предпринимательства для поддержания дохода. Фактически это группа предпринимателей, как к предпринимателям «по необходимости».

В 2008 г. доля предпринимателей «по возможности» составила 71% от общего числа опрошенных предпринимателей. Большинство из них (41%) вовлечены в предпринимательскую деятельность для того, чтобы поддерживать имеющийся уровень дохода, что не говорит о высоком качестве предпринимательства.

Анализируя далее два типа мотивации «по возможности» можно установить, что в 2008 г. для большинства предпринимателей с высоким уровнем доходов мотив независимости является новым.

Можно предположить, что, несмотря на существование альтернативных путей получения дохода, население рассматривает предпринимательскую деятельность как привлекательную и заслуживающую необходимую свободу. Естественно, это свидетельствует о привлекательности данной деятельности в глазах большинства населения.

Тем не менее, население тревожит усилившийся с развитием предпринимательской деятельности процесс расслоения общества на богатых и бедных, который может послужить причиной серьезных конфликтов. Более всего склонны опасаться расслоения общества люди с высшим образованием (79%), респонденты пред-

показание к возрастной группе 40-54 года (82%), и работники государственного сектора экономики (78%).

70% экспертов также считают неизбежным следствием предпринимательской деятельности социальное расслоение [9].

Меньше всего вызывает тревогу возможность экономической помощи страны от Запада в результате развития предпринимательства.

Таким образом, в настоящее время страх перед расслоением общества на богатых и бедных является одной из важнейших тенденций в общественном мнении. Хотя этот процесс является естественным и неизбежным, в глазах людей он опасен и отрицательно влияет на многих сторонах жизни общества.

Это связано прежде всего с демографическими проблемами: снижение рождаемости, высокая смертность вследствие падения уровня жизни большей части населения. Безусловно, это связано и с экономическим аспектом: безработица, забастовки. Влияние этих процессов отражается и на культурно-нравственной атмосфере: снижение престижа образования, уровня общей культуры населения, снижение духовно-нравственных ценностей, появление эгоизма и индивидуализма и т.д.

Расслоение на бедных и богатых приведет, по мнению респондентов, к росту преступности, социально-психологической напряженности, неуверенности в будущем.

Быстрое расслоение общества не могло не сказаться на негативном отношении к предпринимательству. В процессе становления и функционирования предпринимательства все в большей степени стали обозначаться явления, свидетельствующие о том, что процессы отходят от общепризнанных цивилизованных форм.

Репрезентативный опрос 800 жителей г. Москвы, проведенный в сентябре 2000 г. Научно-исследовательским центром «ИН-МСО», до изучению представлений о частном предпринимательстве показал, что эта среда состоит и из людей, зарабатывающих деньги на перепродаже часто некачественного товара (68,4% респондентов), ростовщиков, дающих кредиты под высокие проценты (5,3%). Наличие предпринимателей «с человеческим лицом», которые производят и насыщают отечественный рынок товарами и услугами, отметили только 16,9% респондентов [10].

В 2010 г. образ предпринимателя в общественном мнении не только изменился.

Социологические исследования последнего времени в России показывают более положительное отношение к предпринимателям. По данным опросов «Левада-Центра» летом-осенью 2011 года «полезным» малый и средний бизнес на протяжении трех лет считается 62%, а «вредным» - 24% опрошенных [11].

В настоящее время, по данным фонда «Общественное мнение», большинство россиян - 58% - относятся к предпринимателям положительно [12].

Однако пытаться остановить процесс расхождения мнений путем ограничения доходов, непомерных налогов не имеет смысла. Подобные действия могут лишь сделать невозможным развитие предпринимательства, погасить частную инициативу, задержать становление ценностно-нормативных оснований предпринимательства.

Несмотря на критичность, неприятие частью населения предпринимательства и предпринимателей, люди в большинстве своем уже не верят в возможность ликвидации предпринимательства. Деятельности, да и не хотят этого.

По данным исследований за 2010 г., 45% опрошенных считают, что в условиях сложившейся обстановки в стране предпринимательство будет развиваться высокими темпами. 39% считают, что предпринимательство будет развиваться медленно. Лишь 16% населения считают, что предпринимательство постепенно угаснет, а из экспертов этой позиции не придерживается никто [13].

Хотя предпринимательство все больше набирает силу, оно все еще сталкивается с немалыми трудностями и нуждается в поддержке со стороны органов власти и управления. При формировании политики поддержки предпринимательства важно учитывать в каких сферах экономики она нужна больше всего.

По мнению самих предпринимателей, следует поддерживать прежде всего интеллектуальное производство (информационная сфера, искусство) - 64%. Затем следует производство средств производства (39%) и другие производящие отрасли (строительство, производство предметов потребления, сырьевые - все по 17%). Далее - торговля (14%), транспорт (12%), жилищно-коммунальное хозяйство (12%), образование (12%), водные ресурсы (12%), здравоохранение (12%), наука (12%), финансы (12%) [14].

Предпринимательская деятельность, как уже было сказано, труд весьма нелегкий, требующий мобилизации всех человеческих способностей и усилий.

Вообще наиболее важен в предпринимательстве именно деятельностный компонент, который к тому же приобретает иное значение в содержании. Ранее фактически провозглашался труд самого труда, он был в сущности «бескорыстным» и направлен на удовлетворение в первую очередь общественных интересов. Предпринимательский труд прежде всего направлен на удовлетворение личных интересов. Но думая о собственной выгоде, предприниматель неизменно решает задачи общественного развития. Ибо само служение обществу приносит прибыль. И сама перенормированность деятельности делает предпринимательский труд привлекательным.

Тем не менее, для большинства населения оказался неприемлемым западный тип мотиваций, обуславливающий стремление к богатству. Культурно-духовной субстанцией значительной части населения продолжает оставаться общинная психология, приверженность к коллективизму, а не свойственное населению Запаदा прагматически-индивидуальное сознание.

Для российского менталитета свойственны нравственные ориентиры: четкое деление деяний на праведные и неправедные, принятие стяжательства. Исползуемая на Западе концепция экономического человека», интересами которого можно легко манипулировать, в России не сработала. Поэтому оказалось заблуждением то, что достаточно только разрешить предпринимательскую деятельность и ею будет заниматься большая часть населения.

Анализируя значение ценностей предпринимательства в современной культуре, можно предположить, что динамичное влияние на ее формирование оказывает сам предприниматель и отношение к нему населения.

Если деловые качества последнего находят положительную оценку, то нравственные черты воспринимаются отрицательно, поскольку реальная действительность богата примерами участия предпринимателей в сделках криминального характера. Поэтому, складывается неоднозначная оценка предпринимательства в различных сферах деятельности.

С большим пониманием население относится к предпринимательству в производственных секторах: промышленность в сельстве, сельском хозяйстве - и менее терпимо к деятельности сферах торговли, услуг, банковского дела.

В настоящее время по отношению к предпринимательскому обществу разделилось на три группы.

Каждой из них свойственно свое представление о ценностях и поведении. Первую группу составляет небольшая часть населения, жившая новые экономические отношения. Они быстро устремились на Западе стремление к богатству и прибыли любой ценой, как средство достижения личного благополучия. Адаптировались к реформам и новой обстановке и достигли определенных выгод. Это группа богатых людей, которую принято называть «новыми русскими».

Во второй группе оказалась большая часть населения, которая, как уже отмечалось, сначала возлагала большие надежды на реформы, но в конечном итоге не только не достигла этих надежд, но утратила свои социальные позиции и жизненные ориентиры. Адаптацию к предпринимательству можно охарактеризовать как вынужденную, продиктованную стремлением выжить. В эту группу входят преимущественно безработные, имеющие высшую профессиональную квалификацию, уволенные в запас военнослужащие и другие категории.

Сложилась и третья группа, представители которой не принадлежат к предпринимательству вообще, но имеют негативное.

Таким образом, значение ценностей предпринимательства в современной культуре имеет дифференцирующее действие: формирование под их влиянием трансформирует свое поведение, становится более адаптивным к современным условиям жизни, борется за выживание, прежде всего люди среднего и старшего возраста, которые не могут адаптироваться к современным условиям. Нельзя не отметить, что стремление предпринимателя к реализации своих интересов являются основной темой влияния предпринимательства на современное общество.

В этом кроется внутренняя противоречивость формирования культуры предпринимательства в целом. С одной стороны, предприниматель действует в интересах всего общества, насыщая рынок

и услугами, создавая рабочие места и тем самым способствуя развитию экономики и общества, а другой стороны - стремятся получить экономическую выгоду лично для себя.

### Литература

1. Лубинин Б. Основные проблемы России - это сфера культуры // Мирское обозрение. 31.07.08. № 51. С. 13.
2. Модель И.М., Модель Б.С. Профессиональная культура предпринимателя // Социс. 2007. №10. С.13-14.
3. Верховин В.И. Профессиональные способности и трудовое поведение, М., 1998. С. 88-89.
4. Левада Ю.А. Элита и «масса» в общественном мнении: Проблема элитной элиты // Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения. 1999. №6.
5. Радаев В.В. Явление предпринимательства и группы предпринимателей // Куда идет Россия?: Альтернативы общественного развития, М., 1999. С. 177.
6. Райзберг Б.А. Основы бизнеса. М.: Рассиана, 1995. С. 84.
7. Агеев А.И. Предпринимательство: Проблемы собственности и культуры. М.: Наука, 1991. С. 112.
8. Электронная библиотека предпринимательства. Итоги исследования 2008 г. URL: <http://www.rcsme.ru>.
9. Данные ВЦИОМ, статистика на 2008 г.
10. Манштук О.З. Ценности рыночной экономики и частного предпринимательства в представлении общества // СИМПТОМ. 2000. № 15.
11. Пресс-служба «Левада-Центра». 19.09.2008. URL: <http://www.lewada.ru>.
12. Основные тенденции развития малого предпринимательства в России // Вестник ФАЦ. 2008. №9. С. 27.
13. Данные ВЦИОМ, статистика на 2010 г.
14. Голенкова З.Т., Игитханян Е.Д. Российский предприниматель: некоторые аспекты современной жизни // Социс. 2008. № 9.

Статья поступила в редакцию 27.01.2012 г.  
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета д.т.н., профессором А.Н. Митрофановым