

Усанов И. Г., Усанов Г. И.
I. G. Usanov, G. I. Usanov

ГЕНЕЗИС И ЭВОЛЮЦИЯ КУЛЬТУРЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

GENESIS AND EVOLUTION OF ENTREPRENEURIAL CULTURE

Усанов Илья Геннадьевич – кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой «Экономика и коммерция» Дальневосточного государственного университета путей сообщения (Россия, Хабаровск). E-mail: Ilya_Usanov1@mail.ru.

Илья G. Usanov – PhD in Economics, Associate Professor, Head of Economics and Commerce Department, Far Eastern State Transport University (Russia, Khabarovsk). E-mail: Ilya_Usanov1@mail.ru.

Усанов Геннадий Иванович – доктор экономических наук, профессор кафедры «Экономика и менеджмент» Комсомольского-на-Амуре государственного университета (Россия, Комсомольск-на-Амуре). E-mail: Usanov_G@mail.ru.

Gennadiy I. Usanov – Doctor of Economics, Professor, Economics and Management Department, Komsomolsk-na-Amure State University (Russia, Komsomolsk-on-Amur). E-mail: Usanov_G@mail.ru.

Аннотация. Работа посвящена анализу зарождения и эволюции культуры предпринимательства в мировой истории в контексте основных его сфер: производство, коммерция (торговля) и финансово-кредитное предпринимательство. Её отличительной особенностью является использование историко-культурологического подхода к исследованию практики хозяйствования с обширным применением понятийного, фактологического аппарата и методического инструментария социально-гуманитарных и экономических наук. Высокий уровень предпринимательской культуры является интегральным индикатором процветания нации. Он отражает эффективность организации социально-экономической жизни общества с первобытных времён до наших дней. Его использование на практике позволяет прогнозировать реальные возможности любого бизнеса и национальной экономики в целом и определить направления их совершенствования и развития.

Summary. The work is devoted to the analysis of the origin and evolution of entrepreneurship culture in world history in the context of its main spheres: production, commerce (trade) and financial and credit entrepreneurship. Its distinctive feature is the use of historical and cultural approach to the study of business practices with extensive use of concepts, factual apparatus and methodological tools of socio-humanitarian and economic sciences. High level of entrepreneurial culture is an integral indicator of prosperity of the nation. It reflects the effectiveness of the organization of socio-economic life of society from primitive times to the present day. Its use in practice allows us to forecast the real opportunities of any business and the national economy as a whole, and to determine the directions of their improvement and development.

Ключевые слова: предпринимательская культура, генезис и эволюция, методология становления и развития.

Key words: entrepreneurial culture, genesis and evolution, methodology of formation and development.

УДК 65.011.8

Понятие «культура» возникло в процессе эволюции человечества и стало предметом изучения во многих сферах человеческой деятельности. Для разных периодов развития общества характерны те или иные культурные признаки, проявляющиеся в письменности, обычаях, принципах коммуникации, методах решения общественных проблем и т. д.

Предметом исследования в настоящей статье выступает «культура предпринимательства» в контексте основных его сфер: производство, коммерция (торговля) и финансово-кредитное предпринимательство – которые напрямую связаны с успешностью развития нации. Культура предпринимательства – интегральный индикатор, который позволяет оценивать возможности как бизнеса, так и национальной экономики в целом.

Экономические реформы в России, непрерывно протекающие в последние 30 лет, направлены на реализацию современных подходов и методов организации предпринимательской деятельности, наработанных общемировой практикой хозяйствования и определяющих уровень развития предпринимательской культуры любой нации. Однако, несмотря на достигнутые определённые успехи, этот процесс всё ещё далёк от своего завершения. Подтверждением этого является ухудшение социально-экономических показателей страны. Сегодня Россия пытается сохранить свои лидирующие позиции в мире, несмотря на неблагоприятные внешние условия, санкционное давление и прочие проявления мирового политического кризиса. Последнее определяет актуальность и практическую полезность настоящего исследования, базирующегося на использовании историко-культурологического подхода. Для этого обратимся к истокам возникновения и развития культуры и методологии предпринимательства в мире.

Генезис (от греч. *genesis* – рождение) означает происхождение или историю зарождения, начало формирования какого-либо явления в окружающей действительности. В философии и культурологии под понятием генезис подразумевают истоки философских направлений, становление концептуальных направлений общественных воззрений и формирование научных школ в конкретной области знаний [1].

Культура – «это специфический способ организации и развития человеческой жизнедеятельности, представленный в продуктах материального и духовного труда, в системе социальных норм и учреждений, в духовных ценностях, в совокупности отношений людей к природе, между собой и к самим себе» [2, 292].

В статье «Понятие и содержание предпринимательства» Б. Болор, рассматривая различные подходы и соответствующие им трактовки термина «предприниматель», в соответствии с представлениями классиков «Теории предпринимательства» Й. Шумпетером и П. Друкером констатирует: «Предприниматель должен проявлять инициативу, риск, новаторство и динамичность, реализующиеся в лучшей комбинации факторов производства с целью получения конечного результата – сверхприбыли... Предпринимательство выступает в качестве особого вида экономической активности, когда в деятельности его субъекта присутствует ярко выраженный поиск новых рыночных возможностей в удовлетворении общественных потребностей в товарах и услугах через организацию производительного процесса на основе предпринимательских решений» [17, 52, 57].

В этих ёмких и лаконичных определениях без труда обнаруживается связь культурологии, экономики и менеджмента. Эта связь, в первую очередь, проявляется через продукты коллективного труда, способы организации его производства и систему социальных норм и отношений в его распределении, являющихся предметом изучения культурологии. При этом способ организации хозяйственной жизнедеятельности с учётом ограниченности ресурсов и безграничности потребностей представляет собой не что иное, как вид экономической активности хозяйствующего субъекта, которому присущи инициатива, риск и новаторство, относящиеся к предмету изучения экономики и менеджмента. Исходя из этого, авторы работы ставили перед собой задачу изучить совокупную роль и влияние культуры и предпринимательства на успешность социально-экономического развития разных народов на различных этапах развития человечества.

История развития культуры предпринимательства берёт своё начало с момента возникновения человечества, когда экономико-управленческие науки ещё не сформировались в самостоятельные отрасли знаний, и изобилует сведениями, которые позволяют выявить соотношение значимости видов и масштабов предпринимательской деятельности, индивидуальных мотивов предпринимателей и ограничений со стороны религиозных конфессий и государства как выразителей общественных интересов. Эти факты и в древние времена, и в настоящее время накладывают отпечаток на результаты общественного развития и формируют различные теории и практики философов, культурологов и экономистов [4; 13].

Предпринимательство тесно связано с развитием человеческой цивилизации. Предприимчивость отдельных индивидуумов повлекла переход первобытного общества от собирательства в эпоху мезолита к более продвинутым формам организации хозяйственной деятельности в эпоху неолита – земледелию, животноводству, а затем и к ремёслам. Этот переход проходил в период с

X по III тысячелетие до н. э. в разных частях света и известен как «неолитическая революция». Центрами зарождения и распространения сельского хозяйства в тот период времени являлись Ближний Восток (плодородный полумесяц), долины рек Янцзы и Хуанхэ, высокогорья Новой Гвинеи, Центральная Мексика, северо-запад Южной Америки, Африка южнее Сахары, долина Миссисипи.

Возникшая в дальнейшем специализация территорий (возделывание земли, разведение скота, изготовление ремесленных изделий и т. д.) привела к повышению производительности и появлению излишков, что, в свою очередь, привело к появлению возможности натурального обмена. Товарообмен положил начало новому этапу развития общественного устройства и формированию предпринимательской культуры в период неолита.

Первоначально бартерный товарообмен носил внутривидовой характер, поскольку целью натурального хозяйствования являлось родовое самообеспечение. Впоследствии, по мере применения более прогрессивных орудий и методов труда, товарная масса производства превысила размеры внутривидового потребления и на смену натуральному товарному обмену пришло меновое, а в городах-государствах начали возникать рынки, на которых производители и потребители товаров самостоятельно осуществляли товарообменные операции. Появились деньги как всеобщий обменный эквивалент. Разные народы использовали свои средства обмена. Так, например, в Южной Америке и Китае в качестве денег использовали ракушки, в Средневековой Европе и на Руси могли расплачиваться солью, в Океании и Микронезии расплачивались каменными дисками с круглым отверстием. Функцию средства обмена также выполняли скот, меха и шкуры животных. Позднее, **роль денег стали выполнять монеты**, которые изготавливались из драгоценных металлов [12].

Начиная с III века до н. э. общество перешло на более высокую ступень социально-экономического развития. С тех пор товарное производство и товарообмен с сопутствующими товарно-обменными операциями, включая финансовое обеспечение, логистические маршруты доставки и т. д., стали привычными атрибутами человеческого бытия и культуры предпринимательской деятельности.

С течением времени товарообмен переходит на межгосударственный уровень, что обусловило необходимость выстраивания и развития торговых путей. Торговые пути на большие расстояния были проложены в период энеолита. В период с середины II тысячелетия до н. э. и до начала нашей эры народы Западной и Юго-Восточной Азии, Средиземноморья, Китая и Индийского субконтинента развивали торговые пути, по которым в основном осуществлялась перевозка предметов роскоши:

- Маршрут благовоний – канал торговли индийскими, арабскими и восточно-азиатскими товарами, которая процветала от Южной Аравии до Средиземноморья;
- Янтарный путь – европейский торговый маршрут, обеспечивающий торговлю и транспортировку янтаря в период I века н. э.;
- Транссахарский торговый путь – маршрут, пересекающий пустыню с юга на север, использовавшийся в торговле слоновой костью, карбункулами и рабами между Севером и Югом;
- Австронезийская морская торговая сеть – морская торговая сеть, соединившая Южную Индию и Шри-Ланку ещё в середине II века до н. э., по которой осуществлялась торговля специями;
- Шёлковый путь – один из первых торговых путей, соединивших Восточный и Западный миры, способствовал созданию центров торговли и росту экономики, основанной на торговле.

Соответственно этому эволюционировала предпринимательская культура: появлялись и развивались новые виды предпринимательской деятельности, а значимость старых в цепочке создания потребительного блага общества изменялась.

Товарно-денежные отношения развивались на протяжении всех последующих веков, совершенствуя виды, формы и методы реализации, вплоть до нашего времени, когда предпринимательские виды деятельности в сферах производства и обращения (обмена) товарами стали играть ведущую роль в развитии человеческой цивилизации.

Из наиболее предприимчивых и успешных аграриев и ремесленников, купцов и ростовщиков ранних этапов зарождения предпринимательства выделился слой наиболее удачливых предпринимателей, которые выкупали у общин излишки продуктов, земельные участки и недвижимость, концентрируя у себя в частной собственности материальные ценности и усиливая своё влияние в делах общины.

Таким образом, впервые произошла дифференциация доходности различных видов деятельности и отдельных индивидуумов социума, которая положила начало формированию мотивов и целевой ориентации предпринимательства, а также условий для реализации предпринимательских инициатив в новых сферах хозяйствования: производство, торговля, финансы и им сопутствующие области обеспечения производственно-обменной деятельности, включая общественно-государственное регулирование.

В городах, расположенных на пересечении торговых путей, преимущественное развитие получили транзитная торговля, торговые дома, кредитные и меняльные конторы. В этих агломерациях торговля и связанные с ней новые сопутствующие виды предпринимательской деятельности (фасовка, хранение, сбережение, страхование, погрузка, транспортировка и т. д.) стали занимать доминирующее положение в структуре хозяйственной деятельности этого локализованного социума.

На этом этапе эволюции человечества города-государства Восточной (от Средиземного моря) цивилизации развивались более высокими темпами благодаря благоприятному климату, который при доминировании в предпринимательской деятельности аграрного производства и развития сопутствующей торговой деятельности позволял получать и реализовывать по несколько урожаев в год.

Численность населения этих регионов возрастала, что порождало увеличение объёмов товарно-меновой массы и роста предпринимательства в сфере реализации продукции, а также экспансии предпринимателей-коммерсантов в сопредельные территории и их хозяйственное освоение.

В Восточной и Западной цивилизациях развитие предпринимательских отношений на первоначальном этапе происходило приблизительно одинаково, в основном посредством процессов самоорганизации, но под постепенно усиливающимся контролем государственного и религиозного управления как выразителей общественных интересов. Так, в Законах царя Вавилонии Хаммурапи (1792-1750 гг. до н. э.) ещё задолго до появления религиозных конфессий Христианства, Иудаизма, Ислама и других правителем регламентировалась предпринимательская деятельность, но лишь в части найма рабочей силы, условий кредитования и ростовщичества.

В целом понимая необходимость гармонизации хозяйственной деятельности в обществе, правители как Восточной, так и Западной цивилизаций не противодействовали развитию новых производственных отношений, но, исходя из необходимости соблюдения собственных и общественных интересов, вводили различные ограничения и регламентации вплоть до формирования централизованных фондов продуктов питания, конфискации частной собственности предпринимателей и установления государственной монополии на отдельные виды деятельности [14].

В этот временной период в странах Восточной от средиземноморья цивилизации сформировался своеобразный, государственно-ориентированный тип деловых отношений в обществе. Централизация и весомое государственное и религиозное регулирование экономических взаимоотношений в обществе ограничивали возможности населения для реализации предприимчивости и деловой инициативы, что в конечном итоге сказалось на темпах экономического развития стран Восточно-Азиатского региона и его отставании от Западно-Европейского в последующий индустриальный период вплоть до настоящего времени.

В отличие от этого, в Западных цивилизациях средиземноморья III – I вв. до н. э. (древние Греция и Рим) история становления и развития культуры предпринимательства, несмотря на то что оно также возникло из первобытности, происходила при существенно меньшем государственном вмешательстве преимущественно посредством распространения воззрений философов и самоорганизации общественных формирований.

Греческая и римская знать пренебрегала заниматься вопросами развития малых форм производства и торговли, предпочитая более быстрые способы обогащения путём территориальной экспансии, колонизации и ограбления других народов, что свойственно крупным государственно-предпринимательским структурам современности.

В результате этого в упомянутых античных странах развился своеобразный либеральный тип культуры взаимоотношений государства и мелкого предпринимательства, основанный на праве частной собственности, с разнообразием форм, методов и масштабов предпринимательской деятельности. Бурный рост масштабов товарного производства обусловил необходимость совершенствования сбытовой деятельности и товарно-обменных операций.

Под их влиянием в странах Западной цивилизации (современная Европа) широкий размах приобрела первоначально торговля как второй после аграрного производства вид индивидуальной предпринимательской деятельности, которая быстро вышла на межнациональный уровень, создав предпосылки для территориальной колонизации Африки, Индии, Китая и Америки.

Одновременно развивался и финансовый бизнес. Ещё в VII в. до н. э. в **Вавилоне** существовали ростовщики, а в **Древней Греции** – трапезиты (менялы), возникли храмовые и частные банки, которые предоставляли займы, положившие начало колониальному этапу развития человечества в эпоху великих географических открытий.

Раннее средневековье, принятое называть «тёмными временами», привело к деградации ранее сформированной предпринимательской культуры. Падение западной Римской Империи, голод, чума, многочисленные войны во всех регионах мира привели к упадку общего культурного уровня.

К началу XV в. вновь создаются благоприятные условия для развития предпринимательства. Эпоха великих географических открытий начинается с 1475 г., когда португальцам удалось достичь экватора. Далее один за другим открываются мыс Доброй Надежды (1487 г.), Америка (1492 г.), морской путь в Индию (1498 г.), а Магеллан совершает своё кругосветное плавание. Появилась возможность доставлять морем товары из Индии напрямую в европейские порты. Удешевление индийских товаров спровоцировало увеличение их потребления, а драгоценные металлы из Америки обеспечивали платёжеспособность. Открытие Америки позволило включить в международный товарооборот новые товары (картофель, табак, какао и т. п.). При этом сам континент стал новым рынком сбыта. Развитие промышленности повлекло приток ремесленников в города, развивается разделение труда. Американское золото и серебро формируют крупный торговый капитал, строятся фабрики, развивается банковская система, появляются биржи.

Эпоха великих географических открытий неоднозначна с позиции развития предпринимательской культуры. С одной стороны, это период небывалого развития предпринимательства, вызванного открытием новых территорий, новых продуктов и путей перевозки товаров. С другой стороны, это длительные экспедиции первооткрывателей Америки, Африки, Индии и Китая, на территории которых обменивали «стеклянные бусы» на золото, серебро и пряности, поработавшая и разграбляя менее развитые нации и народности в период колонизации. Последнее обусловило быстрый рост и концентрацию финансовых ресурсов у этих групп предпринимателей и усилило их позиции в управлении обществом в таких странах Европы, как Португалия, Голландия, Англия и Испания.

Индустриальный этап развития человечества (XVII – XIX вв.) охарактеризовался интенсивным развитием промышленных видов предпринимательской деятельности. В XIX в. в результате промышленной революции, которая по масштабам изменений не уступает неолитической, человеческая цивилизация перешла от аграрной и ремесленной форм организации жизнедеятельности к промышленной. Впоследствии предпринимательство проникло в сферы искусства, культуры, спорта и развлечений.

Во всех областях предпринимательской деятельности стала возрастать конкуренция между товаропроизводителями, но государственные структуры управления в то время в неё практически не вмешивались, всецело полагаясь на свободу рынка в вопросах регулирования. Спрос на товары народного потребления в этот период существенно превышал предложение, побуждая предпри-

нимателей увеличивать масштабы производственной деятельности. Торговля же и финансовое обеспечение производственной деятельности, отвоёвав право на самостоятельное существование, даже усилили свои позиции в разделении общественного труда, превратившись в полноценные самостоятельные виды предпринимательской деятельности, выполняя функцию регулятора эффективности производства, препятствуя непроизводительной трате ограниченных ресурсов общества.

На этом этапе развития общества предпринимательская культура перешла в плоскость совершенствования внутрипроизводственных отношений первоначально в части рациональной организации производственных, снабженческих и сбытовых процессов любой хозяйственной деятельности.

Одновременно с этим в передовых странах Европы, таких как Англия, Франция и Германия, сельскохозяйственная деятельность утрачивает своё былое доминирующее положение. В этих странах возрастала отраслевая и международная специализация и кооперирование, а предпринимательство быстро вышло за пределы государственных границ, положив начало «экономической колонизации» менее развитых стран, а затем формированию транснациональных предпринимательских структур.

На рубеже XIX – XX вв. изменился мировой порядок. Представления рыночных классиков экономической теории (А. Смит, Д. Рикардо и др.) о реализации политики «невмешательства государства в экономические процессы», как и некоторых современных российских реформаторов времён начала перестройки отечественной экономики о нецелесообразности активного государственного регулирования экономики, утратили свою актуальность и претерпели существенные изменения. К концу XIX в. стало понятно, что успешное функционирование и развитие любой национальной экономики невозможно без активной социально-экономической политики государства, подразумевающей реализацию механизмов государственного регулирования предпринимательской деятельности в целях большей гармонизации общественных и предпринимательских интересов.

Первые упоминания о необходимости государственного регулирования и централизации управления развитием субъектов предпринимательства нашли отражение в работе английского экономиста Дж. М. Кейнса «Общая теория занятости, процента и денег», в которой он подверг ревизии ортодоксальную неоклассическую концепцию «свободного рынка» и указывал на необходимость «расширения функций государственных органов, связанных со стимулированием склонности к потреблению, активизации инвестиционной деятельности как инструмента сохранения существующих форм хозяйствования и условия реализации предпринимательских инициатив» [4].

Нестабильность конъюнктуры, спроса и предложения на свободном рынке, периодически возникающие экономические кризисы, сопровождающиеся ростом безработицы, снижением платёжеспособности населения и усилением социальной напряжённости в обществе, побудили американского экономиста П. А. Самуэльсона и его сторонников также выступить в поддержку идеи возрастания роли государственного регулирования предпринимательской деятельности. Согласно их взглядам, для «развития национальной экономики и обеспечения максимальной занятости населения необходимо использовать как рыночные, так и планово-административные методы государственного управления» [11].

На завершающем этапе индустриального периода развития хозяйственных отношений в обществе (конец XIX – середина XX вв.) проблемы обеспечения эффективного функционирования бизнеса большинство учёных и практиков связывали с совершенствованием организационной культуры внутренней среды бизнеса. На этом этапе во всех отраслях и сферах предпринимательской деятельности осуществлялся переход от ручного труда к машинному производству. Таким образом, наука и механизация производственных процессов, а также научно-технический прогресс в целом постепенно становились ведущей производительной силой, что обогатило культуру предпринимательства ещё одним самостоятельным видом деятельности, получившим название «венчурный» бизнес.

Спрос во всех жизненно важных для общества сферах предпринимательской деятельности существенно превышал предложение вплоть до середины XX века. Именно это обстоятельство, а также лояльное отношение управленческих структур государственного управления, которое в основном не выходило за национальные границы, явилось решающим аргументом в пользу представлений предпринимателей об относительной стабильности внешнего окружения бизнеса. Естественно, что в этих условиях предприниматели концентрировали своё внимание на способах и методах совершенствования внутренних подсистем бизнеса, их компонентов и элементов как основного источника повышения дохода. Одной из выдающихся организационных инноваций этого периода времени стал конвейер, запущенный 1 декабря 1913 года на заводе американского промышленника Генри Форда. Основанный на глубокой специализации и кооперации рабочих мест, выстроенных в технологической последовательности сборочных операций, конвейер Форда позволил многократно увеличить производительность труда, обозначив новое направление в развитии предпринимательской культуры, получившее название «организационная культура» [11].

В странах социалистического лагеря государство и вовсе ввело централизованное планирование и управление национальной экономикой как единой диверсифицированной компанией, уничтожив все предпринимательские структуры, внедрив армейские директивно-командные методы и «подавив все зачатки рыночной самоорганизации в хозяйственной деятельности общества» [4; 12]. В этот период времени исходя из классовых постулатов марксистско-ленинской философии, тема предпринимательства длительное время была под запретом в отечественной научной и учебной литературе. В массовом сознании «строителей коммунизма» на протяжении 70 лет XX в. формировался отрицательный образ предпринимателя как «эксплуататора», «хапуги», «обманщика», «вора» и «стяжателя», который до сих пор присутствует в общественном сознании россиян, формируя негативное отношение населения ко всему, с чем связано предпринимательство, а понятие «культура предпринимательства» перешло в плоскость внутрипроизводственных отношений и было заменено понятием «организационная культура» [8; 10].

В двадцатые годы прошлого века А. К. Гастев, знаменитый отечественный учёный, теоретик научной организации труда и руководитель Центрального института труда, утверждал, что «культура производительности человека является предпосылкой его трудовой культуры» [2]. За рубежом зарождение «трудовой культуры» связывают с именем американца Ф. У. Тейлора, который ещё в 1911 г. первым опубликовал свои «Принципы научного управления». Через год после этого его соотечественник Г. Эмерсон опубликовал работу «Двенадцать принципов производительности», в которой развил идеи Ф. У. Тейлора. В дальнейшем в рамках школы «Научного управления» их последователи американцы Г. Гант, Фрэнк и Лилиан Гилбрет и другие занимались поиском оптимальных технологий выполнения работы посредством выявления наилучших практик и устранения лишних движений [13].

А. Файоль и М. Вебер, оптимизируя производственные и управленческие процессы, заложили методологические основы «организационной культуры» в части рациональной организации процессов управления, что привело к возникновению в типологии предпринимательской культуры новых её разновидностей – «управленческой культуры» и «производственной культуры».

Таким образом, к середине XX в. «организационная культура» окончательно сформировалась как самостоятельное научное направление внутрипроизводственных, а в дальнейшем и социальных отношений внутри предпринимательских структур. При этом число факторов, определяющих уровень организационной культуры предпринимательской деятельности, возросло многократно. В их числе, в первую очередь, личностные характеристики как собственников, так и наёмных работников, руководителей и подчинённых, их профессиональная квалификация, модели поведения, ценностные ориентации, обычаи, нравы и ожидания [16].

Более того, необходимость преодоления антагонизма между классами владельцев средств производства и наёмных работников, менеджерами и рядовыми работниками, создания благоприятного социально-психологического климата в коллективе потребовала ещё большей гармонизации социальных внутрипроизводственных отношений.

Американский социолог и психолог Э. Мэйо, обобщая результаты Хоторнского эксперимента (проводился с 1924 по 1936 гг. на заводе Western Electric Company в Хоторне, США), пришёл к выводу о наличии социальных факторов, которые способны в значительной степени оказывать влияние на производительность труда. Главным достижением Э. Мэйо в развитии предпринимательской культуры является идея о необходимости формирования «чувства групповой солидарности».

Дальнейшее развитие этого направления получило в трудах американских исследователей Ч. Барнарда и Г. Саймона (1930 г.). Они впервые вводят понятие «организационная мораль».

В начале второй половины XX в. спрос и предложение на основные товары первой необходимости первоначально на рынках передовых стран Европы и Америки начал выравниваться, а государственные структуры управления (в то время национального, а также территориального и муниципального уровней) всё чаще стали вмешиваться в хозяйственные отношения рыночных субъектов посредством ужесточения законодательства, в том числе антимонопольного, и принятия других мер организационно-регулятивного характера.

В середине прошлого века американский экономист-статистик и теоретик менеджмента Уильям Деминг, изучая японский опыт ведения бизнеса, доказывает высокую эффективность философии «менеджмента сотрудничества».

Исследования влияния социальной культуры организации на результаты труда коллективов позволили американским учёным М. Далтону, А. McLean, J. Marshall и коллективу английских социологов доказать наличие некой субстанциональной сущности, которая влияет на поведение, мотивацию сотрудников и результативность их деятельности. Это влияние проявляется через совокупность идеологических ценностей, традиций, ритуалов, обрядов, установок, отношений и убеждений, формирующих отношение членов трудового коллектива к работе и своей деятельности в рамках хозяйствующего субъекта [18].

Согласно исследованию института Бателле (1984 г.), «в современном бизнесе на смену централизации, послушанию, дисциплине, достижениям, иерархии, карьере, власти, достаточности приходят коллектив, самоопределение, раскрытие личности, участие, ориентирование на потребности, способность идти на компромиссы, творчество и децентрализация» [14].

Национальные экономики ведущих капиталистических стран, таких как США, Англия, Германия, начиная с 30-х гг. прошлого века искали пути предотвращения кризисных явлений, свойственных рыночной модели хозяйствования. Для нейтрализации стихии рынка с его взлётами и падениями эти страны постепенно усиливали роль государственного регулирования, доведя соотношение рыночных и централизованных начал управления национальной экономикой до уровня приблизительно 50:50 в наши дни, с небольшими отклонениями в ту или иную сторону в разных странах.

Сбалансированная государственная социально-экономическая политика зачастую становится одним из ключевых инструментов, позволяющих обеспечить необходимое научное, технико-технологическое, производственное и социальное развитие нации, достигнуть оптимального соотношения общественного и предпринимательского секторов производства в отраслевой и национальной структуре, нивелировать негативные последствия кризисных явлений в экономике, предотвратить зарубежную экспансию иностранных товаропроизводителей и тем самым обеспечить занятость собственного населения и его процветание.

Ещё в 2000-х гг. профессор менеджмента Макгилльского университета в Монреале Г. Минцберг в книге «Стратегическое сафари» выделил 10 стратегических школ, каждая из которых базировалась на определённом подходе и технологии к разработке стратегий бизнеса. Одна из школ – «школа культуры» – исходит из того, что разработка стратегии – это «процесс коллективной деятельности, основанный на общих убеждениях и общем понимании текущего положения дел сотрудниками». Внутренние убеждения сотрудников – это результат их приобщения к организационной культуре, сама стратегия представляет собой образ будущей перспективы, питающейся устоявшимися в коллективах стремлениями [7].

Базируясь на положениях школ «культуры», «внешней среды», «трансформаций и конфигураций» стратегического менеджмента и применительно к предмету нашего исследования, мы предлагаем ввести в научный оборот новую формулировку научной категории «организационная культура бизнеса» и её определение, в большей степени соответствующее его функционированию в современных условиях динамичного внешнего окружения и высококонкурентного рынка.

Современная культура предпринимательства, по нашему мнению, это способность предпринимательской структуры в условиях динамичного окружения в первую очередь достигать гармоничных взаимоотношений с обществом и средой функционирования: эффективно использовать общественные и собственные ресурсы с целью производства товаров, услуг и максимизации собственного дохода посредством своевременных, системных и адекватных трансформаций бизнеса на базе последних достижений технических, социально-экономических и управленческих наук [13].

Исходя из этого определения, сформулируем основные признаки и условия высокого уровня современной предпринимательской культуры. Ими, на наш взгляд, являются:

1. удовлетворение собственных потребностей предпринимателей через удовлетворение потребностей общества, а не вопреки им;
2. использование прогрессивных форм и методов реализации бизнеса;
3. гармонизация внешних и внутрипроизводственных отношений бизнеса, среды его функционирования и общественных потребностей;
4. минимизация экологического ущерба природе и окружающей среде;
5. развитие собственных трансформационных способностей для совершенствования и развития бизнеса;
6. сокращение чрезмерной дифференциации доходов и концентрации материальных, в том числе финансовых, ресурсов в руках предпринимателей путём ограничения не только минимального прожиточного уровня, но и максимальной нормы индивидуального потребления или введения дифференцированных ставок налогообложения;
7. идентификация в предпринимательских доходах от эксплуатации природных ресурсов нации доли дохода каждого члена общества.

В заключение хочется отметить, что культура предпринимательства – это обязательное условие эффективного бизнеса и залог процветания нации. Великие достижения науки и техники прошлого, будь то результаты неолитической или промышленной революций, немыслимы без высокой культуры предпринимательства, сосредоточенной на созидании, нормах поведения и ценностях, определяющих ориентацию предпринимателей на решение важнейших проблем общества и методах решения этих проблем, основанных на уважении к себе, обществу, природе и т. д. Развитие и совершенствование форм и методов реализации предпринимательской деятельности обеспечили эволюцию социально-экономических отношений в мире и достижение современной структуры мировой экономики с её разнообразием отраслевых видов аграрного и промышленного производства, торгового, транспортного, финансового обеспечения и многочисленной сферы услуг, включая общественное питание, образование, здравоохранение, социальное обеспечение и т. д.

ЛИТЕРАТУРА

1. Большой толковый словарь русского языка / сост., гл. ред. канд. филол. наук С. А. Кузнецов. – СПб.: Норинт, 1998. – 1534 с.
2. Философский энциклопедический словарь. – 2-е изд. – М.: Советская энциклопедия, 1989. – 815 с.
3. Гастев, А. К. Как надо работать. Практическое введение в науку организации труда / А. К. Гастев. – М.: Экономика, 1972. – 279 с.
4. Доброхотов, А. Л. Философия культуры / А. Л. Доброхотов. – М.: ВШЭ, 2016. – 560 с.
5. Кабаков, В. С. Теоретико-методологические основы развития предпринимательства в РФ / В. С. Кабаков // Вестник ЛГУ им. А. С. Пушкина. – 2011. – № 2. – С. 121-141.
6. Кейнс, Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег. Избранное / Дж. М. Кейнс. – М.: Эксмо, 2007. – 960 с.
7. Минцберг, Г. Школы стратегий. Стратегическое сафари: экскурсия по дебрям стратегий менеджмента / Г. Минцберг, Б. Альстрэнд, Дж. Лэмпел; под общ. ред. Ю. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2002. – 330 с.

8. Першиков, А. Н. История Российского предпринимательства: учеб. пособие / А. Н. Першиков. – Томск: Томский гос. ун-т, 1997. – 139 с.
9. Питерс, Т. В поисках совершенства / Т. Питерс, Р. Уотерман-мл. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. – 560 с.
10. Родин, О. А. Концепция организационной культуры: происхождение и сущность / О. А. Родин // Менеджмент. – 1998. – № 7. – С. 69.
11. Самуэльсон, П. А. Экономика / П. А. Самуэльсон, В. Д. Нордхаус; пер. с англ. – М.: «БИНОМ», «Лаборатория Базовых Знаний», 1997. – 800 с.
12. Усанов, Г. И. Методологические основы развития организационной культуры бизнеса / Г. И. Усанов, М. А. Финогеев // Учёные записки Комсомольского-на-Амуре государственного технического университета. Науки о человеке, обществе и культуре. – 2022. – № IV (60). – С. 121-126.
13. Усанов, И. Г. Возрождение и развитие малого и среднего предпринимательства в России / И. Г. Усанов // Экономика и предпринимательство. – 2025. – № 1 (174). – С. 767-772.
14. Фаррахов, А. Г. Теория менеджмента: история управленческой мысли, теория организации, организационное поведение: учеб. пособие / А. Г. Фаррахов. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 272 с.
15. Хохлова, Т. П. Теория менеджмента: история управленческой мысли: учеб. / Т. П. Хохлова. – М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2018. – 384 с.
16. Шейн, Э. Х. Организационная культура и лидерство / Э. Х. Шейн; пер. с англ.; под ред. В. А. Спивака. – СПб.: Питер, 2002. – 336 с.
17. Болор, Б. Понятие и содержание предпринимательства / Б. Болор // Проблемы науки. – 2017. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-i-soderzhanie-predprinimatelstva> (дата обращения 10.01.2025). – Текст: электронный.
18. McLean, A., Marshall, J. Intervening in cultures, working paper. – University of Bath, 1993. – P. 25.