

Проблемы становления и определения культуры предпринимательства

Васильева Екатерина Николаевна¹

научный сотрудник

Волгоградский государственный университет, Волгоград, Россия

E-mail: vachelica@yandex.ru

Конец 20 – начало 21 веков отмечены сильным интересом к теме культуры предпринимательства. Вопрос стоит об отсутствии или наличии моральных обязательств в экономике. По мнению многих специалистов предприятия, кроме своей нацеленной на получение прибылей коммерческой политики, должны нести ответственность или, по крайней мере, часть ответственности за кризисы, например, за надвигающийся экологический кризис. Предприятия реагируют на это, обращаясь к предпринимательской культуре и этике.

Таким образом, в конфликт вступают два самостоятельных требования по отношению к действию, а именно мораль и рентабельность. Речь идет о разных стратегиях действия, которые должны быть как-то приведены в равновесие друг с другом, или при которых одной из стратегий предоставляется преимущество по отношению к другой. Это требование следует понимать как результат исторического процесса формирования современного общества. Сегодня происходит дифференцирование общественных подсистем, описанное, например, Т. Парсонсом. Это дифференцирование следует за функциональными требованиями: некогда цельное общество (*societas civilis*) делится на подсистемы экономики, правоведения, науки, религии и политики. Так теория систем Н. Луманна выдвигает тезис, что политику следует понимать только как подсистему наряду с другими такими же, явно отказываясь от мысли об инстанции, образующей и гарантирующей единство общества [1].

Многими авторами признается продуктивность функционального дифференцирования современных обществ, они утверждают, что на этом основано экономическое, общественное и политическое развитие современного общества. Но одновременно необходимо заметить, что это приводит и к определенным последствиям, например, как «отчуждение» у К. Маркса, как «инструментальный разум» (М. Хоркхаймер), «диалектика эпохи Просвещения» (М. Хоркхаймер, Т.В. Адорно) и «колонизация жизненного мира» (Ю. Хабермас). В связи с этим необходимо выделить основную систематическую проблему экономической этики. В процессе общественной эволюции сложилась автономная подсистема: экономика, которая следует собственной закономерности, некоторым говорят: собственной рациональности, и которая благодаря этой специализации стала исключительно производительной. Таким образом, общественное благосостояние основано на отделении «экономической» рациональности от всеобщей рациональности.

Культура предпринимательства находится на переднем плане дискуссии, что привело недавно в науке к резким разногласиям по поводу ее смысла и статуса. Многие авторы, особенно предпринимательскую этику, считают несерьезной с научной точки зрения. Другие исследователи глубоко изучают данные вопросы.

Российские исследователи изучают проблему по нескольким направлениям, одни отождествляют культуру предпринимательства с корпоративной (организационной) культурой, следовательно, становление можно проследить в конкретной организации – Г. Бажев, В. Томилов. Вторые делают акцент на том, что это, прежде всего, профессиональная культура, для развития которой требуется принятие предпринимателем профессиональной этики – И. Модель, Б. Модель. Третьи сужают понятие до этики делового общения – А. Бабелко, Г. Бабелко, четвертые – вслед за М. Вебером, указывают на внутренние ограничители предпринимательской активности, религиозные, духовные традиции – О. Леонова[2].

Целесообразно, рассматривать культуру предпринимательства в рамках экономической культуры. В работе «Социология экономической жизни» Т. Заславская и

¹ Автор выражает признательность профессору, д.с.н. Кириянову В.И. за помощь в подготовке тезисов

Р. Рывкина подробно прорабатывают понятие «экономическая культура». Они указывают, что экономическая культура исполняет роль социальной памяти экономического развития общества, способствует или мешает трансляции, отбору и обновлению ценностей, норм, потребностей, функционирующих в сфере экономики и ориентирующих ее субъектов на те или иные формы экономической активности, является регулятором экономического поведения индивида [2]. С нашей точки зрения, культура предпринимательства входит в систему экономической культуры, поэтому мы берем на вооружение разработанный Т. Заславской и Р. Рывкиной понятийный аппарат и говорим: культура предпринимательства складывается из ценностей и норм институционального и личностного характера. Личностный аспект фиксирует черты сознания субъекта – это функциональные ценности – статусное положение в обществе, ценность самореализации и общечеловеческие ценности – гуманизм, справедливость, свобода, отказ от насилия, способность сохранять накопленную культуру. Институциональный аспект – это ценности и нормы, которые функционируют в рамках экономики, но корни которых лежат в тех или иных социальных институтах. Источники этих норм – право, политика, идеология, наука, нравственность, религия.

Мы полагаем, что культура предпринимательства не только складывается из перечисленных элементов, но и находится под их непосредственным влиянием. Остановимся на институциональном аспекте. Право является прямым регулятором предпринимательской деятельности, но его эффективность вопрос, скорее юридический, чем философский, а вот изучение политики, идеологии, нравственности, религии как ограничителей предпринимательской активности находится в плоскостях философии, социологии, политологии.

Мы предлагаем разбить признаки на две группы, так как наша позиция основана на том, что идеология находится под влиянием политики, а основы нравственности заложены религией. Наш век называют веком секуляризации, следовательно, наиболее вероятным ограничителем будет государственная политика. Нельзя не подчеркнуть особой значимости этого постулата для современного этапа развития России. Предприниматели стали неотъемлемой частью российского общества не так давно, но на сегодняшний день являются активными субъектами экономического, и отчасти политического действия. Это вытекает из природы представленного в их сознании более чем у каких-либо других элементов социальной структуры, активного инноваторского деятельного преобразовательного начала, того, что Вернер Зомбарт называл «Предпринимательским Духом» [4]. Таким образом, изучение возможностей влияния политической системы на экономическую систему в процессе формирования культуры предпринимательства необходимо подробно изучить.

Литература

1. Луман Н. Понятие общества. (1997) // Проблемы теоретической социологии. СПб., 1997. Парсонс Т. Система современных обществ. М.
2. См.: Томилов В.В. (2000) Культура предпринимательства. СПб.; Бажев Г.Л., Томилов В.В., Чернышева З.А. (1995) Маркетинг и культура предпринимательства. СПб.; Балбеко А.М., Балбеко Г.С. (2001) Культура предпринимательской деятельности. М.; Леонова О.Г. (2000) Духовные основы предпринимательской деятельности. М.; Модель И.М., Модель Б.С. (1998) Предприниматель: культура богатства. Екатеринбург.
3. Заславская Т.И., Рывкина Р.В. (1991) Социология экономической жизни: Очерки теории. Новосибирск. с. 100-130.
4. Зомбарт В. (1994) Буржуа. М.