

Бугрова Валерия Александровна,

главный бухгалтер,

ООО «Дэнси-Сервис»,

г. Москва, Россия

ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ КУЛЬТУРЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ

Культуре ведения бизнеса уделяется недостаточное внимание. Научные труды по теме культуры предпринимательства базируются в основном на западных подходах, не учитывая российский менталитет и традиционный уклад жизни. Сложности, возникающие при использовании подхода без учета адаптации к российскому рынку, могут привести, в худшем случае, к банкротству. Основываясь на мнении иностранных предпринимателей о ведении бизнеса с отечественными коллегами, были выделены основные черты культуры предпринимательства россиян. Таким образом, идентификация ключевых проблем позволит эффективнее влиять на уровень культуры предпринимательства в Российской Федерации.

Ключевые слова: культура, предпринимательство, экономика России, проблемы бизнес-культуры, этика.

Valeriya A. Bugrova,

General accountant,

LLC «Densi-Servis »,

Moscow, Russia

INCREASE OF ENTREPRENEURIAL CULTURE LEVEL IN RUSSIA

Insufficient attention is paid to the business culture. Scientific works on the topic of entrepreneurial culture are based mainly on western approaches, not taking into account the Russian mentality and traditional way of life. Difficulties arising from the use of the approach without taking into account the adaptation to the Russian market can lead, in the worst case, to bankruptcy. Basing on the opinion of foreign entrepreneurs about doing business with domestic colleagues, the main features of Russians' entrepreneurial culture were highlighted in the article. Thus, the identification of key problems will allow to influence the level of entrepreneurial culture in the Russian Federation more effectively.

Keywords: culture, entrepreneurship, Russian economy, problems of business culture, ethics.

В соответствии со статистическими данными Росстата, начиная с 1993 года, в период конца 2017 – начала 2018 годов прекратили свое существование порядка 600 000 предприятий [5]. Сравнивая статистические цифры за 2017 год, можно установить, что количество закрытых предприятий намного больше, чем количество открытых за тот же период.

Из этого можно сделать вывод, что в 2017-2018 годах тенденция, связанная с открытием и закрытием предприятий, была негативной. В цифрах эта динамика выглядит так: закрылось в среднем 9,1 тысяч организаций, открылось в среднем 7 тысяч. Соответственно, ситуация является сложной как для экономики всего государства, так и для частных бизнесменов [5].

Вместе с тем, культурная составляющая данного направления демонстрирует низкий уровень организации. В свою очередь, такая тенденция не ведет к эффективным результатам и высоким объемам выручки. Многие предприниматели не рассматривают культуру как ключевую характеристику формирования экономической выгоды, поэтому не считают нужным совершенствовать ее организацию. В глобальном масштабе подобная практика провоцирует множество проблем, начиная от отношения населения к производимому продукту/услуге/отрасли, заканчивая серьезным понижением возможностей экономического роста страны. Таким образом, подтверждается актуальность исследования.

Объектом статьи следует считать культуру предпринимательства.

Предмет работы – проблематика ее масштабов в России.

Методы. Для выполнения работы были использованы эмпирические методы исследования, методы индукции и дедукции, методы изучения научной литературы и статистической информации, а также метод сравнительного анализа данных.

Результаты. Сам процесс развития бизнеса в российском государстве нельзя назвать завершенным или устоявшимся. Возможно, поэтому этические

нормы предпринимательских отношений еще находятся на пути к совершенству. Определяющими факторами здесь являются история возникновения предпринимательства и специфика менталитета, а также вмешательство государства в данную сферу. Этика бизнеса в России имеет свои особенности, которые необходимо учитывать.

Изучая характеристику отечественной бизнес-культуры, можно выделить некоторое противоречие, существующее в системе ценностей. Оно основывается на том, что Россия – страна, принадлежащая Евразии, а значит, занимает место между культурами востока и запада. Известный специалист в области межкультурного взаимодействия Ричард Льюис называет российскую деловую культуру сочетающей несочетаемые свойства [4]. Отечественная ценностная структура демонстрирует принадлежность культурам через качества, присущие Востоку (коллективизм, зависимость от семьи, неравенство в отношениях, прилежание и т.д.), и качества западных культур (предприимчивость, самостоятельность, индивидуализм).

Для формирования проблематики развития отечественной культуры бизнеса было изучено исследование межкультурного взаимодействия Р. Льюиса, основанное на мнении иностранных предпринимателей. Из этих данных был выделен материал о русской культуре ведения бизнеса, детализирование которого позволило отметить следующие особенности.

Современная российская культура предпринимательства характеризуется неоднородностью. Признаки, присущие бизнесменам и управленческому персоналу больших организаций, являются противоположными свойствам персонала. Еще одним важным признаком следует считать контрастность компаний, созданных до и после девяностых годов XX века [1]. Ранее созданные компании обладают типичной советской культурой: перемена управления не влияет на кадровый состав и методику функционирования в последующих поколениях. Современные управляющие отечественных фирм более склонны модифицировать руководство под западную модель, рекламируемую в литературе. Применение американского формата культуры

без адаптации к моральным нормам сотрудников чревато ухудшением климата внутри организации и экономическим потерям. Проведенные исследования свидетельствуют, что американская и российская культуры предпринимательства не имеют ничего общего в своих подходах [4].

Французская культура наиболее близка российскому менталитету. Французы всегда задают много вопросов, уточняют все детали, пытаются понять, каковы перспективы дальнейшего сотрудничества. Прослеживается положительная динамика взаимодействия с бизнесменами Германии, скандинавских стран и индийскими предпринимателями. Русские бизнесмены успешно контактируют с предпринимателями Америки. Это связано с тем, что культурные подходы американцев упрощены, структура бизнеса проста, что способствует успешной ориентации в ней, несмотря на серьезные различия. Преимущественно негативный опыт связан с взаимодействием российской культуры с арабской, китайской и, особенно, с японской.

Важным свойством российского предпринимательства можно считать высокую приспособляемость к характеристикам бизнес-партнера. Однако данное свойство не является индивидуальным, оно необходимо любому бизнесу.

Ключевой особенностью, присущей русской бизнес-культуре, является отношение соотечественников-предпринимателей к правовым нормам, а также отсутствие установки законодательного послушания. В рейтинге коррумпированности на государственном сайте статистики Россия находится на 154 месте [5]. Нарушители законодательства аргументируют это отсутствием грамотно составленных юридических норм и непомерной нагрузкой на бизнес. Бизнесмены Америки и Германии склонны продвигать универсалистскую культуру, отечественные предприниматели больше взаимодействуют в области партикуляристской. Универсалистский подход свидетельствует о тотальном соблюдении законодательства, не допускающим отклонений; партикуляристский же демонстрирует компромиссное следование закону.

Респонденты отличают еще одну характеристику – личностное предпринимательство, базирующееся на связях, и это является следствием первой характеристики. Резюмирование информации об отечественных фирмах заканчивается перечислением названий компаний, поскольку только такая практика способствует пониманию взаимосвязей.

Еще одна вытекающая из вышесказанных особенностей характеристика – склонность к коррупционному формату – объясняет особое взаимодействие предпринимательства и органов власти, тенденции к их объединению. Этот фактор направлен не столько в области воздействия государства на экономические отношения, сколько на локальное взаимодействие с муниципальными властями и органами проверки.

Отечественной культуре свойственна хорошая адаптация русских бизнесменов в условиях перемены внешней среды, быстрой реакции на происходящее в области менеджмента. Здесь иностранные предприниматели отмечают особенную изобретательность, нестандартность мышления, умение выживать в любых условиях и находить выход из любой ситуации. Вместе с тем, это положительное качество имеет и негативный фактор: в связи с приспособляемостью снижается стратегический аспект планирования, происходит расчет на краткосрочную выгоду. Зачастую создание проекта осуществляется без долгосрочного планирования, только на основе представлений возможных затрат. Из этого следует умение в последний момент собраться, мобилизовать все силы и сделать огромный объем работы, а затем вновь перейти в расслабленное состояние. Данный аспект связан с обстоятельствами экономической ситуации в стране.

Результаты исследования мнений иностранных респондентов, собранных Р.Д. Льюисом, способствуют формированию базы для глобального изменения культурного подхода к предпринимательству в России. Проблематика культуры отечественного бизнеса заключается преимущественно в исторически сложившемся менталитете, а также личности бизнес-среды. Скорейшее

избавление от данных сложностей российской экономики повлечет за собой развитие культурной составляющей отечественного бизнеса.

Заключение. Подводя итог вышесказанному, можно резюмировать, что наличие большого количества негативных особенностей культуры российского предпринимательства обусловлено, преимущественно, существующим менталитетом, а также исторически сформированным отношением к взаимодействию с органами власти. Подобная ситуация нуждается в поступательном корректировании как со стороны самих предпринимателей, нуждающихся в развитии собственного бизнеса в стране, а также за пределами России, так и со стороны государства, разрабатывающего меры антикоррупционной направленности. Вместе с тем, эффективным решением станет синергия с иностранными положительными особенностями ведения бизнеса (например, немецкая точность, японская основательность, американская простота) с поправкой на возможность применения в России. Результатом повышения культуры предпринимательства станет совершенствование имиджа отечественного бизнеса среди населения Российской Федерации, а также за ее пределами.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Егоричев В. А. *Сущность и история предпринимательства России // Молодой ученый.* – 2016. – №26. – С. 286-288.
2. Костинский В.С. *Специфика государственного регулирования деятельности предпринимательских структур в современных условиях хозяйствования // Социально-экономические явления и процессы.* – 2011. – № 3-4. – С. 155- 159.
3. Льюис Р.Д. *Деловые культуры в международном бизнесе.* – Москва: Дело, 2001. – 434 с.
4. Льюис Р.Д. *Рыба не может видеть воду: как национальная культура может создать или разрушить вашу корпоративную стратегию.* – London: John Wiley & Sons, 2013. – 593 p.
5. *Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс].* – URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения 01.06.2019)
6. Ott Ursula F. *The Influence of Cultural Activity Types on Buyer-Seller Negotiations: A Game Theoretical Framework for Intercultural Negotiations // International Negotiation.* – 2011. – Vol. 16. – P. 427-450.