УДК 334

З. Р. Мусостов

ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет», Грозный,
e-mail: zmr@hotmail.co.uk

Л. А. Догуева

ФГБОУ ВО Чеченский государственный университет, Грозный,
e-mail: goldzr@yandex.ru

А. Р. Албастов

ФГБОУ ВО Чеченский государственный университет, Грозный,
e-mail: albastov_ar@mail.ru

Т-А. М. Дудаев

ФГБОУ ВО Чеченский государственный университет, Грозный,
e-mail: TURALIdudaev272@yandex.ru

СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ КУЛЬТУРЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ

Ключевые слова: культура, лидер, имидж, предпринимательство, бизнес.

В данной статье авторами рассматривается и анализируется такой феномен как, культура ведения предпринимательской деятельности. В настоящее время мы видим, что все четче в мире приобретает этот термин большое значение. Успех бизнеса во многом зависит от имиджа организации, от доверия потребителей, влияния среди партнеров и конечно же, от лидера организации. Традиционное понимание руководителя как авторитарного управленца организации не может существовать в современном мире. Если раньше большие требования к сотрудникам предъявляли только работодатели, то сейчас, такие же требования (и даже больше) сформировались и у сотрудников. Поиск компромисса между работодателем и сотрудником оказывает влияние на предпринимательскую культуру внутри организации, а процессы глобализации воздействуют в общемировом масштабе. Сегодня множество параметров, которые определяют предпринимателя, как успешного лидера бизнеса и это не только финансовый ресурс или финансовый параметр, также экономический, организационно-технический, социальный, что в общем и делают культуру предпринимательской деятельности. Большое значение имеет обратная связь предприниматель (производитель) и потребитель, предприниматель (руководитель) и сотрудники компании. Субъекты предпринимательства, получив возможность взаимодействовать с потребителями и партнерами в разных точках мира, постепенно вырабатывают единую культуру ведения бизнеса.

Z. R. Musostov

FGBOU VO Chechen State University, Grozny, e-mail: zmr@hotmail.co.uk

L. A. Dogueva

FGBOU VO Chechen State University, Grozny, e-mail: goldzr@yandex.ru

A. R. Albastov

FGBOU «Chechen State University», Grozny, e-mail: albastov_ar@mail.ru

T-A. M. Dudaev

FGBOU «Chechen State University», Grozny, e-mail: TURALIdudaev272@yandex.ru

FORMATION AND DEVELOPMENT OF CULTURE OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITY IN RUSSIA

Keywords: culture, leader, image, entrepreneurship, business.

In this article, the authors consider and analyze such a phenomenon as the culture of doing business. At present, we see that everything is becoming more and more clear in the world. The success of a business largely depends on the image of the organization, on consumer confidence, influence among partners and, of course, on the leader of the organization. The traditional understanding of a leader as an authoritarian manager of an organization cannot exist in the modern world. If earlier only employers made great demands on employees, now, the same requirements (and even more) have been formed among employees.

Finding a compromise between the employer and the employee has an impact on the entrepreneurial culture within the organization, and globalization processes are affecting globally. Today, there are many parameters that define an entrepreneur as a successful business leader, and this is not only a financial resource or a financial parameter, also economic, organizational, technical, social, which in general makes the culture of entrepreneurial activity. Of great importance is the feedback of the entrepreneur (producer) and the consumer, entrepreneur (manager) and company employees. Entrepreneurs, having the opportunity to interact with consumers and partners around the world, are gradually developing a unified business culture.

Несмотря на то, что в 21 веке культура является неотъемлемой частью каждого человека, культуру в сфере предпринимательства в России в целом можно считать одним из самых недооцененных инструментов повышения эффективности деятельности организации. Культура предпринимательства можно рассматривать как одновременно экономический и психологический фактор, на основании которого можно делать прогнозы о дальнейшем развитии хозяйствующего субъекта. Наиболее ощутимый вклад в развитии предпринимательской культуры на предприятии делает владелец бизнеса, который в праве предъявлять к своим работникам определенные требования: к их знаниям, навыкам, поведению и предпочтениям. До перехода к рыночной экономике макет успешного человека создавался по данным критериям. Однако сейчас, в постоянно меняющемся мире на первый план выходит не сами знания, а способность человека усваивать знания, его обучаемость и личные качества, что вызвано таким явлением, когда информация, казалось бы, несущая большую ценную нагрузку, устаревает по прошествии незначительного срока. Такая неопределенность обусловила необходимость создания условий для развития личности, раскрытия всех ее творческих способностей.

Меняется также и авторитарный устрой в предприятиях. Если раньше руководитель предприятия рассматривался как человек властный, влиятельный и нетерпящий ошибок, то сейчас слово «Босс» уходит на второй план и рассматривается как пагубно влияющее на качество работы сотрудников. Все чаще к руководителям применяется слово «Лидер», человек, который работает и отвечает за результаты деятельности наравне со всеми, к которому можно без опасения обратиться за помощью в работе или «за советом». Не всегда «Лидер» — это человек, обладающий высоким

интеллектом и обширными знаниями, главное — его способность выстраивать производство наиболее эффективным образом, формировать благоприятный климат внутри компании для повышения производительности рабочих. Наиболее полно охарактеризовал «Лидера» Джон Максвелл: — «Лидер — это тот, кто знает путь, идет своим путем и показывает путь».[1]

Лидеру также приписывают такие важные в жизни и бизнесе качества, как:

1. Честность. Вне зависимости от вида деятельности, честность — это главное качество руководителя. Будь то спорт, культура или бизнес — невозможно вести за собой людей, если в вас не уверены и не доверяют.

2. Уверенность. Уверенность в себе и своих силах является, по сути, главным фактором успеха компании, так как уверенность лидера — это уверенность сотрудников в завтрашнем дне.

3. Творчество и инновации. Стив Джобс, на вопрос о разнице между лидером и последователем, ответил следующее: «Инновации отличают лидера от последователя». 21 век отличается непостоянностью вкусов и изменчивостью потребителей. Чтобы остаться конкурентоспособным необходимо постоянно совершенствоваться, удовлетворять постоянно растущие потребности наиболее эффективным образом, не забывая, конечно, о принципе «цена-качество».[1]

4. Культура ведения бизнеса. Результаты деловых переговоров, привлекательность для инвесторов и уровень в глазах сотрудников — все это зависит от одного — культуры предпринимательской деятельности. Руководители высшего звена задают тон тому, что должна делать компания, какими должны быть организационные ценности и как должны действовать люди.[2]

Предпринимательство, как самостоятельный и в отдельных случаях уникальный вид деятельности, тем не менее,

имеет общие черты, условия и требования, в числе которых:

1. Право самостоятельного выбора деятельности;
2. Ориентация на получение максимальной прибыли;
3. Поведение на рынке, характеризующее руководителя и саму компанию с положительной или отрицательной стороны, иначе говоря – культура предпринимательской деятельности.

Культура в предпринимательской деятельности в развитых странах является отправной точкой в создании и развитии бизнеса, это то, на что надеются многие компании стараясь завладеть вниманием потребителей. Конечно, в быстроразвивающейся и конкурентной индустрии культура предпринимательства – это то, к чему должны стремиться большинство организаций.[2]

Как и все важные процессы формирование культуры предпринимательской деятельности внутри конкретного предприятия ложится на плечи лидера. Их решения, поведение, предпочтения и ценности можно назвать отправной точкой в формировании культуры, так как люди смотрят прежде всего на руководителя. Его ценности становятся их ценностями, его предпочтения – их предпочтениями, принимая решение люди смотрят на поведение лидера в данной или аналогич-

ной ситуации. Т.е. культура руководителя становится культурой всей организации, задает тон всем работникам и помогает определиться с ценностями организации.

В такой ситуации лидеру необходимо соблюдать максимальный баланс. Как было написано выше, авторитарный устрой предприятия ведет в никуда, а стопроцентная демократичность не может в полной мере обеспечить развитие. Необходимо, чтобы работники осознавали свою ответственность и действовали соответственно. В организации необходимо определить эту грань, где достигается идеальный баланс: работники формируют культуру организации основываясь на ценностях и предпочтениях руководителя, а руководитель старается развить культуру и тем самым привлечь в организацию наиболее опытных и инициативных кадров для повышения эффективности деятельности организации. Для привлечения в компанию таких ценных кадров копания может использовать следующие методы:

1. Бренд организации. Большинство работодателей признают, что бренд компании является одним из первых критериев для удержания ценных кадров и привлечения новых сотрудников. Наиболее развитые компании тратят на создание бренда от нескольких тысяч долларов и признают, что вложенные средства более чем окупаются.

Пассивные соискатели

Диаграмма. Источник: интернет ресурс [3]

Однако, нужно отметить, что создание бренда дело не только дорогое, но и долгое. Чтобы бренд стал узнаваемым необходимо заниматься печатной рекламой, создать онлайн-профили компании и онлайн-мониторинг.

2. Передача процесса поиска кадров сотрудникам предприятия. Сотрудники организации как никто другой знают все плюсы работы в данной организации и, следовательно, могут использовать эти положительные стороны в привлечении новых сотрудников.

3. Поиск в других организациях. Согласно исследованиям, более 80 % работников готовы сменить работу. Благодаря специальным тестам были выявлены «пассивные» соискатели, которые охотно сменили бы работы. На диаграмме данная категория соискателей разделена на пять групп. 45 % из них охотно сменили бы работу и открыты для предложений, 13 % – ищут более выгодные вакансии, 15 % находятся в активном поиске.

Для привлечения сотрудников с других организаций нужно выявить недовольство в их прежней работе и обеспечить более привлекательные условия труда. Для данной цели можно воспользоваться услугами компаний рекрутинга или попытаться собственными силами используя специальные онлайн-тесты и другие методы.

Культура предпринимательской деятельности, помимо отношений внутри организации, затрагивает и отношения с конкурентами, правовые нормы и оказывает значительное влияние на отношение организации с государством. Все отношения, так или иначе подверженные влиянию предпринимательской культуры, наиболее полно раскрываются его определением, которое гласит, что культура предпринимательской деятельности – это система сложившихся принципов и методов осуществления предпринимательской деятельности.[4] Культура предпринимательства регулируется не только государственными законами, но и нормами морали и этики, а также нормами поведения и обычаями ведения бизнеса.[4] Наиболее важными составляющими предпринимательской культуры являются:

1. Общечеловеческие – нравственность, мобильность, адаптивность. Трудовая деятельность;

2. Традиционные – семья, традиции, привычки, свобода;

3. Личностные ценности. Личностные ценности руководителя и самого предприятия не всегда совпадают, так как они формируются преимущественно в процессе ведения деятельности и могут передаваться следующим поколениям.

Как и всякая культура, культура предпринимательской деятельности выполняет несколько функций:[5]

1. Функция социальной памяти;
2. Нормативно – регулятивная;
3. Интеграционная функция;
4. Коммуникативная;
5. Созидательная;
6. Селекционная.

Функция социальной памяти, нормативно-регулятивная и интеграционная функция считаются самыми важными в виду масштабности их влияния на экономику страны.

Функция социальной памяти обеспечивает накопление имеющихся знаний и опыта. Результатом выполнения данной функции можно считать сохранившиеся моральные, экономические и политические ценности, зародившиеся еще в дореволюционный период. Следовательно, за предпринимательскую культуру, которую можно наблюдать в настоящее время, общество обязано именно функции социальной памяти.

Нормативно – регулятивная функция обеспечивает соблюдение не только правовых норм, но и норм «поведения» в процессе осуществления предпринимательской деятельности, побуждая оценивать последствия каждого решения под страхом общественного осуждения.

Интеграционную функцию по праву можно назвать одной из наиболее важных. На уровне всего общества данная функция обеспечивает его сплоченность, единство, развивает чувство принадлежности к одной нации. Для предприятий данная функция имеет особое значение, т.к. способствует их объединению и слаженным действиям против конкурентов. Негативной чертой данной функции можно считать чрезмерное увеличение этих объединений, т.е. появление монополий.[5]

Культура предпринимательской деятельности. Источник: интернет ресурс [5]

Классифицировать культуру предпринимательства можно по различным признакам: по сферам деятельности различают экономическую, политическую, нравственную и т.д. По сферам занятости – банковская, финансовая, посредническая и т.д. [5] Структура предпринимательской деятельности в РФ имеет очень сложную структуру. В наиболее подробном виде структура предпринимательства представлена на рисунке.

Следует также упомянуть понятие «национальная культура предпринимательства». В каждой стране сложился свой подход и свои способы ведения бизнеса. Каждая национальная культура уникальна и многогранна, име-

ет свои особенности и тонкости, т.к. сформировались в разных условиях и в разное время. Однако сейчас, в эпоху глобализации, национальные культуры переживают не лучшее время. Субъекты предпринимательства, получив возможность взаимодействовать с потребителями и партнерами в разных точках мира, постепенно вырабатывают единую культуру ведения бизнеса, что негативно сказывается на национальные культуры. В сложившейся ситуации большое значение приобретает функция социальной памяти общества, как одного из немногих методов сохранения уникальных видов предпринимательских культур.

Библиографический список

1. <https://blog.taskque.com/characteristics-good-leaders>.
2. <https://www.volarisgroup.com/blog/article/fostering-an-entrepreneurial-culture-within-your-organization>.
3. <https://hundred5.com/blog/recruitment-strategies>.
4. https://elibrary.ru/download/elibrary_36742012_33894936.
5. <https://cyberleninka.ru/article/v/suschnost-struktura-i-funktsii-kultury-predprinimatelstva-v-sovremennom-rossiyskom-obschestve-metodologicheskiiy-aspekt>.