

УДК 331.104.2

**КУЛЬТУРА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА КАК ФАКТОР УПРАВЛЕНИЯ
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ****CULTURE OF ENTREPRENEURSHIP AS FACTOR OF MANAGEMENT
OF SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT**

©Глущенко В. В.

д-р техн. наук

г. Москва, Россия, glu-valery@yandex.ru

©Glushchenko V.

Dr. habil.

Moscow, Russia, glu-valery@yandex.ru

©Глущенко И. И.

д-р экон. наук

Российский государственный социальный университет

г. Москва, Россия, преподаvatel-gii@mail.ru

©Glushchenko I.

Dr. habil., Russian State Social University

Moscow, Russia, преподаvatel-gii@mail.ru

Аннотация. Обсуждаются понятия и содержание организационной культуры предпринимательства как фактора социально-экономического развития в условиях кризиса и необходимости повышения конкурентоспособности экономики, обсуждаются функции и роль организационной культуры предпринимательства, исследуются культурные концепции современного российского предпринимательства, способность культуры предпринимательской деятельности влиять на темпы и геополитическую устойчивость национальной экономики в условиях глобального кризиса.

Abstract. It is discussed concepts and content of organization culture of entrepreneurship as factor of social and economic development in the conditions of crisis and need of increase of competitiveness of economy, functions and a role of organization culture of entrepreneurship are discussed, cultural concepts of modern Russian entrepreneurship, a capability of culture of business activity are researched to influence rates and geopolitical stability of national economy in the conditions of world crisis.

Ключевые слова: глобализация, кризис, культура, предпринимательство, функции, роль, управление, экономика, геоэкономика, конкуренция.

Keywords: globalization, crisis, culture, entrepreneurship, functions, role, management, economy, geoeconomy, competition.

Актуальность этой статьи в 2016 году связана с обострением дискуссии о конкурентоспособности российской экономики, необходимости развивать культуру предпринимательства в условиях глобального кризиса с учетом усложнения международных экономических отношений, санкций, создания новых международных экономических альянсов.

Целью настоящей статьи является развитие организационной культуры российского предпринимательства как фактора управления социально-экономическим развитием страны в кризисных условиях.

Для достижения поставленной цели решаются такие задачи:

–исследуется понятие, содержание и специфические черты глобального геополитического кризиса;

–формируется понятие, исследуется сущность культуры предпринимательства;

–исследуются культурологические особенности и факторы развития успешной предпринимательской культуры.

Объект статьи — социально–экономическое развитие.

Предмет статьи — функции и концепции организационной культуры предпринимательства.

В ситуации глобального геополитического кризиса проявляется то, что геополитика в большой степени влияет на предпринимательство и экономику в целом и, наоборот предпринимательская культура влияет на конкурентоспособность экономики. Это в свою очередь влияет на геополитические возможности государства.

В условиях кризиса и структурной перестройки глобальной и национальной экономики на перспективы развития национальной экономики и оценку деятельности отдельных отраслей национальной экономики должен быть более широкий культурологический взгляд.

Привлекательность национальной культуры является фактором, способствующим распространению образа жизни и его материальных атрибутов (артефактов) — товаров в условиях глобализации. С другой стороны, привлекательность национальной культуры способствует созданию благоприятной социальной среды для развития инновационной деятельности, привлечения в экономику или возвращения из-за рубежа высоко квалифицированных специалистов и др. В этом смысле продуктивная культура выступает как побуждающий (императивный) фактор культурного, инновационного, социально–экономического развития.

В 2016 году культуру рассматривают не просто как продукт биологической эволюции, а как ее неотъемлемый элемент, главный механизм адаптации (в том числе экономики) к внешнему миру. Согласно этим взглядам, культура в условиях кризиса представляется как система символов с функцией адаптации, которая может меняться от одного места к другому.

При этом культура в ее культурологическом аспекте, может трактоваться и как нормы поведения. При таком понимании культуры, понятия культуры складывается из следующих трех составляющих:

1. Жизненные ценности, которые обозначают самые важные в жизни понятия и выступают как основа культуры, в том числе культуры предпринимательства (бизнеса).

2. Нормы поведения как структурный элемент культуры предпринимательства отражаются в понятиях «мораль» и «нравственность». Они показывают, как люди могут повести себя в различных ситуациях. В каждой культуре есть наборы правил, описывающих эти нормы. Жесткость таких правил зависит от важности каждой нормы поведения.

Нормы поведения могут быть писанными и неписанными. К неписанным нормам поведения в бизнесе относят обычаи делового оборота. Статья 5 ГК РФ так определяет обычаи делового оборота: «Обычаем признается сложившееся и широко применяемое в какой-либо области предпринимательской или иной деятельности, не предусмотренное законодательством правило поведения, независимо от того, зафиксировано ли оно в каком-либо документе». При этом обычаи, которые противоречат обязательным для участников соответствующего отношения положениям законодательства или договору, не применяются.

3. Артефакты (материальные произведения) представляют собой результаты предпринимательской деятельности, например, трубопровод, мост, самолет, автомобиль, многоэтажное здание, «умный дом» и т. п.

Считают, что при исследовании организационной культуры нужно уделить большое внимание власти и лидерству [1, с. 66].

Важность культуры предпринимательства подтверждается и тем, что, например, по причине важности культуры для международных экономических отношений Торгово–промышленная палата (ИНК) города Дюссельдорфа проводит занятия по изучению

предпринимательской культуры в России. Руководитель Центра компетенций по России Торгово–промышленной палаты города Дюссельдорфа отмечает, что культура является основным питательным элементом стратегии при формировании стратегии развития. Проекты часто срывались из-за непонимания деловой культуры и организационной культуры, включая культуру персонала [2].

Считают, что длительной динамике социального и экономического роста страны может способствовать культура, поощряющая эксперименты и новаторство. При этом национальная культура может уникальным образом благоприятствовать экономическому росту, может служить необходимым предварительным условием для обеспечения экономической и геополитической конкурентоспособности страны в мире [3].

Субъектами социального и экономического развития принято называть государство, бизнес (предпринимательство) и общество.

Статья 2 ГК РФ устанавливает: «...предпринимательской является самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке».

Все выше сказанное дает аргументы для того, чтобы рассматривать развитие культурологии российского предпринимательства как одно из важных направлений научного обеспечения дальнейшего устойчивого социально–экономического развития нашей страны в условиях кризиса.

Известно, что культурология исследует предмет, метод и функции культуры, дает представление о культурных универсалиях и культурном своеобразии общества, раскрывает типы и формы культуры [4].

Логично, что такой экономически, общественно, культурно значимый элемент как предпринимательство (бизнес), наряду с государством и обществом должен иметь свою специфическую культуру и может быть объектом прикладных культурологических исследований.

Метод культурологии предпринимательства являет собой единство объяснения и понимания процессов в предпринимательстве как основе экономики страны. Под культурой предпринимательства будем понимать систему смыслов, имеющих свою внутреннюю логику, которая постигается путем рационального объяснения фактов и процессов бизнеса. Рациональное объяснение представляет собой мысленную реконструкцию культурно–исторического процесса развития предпринимательской деятельности, исходящую из его всеобщей сущности, выделенной и зафиксированной в формах мышления. Это предполагает использование в культурологии идей и методов философии, которую рассматривают как общую методологическую базу культурологии. При этом в качестве гуманитарной дисциплины культурология предпринимательства включает и элемент человеческой субъективности. Поэтому одного объяснения недостаточно для постижения сущности культуры предпринимательской деятельности.

Культурология предпринимательства исследует не только культуру предпринимательства в целом, но и отдельные, в определенной мере специфические сферы (субкультуры) культурной жизни взаимодействия и даже взаимопроникновения в другие дисциплины, занимающиеся изучением различных сторон человеческого общества, государства как части общественной и экономической жизни. Высшим достижением культурологии предпринимательства может стать полнота понимания, позволяющая проникнуть в мир предпринимательства, в частности в культуру предпринимательства и глубже постичь ее составляющие: культуру инвестиций и инноваций; культуру маркетинга; культуру менеджмента; культуру контроля деятельности и др.

Поэтому культура повышения эффективности предпринимательской деятельности может рассматриваться как определенное смысловое ядро целенаправленного воздействия государства, политической элиты и общества, профессорско–преподавательского сообщества

вузов на процесс развития и закрепления в социальной среде и экономике организационной культуры повышения эффективности предпринимательства.

Одним из ключевых принципов развития культуры предпринимательства предлагается признать принцип нахождения и поддержания в этой культуре ее правового характера, социальной и национальной ответственности.

Развитие культурологи предпринимательской деятельности становится все более важным еще и потому, что в системе предпринимательской деятельности (в частности ее правом обеспечении) имеют место достаточно противоречивые процессы и отношения, гармонизировать которые можно на основе некоторого общего понимания смысла процесса и результатов предпринимательской деятельности для государства, экономики, общества. Ускорение темпов научно–технического прогресса (НТП), развитие экономических, технологических и социальных инноваций и их непрерывный характер рождают требования непрерывности и повышения культуры предпринимательской деятельности. В процессе повышения культуры предпринимательства может определенную роль играть и профессиональное образование (далее просто — образование), которое рассматривается как часть национальной инновационной системы и часть культурной системы страны. Трансформация культуры предпринимательства должна быть направлена на повышение экономичности, безопасности, комфортности жизни общества и функционирования государства.

Культурология предпринимательства ориентирована на рассмотрение принципиальных проблем, которые связаны с гуманными и экономическими целями человечества, призвана создавать методическую основу для анализа степени справедливого экономического устройства общества, определять место процесса повышения культуры предпринимательства в структуре элементов развития и устройства экономики и общества.

Культурология предпринимательства должна быть ориентирована на осмысление и достижение соответствующих перспектив развития национальной экономической системы, задач государства в сфере повышения качества культуры и эффективности предпринимательства, определять характер взаимосвязи культуры предпринимательства и характера, культуры развития национальной инновационной системы.

Культурология предпринимательства должна определить взаимосвязь и соотношение предпринимательства, науки и образования с точки зрения их влияния на темпы научно–технического прогресса (НТП) и темпы экономического развития нашей страны, развитие общества.

Культурология предпринимательства может исследовать и вопрос и о том, как изменится культура отношений предпринимателей, государства, потребителей в процессе развития экономики.

В структуру культурологи предпринимательства входит и исследование проблем изменения субкультуры отношений внутри бизнес–сообщества, предпринимателей и наемных работников, предпринимателей и инвесторов, предпринимателей и инноваторов, предпринимателей и потребителей их товаров и услуг.

В структуру культурологии предпринимательства должно включить и философское осмысление того, каким может быть и будет культурный механизм, субкультура влияния работодателей на формирование учебных программ и методик, контроль качества высшего образования.

Структурным элементом культурологи предпринимательства должен стать и общий взгляд на содержание и роль субкультуры механизма контроля качества предлагаемых товаров или оказываемых услуг со стороны общества, государства, рынков.

Культурология предпринимательства как прикладное направление культурологи может формироваться коллективными усилиями как профессиональных культурологов, философов, так и практиками, работающими в сфере государственного управления, объединениями предпринимателей, потребителями, обществом в целом.

Научная культурология и философия предпринимательства тесно связаны. При этом научную культурологию и философию отличает то, что предмет изучения научной философии включает не только науку, но и всю культуру. Научную философию характеризуют как осознание человеком основ той культуры, которой он живет, и более того, как «самосознание культуры в человеке» [5].

Культура предпринимательства должна быть направлена и на обеспечение свойства инклюзивности предпринимательства. Культурным принципом инклюзивного предпринимательства должно стать обеспечение равного доступа к возможности предпринимательства для всех экономически активных членов общества с учетом разнообразия особых предпринимательства потребностей и индивидуальных возможностей к предпринимательству членов общества, например, путем снижения административных барьеров в бизнесе. Этот принцип имеет важное значение потому, что на относительное (к численности населения) количество предпринимателей в нашей стране невелико.

Культура повышения эффективности предпринимательства одновременно выступает и культурой развития инноваций. Под инновациями в предпринимательстве условимся понимать любые изменения в принятых организации, методике, технологии предпринимательства, а также изменения в методах оценки эффективности предпринимательства, организационной культуры предпринимательства.

В процессе развития культуры предпринимательства нужно учитывать участие в этом процессе образования, которое выступает как структурный элемент национальной инновационной системы. Национальная инновационная система представляет собой комплекс взаимосвязанных институтов, который используется для создания, хранения и передачи знаний и навыков [6]. В целях повышения эффективности использования знаний национальной инновационной системой предложено назвать совокупность взаимосвязанных организаций (институтов), которая предназначена для создания, эффективного использования в ходе инновационной деятельности, хранения и передачи знаний и навыков [7].

При развитии культуры предпринимательства, культуры инноваций в предпринимательстве нужно учитывать, что в начале 21 века при участии государств ЕС, государственных и частных корпораций, институтов гражданского общества формируют для успешного развития инновационной предпринимательской деятельности технологические платформы. Технологические платформы — это добровольное объединение государственных органов, корпораций, вузов, организаций малого бизнеса, отдельных специалистов, представителей научно-технической общественности в интересах выпуска определенной инновационной продукции [7]. Это меняет культуру национальной предпринимательской и инновационной систем в смысле их большей открытости и направленности на удовлетворение общественных потребностей, а не, на достижение цели максимизации текущей прибыли бизнесом.

Кроме того, возможно изменение акцентов в субкультуре предпринимательства и замещение императивного государственного управления процессом государственно-частного партнерства культурой коллективного (государственного, предпринимательского, общественного) регулирования процесса предпринимательства с участием общества.

При этом вузовское образование рассматривается как функциональный элемент национальной инновационной системы, который участвует во всех этапах функционирования национальной инновационной системы: создания, использования, хранения и передачи знаний и навыков. Следовательно, должна существовать субкультура интеграция науки, образования и практики в процессе повышения культуры предпринимательства, которая должна учитывать специфику современного этапа научно-технической революции и постиндустриальной глобализации. Повышение уровня культуры студентов в процессе их высшего образования, придание образованию инновационного характера может положительно сказаться на культуре предпринимательства, темпах

развития науки и, что особенно важно, на повышении социально-экономической эффективности предпринимательства, науки, образования.

Положительное влияние на культуру предпринимательства может оказать повышение качества образования, создание научных, технологических и образовательных платформ, интеграции в процессе вузовского образования практики, науки и образования. В рамках таких платформ и сообществ будет формироваться своя открытая предпринимательская субкультура.

В силу того, что практика, наука и образование проникают и взаимосвязаны со всеми элементами функционирования современной экономики и общества необходим системный подход в культуре интеграции практики, науки и образования.

Субкультура интеграция практики, науки и образования в рамках культуры предпринимательства должна рассматриваться как важный элемент процесса повышения культуры предпринимательства. В рассматриваемой культуре интеграции науки-практики-образования в рамках культуры предпринимательства могут быть выделены ряд аспектов. Несомненно, что интеграция науки-практики — образования в рамках культуры предпринимательства требует изменения в концепции и субкультуре деятельности как в инновационной, научной сферах, так и в сфере предпринимательства.

Культура предпринимательства, его стратегической национальной и социальной ответственности пред государством и гражданским обществом должна обладать такими чертами: быть стратегически ориентированной концепцией разрешения научных проблем развития предпринимательства оптимальным для государства и общества способами; поощрять развитие свободной конкуренции предпринимательства; содержать маркетинговые предпринимательские элементы, в частности признавать необходимость более полного удовлетворения потребностей потребителей (покупателей).

Будем учитывать, что организационная национальная предпринимательства культура основывается и тесно связана в своем развитии с философией предпринимательства.

Организационной культурой называют уникальную совокупность норм, ценностей, убеждений, образцов поведения, которые определяют способ объединения групп и отдельных личностей в организацию для достижения организационных целей [9]. По аналогии определим, что культура предпринимательства включает набор наиболее важных постулатов, которые принимаются предпринимателями, менеджментом, бизнес-сообществом, и находят свое отражение в заявленных политической и бизнес-элитой как организацией ценностях образования, которые задают сотрудникам государственных органов и акторам национальной экономики ориентиры их поведения и действий по повышению качества образования, которые передаются через символические средства духовного и материального вида внутри организационного общения.

Для понимания сущности организационной культуры (или субкультуры — далее просто культуры) в сфере предпринимательства нужно сформулировать ее функции и роли.

Охранная функция культуры предпринимательства включает национальную систему ценностей, норм и правил, принятых в национальной политике и экономике, которые являются барьером для имплементации нежелательных тенденций и отрицательных ценностей из внешней среды, например, приоритет национальных геополитических интересов над стремлением к прибыли отдельных экономических субъектов (назовем это положение гипотезой национальной ответственности сообщества предпринимателей).

Культура предпринимательства в своей интегрирующей функции состоит в том, что единая система предпринимательства, его ценностей позволяет каждому актору (субъекту) предпринимательского процесса считать себя частью единого целого и определить свою роль и ответственность, развивает чувство общности, помогает сплачивать акторов экономики, формирует оригинальный имидж национальной предпринимательской системы как части геоэкономики страны.

При этом под геополитической экономикой (геоэкономикой) можно понимать такую экономику, которая ориентирована на достижение определенных перспективных геополитических целей государства [10].

Регулирующая функция культуры предпринимательства заключается в том, что такая культура формирует и контролирует поведение членов предпринимательского сообщества, организаций с использованием норм, стандартов, правил (в том числе обычаев делового оборота — неписаных правил), задает однозначность и упорядоченность в процессах предпринимательской деятельности.

В культуре предпринимательства ее замещающая функция проявляется в том, что она способна замещать формальные механизмы и отношения в предпринимательской среде на неформальные механизмы, экономя тем самым на издержках управления и снижая риск процесса предпринимательства в национальной экономике.

Адаптивная функция культуры предпринимательства открывает возможность новым экономическим акторам усвоить и соблюдать правила поведения в области предпринимательства, снижает риск отторжения новых акторов по причинам нарушения этикета и правил поведения в предпринимательстве, усиливает преданность предпринимательских организаций национальным интересам в области экономики.

Образовательная и развивающая функции организационной культуры предпринимательства позволяют поднимать общий уровень культуры предпринимательства, тем самым повышая компетентность политических и экономических акторов в интересах повышения эффективности культуры предпринимательства.

Функция управления качеством культуры предпринимательства определяет качество условий работы, рабочей среды, микроклимата, которые в свою очередь определяют качество и результат предпринимательского процесса, рыночных отношений.

В культуре предпринимательства должна существовать и функция достижения баланса между корпоративными ценностями и ценностями внешней среды предпринимательства, приспособления организации к интересам государства, экономики и нуждам общества.

Современный подход в культуре предпринимательства должен быть ориентирован на внесение в процесс предпринимательства новизны, связанной с особенностями динамики развития соответствующей сферы предпринимательства, спецификой технологий и бизнес-процессов, потребностями личности, спецификой требований к персоналу работодателей, общества и государства. Все это нужно учитывать в процессе выработки у персонала организаций навыков научных исследований, эффективного использования знаний, отношений и опыта профессионального поведения предпринимателей.

Важнейшим элементом культуры предпринимательства может стать обратная связь предпринимателя с вузами, посредниками, потребителями товаров и услуг. Такая обратная связь позволяет предпринимателю выяснить потребности практики, реакцию участников рыночных отношений на факты экономической действительности, увидеть достоинства и недостатки организации и реализации бизнес-проектов.

Оценивая дальнейшие перспективы развития культуры предпринимательства как направления гуманизации в экономике, повышения эффективности функционирования научных и технологических платформ и качества образования необходимо учитывать, что существенное влияние на формирование характера современной интеграции практики, науки и образования могут быть оказаны со стороны:

–государственной философии, культуры, идеологии, политики в сферах предпринимательства, образования, инновационной промышленной, научной деятельности;

–изменяющихся потребностей практики, философии и культуры деловых кругов в сфере экономики в связи с развитием высоких технологий и инновационной деятельности на уровне инновационно активных предприятий;

–изменение форм и культуры современного предпринимательства и труда, включая выполнение работ на дому (вне офиса) и частичная занятость персонала;

–развитие в рамках культуры предпринимательства культуры инноваций, информационных и интеллектуальных технологий;

–культурные, социальные, экологические и технологические тенденции, влияющие на организационную культуру предпринимательства в условиях глобального развития, информационных технологий, развития клипового мышления у персонала и др.

В рамках культуры предпринимательства важное место должно принадлежать культуре измерения и объективной оценки компетенции персонала, культуре мотивации и стимулирования персонала организаций бизнеса. Такая оценка компетенции персонала имеет большое значение и в реализации образовательной и развивающей функции организационной культуры предпринимательства и организации реальной экономики (бизнеса), обеспечения социальной и экономической конкурентоспособности организации. Это положение отражает то, что в процессе функционирования организаций реальной экономики (включая инновационные проекты) происходит интеграция различных видов ресурсов, осуществляется материализация компетенции участников проекта в виде показателей конкурентоспособности получаемых в результате создания и производства инновационных проектов новых товаров и услуг. При этом культура предпринимательства прямо и непосредственно влияет на культуру ведения конкуренции организацией, темпы роста ВВП в условиях выхода из глобального кризиса.

Одним из направлений в культурологии предпринимательства выступает общественно–историческое направление, которое может рассматривать специфику культуры предпринимательства сквозь призму развития общественно–исторических экономических и общественных типов культуры.

В рамках общественно–исторического направления культурологии предпринимательства в современной культуре бизнеса нашей страны могут быть выделены такие управленческие субкультуры предпринимательства.

Субкультура либерального предпринимательства Милтон Фридман определил как роль бизнеса (деятельности, дела), состоящую в «использовании его энергии и ресурсов в деятельности, направленной на увеличение прибыли при условии, что он придерживается правил игры ... и участвует в открытой конкурентной борьбе, не прибегая к мошенничеству и обману» [11; 12, с. 117].

При стремлении к максимизации прибыли может возникать соблазн обеспечить финансовую эффективность бизнеса простейшим путем, путем сокращения затрат на процесс производства, например, путем интенсификации труда или снижения оплаты труда персонала, что порождает риск снижения качества продукции и услуг, повышает риски потребителей и общества в целом. Кроме этого возникает демографический риск для страны. Такая точка зрения соответствует либеральному взгляду на экономику. Ее непременным условием является наличие «правил игры» — устоявшихся и исполняемых норм права, социальных и моральных норм. В переходный период это основное условие либерального менеджмента часто объективно отсутствует по причине неразвитости законодательства.

Главную идею субкультуры социально ответственного предпринимательства выразил Кит Дэвис, указав, что бизнес обязан быть активно социально ответственным по причине «железного закона ответственности». Он утверждал, что «в долговременной перспективе те, кто не пользуется властью в таком направлении, каковое общество считает ответственным, эту власть потеряет» [11; 12, с. 117]. Концепция социально–этического менеджмента соответствует социально ответственной культуре предпринимательства [12, с. 118]. Отличие социально–этического менеджмента от социальной ответственности менеджмента состоит в определении недопустимых состояний и прямом декларировании необходимости избегать нанесения недопустимого ущерба участникам рынка, подтвержденном на уровне разработки критериев и специальных алгоритмов принятия конкретных управленческих решений.

Однако, в условиях геополитического глобального кризиса и резкого роста геополитического риска, приоритетной должна стать концепция национальной ответственности в культуре предпринимательской деятельности. Геополитическая (национальная) ответственность субъектов бизнеса (корпорации и др.) состоит в обеспечении

долговременными источниками существования населения государства, с учетом не снижающегося уровня технологий деятельности, качества, условий и оплаты труда. Национально ответственные организации должны понимать, что вывод капитала из государства, отказ от инновационной и инвестиционной деятельности фактически означают отказ от продолжения деятельности с некоторым временным лагом, повышают геополитический риск государства и риски политический, социально–экономической дестабилизации, повышают риск сокращения численности населения, определяющим образом влияют на демографическую проблему в современной России [13, с. 205].

При этом развитие геополитической экономики, активизация инновационной и инвестиционной деятельности корпораций, относящихся к ядру геоэкономики может потребовать изменения роли ряда структурных элементов национальной экономики:

–коммерческие банки от оффшорной деятельности, выстраивания «схем», выполнения ролей по минимизации налогообложения должны перейти к роли «мозгового центра» инновационной и инвестиционной деятельности корпораций, центра управления рисками;

–вузы должны стать методическими центрами развития инноваций и культуры национальной ответственности бизнеса с учетом специфики отраслей в условиях кризисного состояния академий наук и др.

Одним из наиболее эффективных инструментов государственного управления развитием национальной геополитической экономики может быть разработка стратегий развития [14, с. 61]. Культура развития национально ответственного предпринимательства должна предусматривать активное участие предпринимательского сообщества в процессе стратегического планирования развития национальной экономики и социальной сферы.

При развитии национально ответственного бизнеса нужно учитывать, что основным инструментом этой финансовой культуры в предпринимательстве выступает финансовая политика как «совокупность мероприятий по целенаправленному формированию, организации и использованию финансов для достижения целей предприятия» [15, с. 5].

Отправной точкой культуры национально ответственного финансового менеджмента в предпринимательстве должно стать рассмотрение организаций бизнеса не только как некоторого актива (который должен быть самокупаемым), но и как элемента национальной геоэкономической структуры. Для организаций национально ответственной геополитической экономики требование максимизации текущей прибыли не может быть доминирующим. Дополнительно нужно учитывать, что эксперты обращают внимание на то, что цели организации в области качества продукции и услуг весьма трудно формализовать.

Частью субкультуры финансового менеджмента в предпринимательстве может быть налоговая субкультура предпринимательства [16, с. 12], включая субкультуру минимизации ведения оффшорного бизнеса со специальными территориями с пониженным налогообложением.

В процессе выхода из глобального кризиса ряд экспертов считает, что будет развиваться гуманистическое направление в экономике и, соответственно, в предпринимательстве, как части экономики. В связи с этим крайне важно осуществить в рамках гуманистической культуры предпринимательства интеграцию всех этих трех видов субкультур (концепций) в управлении бизнес–процессами в интересах дальнейшей гуманизации экономики, повышения степени направленности экономики на интересы человека.

Ролью развития культуры предпринимательства можно признать повышение устойчивости и темпов социально–экономического развития страны, укрепление геоэкономических позиций государства и общества.

В статье обсуждаются культура предпринимательства и культурологические аспекты предпринимательской деятельности, предложены трактовки понятия и содержания культуры предпринимательства, рассматриваются структурные аспекты этой культуры, рассмотрены концепции культуры предпринимательства, развивается концепция национально ответственной культуры российского предпринимательства, результаты статьи могут быть полезны в процессе развития культурологи предпринимательства и организационной

культуры организаций бизнеса с учетом влияния на этот процесс научно–технического прогресса, государства, организаций гражданского общества, процессов гуманизации экономики в условиях глобального кризиса.

Список литературы:

1. Глущенко В. В. Политология: системно–управленческий подход. М.: ИП Глущенко В. В., 2008.
2. Knitterscheidt K. Business–Knigge auf Russisch. Режим доступа: <http://inosmi.ru/russia/20150401/227228091.html> (дата обращения 12.06.2016).
3. Бжезинский З. Великая шахматная доска. Господство Америки и его геостратегические императивы. М.: Международные отношения, 2003.
4. Кравченко А. Культурология. М.: Проспект, 2015.
5. Алексеева И. Ю. Научная философия как «культурная система» (О Владимире Николаевиче Ивановском и его идеях) // Вопросы философии. №11. 2012. С. 3–10.
6. Семенова А. Проблемы инновационной системы России // Вопросы экономики. 2005. №11. С. 145–150.
7. Глущенко В. В., Глущенко И. И. Система инноваций: стратегия развития // Стратегия России. 2015. №4. С. 61–76.
8. Густап Н. Н. Европейские технологические платформы: понятие, история создания, характеристика // Известия Томского политехнического университета. 2012. №6. Т. 321.
9. Грошев И. В. Организационная культура. 2-е изд. перераб и доп. М.: ЮНИТИ–ДАНА, 2013, С. 19–21.
10. Глущенко В. В. Стратегический подход к развитию национальной геополитической экономики // Тренды и управление. 2015. №3. С. 265.
11. Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента / пер. с англ. М.: Дело, 1993. 702 с.
12. Глущенко В. В., Глущенко И. И. Разработка управленческого решения. Прогнозирование–планирование. Теория проектирования экспериментов. Железнодорожный: Крылья, 2000.
13. Глущенко В. В. Риски инновационной и инвестиционной деятельности в условиях глобализации. Железнодорожный: Крылья, 2006. 230 с.
14. Глущенко В. В., Глущенко И. И. Геополитическая экономика. М.: Глущенко Валерий Владимирович, 2016. 116 с.
15. Лихачева О. Н., Щуров С. А. Долгосрочная и краткосрочная финансовая политика предприятия / под ред. И. Я. Лукасевича. М.: Вузовский учебник, 2008.
16. Надточий Е. В. О понятии налоговой культуры общества // Налоги и налогообложение. 2012. №4. С. 12–17.

References:

1. Glushchenko V. V. Politologiya: sistemno–upravlencheskii podkhod. Moscow, IP Glushchenko V. V., 2008.
2. Kevin Knitterscheidt. Business–Knigge auf Russisch. Available at: <http://inosmi.ru/russia/20150401/227228091.html>, accessed 12.06.2016.
3. Bzhezinskii Z. Velikaya shakhmatnaya doska. Gospodstvo Ameriki i ego geostrategicheskie imperativy. Moscow, Mezhdunarodnye otnosheniya, 2003.
4. Kravchenko A. Kulturologiya. Moscow, Prospekt, 2015.
5. Alekseeva I. Yu. Nauchnaya filosofiya kak “kulturnaya sistema” (O Vladimire Nikolaeviche Ivanovskom i ego ideyakh). Voprosy filosofii, no.11, 2012, pp. 3–10.
6. Semenova A. Problemy innovatsionnoi sistemy Rossii. Voprosy ekonomiki, no. 11, 2005, pp. 145–150.
7. Glushchenko V. V., Glushchenko I. I. Sistema innovatsii: strategiya razvitiya. Strategiya Rossii, 2015, no. 4, pp. 61–76.

8. Gustap N. N. Evropeiskie tekhnologicheskie platformy: ponyatie, istoriya sozdaniya, kharakteristika. Izvestiya Tomskogo politekhnicheskogo universiteta, 2012, no. 6, v. 321.
9. Groshev I. V. Organizatsionnaya kultura. 2-e izd. pererab i dop. Moscow, YuNITI–DANA, 2013.
10. Glushchenko V. V., Strategicheskii podkhod k razvitiyu natsional'noi geopoliticheskoi ekonomiki. Trendy i upravlenie, 2015, no. 3. p. 265.
11. Meskon M. Kh., Albert M., Khedouri F. Osnovy menedzhmenta: per. s angl. Moscow, Delo, 1993, 702 p.
12. Glushchenko V. V., Glushchenko I. I. Razrabotka upravlencheskogo resheniya. Prognozirovanie–planirovanie. Teoriya proektirovaniya eksperimentov. Zheleznodorozhnyi, Krylya, 2000.
13. Glushchenko V. V. Riski innovatsionnoi i investitsionnoi deyatel'nosti v usloviyakh globalizatsii. Zheleznodorozhnyi, Krylya, 2006, 230 p.
14. Glushchenko V. V., Glushchenko I. I. Geopoliticheskaya ekonomika. Moscow, Glushchenko Valerii Vladimirovich, 2016, 116 p.
15. Likhacheva O. N., Shchurov S. A. Dolgosrochnaya i kratkosrochnaya finansovaya politika predpriyatiya / pod red. I. Ya. Lukasevicha. Moscow, Vuzovskii ucheb'nik, 2008.
16. Nadtochii E. V. O ponyatii nalogovoi kultury obshchestva. Nalogi i nalogooblozhenie, 2012, no. 4, pp. 12–17.

*Работа поступила
в редакцию 03.07.2016 г.*

*Принята к публикации
07.07.2016 г.*