

УДК 658.114.8.012.46 (470.53-25)

Лепихин В.В., Фукалова Ю.С.

Пермский национальный исследовательский политехнический университет

ПРЕДПОСЫЛКИ ФОРМИРОВАНИЯ ДЕЛОВОЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ КУЛЬТУРЫ НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОРОДА ПЕРМИ

V. Lepikhin, Yu. Fukalova

Perm National Research Polytechnical University

PRECONDITIONS OF FORMING BUSINESS ENTERPRISE CULTURE BY EXAMPLE OF PERM CITY ENTERPRISES

Аннотация. Рассмотрено состояние деловой предпринимательской культуры на примере Пермского края. Сопоставлены представления о «культуре предпринимательства» в современной научной литературе и выделены её существенные признаки. Проведен анализ динамики субъектов предпринимательской деятельности в России и ее особенностей в Пермском крае. Представлены результаты анкетирования менеджеров предприятий г. Перми по системе вопросов о личной оценке ими различных аспектов деловой среды в организациях по месту работы. Количественная обработка результатов опроса позволила выявить ряд общих проблем деловой предпринимательской культуры на предприятиях Перми и наметить направления ее совершенствования.

Ключевые слова: предпринимательство, деловая культура, факторы предпринимательской активности, субъект предпринимательства, Пермь.

Abstract. The article considers business enterprise culture as a factor of enterprise environment development. The authors review the concepts of «business culture» in academic literature and identify its essential signs. The analysis has been made of the dynamics of business activity in Russian in general and in Perm in particular. A survey has been conducted among the Perm enterprise managers who presented their views on business environment at their working places. The survey results revealed some common problems of business enterprise culture, which allows the authors to make some recommendations about improving the situation in the city of Perm.

Key words: business, business enterprise culture, factors of enterprise activity, subjects of business, Perm.

В современной системе хозяйственных отношений предпринимательство является важным фактором развития национальной экономики и её структурных звеньев – промышленных предприятий. С точки зрения исследователей феномена предпринимательства Р. Кантильона, Ф. Уокера, Д. Маклелланда, П. Друкера, Й. Шумпетера, оно собственно является одной из форм проявления общественных отношений, поскольку создает благоприятную среду для практической реализации способностей и талантов каждого индивидуума. Общепринятым является следующее определение [1, с. 294]: «Предпринимательство – инициативная самостоятель-

ная деятельность граждан, направленная на получение прибыли или личного дохода, осуществляемая от своего имени, под свою имущественную ответственность или от имени и под юридическую ответственность юридического лица». Такая формулировка закреплена в России законодательно, в частности в Гражданском кодексе Российской Федерации (часть первая, ст. 2, п. 1). Постепенно само «предпринимательство» в трудах отечественных ученых, которые занимаются этой проблемой, стало выделяться в отдельный институт, функционирование которого определяется эффективностью формальных и неформальных норм и правил.

Анализ динамики численности субъектов предпринимательства в Российской Федерации и Пермском крае свидетельствует о том, что в целом по России наблюдается отрицательная динамика.

Количество субъектов предпринимательства (индивидуальных предпринимателей и юридических лиц) сократилось на 35,8% в 2011 г. по сравнению с 2005 г. Численность предпринимателей, осуществляющих свою деятельность в Российской Федерации по сравнению с 2006 г. постепенно сокращается под влиянием изменений законодательной и налоговой базы по осуществлению предпринимательской деятельности. Но в Пермском крае наблюдался за тот же период хотя и незначительный, но рост их количества на 14% (см. рисунок) [7, с. 248]. Основная доля деловой активности предпринимателей приходится на краевой административный центр – город Пермь, по состоянию на 01.01.2012 г. в самом городе Перми действует 78 022 субъектов предпринимательства, что составляет 105,57% к показателю на начало 2011 года [2].

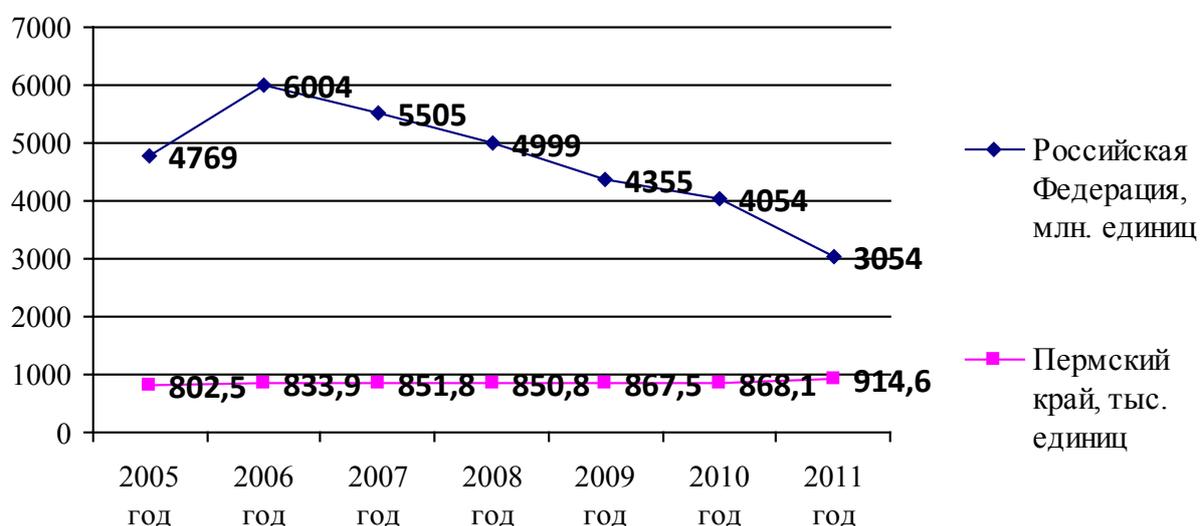


Рис. Динамика численности субъектов предпринимательства в Российской Федерации и Пермском крае

В Пермском крае и непосредственно в городе Перми можно выделить следующие факторы, влияющие на увеличение количество предпринимателей:

– влияние научно-технологического прогресса, который создает более совершенную технику для индивидуального использования;

– усложнение и разнообразие общественных потребностей, стимулирующих гибкость и скорость реакции производства на спрос;

– целенаправленная политика государства в развитии среднего и малого бизнеса;

– культурные обычаи и нравственные устои жителей Пермского края и города Перми (свой вклад в эту специфику вносит разнообразие национального состава Пермского края, хотя преобладает русское население (83,16%), наличие как традиционных, так и новых религиозных направлений (по данным Росстата, в 2012 г. зарегистрировано больше 20 вероисповедований) [10].

В Пермском крае и городе Перми важнейшим фактором социально-экономического и политического развития являются взаимоотношение экономики и культуры, которое находит свое выражение в таких сферах, как искусство, ценности, пристрастия жителей Пермского края и т.п. При этом для значительной части населения это выражение имеет экономическое содержание: форму товара, услуги, работ самокупаемого и прибыльного вида. Так, если ранее многие художники осмыслили свою работу как нечто капиталоемкое, но не функциональное, то сегодня эти произведения искусства выполняют роль источника прибыли или стимулирующего

экономического фактора. Остановимся более подробно на анализе последнего фактора. Культура и обычаи людей относятся, как известно, к категории неформальных норм и правил, влияющих на эффективность экономики. При этом влияние неформальных норм порой оказывается более существенным, по сравнению с формальными (законодательной базой). Как справедливо отмечают О.И. Опалева и Ю.В. Черенкова, «все чаще экономисты отмечают то внимание, которое предприниматели уделяют воздействию на их деятельность институциональных и других нерыночных факторов, принимаемых ими во внимание при организации и ведении бизнеса» [5, с. 28]. Культура населения как-бы «живет» в объектах социально-культурного назначения Пермского края [3, с. 56].

Особый интерес представляет предпринимательский тип культуры. По мнению немецкого психолога Рольфа Рюттингера, «культура предпринимательства – это система совместно вынашиваемых и реальных убеждений и представлений о ценностях» [8, с. 52]. В.В. Томилов понимает под культурой ведения предпринимательской деятельности «комплекс взаимодействующих факторов, включающих опыт прошлого и настоящего, структурные характеристики, взгляды руководителей, правила и нормы хозяйственного поведения конкретной фирмы» [9, с. 103]. В.Г. Макеева считает, что культура предпринимательства «представляет собой систему ценностей, смыслов, символов, знаний, традиций, обеспечивающих мотивацию и регуляцию предпринимательской деятельности, определяющих

форму ее осуществления, а также восприятия ее обществом» [4, с. 75]. Несмотря на множество определений и подходов к анализу предпринимательской культуры, в её определениях можно выделить две группы существенных признаков. Первую составляет совокупность принципов ведения предпринимательской деятельности в соответствии с нормативно-правовой базой государства, обычаями и сложившимися традициями, а также нормами делового поведения; вторая включает признаки «технологического» свойства, так как по своим основным чертам предпринимательская культура является аналогом профессиональной культуры.

Формирование предпринимательской культуры зависит от деятельности самих предпринимателей, а также от предпринимательской этики, делового этикета и многих других элементов, в целом составляющих такое понятие, как культура. Н.В. Проказиной отмечается тот факт, что в целом имеется неясность в изменениях и переходах человечества от современного состояния к будущему, что создает большую неопределенность. В этой неопределенности общество находит пути, опираясь на культуру, потому что другие отличия (производственные, ресурсные) постепенно стираются в ходе глобализации. В итоге в условиях упрощения коммуникаций остаётся фактически одно культурное отличие. Успехи и неудачи развития больше, чем раньше, будут определяться культурой [6, с. 105]. В последние годы в Пермском крае и Перми устройство общественных отношений усложняется, а роль культурных факторов выходит на первый план даже в предпринимательских отношениях.

С целью изучения предпосылок формирования деловой предпринимательской культуры на предприятиях города Перми авторами было проведено анкетирование менеджеров ряда предприятий. Результаты анкетирования показали, что *основной экономической целью организации* большинство респондентов (70%) указали максимизацию прибыли предприятия. Остальные ответы распределились следующим образом: доминирование фирмы на рынке – 40% и завоевание новых сегментов рынка – 20%, повышение качества продукции и максимизация заработной платы сотрудников – по 10%. *Основной социальной целью организации* с точки зрения опрошенных является материальное обеспечение сотрудников (50% респондентов), предоставление сотрудникам возможностей личностного роста (30%), создание благоприятного климата в организации (30%) и привлечение молодых специалистов (10%).

На вопрос *о наличии особых ценностей и норм в организации* респонденты выделили веру в успех организации, в руководство – 40%; разделяемые всеми понятия добра и зла, насилия или агрессии – 30%; лояльность и целостность коллектива – 30%; дух единства – 30%; отождествление себя с организацией – 20%. Из *основных принципов найма* 70% респондентов отметили личные связи, знакомства, рекомендации. Только 10% респондентов считают, что предприятия при наборе сотрудников пользуются услугами службы занятости. На вопрос *об основных критериях выбора на руководящие должности* более 50% опрошенных респондентов назвали

стаж работы или образование; 20 % – личные заслуги перед руководством; 10 % – семейное положение.

На вопрос, что является основным источником конфликтов, респонденты отметили противоречия и разногласия между подразделениями, отделами по поводу выполняемых функций – 40%; недостаточную заработную плату – 30%; непонимание целей организации и своей роли в ней; межличностные отношения; несоответствующая должности нагрузка – по 20%. При этом 80 % считают, что участие руководства в решении конфликтов обязательно, необходимо централизованное решение проблем. Другие ответы распределились следующим образом: сотрудники сами решают внутренние конфликты, без привлечения руководства – 20%; производственные конфликты решаются совместно – 10%; необходимы поиски компромиссов – 10%; замалчивание конфликта или желание избежать его во что бы то ни стало – 10%.

Основным способом мотивирования в организации, как считает 50 % респондентов, является поощрение в денежной форме, а 20% отметили отсутствие незапланированного мотивирования. Перевод на более высокие должности, предоставление вознаграждений в виде отгулов и путевок на оздоровительное и курортное лечение, вынесение благодарностей от руководства – 10% соответственно. На вопрос, как оценивается работа в организации, в которой работает респондент, ответило, что открыто производится менеджерами или иными уполномоченными лицами – 40%; не является объектом тщательного изучения – 40%. Развитие работни-

ков и обучение осуществляется за счет самообразования во вне рабочее время (30%), с помощью проведения различных тренингов (30%), на курсах повышения квалификации, за счет предприятия или с помощью проведения регулярных конференций и семинаров (по 10%).

Лидерство в коллективах исследуемых предприятий, по мнению 60% респондентов, определяется на основе наличия авторитета и признания. Остальные ответы указали на обладание реальной властью по отношению к ресурсам, благам, возможностям карьерного роста – 30%; положение в реальной иерархии – 10%. Обязанности распределяются, предписываются и закрепляются за определенными сотрудниками в 50% ответов без учёта индивидуальных особенностей, и только 10 % респондентов отметили, что функции и ответственности в организации определяются в зависимости от личных особенностей. На вопрос, в чём заключается роль руководящего аппарата в организации, 50% считают, что эта роль заключается в выработке ясных и четких инструкций; 30% ответило, что это – осуществление контролирующих функций; по 20% – предоставление работникам возможности делать так, как они считают нужным или в определении приоритетных направлений работы и выработка основных принципов и методов её выполнения.

Оценивая предоставление производственной и организационной информации внутри компании, респонденты отметили, что информация распространяется строго централизованно и дозировано (50%), при этом

40% респондентов отметили хорошую информированность сотрудников. *Информация и данные о ведении деловой активности компании* расцениваются как совместное знание, которое не следует выносить вовне (40%); строго контролируется и доступ к ней ограничен (30%); распространяется открыто (30%). *Характер контактов между сотрудниками* респонденты оценивают как открытый и насыщенный – 40%; формальный – 40%; что контакты ограничены и несущественны считает 20%. На *вопрос о характере контактов между сотрудниками и руководством* большинство респондентов (60%) ответило, что руководители постоянно лично общаются с сотрудниками; что контакты практически отсутствуют – 30%; что предпочтение отдается письменным контактам перед личными – 10%.

Проявление внутреннего настроения, по мнению 40 % респондентов, работники скрывают; но 20% считает, что внешнее проявление мыслей и настроений сотрудников поощряется руководством. *Независимость и творчество* проявляются через индивидуализм по мнению 30%; через сотрудничество – 20%. *Общение работников на общих мероприятиях* практически отсутствует – 40% респондентов и только 10% отмечают постоянное общение. На *вопрос о наличии особых условий на предприятии* ответы выделяют наличие отдельной столовой или кафе – 50%; парковку для автомобилей сотрудников – 50%; комнаты отдыха – 10%.

Результаты исследования позволили сделать ряд выводов. В целом на предприятиях имеются предпосылки для формирования предпринимательской

культуры, но при этом 40% опрошенных менеджеров считают, что коллектив не очень дружный и общение между членами коллектива происходит только во время работы; те же 40% не чувствуют себя полноправными членами организации, скрывают свои чувства и настроение, что может приводить к внутренним конфликтам и вызвать снижение эффективности; характер связей между работниками формальный; стиль управления близок к авторитарному, роль руководителя заключается в выработке инструкций и выполнении функции контроля. Выводы из опросов свидетельствуют о недостатках формирования предпринимательской культуры на исследуемых предприятиях. При этом инициаторами поведения, в основу которого заложены вежливость, тактичность, деликатность, должны стать, в первую очередь, сами менеджеры. Им как и предпринимателям, необходимо соблюдать культуру общения с сотрудниками и компаньонами, не забывать о чувстве меры, доброжелательности, выработать свой цивилизованный стиль поведения, свой благородный образ, тот самый имидж предпринимателя, который гарантирует не только половину успеха, но и постоянное удовлетворение от деятельности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Большой экономический словарь : 24800 терминов / под ред. А. Н. Азрилияна. – 5-е изд., перераб. и доп. – М. : Изд-во Ин-та новой экономики, 2002. – 452 с.
2. Итоги социально-экономического развития Перми / Администрация города Перми [сайт]. URL: http://www.gorodperm.ru/economic/main/strategy/result_of_development/ (дата обращения: 19.07.2013)
3. Лепихина Т.Л., Фукалова Ю.С. Культура как фактор неэкономического развития бизнеса Перм-

- ского края // Приволжский научный вестник. – 2013. – № 2 (18). – С. 54-58.
4. Макеева В.Г. Культура предпринимательства: учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 218 с.
 5. Опалева О.И., Черенкова Ю.В. Предпринимательство как неотъемлемый элемент рыночной экономики и фактор инновационного развития // Вестник МГОУ. Серия «Экономика». – 2009. – № 1. – С. 26-33.
 6. Проказина Н.В. «Социологическая культура». К вопросу о содержании и интерпретации понятия // Социологические исследования. – 2011. – № 7. – С. 103-107.
 7. Российский статистический ежегодник (2011 год) / Федеральная служба государственной статистики [сайт]. URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/b11_13/Main.htm (дата обращения: 16.07.2013 г.)
 8. Рюттингер Р. Культура предпринимательства. – М.: ЭКОМ, 1992. – 240 с.
 9. Томилов В.В. Культура предпринимательства. – СПб: Изд-во «Питер», 2000. – 368 с.
 10. Численность и состав населения Пермского края / Федеральная служба государственной статистики [сайт]. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/demography/# (дата обращения: 16.07.2013 г.)