

Лопаткин Герман Васильевич

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА РОССИЙСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Статья посвящена исследованию экономической культуры современного российского предпринимательства с целью определения его модернизационного потенциала. Оценка такого потенциала становится возможной благодаря подразделению его на организационный, инновационный, правовой и инфраструктурный элементы. Целый ряд исследований, опубликованных в последние годы, содержат характеристики этих элементов, что позволяет нам, сведя их воедино, установить неспособность российского предпринимательского слоя играть ведущую роль в модернизации российской экономики.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/3/2012/9-2/23.html

Источник

Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2012. № 9 (23): в 2-х ч. Ч. II. С. 100-102. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/3.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/3/2012/9-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: voprosy_hist@gramota.net

УДК 316.323

Социологические науки

Статья посвящена исследованию экономической культуры современного российского предпринимательства с целью определения его модернизационного потенциала. Оценка такого потенциала становится возможной благодаря подразделению его на организационный, инновационный, правовой и инфраструктурный элементы. Целый ряд исследований, опубликованных в последние годы, содержат характеристики этих элементов, что позволяет нам, сведя их воедино, установить неспособность российского предпринимательского слоя играть ведущую роль в модернизации российской экономики.

Ключевые слова и фразы: предпринимательская культура; предпринимательская деятельность; экономическая культура; бизнес в России; модернизация; инновации; малый бизнес.

Герман Васильевич Лопаткин*Кафедра философии и политологии**Марийский государственный университет**lk.gn@yandex.ru***ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА РОССИЙСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА[©]**

Предпринимательская деятельность представляет собой процесс организации производства различных благ и доставки их до непосредственного потребителя. Предпринимательская культура содержит в себе основные механизмы и принципы осуществления предпринимательской деятельности, формирующиеся под воздействием социальных, институциональных и иных факторов. Начало современному российскому предпринимательству было положено принятыми в 1987-1988 годах законами «О государственном предприятии» и «О кооперации в СССР». Государство уходило от монополии в сфере торговли и промышленности, а на его место пришел предприниматель.

Актуальность данной статьи обусловлена важностью понимания природы субъекта хозяйственной деятельности, сменившего государство в производственной цепи, понимания его мотивации, ценностной ориентации и социальной позиции. Это важно не столько для осознания специфики российских социально-экономических процессов и определения тенденций их развития, сколько для оценки модернизационного потенциала предпринимателя, понимания того, сможет ли он играть ведущую роль в жизни общества и стать движущей силой общественного развития. Ответ на этот вопрос имеет практическую значимость для российского общества и тождественен цели нашей статьи, чтобы получить его нам потребуется установить ряд фактов, отражающих нормы и принципы профессиональной деятельности, характерные для рассматриваемой социальной группы. В то же время, когда перед нами возникает задача исследования норм и принципов хозяйствования, тогда мы имеем все основания классифицировать предмет исследования как культуру хозяйствования, а объект исследования как носителей этой культуры. Кроме того, для достижения цели нашего исследования потребуется решить ряд задач: во-первых, необходимо оценить способность предпринимателя к формированию общественных структур как субъектов хозяйственной деятельности, его способность к созданию высокоэффективных торговых и производственных организаций, состоящих из специалистов; во-вторых, следует выяснить отношение предпринимателя к внедрению новых технологий производства, созданию инновационных товаров и услуг; в-третьих, нам потребуется оценить потенциал предпринимателя как морально-нравственного ориентира; в-четвертых, нам потребуется показать отношение предпринимателя к участию в инфраструктурных и социальных проектах, осуществляемых обществом в целом посредством государства.

За последние четверть века вышло в свет немало исследований, посвященных переходу России к рыночным отношениям и формированию предпринимательской прослойки, что позволяет определить основные черты предпринимательской культуры. Среди авторов, чьи работы содержат характеристики современного российского предпринимательства и особенности его генезиса, можно отметить Л. И. Абалкина [1], М. Н. Афанасьева [2], Т. И. Заславскую [5], Р. В. Рывкину [9], А. Ю. Чепуренко [10] и др.

Для понимания природы современного российского предпринимательства следует обратить внимание на его социальные источники и особенности генезиса. Так, М. Н. Афанасьев пишет: «Для большинства руководителей “на местах”, по российскому обыкновению, реформы оказались не столько сознательным выбором, сколько стихийным бедствием. Помимо прочего, такая шаткость положения, смутность социальных и личных перспектив, естественно, усиливали стремление “обеспечить тылы”, капитализировать нынешнюю административную ренту» [2, с. 243]. Там же автор подчеркивает значимость неформальных отношений в предпринимательской среде. В значимости неформальных отношений, особенно на стадии формирования предпринимательской прослойки, нет ничего удивительного, так как на протяжении длительного периода предпринимательская деятельность находилась вне правового поля, что отразилось на всем её последующем развитии. Естественным представляется и тот факт, что предпринимательский слой пополняли госслужащие, некогда занятые в администрировании производственных процессов на государственных предприятиях. Однако тут можно отметить одну особенность для некоторых предпринимателей: «Занятость на государственных

предприятиях (в организациях, фирмах) помогает полупредпринимателям в решении многих задач. Одним она служит социальным прикрытием, другим — способом накопления трудового стажа, третьим — страховкой на случай неудачи с бизнесом, четвертым — источником дешевых ресурсов (сырья, отходов, материалов, энергии), а также деловых связей и льгот» [5, с. 23]. Эту же особенность отмечают и другие авторы, обозначившие её как «возникновение “делового тандема” чиновника и предпринимателя» [6, с. 15]. Таким образом, есть все основания говорить о таких основах культуры российского предпринимательства, где важным элементом ведения бизнеса являются неформальные контакты с бюрократией. Вероятно, это является одной из причин «неформального» подхода российских предпринимателей к кадровому вопросу: «Лучше взять на работу “своего” или рекомендованного “своим”, чем приглашать специалиста по конкурсу» [8, с. 37]. Подобный подход к кадровому вопросу снижает интеллектуальный потенциал бизнеса, однако интеллектуальный потенциал не актуален для деятельности, выстроенной на монетизации неформальных связей. Если же взглянуть не на социальные, а на мировоззренческие характеристики российского предпринимателя, то мы увидим, что «около 90% представителей всех групп предпринимательского потенциала и действующих предпринимателей довольно высоко оценивают свои предпринимательские способности» [10, с. 35]. По всей видимости, такая уверенность связана с тем, что более 90% [Там же, с. 37] российских предпринимателей не планируют создавать инновационных товаров или занимать новые рыночные ниши. Предпринимательский слой российского общества неоднороден, на разных его полюсах расположились малый бизнес и топ-менеджмент. Топ-менеджмент, являясь частью предпринимательской прослойки, имеет некоторые особенности, в частности, его влияние на социально-экономическую жизнь в стране несоизмеримо больше, чем влияние предпринимательства малого. Показательно отношение российского топ-менеджмента к соблюдению законов, что считают необходимым лишь 34% [11, с. 22]. Теперь обратим внимание на особенности малого предпринимательства, Ц. В. Шварцбург относит к ним следующие: «гипертрофированность роли личных связей и отношений при подборе персонала; неформальные трудовые отношения (отсутствие контракта о найме); высокая степень универсализации человеческого капитала работников малых предприятий (низкая степень профессиональной специализации); низкая степень внутренней стратификации и сложности институциональной структуры; низкая степень сложности используемых производственных технологий...» [12, с. 81].

Проведем небольшой анализ данных особенностей. Неформальные трудовые отношения имеют немало негативных последствий, к числу которых можно отнести не только движение средств в обход государственной налоговой системы, но и полную социальную незащищенность работника как в случае болезни, так и ввиду производственных травм. Отсутствие профессиональной специализации работников и низкая сложность используемых технологий делают малое предпринимательство неспособным к созданию инновационных высокотехнологичных производств.

Итак, мы видим, что малый бизнес в России оказывается вне сферы, охватываемой фискальной системой. Разумеется, что далеко не весь малый бизнес минимизирует издержки таким способом. Так, Е. А. Ерохина на примере Волгоградской области показала, что только около 75% малых предприятий «характеризует тот факт, что для них уплата налогов представляется ненужной и тормозящей развитие статьей расходов, в связи с чем они либо подают нулевые декларации, либо платят минимально допустимые нормы налогов, скрывая существенную часть своих предпринимательских доходов» [4, с. 233]. Стремление минимизировать издержки за счет снижения налоговых выплат свойственно не только малому бизнесу. Не так давно был опубликован доклад, подготовленный РАН, в котором можно увидеть, что «согласно существующим оценкам, не менее 70% активов, контролируемых 30 крупнейшими российскими компаниями, находятся под контролем хозяйствующих субъектов, зарегистрированных в оффшорах или тесно связанных с оффшорами юрисдикциях» [3]. Фактически это означает, что крупный бизнес в России не является российским бизнесом в основной своей совокупности и работает на экономики третьих стран. Размеры и источники иностранных инвестиций в российскую экономику территориально соответствуют юридическому расположению крупного российского бизнеса. Так, в 2010 году крупнейшим иностранным инвестором в российскую экономику, согласно данным Госкомстата, являлись Виргинские острова, на чью долю приходилось 72,1% всех иностранных инвестиций, а второе место с 12,8% занял Кипр [7, с. 5]. Подобные инвестиции используются крупным бизнесом для того, чтобы исключить налогообложение дивидендов по акциям и иных способов минимизации затрат.

Исходя из вышесказанного, можно сделать ряд выводов. Во-первых, есть все основания говорить о том, что российский предприниматель не склонен к созданию организаций, состоящих из специалистов. Во-вторых, очевидно, что от российского предпринимателя в большинстве случаев не следует ждать технологических инноваций как в производстве, так и на рынке. В-третьих, нет причин полагать, что социальная группа, по большей части не склонная к соблюдению законов, не может являться морально-нравственным ориентиром в обществе. В-четвертых, совершенно ясно, что российский предприниматель стремится к минимизации своего участия в инфраструктурных и социальных проектах государства посредством ухода от налоговых обязательств.

Таким образом, ни малый, ни крупный бизнес в России не могут являться субъектами модернизации в обозримом будущем, а российский предпринимательский слой, в основной своей массе, не способен стать движущей силой общественного развития. К причинам этого можно отнести то, что российская предпринимательская культура пребывает на стадии формирования, а совокупность норм и ценностей российского предпринимателя характеризует его не как носителя особой предпринимательской культуры, но как носителя субкультуры. В практическом отношении это означает, что для модернизации российской экономики, для создания обновленного технологического и социального уклада обществу необходимо не искать опору в предпринимательском слое, а обратить внимание на иные социальные группы.

Список литературы

1. **Абалкин Л. И.** Заметки о российском предпринимательстве. М.: Прогресс – Академия, 1994. 128 с.
2. **Афанасьев М. Н.** Клиентелизм и российская государственность: исследование клиентарных отношений, их роли в эволюции и упадке прошлых форм российской государственности, их влияния на политические институты и деятельность властвующих групп в современной России. Изд-е 2-е, доп. М.: Московский общественный научный фонд, 2000. 318 с.
3. **Двадцать лет российских реформ в оценках экономистов и социологов** [Электронный ресурс]: доклад. URL: http://вексель.рф/usersdata/Analiticheskiy_doklad.pdf
4. **Ерохина Е. А.** Развитие малого предпринимательства в кризисных условиях // Экономические науки. 2010. Т. 73. № 12. С. 226-235.
5. **Заславская Т. И.** Бизнес-слой российского общества: сущность, структура, статус // Общественные науки и современность. 1995. № 1. С. 17-32.
6. **Косалс Л. Я., Рывкина Р. В.** Становление институтов теневой экономики в постсоветской России // Социологические исследования. 2002. № 4. С. 13-21.
7. **Основные показатели, характеризующие инвестиции** [Электронный ресурс]. URL: http://www.krasstat.gks.ru/public/Doclad12_2010/I430230R.pdf
8. **Перепелкин О. В.** Российский предприниматель: штрихи к социальному портрету // Социологические исследования. 1995. № 2. С. 35-40.
9. **Рывкина Р. В.** Экономическая культура в России: трудности и этапы становления // Мир России. 1994. Т. 3. № 1. С. 55-65.
10. **Чепуренко А. Ю.** Раннее предпринимательство в России: промежуточные результаты GEM // Мир России. 2008. Т. 17. № 2. С. 22-40.
11. **Шабанова М. А.** Российский бизнес на пути к более цивилизованному? Статья 1. Новое поколение деловых людей в контексте взаимодействий с властью // Общественные науки и современность. 2008. № 5. С. 18-35.
12. **Шварцбурд Ц. В.** Малый бизнес в российской олигополистической экономике // Journal of Institutional Studies (Журнал институциональных исследований). 2011. Т. 3. № 2. С. 59-97.

ECONOMIC CULTURE OF RUSSIAN ENTREPRENEURSHIP

German Vasil'evich Lopatkin

Department of Philosophy and Political Science

Mari State University

lk.gn@yandex.ru

The author studies the economic culture of the modern Russian entrepreneurship for the purpose of its modernization potential determination. The estimation of such potential becomes possible due to its division into organizational, innovative, legal and infrastructural elements. A number of studies published during recent years include the characteristics of these elements that allows, if to bring them together, ascertaining the inability of the Russian entrepreneurial stratum to play a leading role in the Russian economy modernization.

Key words and phrases: entrepreneurial culture; entrepreneurial activity; economic culture; business in Russia; modernization; innovation; small business.

УДК 9.908

Исторические науки и археология

В данной статье автор предлагает читателю познакомиться с деятельностью духовенства начала XX века по искоренению пагубной привычки населения к пьянству. Как показано в статье, для этого использовались возможности как устного, так и печатного слова. В частности, проанализировано содержание «Ведомостей» ряда епархий, чьи авторы выступали с публикациями о вреде алкоголя, раскрывали последствия пьянства для взрослых и детей.

Ключевые слова и фразы: епархия; пресса; алкоголь; пьянство; трезвость; здоровый образ жизни.

Галина Васильевна Мясникова

Кафедра истории

*Забайкальский государственный гуманитарно-педагогический университет им. Н. Г. Чернышевского
klichsa85@yandex.ru*

БОРЬБА ЗА ТРЕЗВОСТЬ НА СТРАНИЦАХ ЦЕРКОВНОЙ ПРЕССЫ НАЧАЛА XX ВЕКА[©]

Работа выполнена в рамках Государственного задания вузу Минобрнауки РФ, № 6.2331.2011.

Начало XX столетия можно по праву считать периодом самой масштабной кампании против пьянства в России. Именно тогда стало активно высказываться мнение, что алкоголь представляет угрозу для всей русской нации. Впервые проблема распространения алкоголизма была поднята на общероссийском уровне.