

# *деловая хватка порядочного человека*

*деловой мир России  
как исторический и социокультурный феномен*

*Деловой мир является интереснейшим и важным социокультурным феноменом истории России. Его нельзя характеризовать упрощенно, так как это явление многоплановое, имеющее целый ряд специфических признаков и характеристик, обусловленное конкретными причинами возникновения. Взгляды на формирование делового мира и подходы к оценке основных направлений деятельности тех, кто его представляет, характеризуются широким диапазоном точек зрения. При этом учитываются как экономические функции, присущие деловым людям (несение риска, освоение и реализация нововведений, получение прибыли и т.д.), так и их социальная роль (поиск новых управленческих решений, новые комбинации ресурсов и т.д.). Характерен общий подход к понятию «деловой мир» как к определенному социокультурному феномену, вбирающему в себя широкий спектр социальных, психологических, организационных и экономических характеристик, которые выделяют его среди других социальных институтов.*

**Кружкова Т.И.**  
канд. экон. наук,  
доцент  
Российский  
государственный  
профессионально-  
педагогический  
университет,  
г. Екатеринбург

**Д**о настоящего времени в исследованиях ученых крайне редко встречаются трактовки понятия «деловой мир», и, видимо, поэтому универсального толкования данного термина не существует. М. Вебер трактовал это понятие в контексте «капиталистического духа» как «совокупность этических и эстетически

окрашенных норм, регулирующих весь уклад жизни» [1]. Противопоставляя капиталистическое хозяйство «традиционалистскому», он считал, что дух хозяйства как раз и создает новую социальную общность людей дела.

«Дух капитализма», однако, не тождествен

«духу предпринимательства». Первый состоит в том, что «экономические законы и соответствующая им этика заставили работать не один, а два фактора производства: труд и капитал, рабочих и капиталистов» [2], а второй – в том, что породил новые факторы производства: организаторские способности (А. Маршалл), инновационный (креативный) потенциал (Й. Шумпетер). Помимо наемных рабочих и капиталистов-собственников появились менеджеры, лидеры, грюндеры и другие социальные категории, образовавшие со временем (конец XIX в.) костяк, ядро делового мира. Вместо капитала-собственности складывается капитал-функция, когда функции распространения капитала переходят от прежних собственников к новым лицам – «белым воротничкам», совершившим в XX в. «революцию управляющих»<sup>1</sup>. Современный истеблишмент – продукт развития делового мира, демократизации отношений собственности, диффузии капитала и расширения научно-технических революций в мире. Его глубинной основой является прогресс общественного разделения труда.

Ярд исследователей рассматривают «деловой мир» как совокупность людей, занимающихся специфическим типом деятельности, связанных с инновацией и риском и действующих преимущественно в хозяйственной сфере. В таком толковании категория «деловой мир» практически полностью растворяется в понятии «предпринимательство».

Другая часть исследователей рассматривает «деловой мир» как своеобразный социокульт-

**экономические законы**

**и соответствующая им этика**

**заставили учитывать**

**двуединство факторов**

**производства: труд и капитал,**

**рабочих и капиталистов**

<sup>1</sup> по Дж. К. Гелбрэйт

турный феномен, характеризующийся сочетанием творческой инициативы, особого менталитета и «делания денег». Это также ведет к некоторому отождествлению указанных понятий, хотя и на несколько иной, социальной основе.

На наш взгляд, «деловой мир» в России и в ее регионах можно рассматривать как специфическое явление, отличительными признаками которого являются особые социально-экономические институты, принципы, формы, методы хозяйствования и общественной деятельности.

Для представителей делового мира характерны следующие черты:

- социальная ответственность за принимаемые решения и их последствия, за результаты хозяйствования, связанные с риском;
- самостоятельность в принятии решений;
- особая историко-культурная самобытность форм и содержания деятельности представителей делового мира;
- экономическая нацеленность на получение выгоды, которая не сводится исключительно к прибыли, а включает и такие понятия, как репутация, авторитет и т. д.;
- новаторство, творческое отношение к делу;
- религиозность, духовность;
- благотворительность, меценатство.

Итак, *деловой мир* – это особая историческая и социокультурная общность людей, обладающих определенными чертами характера, традициями, самобытностью, менталитетом, религиозностью.

Во второй половине XIX в. естественной базой, на которой формировался деловой мир как определенная общность людей, служило развитие рыночного хозяйства, особая инфраструктура экономических отношений: биржи, коммерческие банки, частновладельческие предприятия, фирмы, товарищества и др.

**вместо капитала-  
собственности складывается  
капитал-функция**

В условиях рыночной экономики деятельность представителей делового мира традиционно базируется на ци-

визированных принципах, таких как разделение экономической и политической власти, правовое положение деловых людей в государстве, гарантирующих то, что продукт дополнительных усилий или инновационного риска не будет изъят государством

под каким-либо предлогом. Данные принципы стимулировали инициативу представителей делового мира в конце XIX в. и способствовали более продуктивному труду.

Длительное время уникальность делового мира как исторического и социокультурного феномена практически не признавалась. Основными причинами такого положения, на наш взгляд, являются: во-первых, существенные различия в методологии и инструментарии исследований; во-вторых, общественная масштабность и неоднозначность как самого явления делового мира, так и отдельных его представителей; в-третьих, историческая изменчивость важнейших аспектов функций как делового мира в целом, так и отдельных его представителей, материальной и психологической мотивации их исполнения, необязательность принадлежности представителей делового мира к одной социальной группе.

Анализ феномена делового мира невозможен только с помощью описания объективных закономерностей, необходимо обязательно учитывать субъективное, личностное начало, творчество.

Творчество, в том числе и в сфере экономики, традиционно рассматривается в экономической литературе как процесс индивидуальный. В России и в её регионах творчество, предпринимательство было скорее коллективистским, соборным, артельным. Это было обусловлено отсутствием у нашего общества протестантского духа индивидуализма и наличием православной (объединяющей) этики. Данное качество

***во второй половине XIX в.***

***естественной базой,***

***на которой формировался***

***деловой мир как определенная***

***общность людей, служило***

***развитие рыночного хозяйства***

российского предпринимательства являлось и является национально-историческим. Его сложно обнаружить в других этносах.

В западной экономической литературе имеют место различные описания систем ценностных ориентаций представителей делового мира. Так, Ж.-Б. Сэй (Франция, нач. XIX в.) отмечал, что *деловым людям необходимы здравый ум, постоянство, знание психологических особенностей личности, умение верно оценить важность и необходимость производимого продукта, обладание талантом управления и т.д.* А. Маршалл (Англия, конец XIX в.) особое значение придавал *организаторским способностям человека.*

Значительный материал, посвященный анализу функций и целей представителей делового мира, имеется в трудах Й.А. Шумпетера, который выделял три основных мотива деловой активности [3].

*Первый* – потребность в господстве, власти, влиянии. Эта цель материализуется в накоплении имущества. *Второй* – воля к победе, стремление к успеху, достигнутому в борьбе с соперниками и с самим собой. И, наконец, *третий* важный мотив – это радость творчества, которую он получает от самостоятельного ведения дел. В этом проявляется особый предпринимательский дух субъектов делового мира.

Для представителей делового мира достижение максимума прибылей не должно являться абсолютной целевой функцией. На стадии становления рыночных отношений представители делового мира должны быть готовы не к максимальным, а к минимальным прибылям и даже временным убыткам. Стремление к максимальным прибылям в это время может отпугнуть клиентов и привлечь внимание конкурентов.

***для представителей делового  
мира достижение максимума  
прибылей не должно являться  
абсолютной целевой функцией***

Максимизация прибыли возможна в стабильной экономической обстановке, а это явно не та атмосфера, в которой действовали представители делового мира России в конце XIX – нача-

ле XX вв. или в которой они находятся сегодня. Отсюда формируются и такие черты характера русских деловых людей, как *упорство, напористость, основательность, желание самоутверждения и т.п.*

Высоко ценятся и такие качества делового человека, как *честность, порядочность, слово, ответственность*. В современных условиях мы также наблюдаем определенную «смену вех» в иерархии ценностных ориентаций представителей делового мира. Так, в 1973 г. на III европейском симпозиуме менеджеров в г. Давосе (Швейцария) был принят специальный Манифест, в котором *главной целью для предпринимателя провозглашалась не максимальная прибыль, а соблюдение принципа ответственности человека дела (бизнесмена) перед обществом*, предполагавшего равенство (партнерство) интересов (ролей) руководства корпораций по отношению к заказчикам, работникам, инвесторам, потребителям и т.д.

*Продолжение следует*

### **Литература**

1. Вебер М. *Избранные произведения*. – М., 1990. – С. 74.
2. Кравченко А.И. *Социология Макса Вебера: Труд и экономика*. – М., 1997. – С. 119.
3. Шумпетер Й. *Теория экономического развития*. – М., 1982. – С. 193.

### **Kruzhkova T.I.**

The candidate of Economic Science, The senior lecturer  
The Russian state professional – pedagogical university, Ekaterinburg

### **The business acumen of honest person**

The business world of Russia as a historical and social and cultural phenomenon

The business world is the most interesting social and cultural phenomenon in the Russian history. The phenomenon is multipronged with a number of specific peculiarities and characteristics. The are many approaches to the problem of business world formation. It can be observed from economic as well as social points of view.

рп