
Предпринимательская культура: определение, элементы, особенности узбекской и зарубежной предпринимательской культуры

Ниязов Миршод Хаятович
mirshod1261@gmail.com
Докторант,
Бухарский государственный
педагогический институт

Аннотация *В статье рассматриваются особенности предпринимательской культуры в Узбекистане и зарубежных странах, а также анализируются факторы, влияющие на её формирование. Особое внимание уделено педагогическим аспектам – роли образовательных учреждений в формировании предпринимательского мышления у студентов. Сравнительный анализ позволяет выявить сходства и различия в ценностях, мотивации и деловой этике предпринимателей разных стран.*

Ключевые слова *Предпринимательская культура, бизнес-этика, Узбекистан, зарубежный опыт, образование, студенты*

Entrepreneurial culture: definition, elements, and features of Uzbek and foreign entrepreneurial culture

Niyazov Mirshod Khayatovich
mirshod1261@gmail.com
Doctoral student,
Bukhara State Pedagogical Institute

Annotatsiya *This article examines the characteristics of entrepreneurial culture in Uzbekistan and foreign countries, as well as analyzes the factors influencing its formation. Particular attention is given to pedagogical aspects – the role of educational institutions in fostering entrepreneurial thinking among students. A comparative analysis identifies similarities and differences in the values, motivation, and business ethics of entrepreneurs from different countries.*

Kalit so'zlar *Entrepreneurial culture, business ethics, Uzbekistan, foreign experience, education, students*

Tadbirkorlik madaniyati: ta'rifi, tarkibiy qismlari, O'zbekiston va xorijiy tadbirkorlik madaniyatining o'ziga xos jihatlari

Niyazov Mirshod Xayotovich
mirshod1261@gmail.com
Doktorant,
Buxoro davlat pedagogika instituti

Annotation *Maqolada O'zbekiston va xorijiy mamlakatlardagi tadbirkorlik madaniyatining o'ziga xos xususiyatlari hamda uni shakllantirishga ta'sir etuvchi omillar tahlil qilinadi. Ayniqsa, pedagogik jihatlar – ta'lim muassasalarining talabalarda tadbirkorlik tafakkurini rivojlantirishdagi roli alohida ko'rib chiqiladi. Qiyosiy tahlil*

orqali turli mamlakatlar tadbirkorlarining qadriyatlarini, motivatsiyasi va biznes etikasidagi o'xshashliklar hamda farqlar aniqlanadi.

Keywords *Tadbirkorlik madaniyati, biznes etika, O'zbekiston, xorij tajribasi, ta'lim, talabalar*

Современный этап развития общества характеризуется переходом к экономике знаний, в которой предпринимательство становится важным фактором социально-экономического прогресса. В этих условиях формирование предпринимательской культуры представляет собой не только экономическую, но и педагогическую задачу, направленную на воспитание активной, ответственной и инновационной личности (Дехканов, 2019).

Культура предпринимательства – неотъемлемый элемент организации предпринимательской деятельности, базирующаяся на общих понятиях культуры и неразрывно связана с ней.

Культура предпринимательства – это определенная, сложившаяся совокупность принципов, приемов, методов осуществления предпринимательской деятельности субъектами в соответствии с действующими правовыми нормами, обычаями делового оборота, этическими и нравственными правилами, нормами поведения при осуществлении цивилизованного бизнеса (Галяутдинов, 2014).

При всем более или менее одинаковом понимании культуры предпринимательства, существуют все же некоторые разночтения. Согласно, например, немецкому исследователю Лутцфону Розенштилю, понятие «культура предпринимательства» в значительной степени отражает усвоенные нормы, которые и определяют поведение работников данной фирмы.

Два американских профессора экономики Ричард Пэскэйл и Энтони Этос в

ходе глубокого анализа функционирования японских и американских компаний исследователи отмечают, что предпринимательская культура включает в себя не только экономические установки, но и духовно-нравственные ориентиры. В Японии её основу составляют «высшие цели» и «ценности духа», восходящие к философии дзэн-буддизма. Американские специалисты Р. Аллан и Ш. Крафт рассматривают культуру организации как устойчивую совокупность факторов, определяющих характерную реакцию членов коллектива на поставленные цели и задачи (Гребеник, 2014).

Каждая культура развивает неписанные, часто невысказанные нормы и взаимные ожидания, оказывающие существенное влияние на поведение коллектива. Центром предпринимательской культуры является нацеленность на проектную деятельность, развитие социально-экономических отношений в бизнесе, образовании и других сферах жизни общества. В современных условиях прибыль перестает быть самоцелью и рассматривается только как средство. Таким образом, в настоящее время для человека, обладающего предпринимательской культурой, интерес представляет само дело, успешность которого внешне определяется размером приобретенных материальных благ.

К ключевым компонентам предпринимательской культуры можно отнести следующие положения:

- экономическую свободу в осуществлении деловой активности. При этом данная свобода не

предполагает произвольных действий, способных нанести ущерб участникам рыночных отношений. Государство, регулируя предпринимательскую сферу, устанавливает правовые границы, направленные на предотвращение нарушений и обеспечение ответственности за несоблюдение норм коммерческого права;

- *принцип законности*, предполагающий деятельность в строгом соответствии с действующими нормативно-правовыми актами;
- *неукоснительное исполнение обязательств*, вытекающих из договоров, правовых документов и деловых соглашений, а также соблюдение принятых обычаев делового оборота (Ахмедов, 2020). Проявление этих отношений выражается в ненанесении вреда (имущественного, морального) партнерам, конкурентам, потребителям, наемным работникам.

Важными элементами предпринимательской культуры также являются соблюдение общих этических норм поведения (профессиональная этика, моральные и нравственные устои и ценности, степень притязаний), имидж предпринимателя, деловой этикет, правила делового общения (культура делового общения).

Культура предпринимательства как проявление правовых и этических критериев (норм) включает отношения с государством, с обществом, с потребителями, со служащими, с партнерами, с конкурентами и другими хозяйствующими субъектами, а также соблюдение действующих правовых актов, стандартов, правил, норм, прямо или косвенно влияющих на развитие предпринимательства.

Предпринимательская деятельность направлена на систематическое

извлечение прибыли, но не любыми способами, а исключительно на законных основаниях. Культура предпринимательства означает, что предприниматели, создав собственное дело, осуществляют законный бизнес и получают доход (прибыль) легально.

Национальная модель предпринимательства в Узбекистане складывалась под воздействием многовековых традиций, духовных ценностей и общественных норм. Традиционно в обществе высоко ценятся такие качества, как трудолюбие, честность, справедливость и уважение к партнёрам. Важную роль играют родственные и общественные связи, что определяет специфику деловых отношений, основанных преимущественно на доверии и личных контактах (Рахимова 2022).

Характерной чертой является ориентация на устойчивые формы бизнеса, уважение к старшим и стремление к социальной стабильности. Вместе с тем, в последние годы наблюдается усиление инновационной направленности: молодёжь активнее вовлекается в стартап-проекты, цифровое предпринимательство, социальные инициативы.

Важную роль играют родственные и общественные связи, что определяет специфику деловых отношений, основанных преимущественно на доверии и личных контактах (Рахимова 2022).

Формирование культуры предпринимательства определяется многими факторами, среди которых первые места занимают цивилизованная внешняя предпринимательская среда, общественный и государственный менталитет, реально действующие правовые нормы, устанавливающие права, обязанности, ответственность предпринимателей, защищающие их от агрессивной окружающей среды, сам предприниматель и его корпоративная культура. Культура предпринимательства зависит от

формирования культуры предпринимательских организаций, предпринимателей, предпринимательской этики, делового этикета и других элементов, составляющих понятие культура. Такая культура является составляющей экономической культуры, прежде всего, в культуре управленческой деятельности.

Культура предпринимательской деятельности должна опираться на такие социальные ценности, как равенство, справедливость, уважение, согласие, порядок. Различают также материальные и духовные, личностные и институциональные элементы культуры предпринимательской деятельности.

В зарубежных странах предпринимательская культура имеет разнообразные проявления, но общими являются такие ценности, как независимость, инновационность, ответственность и ориентация на результат.

- **США:** предпринимательская культура основана на индивидуализме и стремлении к личному успеху. Здесь ценится готовность к риску и способность к инновациям.
- **Европейские страны:** характерна высокая культура ведения бизнеса, строгое соблюдение этических и правовых норм. В образовании особое внимание уделяется проектной деятельности и формированию soft skills.
- **Восточная Азия (Япония, Южная Корея, Китай):** предпринимательство тесно связано с коллективизмом, дисциплиной и долгосрочным планированием. Здесь важна гармония интересов компании и общества (Drucker, 2006).

Общий тренд зарубежных систем образования – интеграция предпринимательских дисциплин в учебные программы вузов, поддержка студенческих стартапов и бизнес-инкубаторов.

К материальным относят уровень развития предприятия, в частности управленческой и информационной техники; к духовным – совокупность профессиональных знаний предпринимателя, производственного опыта и привычек, экономическое мышление; к личностным – вид предпринимательской деятельности, возможность обогащения, степень экономической свободы; к институциональным – социальные ценности и нормы, в том числе веру и убеждение. Так, например, в США к таким ценностям причисляют: высокие требования к этике взаимоотношений – работников; поклонение успеху; высокую оценку достижений; склонность к риску, а также изменения или игнорирование правил; в Канаде – высокую оценку социальных отношений, осторожность (отсутствие неоправданной склонности к риску), осуждается сильное стремление добиться успеха и другие.

Управление современными компаниями, как правило, носит коллективный характер и это определяется нормами корпоративной культуры. В жесткой конкурентной борьбе можно выжить только за счет оперативности принимаемых управленческих решений, их оригинальности и нестандартных подходов в разработке и реализации. Сделать это можно и быстрее и эффективнее с привлечением квалифицированных специалистов, экспертов и консультантов. Коллективный «мозговой штурм» определяет степень успеха в тактике и стратегии поведения фирмы на рынке и достижение конечного положительного результата.

Европейская предпринимательская культура, наоборот, характеризуется привязанностью к традициям. Многие фирмы, как и предпринимательские династии, имеют многолетнюю историю, чтут ее и следуют сложившимся традициям

и нормам. При безусловном приоритете деловых качеств здесь также важны и личные достоинства человека, его репутация культурный уровень. Круг деловой элиты ограничен, и войти в него лучше всего через рекомендации посредников. В Англии, Франции и других европейских странах прослойка предпринимателей достаточно узка, профессия часто переходит из поколения в поколение, поэтому уровень профессиональной, культурной, а также психологической подготовки очень высок.

В Европе в большей, чем в Америке, степени стремятся свести к минимуму возможный риск, больше внимания уделяется доскональной проверке и проработке всех деталей предпринимательских проектов. Для предпринимателей-европейцев характерна приверженность национальным интересам, патриотизм. Тексту контракта придается большое значение, стороны внимательно относятся к скрупулезному выполнению его деталей.

Важнейшей особенностью японской культуры предпринимательства является ее ориентация на стабильность и минимизацию риска, поэтому у японских компаний более низкий, чем у американских, уровень текущей прибыли. Стабильность поддерживается с помощью активного влияния государственных и административных структур на деловую жизнь.

Традиционно высока у японцев роль государства как носителя и гаранта высших общенациональных интересов.

Обсуждение и принятие управленческих решений носит коллективный характер, со многими консультациями и согласованиями. Однако практическая реализация решений происходит очень быстро, поскольку каждый исполнитель к нему подготовлен и знает свои конкретные задачи.

Ответственность за выполнение не носит четко определенных персональных границ.

Большое значение имеют неформальные контакты. Однако присущее японской культуре чувство иерархии и места в обществе приводит к приданию большого значения статусу партнеров. Письменный контракт имеет лишь общее, предварительное значение как инструмент для налаживания деловых отношений.

Педагогическая практика показывает, что успешное развитие предпринимательской культуры у студентов возможно при сочетании национальных традиций с современными методами обучения: интерактивными проектами, тренингами по лидерству, симуляциями деловых ситуаций.

Формирование предпринимательской культуры в Узбекистане – важное направление воспитания активного и ответственного поколения. Сочетание национальных ценностей с элементами зарубежного опыта позволяет создать уникальную модель предпринимательского образования, соответствующую современным вызовам.

Педагогические вузы должны стать центрами развития предпринимательской инициативы студентов, способствуя их личностному и профессиональному росту.

Таким образом, резюмируя все вышеизложенное, отметим, что для повышения деловой культуры и этики предпринимательства целесообразно, во-первых, изучать традиционные национальные черты предпринимательства и этику моральных ценностей в деловых отношениях.

Во-вторых, необходимо обеспечивать бизнесменов информацией о международных нормах делового поведения, ведении переговоров, решении трудовых конфликтов на предприятии, опыте достижения компромиссов во время

ведения переговоров с иностранными партнерами и т.п.

В-третьих, учить современных предпринимателей совершеннейшим формам и методам ведения переговоров, а будущих бизнесменов – привычкам групповой работы и ведению таких переговоров.

В-четвертых, формировать у широкой общественности положительное мнение относительно предпринимательской деятельности, обеспечивать поддержку в средствах массовой информации на местном уровне тех предпринимателей, которые испытали неудачу (как это имеет место в некоторых развитых странах, в частности в США).

В условиях стремительного развития глобальной экономики формирование предпринимательской культуры становится важнейшим фактором устойчивого социально-экономического прогресса общества. Проведённый анализ показал, что предпринимательская культура представляет собой сложный синтез экономических, правовых, этических и духовных компонентов, отражающих как национальные традиции, так и современные тенденции мирового предпринимательства.

Опыт зарубежных стран демонстрирует, что высокая предпринимательская культура базируется на таких ценностях, как ответственность, инновационность, уважение к закону, ориентация на результат и социальная ответственность бизнеса. В то же время узбекская предпринимательская культура опирается на духовные и нравственные традиции народа – трудолюбие, честность, справедливость, уважение к партнёрам и коллективизм.

Современная задача Узбекистана заключается в гармоничном сочетании этих национальных ценностей с передовыми зарубежными практиками ведения бизнеса. Особая роль в этом процессе принадлежит системе образования, которая должна способствовать формированию у студентов предпринимательского мышления, лидерских качеств и этики делового общения.

Таким образом, развитие предпринимательской культуры – это не только экономическая, но и педагогическая миссия, направленная на воспитание инициативных, ответственных и социально активных граждан, способных эффективно действовать в условиях рыночной экономики и вносить вклад в устойчивое развитие страны.

Список использованной литературы:

1. Akhmedov, Sh. R. (2020). *Traditsii i tsennosti v predprinimatel'skoy kul'ture Uzbekistana* [Traditions and values in the entrepreneurial culture of Uzbekistan]. Tashkent: Fan.
2. Dekhkanov, B. Kh. (2019). *Formirovanie predprinimatel'skoy kul'tury u studentov v usloviyakh modernizatsii obrazovaniya* [Formation of entrepreneurial culture among students in the context of educational modernization]. Tashkent: Iqtisod.
3. Drucker, P. (2006). *Innovation and entrepreneurship*. New York: HarperBusiness.
4. Galyautdinov, I. I. (2014). *Osnovy predprinimatel'stva: Lektsiya OOO "Firma Iliga"* [Fundamentals of entrepreneurship: Lecture of "Iliga" company]. Retrieved from <http://iliga.irk.ru/lek/biz/d12.htm>
5. Grebenik, V. V., & Shkodinskiy, S. V. (2014). *Osnovy predprinimatel'stva: Uchebnyy kurs (uchebno-metodicheskiy kompleks)* [Fundamentals of entrepreneurship: Educational course

- (teaching-methodical complex)]. Retrieved from http://www.ecollege.ru/xbooks/xbook067/book/index/index.html?go=part-012*page.htm
6. Rakhimova, N. Sh. (2022). *Razvitie predprinimatel'skogo myshleniya u studentov pedagogicheskikh vuzov Uzbekistana* [Development of entrepreneurial thinking among students of pedagogical universities in Uzbekistan].