

Данакин Николай Семенович

доктор социологических наук,
профессор кафедры социологии и управления
Белгородского государственного
технологического университета им. В.Г. Шухова

Danakin Nikolay Semenovich

D.Phil. in Social Science, Professor,
Sociology and Management Department,
Belgorod State Technological University
named after V.G. Shukhov

Дивиченко Олег Игоревич

соискатель кафедры социологии и управления
Белгородского государственного
технологического университета им. В.Г. Шухова

Divichenko Oleg Igorevich

PhD applicant, Sociology and Management Department,
Belgorod State Technological University
named after V.G. Shukhov

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПОНЯТИЯ «ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ КЛИМАТ»

CONCEPTUAL ANALYSIS OF THE CONCEPT OF "BUSINESS CLIMATE"

Аннотация:

В статье обосновано авторское понимание предпринимательского климата как целостного образования из условий и факторов, значимых для осуществления предпринимательской деятельности. Предпринимательский климат в отличие от отдельных условий и факторов характеризуется значимостью, целостностью, устойчивостью, мобильностью, прямым действием, актуализированностью, прозрачностью, возможностью отслеживания и мониторинга. В социальной структуре предпринимательского климата выделены и рассмотрены четыре «составляющие»: взаимоотношения бизнеса и органов власти, взаимоотношения в самом бизнесе, взаимоотношения бизнеса и социума, самоотношение предпринимателей.

Ключевые слова:

предпринимательство, предпринимательский климат, структура, условия, факторы.

Summary:

The paper presents the authors' understanding of business climate as an integral formation of conditions and factors that are significant for business activities. Business climate, unlike individual conditions and factors, is characterized by significance, integrity, stability, mobility, direct action, actualization, transparency, the ability to monitor. In the social structure of the business climate, the authors singled out and examined four "components": the relationship between business and government, the relationship in business itself, the relationship between business and society, self-conception of entrepreneurs.

Keywords:

entrepreneurship, business climate, structure, conditions, factors.

Неизменный интерес исследователей, занимающихся вопросами обеспечения благоприятных условий для развития предпринимательства, вызывают такие понятия, как «предпринимательский климат», «инновационный климат», «деловой климат» и т. п. Подобный интерес активно проявляют как отечественные ученые [1], так и зарубежные [2]. В ряде стран, включая США, организованы чуть ли ни ежедневные мониторинги состояния предпринимательского климата [3]. Вместе с тем указанные явления понимаются неоднозначно, что становится помехой не только для конструктивного научного дискурса, но и для принятия согласованных управленческих решений. Данное обстоятельство актуализирует проблему концептуального анализа и определения категорий предпринимательского, делового климата.

Термин «климат» уже давно вышел за рамки естественно-научного контекста и широко используется в социально-гуманитарных науках: психологии – «психологический климат», этике – «моральный», социологии – «социальный» и т. д. С конца 80-х гг. прошлого века стало активно применяться понятие «предпринимательский климат», которое раскрывалось как совокупность и состояние факторов, оказывающих положительное или отрицательное воздействие на предпринимательство [4, с. 114–120].

В теории и практике менеджмента наряду с «предпринимательским климатом» используются понятия «деловой климат», «инвестиционный климат», «инновационный климат» и т. д. Причем некоторые авторы их отождествляют, во всяком случае категории предпринимательского и инновационного климата, а другие исследователи проводят между ними различие. Мы исходим из того, что указанные «климаты» различаются в зависимости от области, к которой они относятся: инвестиционный климат – к условиям и факторам инвестиционной деятельности, деловой – деловых отношений, предпринимательский – предпринимательской деятельности и т. д. Вместе с тем указанные дефиниции взаимосвязаны и их различие носит больше характер акцентирования отдельных организационно-управленческих аспектов.

Ряд ученых [5] и большинство практиков, имея в виду понятие «предпринимательский климат», описывают его более привычными им терминами «условия предпринимательства», «факторы предпринимательства». Возможно, для оценки интересующих их ситуаций различия этих категорий несущественны, но если возникают случаи, в которых необходимо дать более точное определение предпринимательского климата и тем более решить задачу его целенаправленного формирования, то важно провести смысловое размежевание смежных дефиниций и конкретизировать тем самым содержательную траекторию управленческих действий.

Мы установили несколько значимых различий понятий «условия предпринимательства», «факторы предпринимательства», с одной стороны, и «предпринимательский климат» – с другой.

1. Предпринимательский климат включает не все условия и факторы, а только те, которые значимы для функционирования и развития предпринимательства.

2. В понятии предпринимательского климата выражена целостность, образуемая из множества необходимых и достаточных условий (факторов) предпринимательства. Не все из них входят в эту целостность, а только необходимые по отдельности и достаточные по совокупности. Предпринимательский климат – это система, а условия предпринимательства – ее отдельные элементы.

3. Предпринимательский климат – устойчивое состояние условий (факторов) предпринимательства и их взаимодействия.

4. Вместе с тем предпринимательский климат – довольно динамичное явление, меняющееся в зависимости от внутренних и внешних обстоятельств. При этом отдельные условия (факторы) могут быть долго неизменными, а предпринимательский климат за этот же период может неоднократно подвергаться трансформациям.

5. Влияние факторов может быть непосредственным (прямым) или опосредованным (косвенным). Предпринимательский климат – это система условий (факторов) прямого действия.

6. Предпринимательский климат – актуализированные условия и факторы, т. е. проявляющиеся не в потенциальном (возможном) состоянии, а в актуальном.

7. Предпринимательский климат характеризуется «прозрачностью» для восприятия и оценки, он коррелирует с высоким уровнем чувствительности к нему предпринимателей и других релевантных социальных субъектов.

8. «Прозрачность» для восприятия дает возможность отслеживания и мониторинга предпринимательского климата, следовательно, принятия и осуществления регулирующих воздействий при необходимости.

Отличительные особенности предпринимательского климата в сравнении с условиями и факторами предпринимательства способствуют формированию научного представления об этом феномене. Вместе с тем целостный характер этого представления включает также три существенные характеристики:

1) *атрибутивность* предпринимательского климата, которая выражает его принадлежность к предпринимательству, а не саму предпринимательскую деятельность;

2) *единство объективного и субъективного* – предпринимательский климат характеризует, с одной стороны, объективные условия и факторы предпринимательства, с другой – то, как они воспринимаются субъектом деятельности;

3) *феноменологическая «двойственность»*: категория «предпринимательский климат» выражает, с одной стороны, фактическое состояние факторов и условий, которые могут иметь как позитивное значение, так и негативное (онтологический аспект), с другой – только благоприятный климат, т. е. оказывающий исключительно благотворное влияние на предпринимательскую деятельность (аксиологический аспект).

Таким образом, предпринимательский климат может быть определен как *целостное образование из условий и факторов, значимых для осуществления предпринимательской деятельности*. Осознание различий между условиями (факторами) предпринимательства и предпринимательским климатом может послужить своего рода ориентиром для трансформации условий предпринимательства в новое качество – предпринимательский климат.

Предпринимательский климат, будучи целостным (системным) образованием, имеет определенную структуру. На основании внутреннего единства (сходства) структурных элементов и связей выделяются подструктуры: *нормативно-правовая, административная, инфраструктурная, экономическая, социальная*. В общую структуру климата входит также *социальная подструктура* (в дальнейшем изложении – социальная структура). Ее можно рассматривать по-разному, выбирая разные основания для дифференциации, выделяя ту или иную иерархию элементов. Мы обосновали релятивистский подход (от лат. *relativus* – ‘относительный’), в соответствии с которым предпринимательский климат рассматривается как *система значимых отношений* и включает четыре

их вида: 1) взаимоотношения бизнеса и органов власти, 2) взаимоотношения в бизнес-сообществе, 3) взаимоотношения бизнеса и социума, 4) самоотношение предпринимателей.

Для описания *взаимоотношений российского бизнеса и органов власти* предложен следующий ряд аналитических характеристик: взаимопонимание, доверие, определенность, нормативность, взаимопомощь, ожидания, перспективность, конструктивность, конвенциональность, конфликтность. Часть этих характеристик используется также при анализе взаимоотношений субъектов предпринимательства (взаимопонимание, доверие, нормативность, взаимопомощь, конвенциональность, конфликтность). К ним добавляются такие специфические характеристики, как конкурентность, корпоративность, организованность, социальный обмен.

Успех предпринимательства определяется не только экономической средой, но и *социальной*. Для ее содержательной идентификации и характеристики предлагается ряд переменных: общественное мнение, общественная экспертиза, общественный контроль, спонсорство (меценатство), благотворительность, социальная ориентированность.

Самоотношение предпринимателей выражается прежде всего в их самочувствии, для анализа и оценки которого мы предлагаем выделить три аспекта [6, с. 100–109]:

– уровень социальной удовлетворенности (достигнутым, самим собой, своим окружением, жизнью в целом);

– жизненный настрой (умеренно-оптимистический, радикально-оптимистический, пессимистический, скептический, аскетический, упаднический);

– чувства, вызываемые будущим (страх, тревога, неопределенность, безразличие, спокойствие, надежда, оптимизм).

Таким образом, исследование предпринимательского климата имеет актуальное научно-практическое значение. Оно приводит, с одной стороны, к осознанию целостности условий и факторов предпринимательского климата в регионе (муниципальном образовании), с другой – к системному подходу к его сознательному формированию.

В результате концептуального анализа можно сделать два основных вывода. Во-первых, предпринимательский климат может быть определен как целостное образование из условий и факторов, значимых для осуществления предпринимательской деятельности. Он характеризуется устойчивостью и вместе с тем динамичностью, отличается актуализированностью образующих его условий и факторов, единством объективного и субъективного, феноменологической «двойственностью», прозрачностью для восприятия и мониторингового исследования. Во-вторых, предпринимательский климат можно изучать с разных сторон – экономической, административно-правовой и т. п. Суть предлагаемого в статье социологического подхода заключается в понимании его как системы значимых отношений, включающей взаимоотношения бизнеса и органов власти, взаимоотношения в бизнес-сообществе, взаимоотношения бизнеса и социума, самоотношение предпринимателей.

Ссылки:

1. Аровина М.П. Предпринимательский климат региона в контексте государственного регулирования регионального развития // Социально-экономические реформы в контексте европейского выбора Украины : материалы Третьей науч.-практ. конф. Донецк, 2006 ; Астафьев В.А. Формирование предпринимательского климата на муниципальном уровне на базе развития социальной ответственности бизнеса // Экономика и предпринимательство. 2014. № 9. С. 329–334 ; Бестаева Л.И. Предпринимательство региона: состояние и динамика развития // Там же. 2015. № 8, ч. 1. С. 1119–1122 ; Верменникова Л.В., Жуков Б.М. Формирование предпринимательского климата в регионе: проблемы адаптивности и перспективы эффективности // Проблемы экономики и менеджмента. 2014. № 10 (38). С. 15–22 ; Заславская О. Предпринимательский климат в стране «зеленеет» // Экспертный канал «Экономическая политика». 2013. Февраль ; Савкин В.И. Предпринимательская среда в оценке предпринимателей // Социологические исследования. 1999. № 7. С. 134–137 ; Стародубровский В. Провальное состояние показателей делового климата в стране // Экономическое развитие в России. 2014. Т. 21, № 3. С. 46–51.
2. Chadwick P. Adapting to China's Changing Business Climate Monday [Электронный ресурс] // JEDP Developing Leaders. 2013. March, 18. URL: <http://www.iedp.com/articles/adapting-to-china-s-changing-business-climate> (дата обращения: 10.05.2017) ; Periu M. What You Should Know About Doing Business With Cuba [Электронный ресурс] // Americanexpress. 2015. Febr., 9. URL: <https://www.americanexpress.com/us/small-business/openforum/articles/evaluate-cuba-opportunity> (дата обращения: 10.05.2017) ; Business Climate and the Second War Between the States [Электронный ресурс]. URL: <http://journal.c2er.org/2013/02/business-climate-revisited> (дата обращения: 10.05.2017).
3. Chadwick P. Op. cit.
4. Имаева Г.Р. Предпринимательский климат в России и формирующие его факторы: социологический анализ // Мониторинг общественного мнения. 2013. № 8. С. 114–120.
5. Стародубровский В. Указ. соч. ; Верменникова Л.В., Жуков Б.М. Указ. соч.
6. Данакин Н.С., Кийков А.В. Социальный капитал городского поселения: диагностика и управление. Белгород, 2010. 188 с.

References

- Arovina, MP 2006, 'Business climate of the region in the context of state regulation of regional development', *Sotsial'no-ekonomicheskiye reformy v kontekste yevropeyskogo vybora Ukrainy: materialy Tret'yey nauch.-prakt. konf.*, Donetsk, (in Russian).
- Astafiev, VA 2014, 'The formation of business climate at the municipal level on the basis of the development of its social responsibility', *Ekonomika i predprinimatel'stvo*, no. 9, pp. 329-334, (in Russian).
- Bestaeva, LI 2015, 'Entrepreneurship of the region: the state and dynamics of its development', *Ekonomika i predprinimatel'stvo*, no. 8, Part 1, pp. 1119-1122, (in Russian).
- Business Climate and the Second War Between the States* 2017, viewed 10 May 2017, <<http://journal.c2er.org/2013/02/business-climate-revisited>>.
- Chadwick, P 2013, 'Adapting to China's Changing Business Climate Monday', *JEDP Developing Leaders*, March, 18, viewed 10 May 2017, <<http://www.iedp.com/articles/adapting-to-china-s-changing-business-climate>>.
- Danakin, NS & Kiykov, AV 2010, *The social capital of urban settlement: detection and management*, Belgorod, 188 p., (in Russian).
- Imaeva, GR 2013, 'Business climate in Russia and the developing factors: a sociological analysis', *Monitoring obshchestvennogo mneniya*, no. 8, pp. 114-120, (in Russian).
- Periu, M 2015, 'What You Should Know About Doing Business With Cuba', *Americanexpress*, February, 9, viewed 10 May 2017, <<https://www.americanexpress.com/us/small-business/openforum/articles/evaluate-cuba-opportunity>>.
- Savkin, VI 1999, 'Entrepreneurial environment in the assessment of entrepreneurs', *Sotsiologicheskiye issledovaniya*, no. 7, pp. 134-137, (in Russian).
- Starodubrovsky, V 2014, 'The failure of the indicators of business climate in the country', *Ekonomicheskoye razvitiye v Rossii*, vol. 21, no. 3, pp. 46-51, (in Russian).
- Vermennikova, LV & Zhukov, BM 2014, 'The formation of business climate in the region: problems of adaptability and prospects for efficiency', *Problemy ekonomiki i menedzhmenta*, no. 10 (38), pp. 15-22, (in Russian).
- Zaslavskaya, O 2013, 'Business climate in the country is growing', *Ekspertnyy kanal "Ekonomicheskaya politika"*, February, (in Russian).