

УДК 94(477) «18»

DOI <https://doi.org/10.32999/ksu2786-5118/2021-33-4>

**КУЛЬТУРА ПІДПРИЄМНИЦТВА:
ДО ПРОБЛЕМИ ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ В КОНТЕКСТІ
УРБАНІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ ДРУГОЇ ПОЛОВИНИ ХІХ – ПОЧАТКУ ХХ СТ.**

Водотика Тетяна Сергіївна,
*кандидатка історичних наук,
старша наукова співробітниця
відділу історичної регіоналістики
Інституту історії України НАН України
tvodotyka@gmail.com
orcid.org/0000-0001-5714-4222*

Авторка розкриває сутність поняття «підприємництво» та «культура підприємництва» – загалом та в контексті модернізаційних перетворень другої половини ХІХ – початку ХХ століття. Акцент у статті зроблений на тому, що поняття «підприємництво» та «культура підприємництва» є контекстуальними, втім, зберігаючи загальні спільні риси. Аналізуються погляди на сутність підприємництва Йозефа Шумпетера, Альфреда Чандлера (засновника напрямку бізнес-історії), Франко Аматорі тощо. Авторка звертається до доробку Макса Вебера, Вернера Зомбарта, Рольфа Рюттінгера при аналізі поняття «культура підприємництва». В контексті дослідження культуру підприємництва авторка визначає як синонім нової системи норм і символів, форм, методів підприємницької діяльності, навіть нового цілепокладання (нове розуміється в якості модерне, індустріальне, на протигагу традиційному). Культура підприємництва носить об'єктно-суб'єктивний характер і не може бути зведена лише до соціально-психологічних, ціннісних чи мотиваційних компонентів. Вона включає набір правил та засобів вирішення проблем зовнішньої адаптації й внутрішньої інтеграції ресурсів. У висновках відмічені ключові риси культури підприємництва – еkleктичність, нестабільність, низький рівень інноваційності, конфронтаційний стиль взаємин із робітниками, недалекоглядність та поширеність мотивів самоствердження, у відносинах із владою – залежність. Попри те, що культура підприємництва залежить від конкретно-історичних факторів, це все ж парасольковий термін.

Ключові слова: бізнес-історія, історія підприємництва, культура підприємництва, модернізація.

**ENTREPRENEURIAL CULTURE:
TO THE PROBLEM OF DEFINITION OF THE CONCEPT IN THE CONTEXT
OF URBANIZATION PROCESSES OF THE SECOND HALF OF THE XIX – EARLY XX CENTURY**

Vodotyka Tetiana Serhiivna,
*PhD in History, Senior Research Fellow at the Department
of Historical Regional Studies,
Institute of History of Ukraine NAS of Ukraine
tvodotyka@gmail.com
orcid.org/0000-0001-5714-4222*

The author reveals the essence of the concept of "entrepreneurship" and "culture of entrepreneurship" – in general, and in the context of modernization transformations of the second half of the XIX – early XX century. The article emphasizes that the concepts of "entrepreneurship" and "entrepreneurship culture" are contextual while retaining standard features. Views on the essence of entrepreneurship by Josef Schumpeter, Alfred Chandler (founder of business history), Franco Amateur, etc., are analyzed. The author refers to the works of Max Weber, Werner Sombart, Rolf Ruttinger in the analysis of the concept of "entrepreneurial culture". In the context of the study, the author defines the culture of entrepreneurship as synonymous with a new system of norms and symbols, forms, methods of entrepreneurial activity, even a new goal (the new author understands as modern, industrial, as opposed to traditional). Entrepreneurship culture is object-subjective and cannot be reduced to socio-psychological, value or motivational components. It includes a set of rules and tools for solving external adaptation and internal integration of resources. The conclusions noted the key features of entrepreneurial culture – eclecticism, instability, low level of innovation, confrontational style of relations with workers, short-sightedness and prevalence of motives for self-affirmation, in relations with the authorities – dependence. Even though the culture of entrepreneurship depends on specific historical factors, it is still an umbrella term.

Key words: business history, history of entrepreneurship, the culture of entrepreneurship, modernization.

Термін «підприємництво» впродовж історичного розвитку набував різних відтінків значень залежно від зміни ролі підприємця в економічному розвитку. Отримала поширення точка зору, згідно з якою відмінною характеристикою підприємництва є його інноваційний характер. Ця традиція бере початок у класичній праці Йозефа Шумпетера «Теорія економічного розвитку», опублікованій на початку ХХ ст., у 1911 році (Шумпетер, 2011). Теза про підприємництво, як творче

руйнування, й досі є вельми популярною та актуальною, особливо в транзитних суспільствах, яким власне є Україна (Базилевич, 2006).

Альфред Чандлер представляв підприємницьку функцію трохи інакше – як керівництво власником (групою власників) фірмою. Це, загалом, було вірним для підприємств ХІХ ст., а також невеликих фірм. А. Чандлер став засновником цілого напрямку на перетині історичної та економічної наук – бізнес-історії. Фактично,

йому вдалось створити новий предмет дослідження та домінувати в його вивченні упродовж довгого часу. Він розробив цілісну та несуперечливу модель розвитку американської компанії від доіндустріальної до менеджерської. Теоретичним стрижнем моделі є три взаємопов'язані процеси: 1) зміна форми власності від індивідуальної (родинної) до акціонерної; 2) розвиток інтеграції виробництва та ринку як фактора посилення впливу фірми на економіку; 3) трансформація управління фірмою від одноосібного з невеликим колом помічників до піраміди менеджменту з розподілом обов'язків.

Італійський історик економіки та бізнесу Франко Амато́рі з університету Боконі в Мілані означив підприємництво як невланне поняття. Підприємництво охоплює дуже широкий спектр соціальних ролей (від керівника корпорації до власника вуличної кав'ярні), занять тощо. З огляду на Шумпетерове визначення підприємця як новатора, професор Ф. Амато́рі називає підприємцями тих, хто розподіляє ресурси компанії незалежно від форми власності на капітал, адже новаторство – не єдина функція й прерогатива підприємця. Таким чином, підприємець – не лише власник компанії чи менеджер, а підприємливий керівник, який вміє шукати і знаходити адекватні відповіді на виклики економіки та суспільства (Шпотов, 2009: 42–43).

Трактування підприємництва як інноваційної діяльності дає підстави для трьох позицій. Перша – базовими є поняття підприємливості, винахідливості, ініціативності, готовності до ризику, підприємець виступає як ділова і творча людина. Друга – підприємництво розглядається як окрема група в соціальній структурі суспільства, при цьому увага звертається на його ролі в системних змінах, соціально-інноваційній трансформуючій діяльності. Врешті, третя позиція має у фокусі підприємця як господарюючого суб'єкта, який прагне до максимізації прибутку будь-якими методами. Для нас видається продуктивною друга позиція.

На нашу думку, в системі соціальної структури суспільства підприємництво варто розглядати як соціо-професійну групу, яка перебувала в процесі формування. Сам факт існування підприємництва свідчив про розмивання станової структури традиційного суспільства. Однак, до остаточної інституалізації підприємців, як окремого соціального прошарку, справа так і не дійшла. За визначенням Р. Лінднера, «як представники транссоціальної суспільної формації вони були однаково пов'язані формами вертикальної і горизонтальної комунікації як із селянством, так і з аристократією; як зі світом дрібної буржуазії, так і з технічною інтелігенцією. Вони перебували у прямій і опосередкованій залежності від самодержця та його владної вертикалі» (Лінднер, 2008: 16).

Для використання у дослідженнях варто називати підприємців універсальним терміном «соціальна група» чи «прошарок».

Наприкінці XIX – на початку XX ст. лише почали формуватися стабільні складові підприємництва – технічна еліта, управлінці, банкіри, промисловці. Попри освітню, етнічну, соціальну та світоглядну строкатість, підприємництво міст виявилось найактивнішою соціальною групою, здатною до творення власного

простору і трансформації довколишнього. Зміни мотивацій, усвідомлення власної значущості та можливостей, потреба у формулюванні та відстоюванні власних інтересів – все це вело до виокремлення підприємців у специфічну соціо-професійну групу. Цей процес мав свої регіональні особливості, пов'язані з культурними традиціями, природними та економічними факторами. Еволюція підприємницького прошарку від замкненої групи традиційного суспільства до відкритої спільноти, готової не лише сприймати, а й генерувати зміни, так і не набула завершеного характеру.

Актуалізація суспільної функції підприємництва відбувалась в умовах модернізаційних перетворень, формування індустріального суспільства. Головним (але не єдиним!) рушієм модернізації другої половини XIX – початку XX ст. була самодержавна економічна політика. Городяни-господарники та інші представники місцевих еліт відігравали роль своєрідного інструменту економічних та соціокультурних перетворень. Саме індивідуалізований та орієнтований на раціональну мету характер діяльності, зміни у сформованих патернах поведінки перетворювали підприємців на носіїв процесів зрушень (Лінднер, 2008: 35).

Поняття культури підприємництва. Підприємницька культура – складний феномен, який має власну логіку розвитку. Він включає в себе кілька структурних рівнів. Перш за все, особистісний – культурно-обумовлені цінності, норми та мотиви, що безпосередньо визначають економічну діяльність людей. Коли ці індивідуальні цінності та норми, патерни та стереотипи закріплюються та відтворюються у повсякденних практиках, вони утворюють наступний – інституційний рівень підприємницької культури.

Підприємницька культура володіє певними соціальними цінностями – неординарність мислення, творчий пошук, гнучкість організації, прагнення до постійних інвестицій, різноманітність та інтенсивність контактів, самостійність. Культура відповідального підприємництва інтегрує власне економічні інтереси (орієнтація на прибуток) з інтересами суспільства на основі соціальної відповідальності (націленість на суспільну довіру). Економічна та соціальна складова є невіддільними: досягнення соціальних цілей залежить від економічного зростання, яке в свою чергу зумовлюється ефективністю використання соціальних факторів та ресурсів, «людського капіталу» (Лінднер, 2008: 35).

Щодо дефініцій терміну «підприємницька культура». Нині він видається радше зручним «парасольковим терміном» (Fritsch, Wyrwich, 2017), але формування розуміння цього поняття пройшло доволі довгий шлях.

Макс Вебер виділив два культурно-історичні типи підприємництва – авантюристичний (примітивний ливварський) та зрілий виробничий. В основі кожного типу лежать відповідні цінності та цілі (або прагнення швидкої наживи заради споживання, або прагнення до збагачення заради розвинення виробництва). За Вебером, культура авантюристичного підприємництва є універсальною. Рух до зрілого підприємництва пов'язаний з протестантською етикою, яка формує дух капіталізму (Вебер, 1994: 261).

Вернер Зомбарт не наголошував на відмінностях продуктивного і непродуктивного підприємництва, він

стверджував, що сутності, які лежать в основі підприємництва, єдині, хоча історично мінливі і динамічні. Аби бути успішним, підприємець має поєднувати дві риси – «підприємницький дух», який дозволяє здобути багатство, та умовно «міщанський дух», який дозволяє його зберегти. В. Зомбарт розглядає генезис культури зрілого продуктивного підприємництва в більш широкому смислово контексті як продукт взаємодії сукупності факторів. Він підкреслював значення політики держави в процесі формування культури зрілого підприємництва. Однією з передумов розвитку підприємництва є наявність у суспільстві меншин, що зазнають тиску з боку держави і компенсують заборону на доступ до влади досягненням успіхів у сфері підприємництва. Не менш важливий, за визначенням В. Зомбарта, демографічний фактор, адже міграція стимулює у деяких соціальних груп, незалежно від їх етнічної чи релігійної приналежності, прагнення до збагачення і матеріального благополуччя. Нарешті, В. Зомбарт виділяв технологічний фактор – розвиток науки, що відкриває нові можливості для зростання продуктивності праці, а, отже, зростання доходів (Зомбарт, 1994).

Рольф Рюттінгер розглядає культуру підприємництва на дуалістичній основі. По-перше, культура підприємництва впливає з уявлень про цінності, норми, принципи та зразки поведінки, які власне продукуються самими підприємцями. По-друге, культура має власну динаміку поступу, яка може мати як позитивні, так і негативні якості. У такому визначенні культура підприємництва перетинається з організаційною культурою. Відтак, культура підприємництва як наукова проблема знаходиться на стадії наукового осмислення через свою складність, багатогранність та міждисциплінарність. Попри це, набір базових складових та евристичний потенціал категорії є незаперечними. Так, застосування категорії «підприємницька культура» сприяє глибшому та більш всебічному аналізу підприємницької діяльності, допомагає зрозуміти методи та форми реалізації творчості підприємців.

Російська дослідниця В. Макеева визначає культуру підприємництва як сукупність зразків поведінки, цінностей, соціальних норм, фундаментальних принципів та суспільних інститутів, які орієнтують суб'єкти на ті чи інші форми економічної активності в системі підприємництва, і забезпечують передачу досвіду та стійкість підприємництва у часі (Макеева, 2002: 12).

Часом культуру підприємництва розуміють як:

- середовище, яке заохочує до інноваційних, ризикованих та креативних рішень;
- атмосферу всередині самої фірми, яка заохочує працівників до інновацій;
- суспільне явище, що виражає ступінь оволодіння професійною групою підприємців, її представниками практикологічними та ментальними алгоритмами розширеного відтворення приватного капіталу в будь-якій сфері матеріального і духовного виробництва (Модель І., Модель Б., 1997).

В контексті нашого дослідження культуру підприємництва слід розуміти як синонім нової системи норм і символів, форм, методів підприємницької діяльності, навіть нового цілепокладання (нове розуміється в якості модерне, індустріальне, на протиположному традиційному). Культура підприємництва носить об'єктно-суб'єктний

характер і не може бути зведена лише до соціально-психологічних, ціннісних чи мотиваційних компонентів. Вона включає набір правил та засобів вирішення проблем зовнішньої адаптації й внутрішньої інтеграції ресурсів. Це дає підстави аналізувати в контексті становлення культури підприємництва політико-правові засади її формування, регіональні відмінності становлення в урбанізаційному контексті, еволюцію комунікації з робітниками та міськими громадами тощо. Відтак, поняття «культури підприємництва» співвідноситься нами із діяльністю економічно активної соціальної групи в координатах регіональної варіативності модернізаційних перетворень у містах України.

Культура підприємництва в дореволюційних імперських містах була надзвичайно багатоманітною. Представники різних етнічних та соціальних груп привносили власні елементи в це явище. Як результат, переплітались елементи західноєвропейського та місцевого українського підприємництва, протестантської та традиційної етики (Бородкин, Петров, 2010: 7–9).

Всі ці частинки інтегрувались та взаємно доповнювались. Київ, Одеса, Маріуполь, Ніжин та інші міста у XIX ст. мали, чи, вірніше, були на стадії накопичення того, що Блер Рубл назвав «капіталом розмаїтості» на початку XXI ст. Іноетнічні мігранти ставали джерелом формування підприємницького прошарку, а їх культура та практики ставали також джерелами насичення підприємницької культури (Рубл, 2007: 14, 28, 31). Однак в імперських містах на рубежі XIX–XX ст. виникли проблеми з толерантністю. «Прагматичний плюралізм» поступився місцем нетерпимості, позбавляючи сенсу відповідні стратегії виживання та розвитку.

Культура підприємництва в контексті урбанізаційних та модернізаційних процесів другої половини XIX – початку XX ст. проявлялась у наступному:

- ставленні до найманих працівників;
- ставленні до власної справи (прагнення створити щось більше за фірму-одноденку чи заробити тут і зараз без далекоглядних планів, (не)ощадливість, (не)інноваційність тощо);
- сферах докладання зусиль (торгівля, промисловість, транспорт, сфера послуг чи банківська);
- (не)ефективності управління;
- (не)усвідомленні своєї соціальної відповідальності;
- (не)прагненні до суспільного визнання;
- відносинах із владою різних рівнів та міра корупційної складової в них;
- самоусвідомленні;
- ставленні до закону (повага до його духу та слідування його духу);
- способі побудови відносин із клієнтами та діловими партнерами (взаємна вигода vs одностороння вигода, (не)повага).

Висновки. У фокусі нашого дослідження було становлення модерної культури підприємництва в контексті урбанізаційних процесів. При цьому її розглянуто як систему норм і символів, нових форм і методів підприємницької діяльності, нового цілепокладання (нове в якості модерне, індустріальне, на протиположному традиційному), сукупність індивідуальних та групових інтересів, особливостей поведінки найманих працівників, стилю керівництва, взаємин працівників із

власником, умов праці, яка визначає суспільну значимість та специфіку функціонування підприємства і підприємців як соціальної групи.

Основними рисами культури підприємництва епохи бурхливих модернізаційних перетворень є наступні:

- еkleктичність;
- нестабільність;
- залежність від влади на різних рівнях, і то суттєва;
- доволі низький рівень інноваційності;
- домінування мотивів одномоментної вигоди над мотивами довгострокових інвестувань;
 - у відносинах із робітниками – скоріше конфронтаційний стиль поведінки, аніж конструктивний;
 - поширеність мотивів самоствердження (як на особистісному рівні, так і на груповому);
 - хижацьке загалом ставлення до навколишнього простору та ресурсів (тут мова не лише про природу, а й міський простір та людські ресурси).

Перелік цих рис до певної міри є умовністю. Наскрізною ж рисою підприємницького прошарку міст підросійської України можна назвати недалекоглядність. Свідчення цього – ставлення до робітничого питання у критичні роки після 1917 р.

Під час Громадянської війни робітниче питання стояло надзвичайно гостро. Підприємницькі організації практично не займалися питаннями соціальної відповідальності бізнесу та охорони праці. Відновлення та інтенсифікація виробництва хвилювали підприємців набагато більше, аніж становище робітників. В умовах війни та революції поступки робітникам видавались недоречними. Революція налякала підприємців, але нічому не навчила. Як писала у 1918 році газета «Киевская мысль», «для гг. промышленников год революции – это только год панического страха, а вовсе не год величайшего опыта» (Шацилло, 2008: 320).

Література:

1. Fritsch M., Wyrwich M. The effect of entrepreneurship on economic development – an empirical analysis using regional entrepreneurship culture. *Journal of Economic Geography*. 2017. Vol. 17. Issue 1. P. 157–189.
2. Базилевич В. Д. Неортодоксальна теорія Й. А. Шумпетера. *Історія економічних учень* : у 2 ч. Київ : Знання, 2006. Т. 2. С. 312–324.
3. Бородин Л.И., Петров Ю.А. Экономическая история сегодня: к итогам XV Мирового конгресса. *Экономическая история*. 2010. С. 7–9.
4. Вебер М. Протестантська етика і дух капіталізму. Київ : Основи, 1994.
5. Зомбарт В. Буржуа: етюды по истории духовного развития современного экономического человека. Москва : Наука, 1994.
6. Лінднер Р. Підприємці і місто в Україні, 1860–1914 рр. (Індустріалізація і соціальна комунікація на Півдні Російської імперії). Київ–Донецьк : ТОВ «ВПП «ПРОМІНЬ», 2008.
7. Макеева В. Г. Культура предпринимательства. Москва : ИНФРА-М, 2002.
8. Модель И. М., Модель Б. С. Профессиональная культура предпринимателя. 1997. URL : <http://ecsocman.hse.ru/data/835/885/1216/003.MODEL.pdf>
9. Рубл Б. Капітал розмаїтості. Транснаціональні мігранти в Монреалі, Вашингтоні та Києві. Київ : Критика, 2007.
10. Шацилло М. К. Российская буржуазия в период Гражданской войны и первые годы эмиграции. 1917 – начало 1920-х годов. Москва : Наука, 2008.
11. Шпотов Б. М. Теория эволюции фирмы Альфреда Д. Чандлера и пути развития промышленности. *Экономическая история*. 2009. С. 21–50.
12. Шумпетер Й. А. Теорія економічного розвитку. Дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу / пер. з англ. Київ : ВД «Києво-Могилянська академія», 2011. 242 с.

References:

1. Fritsch, M., Wyrwich, M. (2017). The effect of entrepreneurship on economic development – an empirical analysis using regional entrepreneurship culture. *Journal of Economic Geography*, Vol. 17, Issue 1, pp. 157–189. [in English].
2. Bazylevych, V. D. (2006) Neortodoksalna teoriia Y. A. Shumpetera [J. A. Schumpeter's unorthodox theory]. *Istoriia ekonomichnykh uchen* : u 2 ch. Kyiv : Znannia, T. 2, pp. 312–324. [in Ukrainian].
3. Borodkin, L.I., Petrov, Yu.A. (2010). Ekonomicheskaya istoriya segodnya: k itogam XV Mirovogo kongressa [Economic history today: to the results of the XV World Congress]. *Ekonomicheskaya istoriya*, pp. 7–9. [in Russian].
4. Veber, M. (1994) Protstantska etyka i dukh kapitalizmu [Protestant ethics and spirit of capitalism]. Kyiv : Osnovy. [in Ukrainian].
5. Zombart, V. (1994) Burzhua: etyudy po istorii duhovnogo razvitiya sovremennogo ekonomicheskogo cheloveka [Bourgeois: sketches on the history of the spiritual development of a modern economic person]. Moskva : Nauka. [in Russian].
6. Lindner, R. (2008) Pidpriyemtsi i misto v Ukraini, 1860–1914 rr. (Industrializatsiia i sotsialna komunikatsiia na Pivdni Rosiiskoi imperii) [Entrepreneurs and the City in Ukraine, 1860–1914 (Industrialization and Social Communication in the South of the Russian Empire)]. Kyiv–Donetsk : TOV «VPP «PROMIN», 2008. [in Ukrainian].
7. Makeeva, V. G. (2002) Kultura predprinimatelstva [Entrepreneurship culture]. Moskva : INFRA-M. [in Russian].
8. Model, I. M., Model, B. S. (1997). Professionalnaya kultura predprinimatelstva [Professional culture of the entrepreneur]. Retrieved from : <http://ecsocman.hse.ru/data/835/885/1216/003.MODEL.pdf> [in Russian].

9. Rubl, B. (2007). Kapital rozmaidosty. Transnatsionalni mihranty v Monreali, Vashynhtoni ta Kyievi [Diversity capital. Transnational migrants in Montreal, Washington and Kyiv]. Kyiv : Krytyka. [in Ukrainian].
10. Shacillo, M. K. (2008). Rossijskaya burzhuaziya v period Grazhdanskoj vojny i pervye gody emigracii. 1917 – nachalo 1920-h godov [The Russian bourgeoisie during the Civil War and the first years of emigration. 1917 – early 1920s]. Moskva : Nauka. [in Russian].
11. Shpotov, B. M. (2009). Teoriya evolyucii firmy Alfreda D. Chandlera i puti razvitiya promyshlennosti [Alfred D. Chandler's Theory of Firm Evolution and Industrial Development]. *Ekonomicheskaya istoriya*, pp. 21–50. [in Russian].
12. Shumpeter, Y. A. (2011). Teoriia ekonomichnoho rozvytku. Doslidzhennia prybutkiv, kapitalu, kredytu, vidsotka ta ekonomichnoho tsyklu / per. z anhl [Theory of economic development. Research of profits, capital, credit, interest and economic cycle / translation from English]. Kyiv : VD «Kyievo-Mohylianska akademiia», 242 p. [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 12.06.2021
The article was received 12 June 2021