

Дедов Станислав Витальевич

студент

ФГБОУ ВО «Тульский государственный
педагогический университет им. Л.Н. Толстого»

г. Тула, Тульская область

ИСТОРИЧЕСКОЕ НАСЛЕДИЕ РОССИЙСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ДЕЛОВОГО ПОВЕДЕНИЯ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ

Аннотация: в статье рассматривается влияние наследия российского предпринимательства XIX – начала XX века на деловое поведение современного предпринимателя. Делается вывод, что прошлое не задает готовую модель поведения, но сохраняется как традиционная ценность, влияющая на психологию и философию современного бизнеса.

Ключевые слова: российское предпринимательство, деловая культура, купечество, предпринимательское поведение, деловая репутация, семейный бизнес, риск.

Современный предприниматель действует в условиях цифровой экономики, конкуренции, правового регулирования и высокой неопределенности. Однако деловое поведение формируется не только текущей экономической ситуацией, но и культурно-исторической памятью. Для России особенно важен опыт предпринимательства XIX – начала XX века, когда складывались купеческие и промышленно-финансовые практики, основанные на личном доверии, семейности, деловой репутации и общественной полезности.

Цель статьи – показать, как историческое наследие российского предпринимательства может рассматриваться как фактор формирования поведения, философии и психологических установок современного предпринимателя. Речь идет не о прямом копировании прошлого, а о выявлении устойчивых параллелей между дореволюционной деловой культурой и бизнесом XXI века.

В дореволюционной России предприниматель был не только участником рынка, но и фигурой городской и общественной жизни. На примере московского предпринимательства видно, что деловая активность соединялась с семейной преемственностью, благотворительностью, участием в развитии образования, культуры и социальной инфраструктуры [5, с. 52–56]. Поэтому предпринимательское поведение конца XIX – начала XX века нельзя сводить только к получению прибыли. Оно включало стремление к признанию, сохранению фамильного имени и укреплению доверия.

Особое значение имела репутация. В условиях, когда многие хозяйственные связи строились на личных контактах, «доброе имя» становилось практическим ресурсом. Оно помогало получать кредит, заключать сделки, удерживать партнеров и поддерживать статус в профессиональной среде. В этом смысле историческая деловая репутация выполняла функцию, близкую к современному бренду. Она снижала неопределенность и подтверждала надежность предпринимателя.

Другой важной чертой была семейность бизнеса. Предприятие воспринималось как дело, передаваемое между поколениями, а семья выступала источником доверия, дисциплины и передачи опыта. Современные исследования семейного предпринимательства также связывают устойчивость такого бизнеса с сохранением ценностей и заинтересованностью членов семьи в долгосрочном развитии предприятия [3, с. 2797–2814]. Следовательно, семейная логика российского бизнеса имеет историческую глубину и не является исключительно современной практикой.

Наконец, предприниматель дореволюционного периода находился в сложных отношениях с государством. С одной стороны, он стремился к хозяйственной самостоятельности, с другой – учитывал влияние административной среды, правил, статуса и государственной политики. Эта двойственность стала одной из устойчивых особенностей российской деловой культуры.

В XXI веке исторические черты проявляются в измененной форме. Первая параллель связана с репутацией. Сегодня она выражается через отзывы клиентов, публичность компании, цифровой след, партнерскую историю, финансовую

дисциплину и правовую прозрачность. Исследователи отмечают, что деловая репутация влияет на партнерские отношения и конкурентоспособность субъекта хозяйствования [2, с. 4567–4588]. Поэтому историческая установка на сохранение «доброго имени» трансформировалась в современную установку на репутационный капитал.

Вторая параллель относится к психологии риска. Предприниматель XIX – начала XX века действовал в условиях нестабильной институциональной и рыночной среды. Современный предприниматель также сталкивается с неопределенностью: изменением спроса, цифровой конкуренцией, санкционными ограничениями, ростом регуляторных требований. Т.Б. Полторацкая и Н.А. Шапиро показывают, что восприятие риска влияет на поведение предпринимателей, их количество и выбор сферы деятельности [7, с. 90–99]. Поэтому способность принимать решения при неполной информации остается важной психологической характеристикой российского предпринимателя.

Третья параллель – взаимодействие бизнеса и государства. В современных условиях государство выступает не только регулятором, но и источником мер поддержки, инфраструктурных программ и правил делового поведения. Исследование моделей взаимодействия власти и бизнеса подчеркивает, что государство может стимулировать формирование корпоративной культуры, этических принципов и социально ответственного поведения [1, с. 3123–3136]. Историческая зависимость предпринимателя от государственного фактора не исчезла, но стала более институциональной.

Четвертая параллель связана с социальной ответственностью. Дореволюционное меценатство и благотворительность не были аналогом современных стандартов корпоративной социальной ответственности, но выражали близкую идею. Предприниматель подтверждает легитимность бизнеса через общественную пользу. Сегодня эта установка проявляется в социальных проектах, заботе о работниках, поддержке территорий присутствия и развитию ответственной деловой культуры. В современной литературе отмечается рост интереса к социально

ответственному поведению бизнеса и необходимость развития его институциональной среды [8, с. 667–688].

Историческое наследие влияет на предпринимателя не как набор готовых правил, а как система культурных ориентиров. Оно формирует представление о том, что бизнес должен быть не только источником дохода, но и устойчивым делом, связанным с доверием, ответственностью и общественным признанием. Именно поэтому в современной предпринимательской философии сохраняются мотивы личной ответственности руководителя, семейной преемственности, репутационной осторожности и стремления к долгосрочному партнерству.

При этом наследие российского предпринимательства нельзя идеализировать. Дореволюционная деловая культура была противоречивой: в ней сочетались инициативность и зависимость от государства, благотворительность и жесткая конкуренция, семейная устойчивость и патернализм. В современных условиях эти черты могут работать как ресурс, если поддерживают доверие и ответственность, но могут становиться ограничением, если заменяют прозрачные процедуры неформальными связями. В.В. Зябриков указывает на сложность российской деловой культуры и наличие в ней коллективистских и лидерских элементов [4, с. 685–702].

Следовательно, влияние прошлого проявляется на трех уровнях. На ценностном уровне сохраняются уважение к труду, фамильной или корпоративной репутации, семье и общественной пользе. На поведенческом уровне заметны ориентация на доверие, осторожное принятие риска и учет государственного фактора. На психологическом уровне проявляются готовность действовать в неопределенности, высокая роль личной ответственности и стремление к устойчивости бизнеса.

Историческое наследие российского предпринимательства XIX – начала XX века остается значимым фактором формирования делового поведения современного предпринимателя. Оно не определяет бизнес-практики напрямую, поскольку XXI век имеет другую технологическую, правовую и рыночную среду. Однако прошлое помогает объяснить устойчивость таких установок, как

ценность репутации, семейная преемственность, социальная ответственность, осторожное отношение к риску и особое внимание к взаимодействию с государством.

Главный вывод состоит в том, что современный российский предприниматель наследует не готовую модель дореволюционного купца или промышленника, а ценностно-психологическую матрицу. В условиях XXI века эта традиция проявляется через стремление к доверию, устойчивости, личной ответственности и общественной легитимности бизнеса. Поэтому обращение к истории российского предпринимательства позволяет глубже понять не только экономическое, но и философско-психологическое содержание современного предпринимательского поведения.

Список литературы

1. Авцинова А.А. Современные модели взаимодействия власти и бизнеса / А.А. Авцинова, И.Н. Макаров, О.В. Широкова // Креативная экономика. – 2022. – Т. 16. №8. – С. 3123–3136. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-modeli-vzaimodeystviya-vlasti-i-biznesa> (дата обращения: 25.05.2026). DOI 10.18334/ce.16.8.116138. EDN МОЕТУН
2. Белоглазова В.А. Деловая репутация как экономическая категория: современные подходы и особенности для российских субъектов хозяйствования / В.А. Белоглазова, Т.В. Варкулевич, А.Ю. Шилова // Креативная экономика. – 2023. – Т. 17. №12. – С. 4567–4588. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/delovaya-reputatsiya-kak-ekonomicheskaya-kategoriya-sovremennye-podhody-i-osobennosti-dlya-rossiyskih-subektov-hozyaystvovaniya> (дата обращения: 25.05.2026). DOI 10.18334/ce.17.12.119866. EDN IVRLLD
3. Варкулевич Т.В. Семейное предпринимательство как основная форма развития малого и среднего бизнеса в России / Т.В. Варкулевич, В.А. Белоглазова // Креативная экономика. – 2023. – Т. 17. №8. – С. 2797–2814. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/semeynoe-predprinimatelstvo-kak-osnovnaya-forma-razvitiya-malogo-i-srednego-biznesa-v-rossii>

razvitiya-malogo-i-srednego-biznesa-v-rossii-2 (дата обращения: 25.05.2026). DOI 10.18334/ce.17.8.118719. EDN NTQTFK

4. Зябриков В.В. Российская деловая культура в контексте единой типологии / В.В. Зябриков // *Лидерство и менеджмент*. – 2023. – Т. 10. №3. – С. 685–702. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rossiyskaya-delovaya-kultura-v-kontekste-edinoj-tipologii> (дата обращения: 25.05.2026). DOI 10.18334/lim.10.3.118716. EDN JTNRDL

5. Михальский Ф.А. Социокультурный портрет московского предпринимателя последней трети XIX – начала XX века / Ф.А. Михальский // *Культурологический журнал*. – 2024. – №1(55). – С. 40–45. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsiokulturnyy-portret-moskovskogo-predprinimatelya-posledney-treti-xix-nachala-xx-veka> (дата обращения: 25.05.2026). DOI 10.34685/NI.2024.75.18.005. EDN OAPESQ

6. Михальский Ф.А. Феномен московского предпринимательства и его концептуальные особенности на рубеже XIX–XX веков / Ф.А. Михальский // *Журнал Института наследия*. – 2022. – №1(28), спецвыпуск. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-moskovskogo-predprinimatelstva-i-ego-kontseptualnye-osobennosti-na-rubezhe-xix-xx-vekov> (дата обращения: 25.05.2026).

7. Полторацкая Т.Б. Влияние неопределенности и риска на поведение предпринимателей, их количество и выбор сферы деятельности / Т.Б. Полторацкая, Н.А. Шапиро // *Научный журнал НИУ ИТМО. Серия: Экономика и экологический менеджмент*. – 2023. – №4. – С. 90–99. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-neopredelennosti-i-riska-na-povedenie-predprinimateley-ih-kolichestvo-i-vybor-sfery-deyatelnosti> (дата обращения: 25.05.2026). DOI 10.17586/2310-1172-2023-16-4-90-99. EDN XCEFMC

8. Шичкин И.А. Институциональная среда корпоративной социальной ответственности в России / И.А. Шичкин // *Лидерство и менеджмент*. – 2025. – Т. 12. №3. – С. 667–688. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/institutsionalnaya>

sreda-korporativnoy-sotsialnoy-otvetstvennosti-v-rossii (дата обращения:
25.05.2026). DOI 10.18334/lim.12.3.122616. EDN JQEIDV