

**Савинова С. Ю.**, канд. пед. наук, доцент НИУ ВШЭ, г. Нижний Новгород, [ssavinova@hse.ru](mailto:ssavinova@hse.ru)  
**Шубнякова Н. Г.**, канд. экон. наук, доцент НИУ ВШЭ, г. Нижний Новгород,  
[nshubnyakova@hse.ru](mailto:nshubnyakova@hse.ru)

## ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ КУЛЬТУРЫ БУДУЩЕГО МЕНЕДЖЕРА

*В статье представлен опыт факультета менеджмента НИУ ВШЭ в Нижнем Новгороде по развитию предпринимательской культуры будущих менеджеров. Авторы раскрывают свое представление о предпринимательской культуре как феномене, обладающем потенциалом «культуры полезности и культуры достоинства», предлагают программу ее развития, в которой отражены основные принципы, задачи, уровни ее реализации, а также дано описание конкретных учебных курсов.*

**Ключевые слова:** предпринимательство, предпринимательская культура, культура достоинства, культура полезности, подготовка будущего менеджера.

### Введение

Актуальность постановки и изучения проблемы развития предпринимательской культуры будущего менеджера связана с особенностями развития страны, с ориентацией высшего образования на гуманистические ценности и смыслы.

Одним из существенных ориентиров модернизации современного общества становится формирование новой социальной общности предпринимателей. Результаты международного исследования GUESSS<sup>1</sup>, включающие сравнительный анализ карьерных ожиданий студентов в России сразу после окончания вуза и спустя пять лет показывают, что процент желающих ориентироваться на самостоятельную, независимую деятельность растет. А именно, желающих стать учредителем возросло на 35,4%, продолжать работать в фирме, которую уже основал — на 5,2%, основать собственную

фирму — на 28,4%, основать франчайзинговую компанию — на 1,8%.

Этим обусловлена важность и необходимость становления предпринимательской культуры как «ключевого сегмента российского социокультурного общества»<sup>2</sup>.

### Теоретический взгляд на предпринимательскую культуру

Вновь возникшая на рубеже XX–XXI веков не как исторически детерминированное явление, а как кризисная социальная практика начального этапа постсоциалистического развития, предпринимательская культура была одной из многих разнонаправленных культур, предлагавших свое видение перехода от устаревших к новым формам жизнедеятельности общества.

<sup>1</sup> <http://www.gsom.spbu.ru/research/eship/projects/guesss13>.

<sup>2</sup> Ожерельева О. Ю. Предпринимательская культура: ценностные ориентиры и социокультурные механизмы развития в российских условиях // Историческая и социально-образовательная мысль. 2012. № 2 (12). С. 178–182.

Современные исследователи этого феномена сходятся в том, что предпринимательская культура должна становиться одним из основных факторов, который определяет сознание и поведение предпринимателей, обеспечивает изменения качества социальной жизни современного российского общества. На фоне этих тенденций возникает потребность в развитии предпринимательской культуры у студентов-менеджеров.

Анализ существующих теоретических и практических подходов к пониманию предпринимательской культуры дают возможность выделить общие характеристики этого явления: предпринимательская культура рассматривается в рамках хозяйственной культуры, в то же время являясь самостоятельной субкультурой со своим языком, «стилем мышления», системой ценностей ментального и прагматического характера. Она включает в себя специфические регуляторы в виде норм, систем отношений, оказывающих непосредственное воздействие на поведение и жизнедеятельность членов предпринимательской общности. Предпринимательская культура понимается как целостная культура (или в настоящее время стремящаяся к своей целостности). Ее целостность достигается наличием взаимосвязанных, равнодействующих на все сферы общества измерений.

1. Социальной общностью предпринимателей, формирующих свою субкультуру.

2. Предпринимательской деятельностью как специфическим видом деятельности, которая характеризуется: нацеленностью на получение предпринимательского дохода, инициативностью и инновационностью в реализации целей, готовностью к риску, самостоятельностью и ответственностью.

3. Индивидуальным субъектом, целенаправленно реализующим в своей деятельности базовые ценности предпринимательской культуры.

Таким образом, предпринимательская культура, с одной стороны, отражает со-

стояние и развитие современного общества, с другой — вносит свои коррективы в его систему ценностей и отношений.

### **Предпринимательская культура в контексте «культуры полезности и культуры достоинства»**

В нашем представлении предпринимательская культура может быть рассмотрена в контексте культур, которые Ч. Сноу условно разделил на культуру, созданную наукой (прагматическую), и культуру творческой интеллигенции (духовную)<sup>3</sup>, а А. Г. Асмолов представил полюса этого контекста как «культуру полезности и культуру достоинства»<sup>4</sup>. Культура полезности характеризуется тем, что возникает в переходные периоды развития общества, когда идет конструирование новой общественной системы. Постановка и решение прагматических задач в эти периоды в значительной степени «обезличивают» человека. В обществе исполнителей человек оценивается «по его служебной функции», преследуя цель «выжить», а не «жить». В культуре полезности «урежается время, отводимое на детство», «старость не обладает ценностью», а образованию отводится роль «социального сироты», необходимого лишь для того, чтобы «подготовить человека к выполнению его служебных функций». Ценность знания прямо увязывается с информированностью, доля которой прямо зависит от места в социальной иерархии. Культура полезности основывается на вере в централизованное управление обществом или миром, «которое наделяется чертами всемогущества, всевидения, всезнания». Эта вера поддерживается естественным или искус-

<sup>3</sup> Сноу Ч. П. Портреты и размышления. М.: Изд-во «Прогресс», 1985. — 368 с.

<sup>4</sup> Асмолов А. Г. Непройдённый путь: от культуры полезности — к культуре достоинства // Вопросы психологии. 1990. №5. С. 5–12.

ственным созданием «образа врага», существование которого непременно требует «догнать и перегнать». В таком распорядке жизни рано или поздно вырабатывается известный в психологии «эффект беспомощности» — убеждение в невозможности своими действиями изменить ход событий и в конечном счете — отказ от поиска. Неотъемлемыми чертами характера такого человека становится послушность и исполнительность.

Культура, ориентированная на отношения достоинства, во главу угла ставит ценность личности, вне зависимости от того, в какой степени эта личность полезна для выполнения того или иного дела. Ориентиром в развитии становится не «слепая вера» в непогрешимость централизованного управления, а ценность образования, знания, необходимые в поиске собственного самобытного пути развития общества. Культура достоинства органично сочетается с системой идей В. И. Вернадского об уникальности отдельной личности (ее способности к изменчивости, непредсказуемости), и единстве человечества, основанного на «принципе солидарности»<sup>5</sup>, а не борьбы за существование. Личность, готовая к жизненным переменам, способна к поиску, к самостоятельному принятию решений, к ответственности за них. Именно культура достоинства в большей степени готова к преодолению социальных катаклизмов, выходу из кризисов на поворотах человеческой истории.

В предпринимательской культуре, на наш взгляд, заложен потенциал обеих культур, но, так же как и в современном обществе, в ней в значительной степени на стихийно-интуитивном уровне отражаются черты культуры полезности. Представляется, что развитие предпринимательской культуры тесно связано с ориентацией на культуру достоинства. С этой точки зре-

ния особый смысл приобретает развитие предпринимательской культуры в профессиональном образовании современных менеджеров.

### **Ориентиры подготовки будущего менеджера**

Решая задачи модернизации высшего образования, педагогика высшей школы теоретически обосновала положение о компетентностном подходе как альтернативе традиционному образованию, ориентированному на формирование знаний и умений будущих бакалавров, магистров. Профессиональные стандарты нового поколения в подготовке бакалавров и магистров по направлению «Менеджер» ориентируются на компетентностный подход, который объединяет в себе «интеллектуальную и навыковую составляющие результата образования», интегрирует близкородственные умения и знания, относящиеся к широким сферам культуры и деятельности<sup>6</sup>.

Анализ компетенций, заложенных в оригинальных образовательных стандартах НИУ ВШЭ подготовки бакалавра и магистра менеджмента, позволяет выделить компетенции, в той или иной мере ориентированные на развитие предпринимательской культуры. В бакалавриате: умение находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею; способность разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов и т. д.); способность взаимодействовать с финансовыми рынками, фондами венчурного финансирования, ангел-инвесторами; способность выполнять юридическое оформление бизнеса; обеспечивать реализацию социальной ответственности бизнеса через тес-

<sup>5</sup> Вернадский В. И. Основую жизни — искание истины // Новый мир, 1988, № 3. С. 224–225.

<sup>6</sup> Зеер Э. Ф. Модернизация профессионального образования: компетентностный подход: учебное пособие / Э. Ф. Зеер, А. М. Павлова, Э. Э. Сыманюк. М.: Из-во Московского психолого-социального института, 2005. С. 54.

ное взаимодействие в процессе предпринимательской деятельности со всеми заинтересованными сторонами, включая местные власти, объединения, сообщества. В магистратуре: способность использовать современные менеджерские технологии и разрабатывать новые технологии управления для эффективной деятельности организации; способность находить и оценивать новые рыночные возможности, формировать и оценивать бизнес-идеи, разрабатывать бизнес-планы для создания нового бизнеса; способность выявлять данные, необходимые для решения управленческих, предпринимательских задач; осуществлять их сбор и обработку.

Приобретение этих компетенций является значимой составляющей развития предпринимательской культуры у бакалавров и магистров менеджмента.

Постановка целей, отбор содержания знаний о предпринимательской культуре, методов, форм, образовательных технологий реализует гуманистическую парадигму образования, основные принципы которой изменяют положение, статус и позицию студента-менеджера. К ним относятся:

- признание человека как высшей ценности, приоритета его взглядов, пристрастий, отношений;
- признание права на развитие посредством разных способов присвоения культуры. При этом образовательный процесс является лишь одним из путей развития наряду с другими путями — самообразование, самовоспитание, саморазвитие;
- убеждение в безграничных возможностях человека и его способности к самосовершенствованию;
- соблюдение принципа природосообразности, учитывающего индивидуальные психологические и физиологические характеристики человека, его возрастные особенности;
- признание активности человека как проявления его субъектности в образовательном процессе;

- комплиментарность взаимодействия как единство противоположного (уважение—требование, желаемое—должное), которое разрешается путем компромисса, согласия, диалога;

- диалогичность как признание равноправия всех участников образовательного процесса, преодоление «чуждости чужого» и сохранение «собственно своего»<sup>7</sup>. Участник диалога не может ограничиться признанием или отрицанием позиции другого участника, он должен уметь считаться с другой позицией, сохраняя и развивая при этом свою точку зрения.

Основываясь на этих принципах, в развитии предпринимательской культуры менеджера решаются, в нашем понимании, три задачи:

1) изучение особенностей предпринимательской общности, предпринимательской культуры студентов-менеджеров;

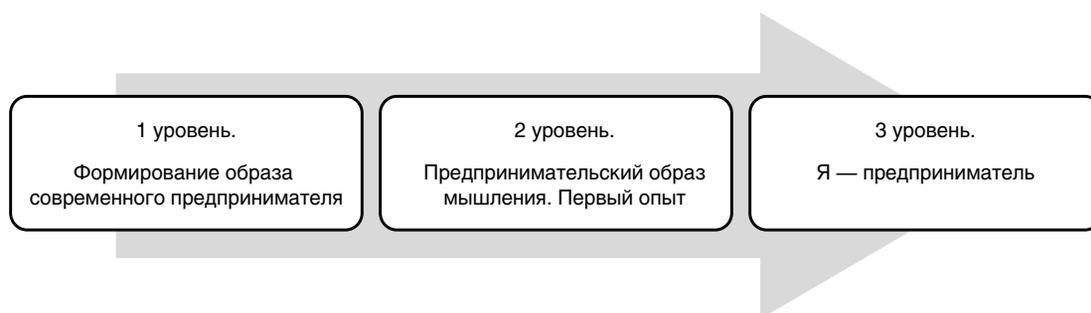
2) овладение компетенциями предпринимательской деятельности, т. е. проявление способности и готовности мобилизовать в своей профессиональной деятельности собственные предпринимательские знания и умения, а также способы выполнения действий, приобретенных в процессе обучения;

3) личностное развитие студентов как способность к социальной реализации, а именно, реализации общественных функций — социальных ролей, целей и ценностных ориентаций, характера и склонностей.

### **Описание программы «Развитие предпринимательской культуры в молодежной среде»**

Для решения этих задач на факультете менеджмента НИУ ВШЭ в Нижнем Новгороде была разработана программа развития предпринимательской культуры в молодежной среде (см. рис. 1). Программа реализу-

<sup>7</sup> Бахтин М. М. Проблемы творчества Достоевского. Проблемы поэтики Достоевского. Киев: NEXT. 1994.



**Рис. 1.** Уровни развития предпринимательской культуры в молодежной среде

ется последовательно на трех уровнях, каждый из которых обусловлен своими целями, методами, формами, возрастными особенностями участников:

- 1) «Формирование образа современного предпринимателя»;
- 2) «Предпринимательский образ мышления. Первый опыт»;
- 3) «Я — предприниматель!».

Кратко охарактеризуем каждый уровень программы.

#### **Первый уровень. «Формирование образа современного предпринимателя»**

Этот уровень программы ориентирован на школьников 8–11 классов, что обусловлено рядом факторов.

1. Возрастными особенностями школьников, которые характеризуются периодом активного процесса самосознания, размышления о перспективах своей жизни, формирования образа будущего, путей его достижения. Знакомство с образом современного предпринимателя закладывает в сознании школьников соответствующую систему ценностей, стимулирует развитие активной жизненной позиции, созидательного отношения к окружающему миру, определенных черт характера: целеустремленности, ответственности и т. д.

2. Ориентация школьников на будущее тесно связана с выбором профессии. Предпринимательство в настоящее время не является профессией (в привычном

ее понимании). Это социальная общность, к которой в современном обществе сложилось неоднозначное отношение, связанное, во-первых, с кризисной практикой начального периода становления предпринимательства, во-вторых, с отсутствием социальной практики рыночных отношений у большей части нашего общества. Поэтому знакомство с современными предпринимателями, их деятельностью, системой отношений становится актуальным именно на этом этапе.

Профессиональная ориентация современных школьников имеет свою специфику, поскольку выбор профессии в настоящее время происходит опосредованно, через выбор вуза. Поэтому партнерство университета и школы является взаимодополняющим и создает условие для осмысленного выбора своего жизненного пути.

Работа со школьниками реализуется в трех направлениях:

- 1) образовательное направление;
- 2) бизнес направление (бизнес-классы предпринимателей);
- 3) проектное направление.

#### **Образовательное направление**

Основная цель этого направления — познакомить школьников с первоначальными знаниями о предпринимательстве, стимулировать развитие интереса к этой сфере деятельности. В течение учебного года школьники слушают лекции, принимают участие в образовательных семинарах по основным аспектам организации предпринима-

тельской деятельности. Ключевыми темами, выбранными для изучения на этом уровне, стали: «Предпринимательство как сфера человеческой деятельности», «Основы бизнес-планирования», «Построение бизнес-модели проекта», «Маркетинг. Что необходимо знать», «Инновации в бизнесе», «Стратегическое планирование бизнеса».

### **Бизнес-направление (бизнес-классы предпринимателей)**

В рамках этого направления школьники продолжают знакомиться с предпринимательской средой, формировать образ современного предпринимателя. Для этого организуются встречи, мастер-классы: «Бизнес и Жизнь. Найти баланс», «Как открыть бизнес по прАвому», «Self-branding», «Бизнес — это люди. Секреты эффективной команды», «Бизнес в медиаиндустрии», «Выбери профессию с умом. Правильный подход к выбору профессии», «Финансирование проектов на ранних стадиях бизнеса: бутстрэппинг, ЗФ, бизнес-ангелы и т. д.». В рамках этого направления представляется наиболее важным показать школьникам карьерную траекторию предпринимателя, в том числе и предпринимателей — выпускников факультета менеджмента НИУ ВШЭ в Нижнем Новгороде.

### **Проектное направление**

Организация обучения школьников должна проходить с обязательной практической составляющей, т. е. необходима реализация деятельностного подхода в обучении. Именно поэтому, формируя первые представления о предпринимательстве, нужно дать возможность учащимся смоделировать предпринимательскую деятельность. Проектное направление предполагает организацию конкурса разработок и бизнес-планов для школьников. Организуются команды школьников, которые в течение нескольких месяцев разрабатывают бизнес-план. В ходе работы их консультируют бизнес-практики и эксперты университета

(возможно также привлечение наиболее талантливых старшекурсников и магистрантов). Итогом конкурса является презентационная сессия разработанных проектов, которые оцениваются профессиональным жюри, состоящим из преподавателей университета и представителей бизнес-сообщества. В рамках конкурса могут быть выделены несколько номинаций, например, «Собственное дело», «Социальный бизнес», «Инновационный бизнес», «Школьное предпринимательство» и т. д. Проектная деятельность школьников позволяет создавать пространства для общения между потенциальными и действующими участниками бизнес-сообщества, развивать предпринимательскую экосреду региона, формировать предпринимательский подход к организации образовательного процесса в школах.

Таким образом, развитие образа современного предпринимателя не только развивает предпринимательскую культуру у школьников, но и предоставляет возможность осознанного выбора будущей профессии.

### **Второй уровень. «Предпринимательский образ мышления. Первый опыт»**

Этот уровень программы ориентирован на студентов бакалавриата 1–4 курсов. В процессе подготовки бакалавров акцент делается на развитие предпринимательского образа мышления, который характеризуется способностью к риску, самостоятельностью, креативностью, нестандартностью и т. п. Особую роль в развитии такого образа мышления играют не только знания, но и практическая деятельность, благодаря которой накапливаются умения и навыки в сфере предпринимательства. Именно поэтому учебные курсы, запланированные на факультете менеджмента и посвященные проблемам предпринимательства, ориентированы не только на передачу знаний, но и на вовлечение студентов в предпринимательскую деятельность. Это дает студен-

там возможность «примерить» роль предпринимателя, сделать «первый шаг», перейти от этапа осмысления своей деятельности к непосредственной деятельности.

В учебные планы бакалавриата факультета менеджмента НИУ ВШЭ в Нижнем Новгороде включены курсы «Основы предпринимательства», «Предпринимательский образ мышления».

В рамках курса «*Основы предпринимательства*» рассматриваются вопросы, связанные с природой предпринимательства, поиском возможностей для создания нового предприятия. При этом форматы работы по данным темам со студентами, в первую очередь, нацелены на самоопределение. Например, по теме «Природа предпринимательства» студентам предлагается в форме интервью выяснить мотивацию предпринимателей, стимулирующую их к этой деятельности, установить личностный контакт с одним из них, а затем высказать свое отношение к полученной информации. Подобный анализ позволяет каждому студенту самостоятельно осмыслить степень персональной значимости предпринимательских ценностей, норм, системы отношений.

В процессе изучения темы «Развитие бизнес-модели фирмы» студентам предлагается рассмотреть любой традиционный бизнес и предложить изменения существующей бизнес-модели. Разбирая и анализируя подобные кейсы, студенты развивают креативность и нестандартность, которая необходима для предпринимательского мышления.

Курс «*Предпринимательский образ мышления*» ориентирован на создание и реализацию бизнес-идей. В рамках занятий раскрываются особенности формирования состава команды проекта, создания бизнес-модели проекта. В программу включены кейсы от глобальных компаний: Google, Virgin, Microsoft, Zappos, 37signals, а также технологических стартапов из России. Занятия проходят в формате деловых игр, лаборатории креативного мышления, тренин-

гов по ТРИЗ, а также включают упражнения по прототипированию продукции. Курс направлен в первую очередь на то, чтобы помочь будущим предпринимателям не только изучить и обсудить новые идеи, но и проверить на практике свои проекты и решения, обменяться знаниями и опытом, получить навыки успешного предпринимателя и установить деловые контакты. В результате прослушанного курса студенты должны «выйти из аудитории и протестировать на улице свою идею». Тем самым тестируется предложенная идея, приходит уверенность в своих силах в условиях неопределенности, развиваются некоторые лидерские качества.

Кроме того, большое значение для формирования предпринимательского образа мышления как части предпринимательской культуры имеют конкурсы бизнес-проектов («Рост», «Ты — предприниматель»), в которых традиционно участвуют студенты факультета менеджмента. Благодаря этому конкурсу у студентов развиваются определенные черты, необходимые современному предпринимателю, а именно, стремление к деятельности, целеустремленность, творчество, новаторство, умение соединить в одном процессе: с одной стороны — внедрение нового, с другой — оценку реакции рынка на результаты этой деятельности.

Таким образом, на втором уровне реализации программы закладывается определенная система знаний о предпринимательстве, формируется профессиональный язык, происходит осознание специфики деятельности предпринимателя и ее значимости индивидуально для каждого.

### **Третий уровень. «Я — предприниматель»**

Этот уровень программы ориентирован на студентов магистратуры по специализации «Предпринимательство» в рамках магистерской программы «Менеджмент», направления «Менеджмент» подготовки магистров. Он характеризуется, прежде все-

го, тем, что выбор магистерской программы и специализации для большинства студентов является самостоятельным и осознанным, что означает, что ими принимаются и разделяются основные ценности предпринимательской культуры. Они сознательно готовы связать свою карьеру в будущем с предпринимательской деятельностью.

Вторая особенность этого уровня программы заключается в практикоориентированности обучения. В рамках специализации «Предпринимательство» магистранты реализуют свою идею о создании собственного бизнеса, поэтому овладевают компетенциями в области маркетинга, стратегического управления, управления проектами, человеческими и финансовыми ресурсами. Важным условием обучения по этой программе является разработка и ведение собственного бизнес-проекта от стадии «посева» до стадии расширения бизнеса. Каждый магистрант находит свою бизнес-идею, формирует бизнес-модель, определяют источники необходимых ресурсов, пишет бизнес-план.

В процессе создания и реализации проекта большую роль играют работа в командах и индивидуальная работа с мастером (куратором) проекта.

Командные формы работы применяются на протяжении всего периода создания проекта, поскольку умения эффективно взаимодействовать друг с другом, распределять необходимые ресурсы среди ее членов, совместно решать поставленные задачи — являются неотъемлемыми компетенциями современного предпринимателя. Работая над проектом, магистрант либо становится членом команды, либо является руководителем проекта и сам формирует команду проекта. Выбор роли во многом зависит от его личностных особенностей, от уровня знаний, подготовленности к реализации проекта. Определить свое место в проекте помогает диагностика каждого участника: тестирование с использованием теста CPI, собеседование с преподавателями, деловые

игры с целью выявления лидерских качеств магистрантов.

Работа с мастером. Мастерами проектов становятся преподаватели, специализирующиеся в области планируемого проекта или топ-менеджеры базовых предприятий — партнеров факультета. Их цель — сопровождать, поддерживать разработчиков проектов на всех этапах его создания, передавать компетенции, необходимые для практической деятельности. Каждого магистранта курирует один из мастеров.

Следует отметить, что в процессе создания проекта подбирается материал для будущей магистерской диссертации.

Удачная реализация коммерческих проектов студентами во время и по окончании обучения, трудоустройство выпускников кафедры в успешные развивающиеся компании свидетельствуют об эффективности данного этапа предлагаемой программы.

В результате освоения третьего уровня программы студенты получают необходимые навыки профессиональной деятельности, поведения в бизнес-ситуациях, принятия управленческих решений на основе сформированных ценностей предпринимательской культуры. Это способствует их дальнейшему самостоятельному ведению бизнеса.

## Заключение

Таким образом, разработанная и реализуемая на факультете менеджмента в НИУ ВШЭ в Нижнем Новгороде программа способствует развитию предпринимательской культуры при подготовке высококвалифицированного управленца.

В современных условиях предпринимательская культура, возникшая как культура полезности, стремится развивать в себе черты личностно-значимой культуры, ориентированной на достоинство, «общественное понимание», гуманистический принцип «солидарности». Это дает основание полагать, что важной характеристикой предприни-

матерской культуры становится то, что ее ориентация на культуру достоинства вновь делает востребованной из культурной памяти общества ранее утраченную культуру российского предпринимательства, основанную на идеологии служения и социальной ответственности.

### Список литературы

1. *Асмолов А. Г.* Непроходимый путь: от культуры полезности — к культуре достоинства // Вопросы психологии. 1990. №5. С. 5–12.
2. *Бахтин М. М.* Проблемы творчества Достоевского. Проблемы поэтики Достоевского. Киев.: NEXТ, 1994. — 508 с.
3. *Вернадский В. И.* Основую жизни — искание истины // Новый мир, 1988, №3. С. 224–225.
4. *Зеер Э. Ф.* Модернизация профессионального образования: компетентностный подход: учебное пособие / Э. Ф. Зеер, А. М. Павлова, Э. Э. Сыма-нюк. М.: Из-во Московского психолого-социального института, 2005. — 216 с.
5. *Коваленко А. И., Зарецких С. А.* Дискуссия о профессионально-ориентированном подходе к предпринимательству права // Современная конкуренция. 2012. №3 (33). С. 3–8.
6. *Ожерельева О. Ю.* Предпринимательская культура: ценностные ориентиры и социокультурные механизмы развития в российских условиях // Историческая и социально-образовательная мысль. 2012. №2 (12). С. 178–182.
7. *Рубин Ю. Б.* Российское предпринимательство как направление российского образования // Современная конкуренция. 2012. №6 (36). С. 5–8.
8. *Сноу Ч. П.* Портреты и размышления. М.: Изд-во «Прогресс», 1985. — 368 с.
9. *Volkman Ch.* Entrepreneurial Studies in Higher Education. An Ascending Academic Discipline in the Twenty-First Century // Higher Education in Europe. 2004. vol 29, №2. P. 177–186.

---

*S. Savinova, PhD (Pedagogics), Associate Professor of Organizational Psychology Department, National Research University Higher School of Economics, Nizhny Novgorod, ssavinova@hse.ru*

*N. Shubnyakova, PhD (Economics), Associate Professor of Venture Management Department, National Research University Higher School of Economics, Nizhny Novgorod, nshubnyakova@hse.ru*

### OPPORTUNITIES FOR THE DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURIAL CULTURE OF FUTURE MANAGER

In our opinion the entrepreneurial culture can be considered in a context of cultures. The article presents a view on entrepreneurial culture in a context of «culture of usefulness and dignity». The entrepreneurial culture in the modern conditions, arisen as culture of usefulness, seeks to develop in itself lines of the personality significant culture, focused on dignity, «public understanding», the humanistic principle of «solidarity». Solving problems of modernization of the higher education, relying on competence-based approach, development of entrepreneurial culture in professional education of modern managers gets a special sense. Authors defined the basic principles and problems of the educational process directed on formation of entrepreneurial culture. Experience of faculty of management of NRU HSE in Nizhny Novgorod is presented in article, the program of entrepreneurial culture development of the youth is described.

**Keywords:** entrepreneurship, enterprise culture, culture of advantage, culture of usefulness.