

УДК 330.34

КОНЦЕПТУАЛЬНОЕ ПОНИМАНИЕ ПРОЦЕССА СОЦИАЛИЗАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Макаревич А.Н.

ФГБОУ ВО «Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого»,
Великий Новгород, e-mail: Anna.Makarevich@novsu.ru

Статья посвящена теме, остающейся во внимании современных представителей науки и практики предпринимательства, – роли российского бизнеса в достижении устойчивого экономического роста посредством формирования стратегий социально ответственного поведения, внедрения механизмов и инструментов для реализации социальных инициатив. В статье представлено обоснование процесса социализации предпринимательства, дуализм которого проявляется как в понимании не только финансовых, но и социальных выгод своего ответственного поведения (социальная ответственность бизнеса), так и в трансформации самой сущности предпринимательства как особого общественного института (социальное предпринимательство). Обосновано наличие трехстороннего субъектного взаимодействия на основе взаимной ответственности субъектов перед гражданским обществом, что актуализирует проблему поиска инструментов для развития предпринимательской среды в условиях социализации экономики. Сделан вывод о разделении полномочий между государством и бизнесом при решении практических социальных задач посредством нахождения баланса интересов, при котором усиливается взаимное проникновение субъектов в деятельность друг друга, неизбежно перераспределяя сферы ответственности за социально-экономическое развитие страны. Представленные положения статьи и выводы обусловили возможность применения системного подхода к осмыслению концептуализации процесса становления и развития социализированных форм предпринимательства в современной России.

Ключевые слова: социально-ориентированная рыночная экономика, экономика предпринимательства, предпринимательская среда, социальное предпринимательство, субъектное взаимодействие, концепция

CONCEPTUAL UNDERSTANDING OF ENTREPRENEURSHIP'S SOCIALIZATION IN MODERN RUSSIA

Makarevich A.N.

Yaroslav the Wise Novgorod State University, Velikiy Novgorod, e-mail: Anna.Makarevich@novsu.ru

The article is devoted to the topic that remains in the attention of modern representatives of the science and practice of entrepreneurship – the role of Russian business in achieving sustainable economic growth through the formation of strategies for socially responsible behavior, the introduction of mechanisms and tools for the implementation of social initiatives. The article presents the rationale for the process of socialization of entrepreneurship, the dualism of which manifests itself both in the realization by entrepreneurship of the economic and social benefits of responsible behavior (social responsibility of business), and in the transformation of the very essence of entrepreneurship as a special public institution (social entrepreneurship). The existence of tripartite subjective interaction on the basis of mutual responsibility of subjects to civil society is justified, which actualizes the problem of finding tools for the development of the entrepreneurial environment in the conditions of socialization of the economy. The conclusion was made about the division of powers between the state and business in solving practical social problems by finding a balance of interests, in which the mutual penetration of subjects into each other's activities is strengthened, inevitably redistributing the areas of responsibility for the socio-economic development of the country. The presented provisions of the article and conclusions made it possible to apply a systematic approach to understanding the conceptualization of the process of formation and development of socialized forms of entrepreneurship in modern Russia.

Keywords: socially oriented market economy, entrepreneurship economy, entrepreneurial environment, social entrepreneurship, subject interaction, concept

Современная экономика России находится под воздействием серьезных институциональных изменений, императивом которых явилось становление и развитие социально ориентированной рыночной экономики. Значительной трансформации подверглась социальная сфера, детерминированная тенденцией перехода государства от традиционной практики выполнения фиксированных, законодательно регламентированных социальных обязательств к производству качественных и дифференцированных социально значимых благ [1, с. 98], позволяя в полной мере реализовывать механизмы максимизации

благополучия всех членов общества. В результате происходит разделение функций государства (власти) по предоставлению социальных благ на традиционные, упомянутые выше, и современные. Современные функции ориентированы на развитие и повышение эффективности социальной сферы, тесно связаны с процессом нивелирования «провалов» государства, предопределившего изменение характера взаимодействия власти и предпринимательства в сфере социально значимых благ, где ранее присутствие предпринимательского сектора (бизнеса) вообще не представлялось возможным.

Российская социально-экономическая реальность перераспределения сфер ответственности посредством расширения круга субъектов социальной политики и возрастания роли бизнеса в решении социально значимых проблем актуализировала необходимость научного толкования предпринимательства в его корреляции с обществом и теоретико-методологического обоснования его взаимодействия с властью.

Цель исследования заключается в концептуализации становления и развития социализированных форм предпринимательства как института социальной политики в условиях содержательной трансформации функций экономических субъектов за социально-экономическое развитие страны.

Материалы и методы исследования

Тематика данной статьи обусловлена выявлением как перспектив, так и сдерживающих факторов развития социальной направленности деятельности бизнеса. Решение заявленной проблематики, несомненно, требует наличия всестороннего и комплексного понимания процесса разработки научно обоснованных критериев и подходов к социализации предпринимательства в современной России в рамках ее концептуализации. Представленная автором концепция позволяет связать «экономику предпринимательства», соответствующую уровню развития и гуманизации экономики с теоретико-методологическими основами социализации современного предпринимательства; потенциал развития социализированных бизнес-структур и эффективность их взаимодействия с государством и обществом с практическими результатами партнерских взаимоотношений хозяйствующих субъектов и исследованиями социализированной предпринимательской среды. Подобное переплетение теоретических и практических плоскостей позволяет обеспечить соблюдение принципа научности при выработке концептуального понимания процесса социализации предпринимательства с требованием ее практической приемлемости для хозяйствующих субъектов. Теоретическое обоснование и аргументация выводов данной статьи основаны на положениях позитивного экономического анализа с использованием приемов логико-структурного, сравнительного, а также качественного анализа.

Результаты исследования и их обсуждение

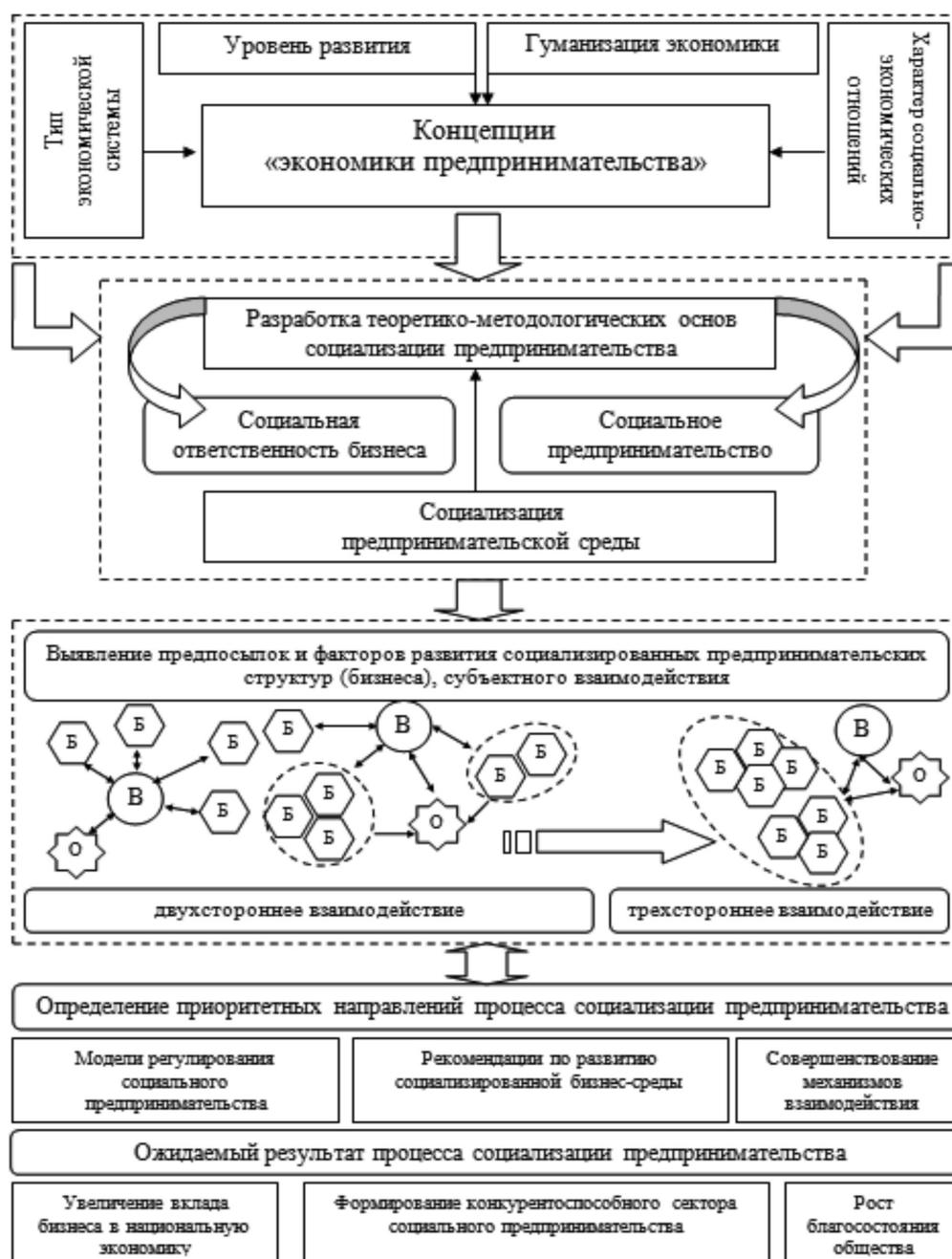
Необходимость применения бизнес-подхода для решения общественно значимых проблем в настоящее время очевидна,

так как перед социумом стоят серьезные задачи по регулированию как мировых процессов, имеющих глобальный характер и последствия, так и внутриобщественных.

Бизнес в России имеет глубокие корни своего участия в социальных процессах – от благотворительности и меценатства до корпоративного гражданства. На сегодняшний день вклад предпринимательства в социальную сферу неизбежен и проявляется по-разному. Так, с одной стороны, любое «социальное проявление» неизбежно приводит к сверхзатратам, обуславливая снижение финансового результата, а также многих финансово-экономических показателей деятельности, с другой – ни один предприниматель сегодня не может функционировать, абстрагируясь от общества, в возможностях которого как поддержать бизнес, так и, напротив, лишить его возможности стабильно функционировать. Принимая во внимание этот факт, одна часть компаний становится все более ответственной, по своей воле возлагая на себя социальные обязательства, например, по максимальному снижению негативных последствий функционирования в сфере экономики или экологии. Другая часть формирует своего рода бизнес-сообщество как совокупность социализированных бизнес-структур по интересам – социальным ориентирам, не уступающих по своему экономическому и инновационному потенциалу западным аналогам [2, с. 44–45].

Проблема разработки концепции процесса социализации предпринимательства актуализируется целым рядом факторов. Во-первых, объективным процессом перехода российского общества на инновационный вектор развития в условиях становления социально ориентированной рыночной экономики. Во-вторых, настоящей ролью социализированных бизнес-структур как важнейших субъектов не только экономических и экологических, но и социально-культурных трансформаций в обществе. В-третьих, недостатком глубины теоретико-методологических и практических исследований проблем социализации бизнеса применительно к российской действительности и ее отдельным сферам, например, таким как теоретическое осмысление потенциала социальной ответственности бизнеса и социального предпринимательства, а также ресурсов для его наращивания.

На основании вышеизложенного автором представлена концептуализация процесса социализации предпринимательства, выделены сферы его формирования и основные направления реализации в современных российских условиях (рисунок).



Концептуальное понимание процесса социализации предпринимательства

Основные ключевые положения концепции, вынесенные автором на обсуждение:

1. Каждому типу экономической системы соответствует свой тип предпринимательства и формы его взаимодействия с другими экономическими акторами, находящие свое отражение в концепциях «экономики предпринимательства». В свою очередь, «экономика предпринимательства» трансформируется вместе с уровнем развития общества и присущим ему характе-

ром социально-экономических отношений. В связи с этим разработка теоретико-методологических основ социализации предпринимательства базируется на различных методологических подходах, а также способах исследования категории «предпринимательство», обусловленных многогранностью трактовки предпринимательской деятельности за рамками традиционного набора апробированных методов изучения. Социализация предпринимательства ста-

новится гетерогенной областью, имеющей отличные от общепринятой экономической деятельности характеристики.

2. Социализация предпринимательства в современной России развивается одновременно по двум направлениям. С одной стороны, усиливается ответственность бизнеса за осуществляемую предпринимательскую деятельность, с другой стороны, развивается особая форма бизнеса – социальное предпринимательство. Социальному предпринимательству свойственна специфика, обусловленная общественной природой становления и функционирования преимущественно третичного сектора экономики и предопределяющая различия характера его деятельности от других субъектов предпринимательства. Подобное своеобразие предопределяет и задает особые детерминанты, которые не только оказывают влияние на перспективное видение процесса развития самого социального предпринимательства, но и задают «правила игры», нетипичные условия и факторы формирования социализированной бизнес-среды.

3. Одной из категорий социально ориентированного общества является трехстороннее взаимодействие экономических субъектов (субъектное взаимодействие), которое достигается посредством согласования интересов и доверия участников социально-экономических отношений в условиях их взаимной ответственности перед общественностью. Таким образом, процесс социализации отечественной экономики сопровождается трансформацией функций (задач) государственного регулирования при максимально возможном соблюдении баланса интересов в процессе построения механизма партнерского трехстороннего взаимодействия общества, экономических акторов и государства, усиливающего их взаимное проникновение в деятельность друг друга, неизбежно перераспределяя сферы ответственности за социально-экономическое развитие страны и образуя социально ориентированный вектор ее развития.

4. Обоснована взаимозависимость между идентификацией трансформаций, имеющих место в осуществлении предпринимателями своей деятельности в новых условиях социализированной среды на начальном этапе реализации концепции и этапом определения приоритетных направлений реализации концепции, ее ожидаемых результатов. Данное обусловлено необходимостью корректировки (преобразований) направлений развития концепции в соответствии со сложившимися услови-

ями или выявленными обстоятельствами, а именно – при появлении негативных тенденций или воздействий процесса социализации бизнес-среды.

Авторская концепция не рассматривается как нечто заданное и единственно возможное. Автором допускается существование альтернативных инструментов развития предпринимательской среды в условиях социализации экономики, выбор которых может быть обусловлен различными микро- и макроэкономическими факторами: финансовым состоянием субъектов предпринимательства, их ресурсным потенциалом, системой внутрикорпоративного управления, условиями внешнего регулирования и так далее. Представленная концепция имеет стратегическую цель – формирование целостного понимания и системного видения перспектив развития предпринимательской деятельности в условиях социализации экономики (коэволюционный процесс).

Основные предпосылки и факторы развития социализированных предпринимательских структур можно условно объединить в две группы:

1. Предпосылки и факторы позитивного влияния: усиление внимания государства к процессам социализации предпринимательства; совершенствование социальной инфраструктуры; повышение уровня и качества жизни населения; появление у бизнеса дополнительных ресурсов в результате синергетического эффекта от субъектного взаимодействия.

2. Предпосылки и факторы негативного влияния: глобальные процессы в мировой экономике и как одно из следствий – формирование крупных интегрированных структур во всех сферах предпринимательской деятельности, в том числе с целью захвата рынка; стремительное развитие сетевых форм организации бизнеса; ограниченный выбор сфер предпринимательской деятельности, в которых бизнес с высокой степенью эффективности способен проявить свою социальную ответственность.

Одним из инструментов реализации концепции социализации предпринимательства является модель регулирования социального предпринимательства, многогранность термина которого объясняется принадлежностью ко множеству сфер общественной жизни и выражается в различных формах социальной активности [3]. Представляя собой специфическое социально-экономическое явление, социальное предпринимательство осуществляется в условиях социума, регламентируется действующими в обществе нормативно-

правовыми положениями, подчиняется действию общих для всех хозяйствующих субъектов экономических законов. Это означает, что социальное предпринимательство как таковое не свободно от общества, а функционирует во взаимосвязи и взаимозависимости с ним, подвержено как управлению, так и регулированию [4, с. 354].

Под регулированием понимается процесс целенаправленного воздействия на хозяйствующий субъект с целью достижения запланированного социального эффекта, осуществляемый органами управления, под которыми в широком смысле слова понимаются как государственные органы исполнительной власти различных уровней, так и представители менеджмента – непосредственные руководители социально ориентированных предприятий. Подобное разноеобразие состава участников процесса регулирования социального предпринимательства объективно обуславливает различия в стоящих перед ними целях и ожидаемых результатах [5, с. 87]. Так, например, органами власти перед предпринимателем ставятся многоплановые микро- и макроэкономические задачи: от развития предприятия как такового до обеспечения роста доходов бюджетов всех уровней, развития экономической и социальной инфраструктуры, повышения качества жизни населения, снижения социальной напряженности на рынке труда и т.п. Управляющее воздействие государственных органов власти на хозяйствующий субъект социального предпринимательства направлено на формирование нормативно-правовой базы, позволяющей успешно развиваться и иметь положительную динамику работы, сопровождаться устойчивым ростом финансовых результатов, повышением уровня конкурентоспособности производимой продукции, расширением занимаемого сегмента рынка [6, с. 134]. Кроме того, из внимания исследователей не исключается управляющее самовоздействие, под которым понимается реализация собственной предпринимательской инициативы.

Заключение

Объективная необходимость разработки концепции социализации предпринимательства диктуется общей логикой перехода к социально-ориентированной модели российской экономики. Кроме того, рост предпринимательской активности всех хозяйствующих субъектов, который наблюдается в России в последнее десятилетие, демонстрирует возникновение благоприятных условий для развития всего предпринимательского сектора с учетом потреб-

ностей формирующегося гражданского общества. В результате, с одной стороны, актуализируется проблема соответствия качественных и социально-этических параметров деятельности бизнеса реалиям социальной среды, с другой – поиска механизмов и инструментов вовлечения предпринимательства в систему социально-экономических отношений и разделения с государством ответственности за состояние сферы социальных услуг, за благополучие общества и его безопасность. В результате неизбежно различие интересов участников данного процесса и поиск путей обеспечения их сбалансированности.

Совокупный научный потенциал исследований и прикладных разработок обеспечил достаточно глубокую проработанность проблематики социализации современной российской экономики, а также высокий теоретико-методологический уровень изучения тенденций формирования социальной ответственности бизнеса. Однако следует отметить, что нынешняя экономическая наука занимается в основном проблемами рынка в традиционном его понимании, когда в центре исследования находятся рыночные отношения сами по себе, а получившая широкое распространение государственная активность все еще относится к разряду экстернатальных, внешних воздействий, учитываемых в виде некоторых допущений к анализу исследуемых явлений. Помимо этого, современные механизмы взаимодействия государства с экономическими акторами, построенные в двустороннем формате, исключают из процесса партнерских отношений общества как непосредственного участника данного процесса. В связи с этим необходима разработка концептуального понимания организации и развития трехстороннего взаимодействия властных, предпринимательских структур и общества в сфере решения социально значимых задач на принципах стратегического партнерства. Данный подход требует формирования новых моделей, инструментов и методик согласования интересов власти, бизнеса и общества, что, по мнению автора, позволит активизировать деловую активность бизнеса, обеспечить повышение эффективности использования государственных бюджетных ресурсов, послужит стимулом экономического роста страны и повышения благосостояния общества.

Список литературы

1. Макаревич А.Н. Сфера социально значимых услуг: «борьба» терминологий // Казанская наука. 2012. № 10. С. 97–100.

2. Киварина М.В. Социализация предпринимательства как фактор устойчивого экономического роста // Вестник Института экономики и управления Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого. 2017. № 2 (24). С. 44–51.

3. Такмашева И.В., Айварова Н.Г. Портрет социального предпринимателя Югры: ключевые особенности и ценностные ориентации // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2019. № 1 (119). [Электронный ресурс]. URL: <http://uecs.ru/uecs-119-12019/item/5373-2019-01-30-09-05-05> (дата обращения: 15.07.2020).

4. Пахомова О.А., Дубровина О.А. Системный подход к управлению социальной сферой региона // Экономика и предпринимательство. 2017. № 8–1 (85–1). С. 352–356.

5. Рубцова М.В., Павенков В.Г. Теоретическое исследование управляемости: социологический подход. СПб.: Санкт-Петербургский гос. ун-т водных коммуникаций, 2009. 371 с.

6. Чжан Л. Теоретические аспекты исследования предпринимательской деятельности // Глобальная экономика в XXI веке: роль биотехнологий и цифровых технологий: сборник научных статей по итогам работы круглого стола с международным участием. 2020. С. 133–135.