

СТАТЬИ

УДК 330.112.2

**СОВРЕМЕННАЯ СТРАТЕГИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА:
РАЦИОНАЛЬНО-СОЦИАЛЬНАЯ ЦЕЛОСТНОСТЬ И ЦЕННОСТЬ**

¹Асаул А.Н., ²Веткина А.В.

¹ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет»,
Санкт-Петербург, e-mail: asaul@yandex.ru;

²ФГБОУ ВО «Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого»,
Великий Новгород, e-mail: anna.vetkina@novsu.ru

В данной статье представлены теоретические аспекты социальной составляющей мотивационного механизма предпринимательской деятельности в условиях нарастающих современных вызовов и угроз экономической безопасности России. Новейшая история российской экономики выстраивает многофункциональную траекторию развития предпринимательских структур, способных выдержать санкционный пресс со стороны мирового сообщества и противостоять негативным проявлениям мирохозяйственной конъюнктуры. Авторы указывают на необходимость перехода к реализации социально ориентированных методов управления бизнес-процессами, которые составляют рационально-социальную целостность стратегии, направленной на «социализацию» частного интереса в постиндустриальном обществе, на создание эффективной конструкции продуктивного предпринимательства, противостоящего глобальной конкуренции на основе формирования устойчивых институциональных связей в рамках социального партнерства всех субъектов экономики для решения общенациональных задач. Авторами обозначены приоритетные направления взаимодействия органов государственной власти, бизнес-структур и общества, которые должны определять позицию ответственного социализированного бизнеса. Важным результатом исследования является обоснование авторами коренных изменений рациональной стратегии предпринимателей, ограничение интересов в материальных предпочтениях и постепенное возрастание интересов в области социального усовершенствования. В конечном итоге формирование новой кумулятивной рационально-социальной стратегии современного предпринимательства обнаруживает социализацию производительной инициативы и поэтапную трансформацию стимулов, обоснований и ценностей хозяйственных субъектов.

Ключевые слова: предпринимательство, мотивационный механизм, рациональное поведение, социальная ответственность, социальные ценности

**MODERN STRATEGY OF ENTREPRENEURSHIP:
RATIONAL-SOCIAL INTEGRALITY AND VALUE**

¹Asaul A.N., ²Vetkina A.V.

¹Saint Petersburg State University of Architecture and Civil Engineering, Saint-Petersburg,
e-mail: asaul@yandex.ru;

²Yaroslav the Wise Novgorod State University, Velikiy Novgorod, e-mail: Anna.Vetkina@novsu.ru

This article presents the theoretical aspects of the social component of the motivational mechanism of entrepreneurial activity in the face of growing modern challenges and threats to the economic security of Russia. The recent history of the Russian economy is building a multifunctional trajectory for the development of entrepreneurial structures that are able to withstand the sanctions pressure from the world community and withstand the negative manifestations of the global economic situation. The authors point to the need for a transition to the implementation of socially-oriented methods of business process management, which constitute the rational and social integrity of the strategy aimed at the «socialization» of private interest in a post-industrial society, at creating an effective structure of productive entrepreneurship that opposes global competition based on the formation of sustainable institutional links within the framework of social partnership of all subjects of the economy to solve national problems. The authors have identified the priority areas of interaction between public authorities, business structures and society, which should determine the position of a responsible socialized business. An important result of the study is the substantiation by the authors of fundamental changes in the rational strategy of entrepreneurs, the limitation of interests in material preferences and the gradual increase in interests in the field of social improvement. Ultimately, the formation of a new cumulative rational social strategy of modern entrepreneurship reveals the socialization of a productive initiative and a step-by-step transformation of incentives, justifications and values of economic entities.

Keywords: entrepreneurship, motivational mechanism, rational behavior, effective business strategy, social responsibility, social values

При существующем многообразии теоретических подходов к определению сущности и значения предпринимательства мировая социально-экономическая мысль неуклонно трактует природу этой деятельности как первичной фундаментальной частицы любого экономического механизма. Эта главная хозяйственная сила является связующим звеном, непреложным посред-

ником между индивидуальными и общественными потребностями, согласовывая материальное благополучие отдельного человека и благосостояние общества в целом. Формируя предложение рыночных товаров и услуг, каждый предприниматель мотивирует сознательный риск возможностью получения предпринимательского дохода, стремится глубинно и качественно удовлет-

ворить предъявляемый обществом спрос, поддерживая общественное благополучие и социально-экономическую стабильность.

Однако современные вызовы и угрозы экономической безопасности усиливают требования к социальной составляющей мотивационного механизма предпринимательской деятельности. Рациональный экономический выбор в современных условиях определяется необходимостью формирования новой ответственной стратегии всех субъектов экономики по преодолению тотальных рисков с целью создания социальной ценности как результата комплексного взаимодействия предпринимательских структур, органов государственной власти и институтов гражданского общества.

Для построения эффективной конструкции продуктивного предпринимательства, противостоящего глобальной конкуренции, необходим переход к реализации социально ориентированных методов управления бизнес-процессами, составляющих рационально-социальную целостность стратегии, направленной на «социализацию» частного интереса в постиндустриальном обществе.

Антикризисные решения проблем развития экономики лежат в области формирования нового мотивационного механизма предпринимательства, социальных приоритетов и ценностей, осознанного предпочтения альтруистического поведения экономических субъектов перед оппортунистическим (оппортунизм – слепое следование своим интересам, часто в ущерб интересам других, возможно даже обманом или незаконным путем). Социальная ответственность деловых предпринимательских кругов включает в себя способы управления на основе нравственной составляющей, призывающей общество к активному взаимодействию во всех сферах жизнеобеспечения и отвечающей за экономическую стабильность.

Цель исследования заключается в обосновании необходимости формирования долгосрочной эффективной стратегии развития национального предпринимательства как условия преодоления современных проблем санкционной экономики и непредсказуемо деформирующихся социально-экономических связей, пересмотра ценностных ориентиров делового экономического сообщества.

Материал и методы исследования

Предметная область исследования данной работы определяет движение и динамику предпринимательских инициатив, реализующих ключевую функцию рынка

в рамках достижения социально-экономической стабильности. Необходимость всестороннего изучения аспектов социализации предпринимательского сектора обусловила выделение в качестве основного объекта исследования ценностных ориентиров для формирования мотивационного механизма предпринимательской активности и обеспечения на этой основе ответственной самоорганизации субъектов предпринимательства для решения общественных задач. Постановка проблемы и проведение комплексного и системного анализа качественных изменений экономического и социального характера деятельности субъектов предпринимательства осуществляется на основе теоретических методов ретроспективной оценки, изучения и обобщения рационального опыта общественно значимого поведения субъектов хозяйствования. Проведенное исследование в полной мере подтверждает выводы авторов о том, что объективным фактором прогрессивного развития постиндустриальных рыночных систем учреждается переход к рационально-социальным стратегическим ориентирам.

Результаты исследования и их обсуждение

В теории предпринимательства устоялся термин: «предпринимательство, особый вид хозяйственной деятельности, главная цель которой заключается в стимулировании и удовлетворении спроса общества на конкретные потребности его членов посредством рыночного обмена, и направлен на завоевание конкурентных преимуществ через нарушение рыночного равновесия» [1, с. 48].

Главной целью предпринимательства является максимизация его возможностей удовлетворять комплекс социально-экономических потребностей в условиях неопределенности, которая конкретизируется под влиянием внешней среды, исходя из возможностей внутренней среды и из его прошлого, а также из выполняемых предпринимательской единицей функций.

В практической деятельности предпринимательства выделяется ряд существенных признаков, неотъемлемо сопровождающих мотивационную компоненту общего стратегического плана субъектов предпринимательства:

- самоорганизация и кластерное развитие субъектов предпринимательства [2; 3];
- ответственность за последствия принимаемых решений [4], допустимый и оправданный при этом риск, связанный с преодолением сопротивления конкурирующей среды [5; 6];

– обеспечение инновационного развития субъектов предпринимательства [7] и ориентация на коммерциализацию лучших инновационных решений [8].

В ходе эволюции человеческого общества возникали, развивались, существовали во взаимодействии и конфронтации различные экономические идеи, концепции и парадигмы, в основе которых был заложен стандартный набор этико-философских положений:

- поиск источника богатства (благополучия);
- принципы распределения благ (отношение к собственности);
- регулирующая позиция государства и других общественных институтов;
- сочетание интересов всех экономических субъектов, стратегический эффективный выбор соотношения набора частных и общественных благ.

Гармонизация экономических отношений как условие общественного благополучия и процветания обозначила главные направления научного анализа экономических закономерностей и генезис экономической науки в целом. Говоря о гармонизации и гуманизации экономических отношений, ряд экономистов определяют направление развития экономики в соответствии с общечеловеческими ценностями, когда реализуются как интересы отдельных индивидов, так и всего общества в целом [9, с. 25]. Как комплексный и многоплановый процесс, гуманизация обнаруживает фундаментальные задачи по усилению этико-социальной функции экономики – обеспечивать достойный уровень жизни каждого человека на основе принципов добра, справедливости, персональной ответственности каждого за общий результат, как осознания подвижнической миссии любой созидательной деятельности, ведущей к экономическому благополучию.

При более детальном рассмотрении указанной функции можно выделить существенные аспекты, представляющие собой главные черты социально ориентированной постиндустриальной экономики: максимально полное и качественное удовлетворение быстро растущих потребностей; технологическое замещение малоэффективных производств; интеллектуализация труда и повышение уровня производительного потенциала работников; расширение самостоятельности, изобретательности, новаторских творческих идей при использовании профессиональных навыков и знаний в процессе создания новых благ и услуг; доминирование и объективизация принципов справедливости и нравственности, человечности и доброжелательности в сфере социально-экономических отношений, в том

числе отношений прав собственности; сокращение степени дискриминации прав человека, в том числе в сфере наемного труда; культурный и экологический прогресс, развитие эстетики труда, повышение комфортности производственной обстановки, соизмеримости производственных результатов с существующими в природе закономерностями, в том числе охрана окружающей среды и минимизация экологического ущерба, наносимого природе производством [10].

При существующем многообразии концептуальных подходов определения природы экономического благополучия фундаментальным вопросом остается согласованность между индивидуальными и общественными потребностями, уровнем материального благополучия отдельного человека и процветанием общества в целом. Новейшая история российской экономики в условиях обострения политических противоречий выстраивает многофункциональную траекторию развития предпринимательских структур, способных выдержать санкционный пресс со стороны мирового сообщества и противостоять негативным проявлениям мирохозяйственной конъюнктуры. К основным проблемам следует отнести:

- использование промышленно развитыми странами в качестве инструмента глобальной конкуренции санкций против экономики России;
- применение дискриминационных инструментов, ограничивающих доступ российских производителей к зарубежным финансовым ресурсам и передовым технологиям;
- подрыв экспортной сферы российской экономики;
- давление на инновационную активность ключевых секторов экономики;
- деструктивное влияние теневого сектора в сфере экономических отношений;
- неблагоприятная динамика социального развития, усиление дифференциации доходов населения, снижение качества жизни.

Смена политических, экономических, социокультурных, природно-экологических условий глобального мирового пространства обуславливает безотлагательность сдвига в системе ценностей современного предпринимательства. При осложнении ситуации в мире и нарастании внутренних социальных проблем государство в их решении должно опираться на предпринимателей, обладающих способностью видеть ситуацию по-новому, обнаружить новые возможности и нестандартные подходы для эффективного использования дорогостоящих ресурсов, обладать инновационной активностью, необходимой мотивацией и ценностными ориентирами.



«Пирамида ценностей» в современной стратегии социально ответственного предпринимательства

В этих условиях Россия остро нуждается в жизнеспособных институтах социального партнерства всех субъектов экономики, основным из которых должны стать предприниматели, формирующие целостную рационально-социальную стратегию, обеспечивающую устойчивые, эффективные связи для решения общенациональных задач.

Исходным пунктом развития предпринимательской активности становятся не только бизнес-интересы по увеличению финансовых результатов, но и социальные проблемы, которые будут значимыми для успешного социально ориентированного бизнеса. В фокусе рационального поведения оказывается такой ценностный ориентир, как единство предпринимательской деятельности и социальной миссии, где полученная прибыль является и средством обеспечения социальных эффектов субъекта предпринимательства.

Социальная переориентация и жизнеобеспечивающие ценности предпринимательства делают его авангардным институтом социально-экономической стабилизации общества. Ещё в середине первого десятилетия XXI века наблюдалось увеличение предпринимательских структур, имеющих явную коммерческую направленность, но включившихся в социализированную бизнес-среду, преодолевая рыночный эгоцентризм, формируя принцип ответственного лидерства, решая всевозможные социальные задачи, которые ранее оставались за рамками экономического подхода: участие в процессах

управления устойчивым развитием отдельных территорий, смягчения конкретных социальных проблем населения, осуществление социальных реформ [11; 12].

В современном мире коммерческая успешность субъекта предпринимательства «напрямую зависит от интересов общества» [13], а «социальная ответственность постепенно становится новой философией бизнеса» [14, с. 61]. Альтернативный характер социализированного бизнеса определяет новую социальную предпринимательскую культуру, представляющую сочетание интересов и условия тесного взаимодействия всех заинтересованных в достижении социального результата субъектов, органов власти и бизнес-структур.

Создание прогрессивной модели экономического развития страны добавляет субъектам экономики новые основополагающие принципы и нормы – не столько рациональность и прибыльность, сколько стремление к интерактивности и кооперации, взаимовыгодному сотрудничеству, решению долгосрочных внеэкономических задач, таких как общественная справедливость, нравственное поведение и, наконец, альтруизм [15]. Время, бесспорно, демонстрирует невозможность цивилизационного роста без ориентации на общественную мораль и общечеловеческие ценности. Соответственно этому должна измениться и сама мотивационная стратегия предпринимателей, то есть ограничение интересов в материальных предпочтениях и посте-

пенно возрастающие интересы в направлении социального усовершенствования, что в конечном итоге будет определять позицию ответственного социализированного бизнеса.

Формирующаяся новая кумулятивная рационально-социальная целостная стратегия современного предпринимательства представляет собой совокупность факторов, определяющих мотивационный механизм производительной инициативы, пошаговую трансформацию стимулов и обоснований, так называемую пирамиду ценностей (рисунок), неуклонно прогрессирующих по мере социализации хозяйственных субъектов.

Выводы

В условиях нарастания социально-экономических проблем подавляющее большинство современных предпринимателей осознают необходимость социальной переориентации своей долгосрочной стратегии на жизнеобеспечивающие ценности, на формирование устойчивых институциональных связей в рамках социального партнерства всех субъектов экономики для решения общенациональных задач. В фокусе рационального поведения оказывается новый ценностный ориентир – единство предпринимательского подхода и социальной миссии, где полученная прибыль является также и средством обеспечения социальных эффектов субъекта предпринимательской деятельности, осуществления социального запроса общества, решения всевозможных социальных задач, которые ранее оставались за рамками мотивационного механизма предпринимательского сообщества.

Список литературы

1. Асаул А.Н. Социальная ответственность бизнеса как инструмент измерения новой экономики // Научные труды Вольного экономического общества России. 2014. Т. 185. С. 47-63.

2. Асаул А.Н., Войнаренко М.П., Крюкова И.В., Люлин П.Б. Организация предпринимательской деятельности: учебник М.: Проспект, 2016. 400 с.

3. Асаул А.Н. Разработки и коммерциализации лучших инновационных решений – источники формирования общественных благ // Проблемы предпринимательской и инвестиционно-строительной деятельности: мат. XVII научно-технической конф. СПб.: АНО «ИПЭВ», 2015. С. 266-283.

4. Баранов Г.С., Баранова Н.А. Рынок и этика: к проблеме интерактивности рыночно-экономического и этического сознания. Кемерово: Кузбассвузиздат, 2001. 183 с.

5. Грекова Г.И., Киварина М.В. Взаимодействие бизнеса и власти: от корпоративной ответственности к социальному партнерству: учебное пособие. Великий Новгород, 2015. 160 с.

6. Киварина М.В. Особенности становления российской модели социальной ответственности бизнеса // Бизнес. Образование. Право. 2011. № 4 (17). С. 126-130.

7. Киварина М.В. Корпоративное гражданство: современный способ ведения бизнеса // Российское предпринимательство. 2016. Т. 17. № 19. С. 2485-2494.

8. Киварина М.В. Социальное партнерство: ключевые условия эффективности // Вестник Новгородского филиала РАНХиГС. 2015. Т. 2. № 4-2 (2). С. 109-117.

9. Веткина А.В. От ревизионизма к трансформации методологического индивидуализма в экономической теории // Вестник Института экономики и управления Новгородского государственного университета имени Ярослава Мудрого. 2015. №3(19). С. 23-27.

10. Киварина М.В. Комплексная модель взаимодействия власти, бизнеса и населения в стратегии развития региона // Вестник Новгородского государственного университета. 2011. № 61. С. 26-30.

11. Асаул А.Н., Загидуллина Г.М., Емельянов О.О., Фалтинский Р.А. Механизмы обеспечения инновационного развития субъектов предпринимательства: монография. СПб.: АНО «ИПЭВ», 2016. 400 с. DOI: 10.17513/np.303.

12. Петросян Д.С., Фаткина Н.Л. Этические принципы в социально-экономической политике России // Вопросы экономики. 2008. № 2. С. 122-132.

13. Петросян Д.С., Фаткина Н.Л. Экономический эгоизм и гуманизация экономики // Вопросы экономики. 2010. № 8. С. 123-131.

14. Асаул А.Н., Грахов В.П., Коваль О.С., Рыбнов Е.И. Теория и практика разработки принятия и реализации управленческих решений в предпринимательстве: монография. СПб.: АНО «ИПЭВ», 2014. 304 с.

15. Шухов Н.С., Щербаков В.Н. Нравственно-психологические основы политической экономии. М.: Бизнес-Пресс, 2005. 277 с.