

Игнатова Ирина Викторовна

кандидат социологических наук, доцент,
докторант Тюменского государственного университета

Социальные аспекты российского предпринимательства

Аннотация:

Предпринимательство привлекает ресурсы из социума, использует их, выступая в роли «черного ящика», где преобразуются используемые в процессе предпринимательства факторы, на выходе из которого создаются новые социальные элементы, тенденции, нормы и т.д. Предпринимательство представляет собой трансформатор социума.

Ключевые слова: предпринимательство, модульный подход, социум, социальное предпринимательство.

Предпринимательство представляет собой сложно-структурированное явление, которое стало объектом пристального внимания исследователей различных областей современной науки. Однако до сих пор нет однозначного определения понятия «предпринимательство», научного подхода, позволяющего всесторонне изучить данное явление. Это предполагает разработку новых теоретических направлений изучения предпринимательства.

Автор применяет модульный подход к исследованию предпринимательства. Он позволяет учесть и сгруппировать все более или менее однородные элементы и процессы в рамках предпринимательства. Мы выделили три модуля: институциональный, экономический и психологический, что обусловлено спецификой предпринимательства как вида деятельности, включающей три составных элемента. Во-первых, необходимым признаком предпринимательства являются экономическая свобода и административная самостоятельность принятия решений, гарантами которых выступают законодательные акты различного уровня. Во-вторых, предпринимательская деятельность ориентирована на достижение коммерческого успеха, получение прибыли, что связано с рыночной структурой экономики, в ходе которой обеспечивается непрерывное обновление общественных потребностей. В-третьих, в процессе предпринимательской деятельности происходит самореализация человека, развитие предпринимательского мышления.

Отсутствие социального модуля обусловлено тем, что социум – основа любой деятельности, по отношению к которой он выступает условием, ресурсом и средой, оценивающей результаты деятельно-

сти. Под социумом мы понимаем сложную, объемную, многоуровневую, открытую органическую систему, основанную на коллективной деятельности людей. Никакая деятельность не может быть осуществлена вне социума. Предпринимательская деятельность не является исключением, она реализуется людьми и для людей, при этом социум выступает в двойной роли. С одной стороны, он представляет собой ресурс предпринимательства – это люди, обладающие потенциалом или реально занимающиеся предпринимательской деятельностью, и неудовлетворенные общественные потребности. С другой стороны, результаты предпринимательской деятельности оказывают влияние на социум посредством вскрытия и реализации существующих и формирования новых общественных потребностей. Итак, социум пронизывает, детерминирует и оценивает успешность предпринимательской деятельности, играет соединительную роль между предпринимателем и обществом, обеспечивая объединение экономического интереса, эффективного использования ресурсов и творческой самореализации в процессах воплощения уникальных идей определенным способом.

Таким образом, предпринимательство социально, оно берет свое начало в социуме, отражающем современное социальное положение, в виде человеческих ресурсов, форм социальных отношений, культуры и т.д. Затем использует их, выступая в роли «черного ящика», где преобразуются используемые в процессе предпринимательства факторы, на выходе из которого появляются новые социальные элементы, тенденции, нормы и т.д. Следовательно, предпринимательство является трансформатором социума. Рассмотрим подробнее каждый из этапов процесса преобразования социума посредством предпринимательства.

Первый этап отражает влияние социума на предпринимательство. Выделим следующие социальные факторы: половозрастная структура населения; уровень общего и специального предпринимательского образования; возможность повышения личного дохода; отношение общества к предпринимательству; развитая деловая инфраструктура услуг, специализирующаяся на предпринимательстве.

1. Половозрастная структура населения. Именно от демографической ситуации зависят изменения потребностей в товарах и услугах, а также реакция населения на эти изменения и его способность предложить способы удовлетворения новых запросов. Исследования показывают, что страны с нулевым ожидаемым приростом населения в ближайшие десятилетия (до 2025 г.) имеют индекс общей предпринимательской активности 2,2% и ниже, а страны с ожидаемым ростом населения в 20% имеют наибольший уровень предпринимательского индекса [1, с. 48]. Россия относится к числу стран

с нулевым (минусовым) ожидаемым приростом населения [2], следовательно, опрометчиво ожидать активной предпринимательской активности в ближайшие годы (до 2025 г.).

Наиболее перспективным для бизнеса считается население в возрасте от 25 до 44 лет. Страны с наивысшим развитием предпринимательства имеют более четверти населения в этом возрастном интервале, страны с низким индексом предпринимательства – 22% [3, с. 48]. Считается также, что женщины составляют мощный, пока еще слабо использованный резерв развития предпринимательства. Однако в целом перед женщинами в области предпринимательства стоит множество специфических барьеров, таких как более слабое техническое образование, сложности в формировании деловой инфраструктуры, необходимость делить свое время между семьей и предпринимательством и т.п.

2. Уровень общего и специального предпринимательского образования. В этой области США обладают существенным конкурентным преимуществом, так как более 80% населения в соответствующем возрасте получают специальное среднее и высшее образование и уступают по этому показателю только Канаде (90%). По статистике предприниматели имеют более высокий уровень образования, чем в среднем по стране. Исследователи отмечают интересный феномен – среди предпринимателей в США больше лиц с неоконченным высшим образованием (около одной трети). В то же время лучшие американские колледжи и университеты в 1990-е гг. начали предлагать специальные курсы по предпринимательству. К 2000 г. их количество достигло 125 [4, с. 48]. В последние годы в России началось внедрение образовательных программ, рассчитанных на повышение уровня знаний в области предпринимательства. Следует отметить, что традиционно российские предприниматели показывают очень высокий уровень образования (уровень активности респондентов с высшим образованием превышает средний по выборке в 2 раза). Однако, наряду с японскими предпринимателями, российские демонстрируют неуверенность в своих знаниях и опыте для начала предпринимательской деятельности, соответственно 13% и 18% респондентов. В то же время в развитых странах Западной Европы и Америке этот показатель колеблется от 25 до 55% от числа ответивших [5, с. 20]. Данный факт объясняет невысокое количество вовлеченных в предпринимательскую деятельность в России. Показательно, что наибольшую уверенность в своих знаниях демонстрируют предприниматели Доминиканской Республики, Боливии, Перу (уровень более 70%).

3. Возможность значительно повысить личный доход. Выявлено наличие достаточно высокой корреляции между общей предпринимательской активностью и различием в индивидуальных до-

ходах. Для большинства промышленно развитых стран отношение суммарных доходов 10% наиболее богатых налогоплательщиков к суммарным доходам 10% беднейшего населения находится в пределах 5–10, [6, с. 48] в России (по данным государственной статистики) в 2008 г. он достиг 17. Группы населения с высоким уровнем доходов, с одной стороны, обеспечивают необходимое накопление для первоначального инвестирования в стартовые компании, с другой стороны, они являются хорошей целью для амбициозных предпринимателей, желающих повысить свой уровень доходов.

4. *Отношение общества к предпринимательству.* С целью широкого использования предпринимательства как ресурса социально-экономического развития необходимо, помимо прочего, формировать идеологию предпринимательства в обществе, что является одной из задач государства. Весь мир знает американскую мечту о таком «...общественном порядке, когда каждый может полностью реализовать свои способности и этим добиться уважения окружающих» [7, с. 50]. В США престижно быть предпринимателем, он герой, сумевший стать независимым и самостоятельным. Р. Рейг исследовал факторы почётности предпринимательства в США и пришел к выводу, что причина этого – отсутствие противоречий между предпринимательской и гражданской культурой [8]. Они успешно синтезированы, что стало детерминантой облагораживания предпринимательской активности. Если государственные воззрения на методы решения экономических проблем совместимы с предпринимательскими интересами, то обеспечивается качественный и количественный подъем предпринимательства. В итоге предприниматель в США – это национальный герой и пример для подражания.

В России иная ситуация, предприниматель находится вне закона, он не является героем. Опираясь на исследования Р. Рейг, можно констатировать, что причина этого – противоречие между предпринимательской и гражданской культурами. Отечественные ученые (например, И.Г. Акперов, В.М. Емельянов, Ж.В. Масликова и др.) свидетельствуют, что у российских предпринимателей особенно ярко выражен комплекс самостоятельности и автономности. Кросс-культурные исследования определили, что российские предприниматели в большей степени отчуждены от общества и психологически защищены от социального неодобрения, чем, например, немецкие. Это связано с развитием российского предпринимательства в условиях несбалансированного рынка, без реальной и последовательной поддержки со стороны государства, в социокультурной среде неодобрения, и демонстрирует открытое противопоставление бизнеса государству и крайнее проявление индивидуализма. В настоящее время ситуация несколько изменилась под влиянием развития рыночных отношений, политики государства. По данным ис-

следований, около 70% населения России считают, что предприниматель пользуется уважением в обществе (в США – 74%, в Финляндии, являющейся лидером по этому показателю, – 89%) [9]. Следовательно, негативное отношение к российским предпринимателям со стороны соотечественников смягчилось.

5. Развитая деловая инфраструктура услуг (юристы, бухгалтера, консультанты, которые специализируются на предпринимательстве). Новые быстро растущие компании, как правило, испытывают нехватку средств и не могут нанять на полный рабочий день высококвалифицированных специалистов и оплачивать их труд по высоким ставкам, поэтому они пользуются услугами сторонних организаций. Сравнительные исследования экономической и социально-политической ситуации в ведущих промышленно развитых странах показали, что такие нормы и характеристики, как открытость экономики, участие страны в международном разделении труда, степень государственного вмешательства в регулирование рынков, уровень развития управленческой культуры больше влияют на успешность действий крупных компаний и гораздо меньше – на уровень предпринимательской инициативы [10, с. 50].

Таким образом, выделенные факторы влияют на темпы распространения предпринимательства, определяют его характерные черты, которые необходимо учитывать при разработке мероприятий по развитию предпринимательства в стране.

Второй этап – процесс предпринимательства, преобразующий включенный в него социум. В процессе предпринимательской деятельности происходит реализация и развитие предпринимательских способностей человека. Предприниматели образуют совокупность разнородных групп, к ним относятся директора приватизированных промышленных гигантов, распорядители мелких фирм, председатели правлений крупных банков, главные врачи медицинских учреждений, ученые и другие. Принципиальные различия между группами предпринимателей связаны с масштабами и сферой хозяйствования, его техническим и организационным уровнем, происхождением капитала и характером воспроизводственных связей. Крупный бизнес, как правило, более стабилен, теснее связан с государственными структурами, несет бремя скорее политического, нежели экономического риска, выходит за национальные границы. Все это резко отличает его от основной массы мелких и средних предпринимателей.

Социальные аспекты процесса предпринимательской деятельности проявляются в создании наиболее эффективных рабочих мест; в предоставлении возможности сотрудникам реализовать свои способности, обеспечить достойную жизнь для своих семей; в создании конкурентной среды, следовательно, содействии снижения

цен, повышения качества товаров и услуг, насыщении рынка товарами, снижении дефицита. Следовательно, предпринимательская деятельность способствует не только реализации творческого потенциала, но и амбиций, достижению поставленных жизненных целей, как следствие – повышение уровня удовлетворенности отдельного человека. Массовость предпринимательства, соответственно, позволит улучшить социальный климат на уровне всего социума.

Предпринимательская деятельность в различных сферах жизни может стать самым коротким путем к благополучию и процветанию человека. Повышение материального и культурного уровня жизни приводит к росту денежных доходов и накоплений, которые можно вложить в проект и получить дополнительный доход. Этот фактор способствует расширению предпринимательской деятельности, накоплению капитала и увеличению возможностей предпринимательства в решении крупномасштабных задач, то есть может перерасти в возможность решения некоторых социальных задач государственного уровня.

Как любой процесс, предпринимательство имеет отрицательные социальные последствия. Стремление к максимизации прибыли, как одна из целей, может отразиться в ценах на товары и услуги, а также их качестве, что приведет к снижению уровня и качества жизни населения. Поэтому каждый социально ответственный предприниматель ищет компромисс между получением прибыли и социальными последствиями от своих действий. Практически это означает, что такой предприниматель будет заниматься не всякой деятельностью, приносящей пусть даже высокую прибыль (яркие примеры – торговля наркотиками и оружием – социально неприемлемые виды деятельности, но высокоприбыльные).

Безработица, как следствие банкротства предприятий, может служить источником квалифицированных кадров для предпринимательской сферы, что смягчит социальное напряжение в обществе.

Третий этап, включает процесс преобразования социума посредством предпринимательской деятельности. Одним из направлений реализации на практике данного процесса является социальная ответственность бизнеса, которая предусматривает право человека принимать решения и совершать действия согласно своим мнениям и предпочтениям, но он должен отвечать за их последствия и не может перекладывать вину за негативные результаты своих решений и действий на других. Такое понимание ответственности выражается, например, в решении экологических проблем, заботе о соблюдении законов, даже если имеется возможность их обойти. Таким образом, социальная ответственность – это контракт между предпринимателем и обществом, в котором он функционирует.

В рамках модульного подхода автор рассматривает реализацию социальной ответственности бизнеса в трех направлениях в соответствии с выделенными модулями. В рамках институционального модуля социальная ответственность бизнеса реализуется посредством соблюдения законодательства разного уровня; экономического модуля – прозрачности налогообложения, установления соответствующей нормы прибыли; психологического модуля – реализации способностей человека. Соответственно, с целью развития социальности предпринимательства государству необходимо организовать деятельность по трем указанным направлениям, создавая условия для активизации действия предпринимателей в решении социальных проблем общества.

Положительный эффект от социально ответственного поведения предпринимателя проявляется в создании благоприятных долгосрочных перспектив для бизнеса; позитивной реакции работников на социальную активность своего предприятия, увеличении производительности труда; повышении привлекательности предприятий для ищущих работу; в способствовании формированию дружеских отношений с властью и лоббировании своих интересов; дополнительной привлекательности инвесторов. Следует отметить, что перечисленное является добровольно принятыми на себя обязательствами компаний. В соответствии с законом предприниматель обязан работать, платить налоги и заработную плату, а государство заниматься решением социальных проблем. Приведем аргументы против участия предприятия в решении социальных проблем: нарушение принципа максимизации прибыли; расходы на социальную вовлеченность являются для предприятия издержками, которые переносятся на потребителей в виде повышения цен; недостаточный уровень отчетности широкой публике в реализации социальных мероприятий; недостаток умения разрешать социальные проблемы.

Различные уровни социальной ответственности представляют собой комбинации требований и ожиданий от бизнеса со стороны общества и государства и выгоды/невыгоды социальной активности для бизнеса. Чем выше уровень социальной ответственности у компаний, тем больше добровольно принятых на себя обязательств.

Одним из вариантов компромиссного сочетания прибыльности и социальности в предпринимательской деятельности является развитие социального предпринимательства, которое представляет собой предпринимательскую деятельность, нацеленную на смягчение или решение социальных проблем. Социальное предпринимательство, как вид предпринимательства, обладает следующими чертами: готовность рисковать, умение использовать ситуацию на рынке, способность уйти от узкого понимания предпринимательства как коммерции и мобилизовать разрозненные ресурсы для достижения главной цели. Отличие между ними заключается во введении новых механизмов решения имеющихся социальных проблем, по-

вышение уровня и качества жизни людей, которых затрагивает деятельность предпринимателя. В то же время социальное предпринимательство должно быть доходным, иначе речь идет о благотворительной организации.

Итак, предпринимательство направляет общественное развитие в сторону социального прогресса и способствует согласованию интересов человека и общества, их «соизмеримости». Оно непосредственно участвует в процессе воспроизводства социальной жизни.

Путь к социально ответственному российскому предпринимательству лежит не через единичные случаи благотворительности. Необходимо создать в обществе такую культуру и мораль, которые способствовали бы мотивации деловых людей к заботе об имидже своей нравственно оправданной в глазах большинства населения деятельности. К сожалению, на сегодняшний день в России отсутствуют экономические и правовые стимулы для деятельности по повышению квалификации сотрудников предприятий, развитию системы негосударственной, в том числе внутрифирменной социальной защиты, участию компаний в спонсорской деятельности и социально значимых проектах. Формирование таких стимулов – задача законодательной власти, профессионального образования и местного сообщества, постепенно вырабатывающего механизмы этической регуляции деятельности индивидов и профессиональных групп в условиях рыночной экономики, культурного и политического плюрализма.

В сложной российской действительности необходимо учитывать особенности российского менталитета и развития предпринимательства, отсутствие налоговых стимулов или льгот для социально ответственных компаний. Осознание сущности социальной функции предпринимательства, а главное – реальных действий государства и предпринимательства, создаст благоприятные условия для гармонизации их интересов, перераспределения бремени по решению социальных проблем общества.

Ссылки:

1. Кочетков Г.Б. *Предпринимательство как фактор развития* // США – Канада: экономика, политика, культура. 2003. № 6. С. 46–65.
2. Медков В. *Депопуляционные прогнозы численности населения России в 2005–2050 гг.* URL: <http://www.demographia.ru/articles>.
3. Кочетков Г.Б. Указ. соч.
4. Там же.
5. Воронина К. *И надежда, и угроза* // Эксперт. 2009. 23 ноября.
6. Кочетков Г.Б. Указ. соч.
7. Адамс Дж.Т. *Американская эпопея* // Нью-Йорк, 1953.
8. Емельянов В.М. *Психологические особенности российского предпринимателя.* URL: <http://www.elitarium.ru/2006/08/12>.
9. Воронина К. Указ. соч.
10. Кочетков Г.Б. Указ. соч.