УДК 338.1

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА

Киварина М.В., Макаревич А.Н.*ФГБОУ ВО «Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого»,
Великий Новгород, e-mail: mariya.kivarina@novsu.ru, anna.makarevich@novsu.ru*

В статье дано научное обоснование развития института предпринимательства, как одного из факторов преобразования современного российского общества, базирующееся на комплексном применении всей теоретико-методологической базы социальных, гуманитарных и экономических знаний, что позволило авторам глубоко и всесторонне изучить содержание и функциональную роль современной предпринимательской деятельности. Обобщены характеристики и признаки предпринимательства, представленные в различных концепциях зарубежных и отечественных ученых и российском законодательстве, отмечены широта и многоаспектность понятия «предпринимательская деятельность». Обосновано возрастание роли предпринимателя как ключевого субъекта социальных отношений, на основе чего сделан вывод об объективной необходимости социализации предпринимательской деятельности, способствующей консолидации общества и повышению эффективности функционирования экономики. Целью статьи является изучение сущности и природы предпринимательства как особого общественного института, а также обоснование его роли в достижении устойчивого социально-экономического роста. Системный подход к осмыслению предпринимательства позволяет выявить комплекс мер, направленных на развитие предпринимательской активности в современных российских условиях, формирование социокультурных условий для эффективного функционирования механизма поддержки предпринимательства, а также утверждение в обществе новых социальных норм и ценностей, способствующих всемерному развитию института предпринимательства.

Ключевые слова: предпринимательство, институт предпринимательства, предпринимательская деятельность, социализация, социальная ответственность, социальное предпринимательство, социальное развитие, общественное благосостояние

ENTREPRENEURSHIP AS AN INSTITUTION OF SOCIAL DEVELOPMENT

Kivarina M.V., Makarevich A.N.*Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education «Yaroslav the Wise Novgorod State University», Velikiy Novgorod, e-mail: mariya.kivarina@novsu.ru, anna.makarevich@novsu.ru*

The article gives the scientific substantiation of the development of the institution of entrepreneurship as one of the factors of the transformation of modern Russian society based on the complex application of the entire theoretical and methodological base of social, humanitarian and economic knowledge, which allowed the authors to thoroughly and comprehensively study the content and functional role of modern entrepreneurial activity. Generalized characteristics and features of entrepreneurship, presented in various concepts of foreign and domestic scientists and Russian legislation, noted the breadth and multidimensionality of the concept of «entrepreneurial activity». The increase of the role of the entrepreneur as a key subject of social relations is substantiated, on the basis of which the conclusion is made about the objective necessity of socialization of entrepreneurial activity, which contributes to the consolidation of society and to the increase of the efficiency of the functioning of the economy. The purpose of the article is to study the nature and nature of entrepreneurship as a special social institution, as well as the rationale for its role in achieving sustainable social and economic growth. A systematic approach to the understanding of entrepreneurship makes it possible to identify a set of measures aimed at developing entrepreneurial activity in modern Russian conditions, the formation of sociocultural conditions for the effective functioning of the mechanism for supporting entrepreneurship, and the establishment in the society of new social norms and values that contribute to the all-round development of the institution of entrepreneurship.

Keywords: entrepreneurship, enterprise institute, entrepreneurship, socialization, social responsibility, social entrepreneurship, social development, public welfare

Общепризнанно предпринимательство трактуется как неотъемлемый атрибут рыночной экономики, отличительной чертой которой является свободная конкуренция. При этом главный субъект предпринимательства – предприниматель – рассматривается как свободно действующий индивид, вступающий в рыночные отношения с другими хозяйствующими субъектами для достижения поставленных целей. Важно отметить, что данный подход является чисто экономическим и не учитывает тот факт, что в процессе осуществления своей деятельности

предприниматель вступает не только в рыночные, но и социальные отношения, воздействуя на разнообразные общественные процессы и преобразуя социальную структуру общества. Следовательно, научное обоснование института предпринимательства должно предполагать междисциплинарный подход, отражающий его динамику и эволюцию в конкретных условиях развития.

Специфическое концептуальное истолкование предпринимательства приобретает в его корреляции со структурой российского общества и собственной институционализацией

в соответствии с особенностями хозяйствования и нормативно-правовой базы нашей страны. Попытка обоснования динамики и сущности российского предпринимательства с позиций только экономической методологии оказалась непродуктивной, несмотря на то, что первоначальный этап институционализации предпринимательства в России проходил сугубо на экономических принципах, игнорировавших существование социальной сферы. Приватизация, борьба за частную собственность, наращивание капитала и проводимые экономические преобразования носили характер волонтаристского вмешательства в социальную сферу российского общества, а предпринимательство практически полностью игнорировало трудовую мотивацию, социальную ответственность, нравственные и культурные ценности своей деятельности. Естественное, это не могло способствовать становлению научно обоснованных, рациональных форм социального взаимодействия как внутри формирующегося слоя предпринимателей, так и в социальном пространстве всего российского общества. В таких условиях анализ концептуальных трактовок и уточнение категории предпринимательства представляют собой особую актуальность и научно-практическую значимость.

Цель статьи: исследование сущности и природы предпринимательства как особого общественного института, а также обоснование его роли в достижении устойчивого социально-экономического роста.

Материалы и методы исследования

Согласно узкому подходу к трактовке предпринимательской деятельности она рассматривается как инструмент получения прибыли. Широкий подход, помимо функции прибыли, подчеркивает наличие непрерывного воспроизводственного процесса, организованного с целью удовлетворения постоянно возрастающих потребностей индивида, социальной группы и общества в целом.

Авторы придерживаются широкого подхода, определяя предпринимательство как процесс постоянного поиска потребностей и их удовлетворения посредством организации производственной, сбытовой, маркетинговой, логистической и прочих видов деятельности, с ориентацией на инновации, приводящие к росту производительности на каждой стадии процесса воспроизводства. Подобный подход к осмыслению предпринимательства позволяет выявить комплекс мер, направленных на развитие предпринимательской активности в современных российских условиях, а также утверждение в обществе новых социальных норм и ценностей, способствующих всемерному развитию института предпринимательства.

Результаты исследования и их обсуждение

Как социально-экономическое явление и особый общественный институт предпринимательство существует на протяжении

уже многих столетий и эволюционирует одновременно с развитием производительных сил и производственных отношений. Еще в римском праве предпринимательство отождествлялось с определенным делом, занятием или деятельностью, а предприниматель рассматривался как арендатор или человек, занятый общественным строительством. Вплоть до конца XII века функции новатора, изобретателя, организатора, планировщика, управляющего, строителя и работодателя находили свое отражение в единственном термине – предприниматель.

Признание самого факта возникновения предпринимательства, как особого вида человеческой деятельности, послужило началом для формирования разнообразных теорий предпринимательства.

Исторически первой возникла теория «богатства народов» А. Смита, где предприниматель занимал особое место: являясь собственником капитала, ради реализации своей коммерческой идеи и получения прибыли, он готов идти на риск, самостоятельно планируя, организуя и распоряжаясь результатами производства. В дальнейшем представления о предпринимателе были углублены Д. Рикардо, который рассматривал предпринимательскую деятельность как неотъемлемую составляющую эффективного хозяйствования. Идеи А. Смита и Д. Рикардо поддерживал также Ж.Б. Сэй, доказавший активную роль предпринимателей в создании продукта. В начале XX века теория предпринимательства была усовершенствована М. Вебером, заложившим основы теории типов предпринимательской деятельности [1]. Все перечисленные выше исследователи так или иначе отождествляли предпринимателя с собственником капитала, управляя которым он получал вознаграждение в виде прибыли.

Следующим этапом в развитии теории предпринимательства стало исследование предпринимателя как организатора производства, который не обязательно располагает правами собственности на капитал. Функциональное разграничение между собственником и предпринимателем проводили К. Маркс, А. Маршалл, К. Менгер, Й. Тюнен, Й. Шумпетер и другие исследователи. Согласно их взглядам можно выделить три волны развития предпринимательской функции: выделение функции риска, выделение инновационной функции, выделение личностных качеств предпринимателя.

В период резкого обострения противоречий капиталистического общества, связанного с мировым экономическим кризисом 1929–1933 гг., сформировался новый взгляд на предпринимателя, как одного из

субъектов рыночной конкуренции. Одним из первых экономистов, обозначившим подобное видение предпринимательства, стал Дж.К. Гэлбрейт. В рамках критики равновесного подхода Дж. Кейнса ученый отрицал роль предпринимателя как максимизатора прибыли, основанную на неверной предпосылке о наличии совершенной информации. Рыночный процесс неотделим от механизма конкуренции, которая в свою очередь рассматривается как прорыв в будущее, в неизвестность, порождая существование риска и неожиданных результатов. В центре конкуренции стоит предприниматель, ключевая задача которого – выбрать из множества альтернативных способов производства тот, который позволит при минимальных затратах максимально полно удовлетворить общественные потребности. В соответствии с таким подходом прибыль предпринимателя прямо связана с существованием неравновесного состояния.

Обобщая вышеизложенное, можно сделать вывод, что развитие теоретических представлений о феномене предпринимательства свидетельствует об изменении его роли в развитии производительных сил, рыночных отношений и конкуренции. При этом стремление предпринимателей к нововведениям и поиск альтернативных способов производства является главной движущей силой экономического прогресса.

Проведенное исследование эволюции теорий предпринимательства дает

основания предполагать, что на рубеже XX–XXI веков началась новая волна их развития, которая рассматривает предпринимательство как особое институциональное образование (рисунок). Возникновение данного подхода явилось объективной закономерностью происходящих мирохозяйственных процессов, затрагивающих все страны, включая и современную Россию.

Особая трудность в становлении института предпринимательства в нашей стране состоит в отсутствии необходимого опыта цивилизованной предпринимательской деятельности. Впервые определение предпринимательства в постсоветское время было дано в Законе РСФСР от 25.12.1990 «О предприятиях и предпринимательской деятельности», где в качестве последней понималась инициативная самостоятельная деятельность граждан и их объединений, направленная на получение прибыли [2].

В настоящее время основными законодательными актами, регулирующими предпринимательскую деятельность в России, являются Конституция РФ и Гражданский кодекс РФ, определяющий предпринимательство как самостоятельную, осуществляемую на свой риск деятельность, направленную на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг законно зарегистрированными лицами [3].

Эволюция теорий предпринимательства

Большой экономический словарь трактует предпринимательство как самостоятельную деятельность граждан, направленную на получение прибыли или личного дохода и осуществляемую от своего имени [4, с. 313]. Данную точку зрения разделяют многие отечественные исследователи, выделяющие среди основных признаков предпринимательства такие, как самостоятельность субъекта хозяйствования, его независимость в принятии решений, инициативность, новаторство, ответственность, готовность к риску [5–7].

Среди множества различных подходов к определению предпринимательской деятельности особое место, на наш взгляд, занимает точка зрения А.В. Бусыгина, который разделяет понятия «предпринимательство» и «предпринимательская активность» [8, с. 7]. Под предпринимательством автор понимает особый вид экономической деятельности, направленной на извлечение прибыли. Предпринимательская активность, в свою очередь, рассматривается как непосредственная деятельность по производству и реализации продукции, целью которой является получение прибыли.

Однако сведение результата предпринимательской деятельности только к получению прибыли является, на наш взгляд, упрощенным подходом, сужающим рамки предпринимательского результата. На современном этапе развития предпринимательские институты настолько глубоко вошли в жизнь общества, что уже не могут себе позволить довольствоваться достижением лишь основной своей цели – получения прибыли. Для того, чтобы обезопасить свои капиталы от социальных потрясений, современные предприниматели вынуждены обращать внимание на социальную сферу, дополняя в этой части функции государства. Таким образом, предпринимательство становится не только экономическим, но и социальным институтом.

Существенной особенностью современной предпринимательской деятельности является наличие внутри компаний нескольких принципиально различных социальных групп, так называемых внутренних стейкхолдеров – организаций или индивидов, на которых компания, с одной стороны, оказывает влияние и от которых, с другой стороны, она зависит. В качестве внутренних стейкхолдеров выступают собственники, управляющие, акционеры, сотрудники компании и другие субъекты, которые представляют широкое поле интересов, требующее согласования с интересами внешних стейкхолдеров (потребителей, покупателей, партнеров, государства и общества в целом).

Стейкхолдеры формируют взаимообусловленную систему отношений (связей), своеобразную «паутину», которая способна либо поддержать предпринимателя в тяжелых для него ситуациях, либо, напротив, лишить его каких-либо возможностей осуществлять свою деятельность. Существование таких социальных взаимосвязей позволяет сделать вывод, что предпринимательство, как полноправный общественный институт, включено в систему отношений, предопределяющих не только экономические, но и социальные условия жизни общества. По факту, предприниматели разделяют с государством ответственность за функционирование сферы социальных услуг, за благополучие общества и его безопасность. Сложившаяся общественная среда оказывает существенное влияние на достижение предпринимателями поставленных целей, в результате чего они вынуждены уравнивать собственные экономические цели с социальными, экологическими и экономическими интересами всех составляющих данной среды. В итоге, современные предприниматели не могут действовать изолированно от социума, поскольку сами являются его структурной составляющей и несут ответственность перед обществом, в котором они функционируют. Претерпевает изменения и целевая функция предпринимательской деятельности: максимизация прибыли (или минимизация издержек) уступает место стабильному росту бизнеса, обеспечивающему устойчивое и безопасное развитие для всех заинтересованных социальных групп.

Подобный подход к предпринимательству, наряду с экономическим подходом, способствует формированию социальной группы хозяйствующих субъектов с присущими ей согласованными традициями, нормами и ценностями при осуществлении предпринимательской деятельности. Как методологическая направленность данный подход позволяет системно, не игнорируя альтернативные трактовки и признаки предпринимательства, выстроить ранжированные уровни в сущностном понимании, обосновании и интерпретации предпринимательской деятельности [9, с. 51].

Первый уровень обоснования предпринимательства можно рассматривать как его узкий смысл, характеризующий небольшой масштаб ведения бизнеса. Сегодня такое понимание предпринимательства в контексте российского законодательства, закрепляющего организационно-правовую форму «предприниматель без образования юридического лица» или «индивидуальный предприниматель», особенно распространено и,

как правило, соответствует небольшим объемам хозяйственной деятельности и упрощенной форме взаимодействия с внешними стейкхолдерами.

Второй уровень понимания сущности предпринимательства ассоциируется с активной инвестиционной деятельностью, предполагающей вложение разнообразных ресурсов, в том числе и предпринимательских способностей. Комбинируя факторы производства, предприниматель формирует собственную производственную функцию, позволяющую ему преобразовывать инвестиционные вложения в прибыль.

Третий уровень включает в себя наиболее широкий смысл понимания предпринимательства, связанный с личностными качествами предпринимателя, обладающего активной жизненной позицией, новаторскими способностями, стремлением к совершенствованию социальной сферы, желанием деятельного продвижения и самоутверждения в условиях эффективного социального взаимодействия.

Таким образом, современное предпринимательство представляет собой специфический институт социального развития общества, служащий достижению определенных целей тех групп, которые, так или иначе, с ним взаимосвязаны. Развитие данного института в России будет, прежде всего, способствовать формированию социализированной предпринимательской среды для утверждения в обществе новых социальных норм и ценностей.

В настоящее время социализация российского предпринимательства идет по двум параллельным направлениям.

Во-первых, предпринимательская деятельность становится все более ответственной, что предполагает минимизацию отрицательных воздействий функционирования бизнеса не только в сфере экономики, но и на общество, а также на окружающую среду. Более того, осуществляя практики социальной ответственности, предприниматели получают возможность минимизировать потенциальные бизнес-риски путем идентификации и учета «узких мест», которые, так или иначе, возникают в их взаимоотношениях с обществом. Выявление таких пробелов является первым шагом на пути к социализации предпринимательства. Можно сравнить его со своеобразной страховкой, защищающей компанию от неожиданных трудностей и проблем в дальнейшей ее деятельности.

Во-вторых, расширяется сфера социального предпринимательства, как одного из современных способов социально-экономической деятельности, который объ-

единяет социальную функцию предпринимательства с новаторской. Ответственное поведение предпринимателей способно трансформировать проблемы, возникающие в среде внешних стейкхолдеров, в дополнительные возможности (преимущества) для бизнеса.

Приведенные примеры доказывают, что предприниматели способны вести свою деятельность не только с целью получения прибыли, но и для решения социальных проблем. В основе такого предпринимательства лежат социальные инновации, как важный маркетинговый инструмент, дающий возможность развивать новые продукты и рынки, а также позволяющий заявить о гражданской позиции предпринимателя.

Выводы

В заключение можно сделать вывод, что одним из стимулов развития института предпринимательства в России должно стать понимание социализации как фактора развития общества и повышения доверия к российскому бизнесу и в стране, и за рубежом, как условия социальной стабильности, устойчивого экономического роста и решения экологических проблем, как признак прозрачности процессов взаимодействия бизнеса, власти и общества, что является важной имиджевой составляющей государства.

Социализация института предпринимательства в России проходит этап своего становления и первоначального развития. На основе отечественного и зарубежного опыта происходит постепенное формирование собственной российской модели социализированной деловой среды. С каждым днем предпринимательское сообщество нашей страны все больше вовлекается в данный процесс, что, с одной стороны, происходит под давлением государства и мирового сообщества, а с другой стороны, объясняется осознанием предпринимательством экономических и социальных выгод ответственного поведения. Наиболее серьезным недостатком данного процесса в нашей стране является низкое участие в нем гражданского общества, преодоление которого может в значительной степени повлиять на развитие культуры предпринимательства и направить ее в необходимое социуму русло.

В любом случае, создание экономических, правовых и социокультурных условий будет способствовать развитию института предпринимательства в России, вовлечению активных участников общества в предпринимательскую деятельность, появлению новых возможностей и перспектив не только для развития российского предприни-

мательства, но и модернизации экономики и общества в целом.

Список литературы

1. Вебер М. Избранные произведения. – М.: Прогресс, 1990. – 808 с.
2. О предприятиях и предпринимательской деятельности: Закон РСФСР 25.12.1990 № 445-1. / Консультант Плюс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_40/ (дата обращения 10.06.2018).
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 23.05.2018) (с изм. и доп., вступ. в силу с 03.06.2018) / Консультант Плюс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/ (дата обращения: 10.06.2018).
4. Большой экономический словарь: 26500 терминов / Под ред. А.Н. Азриляна. – 7-е изд. доп. и перераб. – М.: Институт новой экономики, 2012. – 1472 с.
5. Лапуста М.Г. Малое предпринимательство. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 685 с.
6. Горфинкель В.Я., Базилевич А.И., Попадюк Т.Г. Инновационное предпринимательство. Учебник для вузов. – М.: Юрайт-Издат, 2013. – 523 с.
7. Кузнецова И.И. Основы малого предпринимательства: учебник для учащихся учреждений нач. проф. образования. – М.: Издательский центр «Академия», 2011. – 192 с.
8. Бусыгин А.В. Предпринимательство. Основной курс. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 608 с.
9. Трошихин В.В., Матузенко Е.В., Нестерова Л.И. Кооперативное предпринимательство как институт социального развития: монография. – М.: РИОР; ИНФРА-М, 2017. – 512 с.