

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ И СОЦИАЛЬНОЕ НАЧАЛА СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

МАМОНТОВ ВЛАДИМИР ДМИТРИЕВИЧ

ФГБОУ ВПО «Тамбовский государственный университет имени Г. Р. Державина»,
г. Тамбов, Российская Федерация, e-mail: mamontov@tsu.tmb.ru

МЕРКУЛОВА ЕЛЕНА ЮРЬЕВНА

ФГБОУ ВПО «Тамбовский государственный университет имени Г. Р. Державина»,
г. Тамбов, Российская Федерация, e-mail: merkatmb@mail.ru

Цель статьи состоит в раскрытии природы современного предпринимательства. В соответствии с целью в ходе исследования ставились следующие задачи: на основе ретроспективного анализа развития капиталистической системы хозяйствования показать соотношение индивидуальных и социальных начал современного предпринимательства; определить функциональное назначение современного предпринимательства в социальной сфере. Объектом исследования является предпринимательство как социально-экономическое явление хозяйственной жизни. Предмет исследования – социальная и экономическая деятельность предпринимательства в их взаимосвязи. Выявлено, что природа современного предпринимательства выражается в тесной взаимосвязи его индивидуальных и социальных начал, что проявляется в виде социальных инвестиций предпринимательства, предполагающих в долгосрочном плане определенный мультипликационный экономический эффект. Показано, что современное предпринимательство в инновационной экономике направлено не на получение прибыли, а на рыночную капитализацию своих активов посредством обладания определенными конкурентными преимуществами. Соответственно, в инновационной экономике экономические результаты предпринимательской деятельности все более зависят от социального участия в жизни общества. Обосновано, что в исследованиях экономики предпринимательства необходимо заменить парадигму методологического индивидуализма на парадигму социального индивидуализма. Последняя должна включать в себя такие характеристики, как отношения социального партнерства и социальной ответственности. На основе анализа международного опыта социальной ответственности предпринимательства раскрыта суть ее государственного регулирования в современной системе хозяйствования, заключающаяся в том, чтобы содействовать формированию стимулов к вложению средств в социальную сферу для предпринимательства и препятствовать его обратным действиям.

Ключевые слова: предпринимательство, индивидуальные начала предпринимательства, социальные начала предпринимательства, социальная ответственность предпринимательства, экономический человек, социальный человек.

Сегодня в научной и публицистической литературе можно встретить множество дискуссий относительно роли предпринимательства в социально-экономическом развитии страны и его ответственности перед обществом.

Контуры данной дискуссии обозначались еще во второй половине XIX в., когда предпринимательство стало занимать ведущие позиции в хозяйственной жизни страны. Становление капиталистической системы свободного рынка выдвинуло на первый план предпринимателя индивидуалиста, преследующего только свои эгоистические цели. В этой связи А. Смит обосновал эффективность рыночной капиталистической системы, в которой субъектом хозяйствования является

экономический человек и действует принцип «невидимой руки». В этой связи он раскрывает индивидуальное начало предпринимателя через понятие «экономический человек» (или рациональный субъект экономики), что предполагает направленность предпринимательства на достижение общественных благ только под воздействием конкуренции. Однако такое проявление индивидуального начала предпринимателей обуславливает крайне негативное социально-экономическое положение наемного труда.

Не случайно, в это время социальными утопистами указывалось на необходимость переустройства капиталистического общества и выполнения предпринимательством социальных функ-

ций. В частности, Р. Оуэн показал необходимость переориентации предпринимателей в сторону взятия определенной социальной ответственности перед своими работниками. Кроме того, он также указывал на необходимость государственной регламентации социальной ответственности предпринимательства и создания специальных комиссий по защите наемного труда.

Социальная роль государства и предпринимательства в это время сводилась к оказанию благотворительной помощи населению, направленной на улучшение социальной ситуации. В этой связи стоит отметить, что благотворительность среди предпринимателей в то время не было нормой, а скорее являлось исключением, ведь передача капиталов из коммерческого сектора в некоммерческий сектор, в соответствии с рыночными законами свободного рынка, воспринималось как расточительство.

Вместе с тем на определенном этапе развития капиталистическая система перешла к началу XX в. от свободного рынка к монополистической системе хозяйствования, что во многом обострило проблему формирования механизма согласования интересов предпринимательства не только с интересами наемного труда, но и в целом с интересами общества.

В конце XIX-нач. XX вв. усиление рабочих выступлений, которое организационно оформилось в профсоюзное движение, обусловило необходимость активного государственного регулирования социальных изменений. В результате национальная модель хозяйствования свободного рынка сменилась на смешанную модель государства всеобщего благосостояния. В такой модели государство гарантирует гражданам определенный уровень благосостояния посредством непосредственного предоставления социальных благ и посредством правового закрепления за предпринимательством определенных социальных обязательств перед населением. В таком контексте можно говорить о формировании социальной ответственности предпринимательства как юридической ответственности, то есть несения социальных обязательств перед обществом только в рамках закона.

В конце XX вв. переход к инновационной системе хозяйствования (научно-технический прогресс становится непосредственным фактором производства, происходит интеллектуализация и информатизация экономики, а значит, возрастание роли фактора труда по отношению к капиталу) обуславливает направленность предпринимательства на увеличение социальных затрат. Сам

конкурентный механизм становится в большей степени социальным [2].

Между тем стоит отметить, что весь период развития капиталистической системы хозяйствования характеризуется не только социально-экономическими изменениями, но и изменениями в ценностных приоритетах. Если до начала XX в. преобладали материальные потребности, то в 20-30-х гг. доминирующими становятся такие социальные потребности, как образование, культура, здравоохранение, защита окружающей среды, а в 70-80-х гг. лидирующее положение занимают самые высокие потребности (согласно иерархии Маслоу) – рост творческого развития, духовности, человеческого общения, самообогащения и самовыражения личности.

Возрастание роли нематериальных факторов экономического роста обуславливает стремление предпринимательства к инновациям и внедрению новых технологических достижений, основу которых составляет человеческий, интеллектуальный, социальный капитал. Это обуславливает экономические императивы возрастания социальной роли предпринимательства [3]. Другими словами, формат современной социально-экономической системы, ориентированной не на сиюминутную выгоду, а на долгосрочный экономический эффект, обуславливает в условиях углубления рыночных отношений рост транзакционных издержек, минимизировать которые возможно только посредством развития различных форм социальной ответственности предпринимательства.

В этой связи достаточно остро встает вопрос относительно природы предпринимательства? Как соотносятся в современных условиях хозяйствования индивидуальные и социальные начала?

На данные вопросы существуют сегодня три точки зрения, отражающие во многом этапы развития капиталистической системы хозяйствования.

1. Природа предпринимательства выражается только в его индивидуальном начале, поэтому единственная обязанность предпринимательства – это получение прибыли.

2. Природа предпринимательства проявляется в первую очередь в его индивидуальном начале, поскольку любой предприниматель озабочен проблемами выживания, роста и прибыли и не способен к альтруистическим поступкам. Вместе с тем находит проявление и социальное начало, но только в рамках юридически закрепленных обязательств.

3. Природа предпринимательства выражается в тесной взаимосвязи индивидуального и социального начала. Предпринимательство направ-

лено не на получение прибыли, а на рыночную капитализацию своих активов посредством обладания конкурентными преимуществами. Вместе с тем формирование конкурентных преимуществ, как отражение индивидуального начала, не может осуществиться без социального начала, проявляющегося уже не столько в виде социальных обязательств, сколько в виде социальных инвестиций, которые предполагают в долгосрочном плане определенный мультипликационный экономический эффект.

На наш взгляд, все точки зрения во многом характеризуют современное предпринимательство. Однако, безусловно, в современной экономике наблюдается тенденция все большего влияния социальной детерминанты на экономические результаты предпринимательства, что обуславливает значительные сдвиги в развитии его социальных функций, который стал не пассивным донором социальных программ, а равноправным партнером государства в социальной сфере.

Другими словами, предпринимателям стало выгодно быть социально ответственными. Это подтверждает история развития мирового хозяйства, которая свидетельствует, что предпринимательство эффективно тогда, когда оно социально ответственно. Наличие связи между эффективностью и социальной ответственностью предпринимательства в развитых странах на сегодняшний момент считается аксиомой. Социальная ответственность предпринимательства проявляется в осознании, что предпринимательская структура нацелена на интересы сообщества, ресурсы которого (материальные, финансовые, кадровые, экологические и т. д.) она использует [4].

В этой связи используемая до сих пор парадигма методологического индивидуализма в раскрытии социально-экономической действительности явно не отвечает требованиям современного развития. Не случайно многими учеными предлагается заменить понятие «экономический человек» на понятие «социальный человек». В данном контексте прилагательное «социальный» не означает утрату экономических характеристик, а показывает систему внешних институтов и внешних связей, в границах которых современный человек максимизирует свою индивидуальную полезность. Данное понятие включает в себя такие характеристики, как отношения социального партнерства и социальной ответственности. Другими словами, методологическому индивидуализму противопоставляется социально ответственный и социально обусловленный индивидуализм (или «социальный индивидуализм»).

Эта новая парадигма открывает широкие возможности для новых исследований, направленных на раскрытие положения индивида в экономике как производителя, потребителя и субъекта взаимоотношений; принципов функционирования в современной инновационной экономике. Парадигма социального индивидуализма отражает процесс возрастания влияния нерыночных факторов на развитие экономики. Вместе с тем данные факторы без поддержки государства развиваться не могут [6].

Как показал анализ международного опыта социальной ответственности бизнеса, главный смысл государственного регулирования в современной системе хозяйствования должен состоять в том, чтобы стимулировать предпринимательство к вложению средств в нужные обществу сферы и, наоборот, дестимулировать его обратные действия. Государственное регулирование должно дать предпринимательству, участвующему в решении социальных проблем, определенные привилегии.

В этой связи представляет интерес матрица М. Портера и М. М. Крамера [7], описывающая возможные направления участия предпринимательства в социальной сфере, результатом которых является возникновение и развитие его конкурентных преимуществ. На основе данной матрицы выделяют «реагирующую» и «стратегическую» социальную ответственность, основные характеристики которых представлены в таблице 1.

Таблица 1

**Стратегический подход к взаимодействию
корпорации и общества [5]**

Социальное воздействие общего характера	Социальное воздействие на всех этапах создания стоимости	Социальное изменение конкурентной среды
Корпоративное гражданство	Смягчение вреда, возникающего в процессе создания стоимости	Стратегическая филантропия, усиливающая позицию компании в отдельных областях конкурентной борьбы
Реагирующая социальная ответственность	Трансформация цепочки создания стоимости с целью принесения выгод обществу и компании	Стратегическая социальная ответственность

На основе таблицы 1 можно сказать, что в процессе создания стоимости реагирующая социальная ответственность направлена на позицио-

нирование предпринимателя как «хорошего корпоративного гражданина» с целью среднесрочного поддержания репутации и снижения нефинансовых рисков в краткосрочной перспективе. В отличие от реагирующей социальной ответственности предпринимательства стратегическая социальная ответственность предполагает благотворительность, направленную на трансформацию цепочки создания стоимости в ходе внедрения инноваций и улучшение конкурентной позиции предпринимателя в отрасли, что основано на идее совместимости интересов и ориентации на долгосрочные конкурентные преимущества. Это означает, что обладание предпринимательством устойчивыми конкурентными преимуществами находится в непосредственной взаимосвязи с его способностью создавать, развивать и комбинировать соответствующие ресурсы в рамках сложившихся институциональных основ социальной ответственности [1].

Таким образом, современное предпринимательство представляет собой не чисто экономический феномен, а стратегический институт современного общества, в котором соотношение индивидуальных и социальных начал связано с обоснованием конкурентных преимуществ в той или иной модели хозяйствования.

Литература

1. Аристер Н. И., Половинкин П. Д. Основные тенденции социализации современного предпринимательства // Известия СПбГУЭФ. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2006. С. 7-20.
2. Боброва Е. Б. Социальная ответственность бизнеса как социологическая категория // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 2009. № 111. С. 279-284.
3. Данканич С. А. Трансформационные процессы корпоративного развития России: социальная ответственность бизнеса // Инновационная экономика и промышленная политика региона (Эконпром – 2011): материалы Междунар. науч.-практ. конф. СПб: Изд-во Политехн. ун-та, 2011. С. 435-443.

4. Дворцов Ю. В. Место среднего бизнеса в социальном развитии общества // Проблемы современной экономики. 2010. № 3(35). URL: <http://www.m-economy.ru>

5. Потапцева Е. В. Корпоративная социальная ответственность: сущность, формы и методы контроля. URL: http://science.usue.ru/attachments/495_CHast%201.pdf

6. Хубиев К. А. О количестве и качестве роли государства в трансформационной экономике. URL: <http://alternativy.ru>

7. Porter M., Kramer M. Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility // Harvard Business Review, December, 2006. P. 89.

References

1. Arister N. I., Polovinkin P. D. Osnovnye tendentsii sotsializatsii sovremennogo predprinimatel'stva // Izvestiya SPbGUEF. SPb.: Izd-vo SPbGUEF, 2006. S. 7-20.
2. Bobrova E. B. Sotsial'naya otvetstvennost' biznesa kak sotsiologicheskaya kategoriya // Izvestiya rossijskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. A. I. Gertsena. 2009. № 111. S. 279-284.
3. Dankanich S. A. Transformatsionnye protsessy korporativnogo razvitiya Rossii: sotsial'naya otvetstvennost' biznesa // Innovatsionnaya ekonomika i promyshlennaya politika regiona (Ekonprom - 2011): matly Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. SPb: Izd-vo Politekh. un-ta, 2011. S. 435-443.
4. Dvortsov Yu. V. Mesto srednego biznesa v sotsial'nom razvitii obshchestva // Problemy sovremennoj ekonomiki. 2010. № 3(35). URL: <http://www.m-economy.ru>
5. Potapitseva E. V. Korporativnaya sotsial'naya otvetstvennost': sushchnost', formy i metody kontrolya. URL: http://science.usue.ru/attachments/495_CHast%201.pdf
6. Khubiyev K. A. O kolichestve i kachestve roli gosudarstva v transformatsionnoj ekonomike. URL: <http://alternativy.ru>
7. Porter M., Kramer M. Strategy and Society: The Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility // Harvard Business Review, December, 2006. P. 89.

* * *

INDIVIDUAL AND SOCIAL BEGINNINGS OF MODERN BUSINESS

MAMONTOV VLADIMIR DMITRIYEVICH

Tambov State University named after G. R. Derzhavin,
Tambov, the Russian Federation, e-mail: mamontov@tsu.tmb.ru

MERKULOVA ELENA YURYEVA

Tambov State University named after G. R. Derzhavin,
Tambov, the Russian Federation, e-mail: merkatmb@mail.ru

The purpose of article consists in disclosure of the nature of modern business. In compliance on purpose during research authors set the following tasks: on the basis of the retrospective analysis of development of capitalist system of managing to show a ratio of the individual and social beginnings of modern business; to define a functional purpose of modern business in the social sphere. Object of research is business as the social and economic phenomenon of economic life. An object of research is social and economic activity of business in their interrelation. Authors revealed that the nature of modern business expresses in close interrelation of its individual and social beginnings that appears in the form of the social investments of business assuming a certain animated economic effect in the long-term plan. Authors showed that modern business in innovative economy does not direct on receiving profit, and on market capitalization of the assets by means of possession of certain competitive advantages. Respectively, in innovative economy economic results of business activity more and more depend on social participation in life of society. Authors proved that in researches of economy of business it is necessary to replace a paradigm of methodological individualism with a paradigm of social individualism. The last has to include such characteristics as the relations of social partnership and social responsibility. On the basis of the analysis of the international experience of social responsibility of business authors revealed the essence of its state regulation in modern system of managing consisting in promoting formation of incentives to investment of capital to the social sphere for business and to interfere with its return actions.

Key words: business, individual beginnings of business, social beginnings of business, social responsibility of business, economic person, social person.