

КЛЮЧЕВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УСЛОВИЯХ ПОВЫШЕНИЯ ЗНАЧИМОСТИ ГЕНЕРАЦИИ СОЦИАЛЬНОГО РЕЗУЛЬТАТА

KEY TENDENCIES IN ENTREPRENEURIAL DEVELOPMENT UNDER THE GROWTH OF SIGNIFICANCE OF GENERATING A SOCIAL RESULT

СВИРИНА А.А., д-р экон. наук, профессор, Университет управления «ТИСБИ»

E-mail: anna_svirina@list.ru

SVIRINA A., Professor, the University of Management «TISBI»

E-mail: anna_svirina@list.ru

Аннотация

В статье рассматривается эволюция представлений о понятии «предпринимательство», что позволяет сделать вывод о необходимости учета социальной составляющей в деятельности предпринимательских структур. На основании сформулированного определения предпринимательства, учитывающего значимость генерации социального эффекта, определены особенности функционирования предпринимательских структур, действующих в условиях различной по отношению к генерации социального результата макросреды. В заключение обозначается необходимость формирования политики регулирования предпринимательской деятельности с учетом социальной составляющей.

Abstract

The paper deals with the evolution of term «entrepreneurship» evaluation that makes it possible to come to a conclusion on the necessity of taking into account social result in the functioning of entrepreneurial structures. On the basis of the given definition of entrepreneurship that is formed within the paper, and which takes into consideration social effects, the specific features of the functioning of the entrepreneurial structures are defined in case of macro-environment that have different attitude towards social result creation. In the conclusion it is stated that in current circumstances it is very important to form entrepreneurship regulation policy on the basis of social result estimation as well as evaluation of economic component created by entrepreneurial structures.

Ключевые слова: предпринимательство, предпринимательская деятельность, социальный результат.

Key words: entrepreneurship, entrepreneurial activity, social result.

Развитие социально-экономических систем в современных условиях характеризуется существенным увеличением предпринимательских рисков, которое, в свою очередь, снижает привлекательность данного вида деятельности. Текущая глобальная экономическая рецессия усиливает данную тенденцию, что создает определенное внутреннее противоречие: развитие предпринимательства, представляющего собой двигатель экономического роста, является обязательным

условием преодоления текущей глобальной рецессии. В то же время меры, предпринимаемые большинством государств по стимулированию предпринимательской деятельности, не обеспечивают желаемого роста активности предпринимателей, что говорит о недостаточной их эффективности и, как следствие, необходимости исследования причин предпринимательской активности и тенденций ее развития в современных условиях. Необходимо отметить, что в Российской Федерации описанная тенденция выражена особенно ярко. Согласно отчету Global Entrepreneurship Monitor по состоянию и развитию предпринимательства [1], 60% россиян считают, что предпринимательская деятельность является хорошей карьерной перспективой, однако на практике свой бизнес начинает менее 5%, и только 1,5% из них ожидают высоких темпов роста собственного бизнеса. Это обстоятельство говорит о необходимости исследовать причины, побуждающие к предпринимательской деятельности в условиях постиндустриальной экономики, и на их основе сформировать системы регулирования предпринимательской активности.

Также важно отметить, что в настоящее время процент предпринимателей, начинающих свою деятельность вынужденно, по причине невозможности трудоустройства, также достаточно высок, в первую очередь в странах, обеспечивающих максимальный рост мирового продукта (Китай – 45% от общего числа новых предпринимательских структур, Бразилия – 39%, Республика Корея – 45% [1]). Это дает основание предположить, что уже в среднесрочной перспективе предпринимательская активность в данных странах будет снижаться, так как появятся условия для обеспечения надлежащего уровня жизни с меньшей долей риска. Такая тенденция заметна в развитых странах, где центрами притяжения ресурсов, в первую очередь человеческих, являются крупные корпорации, позволяющие обеспечить высокий уровень жизни при минимальном риске. Это, в свою очередь, обуславливает снижение интереса к предпринимательской карьере, что может привести к двум вариантам развития национальных экономических систем. В первом случае центр предпринимательской активности перемещается в корпорации, которые обеспечивают развитие экономики, эффективно воплощая предпринимательские идеи. В данном случае перераспределение ресурсов от новых предпринимательских структур в пользу корпораций при условии соблюдения антимонопольного законодательства не имеет значения. Однако в большинстве случаев наблюдается другая тенденция: корпорациями управляют не предприниматели, а наемный менеджмент, интересы которых зачастую различны. Как правило, долгосрочные и краткосрочные интересы предпринимательских структур входят в противоречие: значительная часть управленческих решений, приводящих к краткосрочным результатам и представляющих повышенный интерес для наемного менеджмента, приводит к снижению результативности и эффективности предпринимательской деятельности в долгосрочном периоде, что значимо для предпринимателя. Указанное противоречие, по мнению большинства исследователей, явилось причиной последнего глобального экономического кризиса – в первую очередь, вследствие недостаточного внимания наемного менеджмента к социальной составляющей эффекта, генерируемого предпринимательской деятельностью.

Прежде чем перейти к особенностям развития предпринимательства в условиях повышения значимости генерации социального результата, представляется

целесообразным определить саму сущность рассматриваемого явления. Ключевые этапы эволюции понятия «предпринимательство» в экономической науке представлены в таблице 1.

Таблица 1

Эволюция теории предпринимательства в экономической науке [2]

Дата	Автор	Основные элементы концепции
1755	Кантильон Р. (1680-1734 гг.)	Предприниматель – человек, осуществляющий хозяйственную деятельность в условиях неопределенности. Доход предпринимателя – вознаграждение за риск.
1776	Смит А. (1723-1790 гг.)	Предприниматель, осуществляет хозяйственную деятельность с целью удовлетворения своих эгоистичных интересов. Рыночная система обладает механизмами саморегуляции, и поэтому вмешательства государства не требуется.
1803	Сэй Ж.Б. (1767-1832 гг.)	Предприниматель осуществляет координацию факторов производства (земли, капитала и труда). Предпринимательская деятельность – четвертый фактор, обуславливающий экономическую эффективность производства. На предпринимательскую деятельность в обществе всегда есть определенный уровень спроса.
1826	Тюнен И.Г. (1783-1850 гг.)	Предприниматель осуществляет хозяйственную деятельность, связанную с риском. Риск определяется изобретательностью самого предпринимателя и динамичностью рынка. Его доход – плата за риск.

Дата	Автор	Основные элементы концепции
1867-1905	Маркс К.Г. (1818-1883 гг.)	Увеличение прибыли – основной мотив предпринимательской деятельности. Деятельность предпринимателя провоцирует возникновение экономических кризисов. В течение времени происходит все большее укрупнение бизнеса.
1890	Маршалл А. (1842-1924 гг.)	Развитие экономики носит эволюционный характер и подчиняется законам естественного отбора. В сфере рыночных отношений действует закон замещения, т.е. неэффективные методы хозяйственной деятельности и неумелые предприниматели вытесняются и замещаются более эффективными. Накопление капитала также подчиняется законам эволюции: богатеют из поколения в поколение только те семьи, где человеческие особи оказываются способными к преумножению богатства.
1904	Веблен Т.Б. (1857-1929 гг.)	Основной мотив предпринимательской деятельности – получение прибыли. Стабильное производство не дает возможности получить максимум прибыли. Источником сверхприбылей являются нестабильности на рынке, которые предприниматели стремятся спровоцировать. Череду нестабильностей приводит к тому, что финансовая составляющая предприятия в разы начинает превосходить ее физическую составляющую.
1912	Шумпетер Й.А. (1883-1950 гг.)	Предприниматель – хозяйствующий субъект, реализующий инновации в своей деятельности. Инновации приводят к нарушению равновесия, всплеску деловой активности и, как следствие, к экономическому росту.
1921	Найт Ф.Х. (1885-1972 гг.)	В предпринимательской деятельности практически каждая ситуация уникальна, поэтому характеризуется неопределенностью. Предприниматель – хозяйствующий субъект, получающий доход за выполнение специфической функции – принятие решений в условиях неопределенности.
1940	фон Мизес Л.Э. (1881-1973 гг.)	Предприниматель – это человек, находящий применение факторам производства с целью извлечения прибыли и приобретения богатства. Предпринимательская деятельность носит творческий характер.
1949	Шекл Дж.Л.Ш. (1903-1992 гг.)	Принимаемые предпринимателем решения основаны на субъективных оценках, поэтому последствия этих решений характеризуются неопределенностью. Предприниматель фиксирует лишь благоприятные или катастрофические последствия своих решений. Промежуточные варианты развития ситуации им не рассматриваются.
1964	Шульц Т.У. (1902-1998 гг.)	На успешность хозяйственной деятельности в большей степени оказывает влияние человеческий капитал предпринимателя, чем имеющиеся в его распоряжении факторы производства и окружающая среда.

Дата	Автор	Основные элементы концепции
1973	Кирцнер И. (род. 1930 г.)	Предприниматель — хозяйствующий индивид, ожидающий и ищущий возможности для дестабилизации рыночного равновесия с целью получения выгоды.
1978	фон Хайек Ф.А. (1899-1992 гг.)	Вмешательство государства в хозяйственную деятельность приводит к разрушению традиционной концепции права. Это влечет за собой деформацию самого характера предпринимательской деятельности, она становится направленной на игнорирование закона и широкое использование неценовых методов конкуренции.

Соглашаясь с отдельными аспектами, представленными в различных трактовках, в современных условиях нам представляется логичным рассмотреть необходимость учета социальной составляющей в определении сущности предпринимательства, что диктуется результатами ряда исследований [3-8]. Эволюция научных исследований предпринимательства позволила определить ряд ключевых особенностей данного явления, включающих готовность принимать риск, нацеленность на получение прибыли, использование инноваций для развития бизнеса и способность действовать в условиях неопределенности. В то же время в течение последних десятилетий (в условиях экономики перепроизводства) активно развиваются такие направления, как технологическое и социальное предпринимательство, в рамках которых получение прибыли является своеобразным производным результатом создания первичного (соответственно, технологического или социального) результата. Это обстоятельство позволяет предположить, что в постиндустриальной экономике сущность предпринимательства должна быть определена шире, чем деятельность, сопряженная с развитием в условиях неопределенности, направленная на получение прибыли, так как классические теории как минимум не объясняют создание структур социального предпринимательства.

Решение данной задачи лежит в сфере исследования типов неопределенности, с которой сталкивается предприниматель в процессе реализации идеи. Реализация предпринимательской деятельности сопряжена с необходимостью взаимодействия с двумя типами рисков: экономическими (результатом воздействия которых становятся экономические потери) и социальными (проявление которых может быть выражено в снижении социального статуса в случае неудачи, снижении самооценки, ухудшении личного положения и пр.). Данное обстоятельство говорит о том, что создание предпринимательской структуры должно быть ориентировано на достижение двойственного результата: экономического, компенсирующего экономический риск, и некоего социально-го, направленного на компенсацию социального риска. Контент-анализ предпринимательских идей четко показывает наличие ориентации не только на экономический, но и на социально значимый результат, выраженный в стремлении предпринимателя улучшить окружающее пространство доступным ему способом. Таким образом, в случае успешной реализации проекта предприниматель получает результат, состоящий из двух составляющих – прибыли и социальной ценности. При этом под социальной ценностью понимается изменение в жизнедеятельности общества, членом которого является предприниматель (то есть социальная ценность может быть получена при изменении жизни как минимум одного человека, который может быть работником созданной предпринимателем структуры, ее потребителем, поставщиком либо членом группы общественного воздействия, связанной с деятельностью предпринимателя).

Социальная ценность, как и экономический результат предпринимательской деятельности, может быть как положительной, так и отрицательной.

Выделение социальной ценности как результата предпринимательской деятельности позволяет также определить сущность собственно предпринимателя как лица, готового принимать риск и действовать в условиях неопределенности, деятельность которого направлена на получение прибыли и создание положительной социальной ценности.

Данное определение устраняет ряд сложившихся в теории предпринимательства противоречий:

а) позволяет объяснить появление специфических видов предпринимательства (социального, технологического, инновационного);

б) определяет причины предпринимательского поведения корпораций как следствие ориентированности их системы менеджмента на создание социальной ценности;

в) объясняет мотивацию временного (в случае неудачи – постоянного) снижения жизненного уровня предпринимателя, неизбежного на этапе становления и развития предпринимательской структуры.

В современных условиях тенденции развития предпринимательских структур в значительной степени определяются особенностями макросреды, в рамках которой она развивается и функционирует. Проведенный анализ показал, что с позиций генерации социального результата такая среда может иметь три состояния [9]:

- макроекономическая среда, в рамках которой поощряется создание положительной социальной ценности, в первую очередь ослабления налогового бремени для таких структур либо путем создания нематериальных стимулов для таких предпринимателей (условное обозначение – МПСЦ);

- макроекономическая среда, в рамках которой косвенно поощряется создание предпринимателями отрицательной социальной ценности, в первую очередь в результате существенного влияния неформальных контрактных отношений либо гипертрофированного государственного регулирования (условное обозначение – МОСЦ);

- макроекономическая среда, в которой создание социальной ценности фактически не регулируется; данный вопрос остается на усмотрение предпринимателя, а отношение окружающих к наличию либо отсутствию генерации социального результата нейтральное (условное обозначение – МНСЦ).

На основании данных Global Entrepreneurship Monitor [1] экономики исследуемых данной организацией стран были распределены по указанным категориям. Это позволило выявить ряд закономерностей в развитии предпринимательских структур в различных по отношению к социальной ценности макросредах, представленных в таблице 2.

Таблица 2

Основные тенденции развития предпринимательских структур в различных типах макросреды

№	Признак	МПСЦ	МНСЦ	МОСЦ
5	Характерные черты успешных предпринимателей	Открытость, наличие видения, умение выстраивать долгосрочные отношения с контрагентами, формировать команду	Наличие видения, умение выстраивать долгосрочные отношения, формировать команду, привлекать ресурсы с открытых рынков	Хитрость, скорость реакции, умение выстраивать неформальные отношения с контрагентами
6	Наиболее распространенный тип лидерства	Командное лидерство	Демократическое лидерство	Авторитарное лидерство
7	Культурное происхождение успешных предпринимателей	В равных долях присутствуют как представители базовой ¹ культуры страны, так и представители иных культур	Наиболее успешными предпринимателями являются представители по отношению к стране культуры	Успешными предпринимателями являются фактически только представители базовой культуры страны
8	Привлекательные для предпринимателей виды экономической деятельности	Сферы деятельности, в которых предполагается долгосрочный рост на основе постоянного внедрения инноваций	Инновационно-технологические отрасли, в первую очередь IT-индустрия, биотехнологии и т.п.	Традиционные сферы деятельности, позволяющие получать прибыль и в отсутствие инновационной активности
9	Уровень лояльности сотрудников	В основном высокий	Отличается в различных компаниях	В основном низкий
10	Самоэксплуатация	Мало распространена		Широко распространена
11	Основной тип инвестиций	В основном прямые инвестиции	Широко применяется весь спектр финансовых инструментов	В основном непрозрачные портфельные инвестиции
12	Отношение общества к предпринимателям	В основном положительное, отрицательное к конкретным предпринимателям		В основном отрицательное, положительное к конкретным лицам

№	Признак	МПСЦ	МНСЦ	МОСЦ
1	Наиболее распространенный размер	Нет явно выраженного преобладания компаний определенного размера; все типы представлены в равной степени	Преобладание малых и средних по размеру компаний	Преобладают крупные компании, имеющие высокие лоббистские либо неформальные возможности, широко представлен микробизнес
2	Типовая стратегия развития	Постепенное расширение рынка на основе построения долгосрочных отношений в цепочке ценности	Представлен широкий набор стратегий, ориентированных на долгосрочный рост	Быстрый рост на основе использования любого типа инструментов управления и развития
3	Тип оценки результатов деятельности собственниками	Многокритериальная оценка, значительное внимание уделяется сбалансированности показателей деятельности	Многокритериальная оценка, значительное внимание уделяется показателям прибыли и стоимости компании	В основном однокритериальные оценки, значительное внимание уделяется прибыли, финансовому положению и стоимости компании
4	Средний уровень этичности	Высокий	Средний или высокий	Низкий, в редких случаях – средний

Как показал проведенный анализ, типичными представителями группы МПСЦ являются Швеция, Объединенные Арабские Эмираты, Япония, в которых наблюдаются достаточно стабильный тренд развития предпринимательства (в т.ч. в условиях кризиса). К группе МНСЦ могут быть отнесены, например, США, КНР и Индия, в которых развитие предпринимательства происходит неравномерно. Типичными представителями группы МОСЦ являются Саудовская Аравия, Сербия и Германия, испытывающие значительные затруднения с развитием предпринимательства даже при условии высокой эффективности действующих предприятий. В процессе формирования и развития предпринимательской структуры собственники должны учитывать тип макроэкономического окружения для обеспечения эффективности созданного предприятия, принимая во внимание тот факт, что отличные от общего макроуровневого окружения анклавов могут существовать на мезоуровне.

Таким образом, в современных условиях формирование политики поддержки предпринимательства должно строиться не только с учетом финансово-экономических параметров функционирования отдельных предприятий и с применением соответствующих методов – важно также обеспечить учет социальной составляющей предпринимательства как одной из важнейших в современном мире.

Литература:

1. Global Entrepreneurship Monitor 2012 Global Report. – Режим доступа: <http://www.gemconsortium.org/>
2. Светульников М.Г., Светульников С.Г. Предпринимательство и инновации. – Ульяновск: УлГТУ, 2010. – С. 20-23.
3. Alvord S., Brown D., Letts C. Social entrepreneurship and societal transformation: An exploratory study. *Journal of Applied Behavioural Science*, 40, 2004. – С. 260-282.
4. Austin, J., Stevenson H., Wei-Skillern J. Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both? *Entrepreneurship Theory & Practice*, 30, 2006. – С. 1-22.
5. Cho A. Politics, values and social entrepreneurship: A critical appraisal. In J.Mair, J.Robinson & K.Hockerts (Eds.), *Social entrepreneurship*. Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan, 2006. – С. 34-56.
6. Dees J. The meaning of social entrepreneurship (Original draft: 1998, revised 2001). – <http://www.caseatduke.org/>
7. Hockerts K. Entrepreneurial opportunity in social purpose business ventures. In J.Mair, J.Robinson & K.Hockerts (Eds.), *Social entrepreneurship*. Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan, 2006. – С. 16-44.
8. Peredo A., McLean M. Social entrepreneurship: A critical review of the concept. *Journal of World Business*, 41, 2006. – С. 56-65.
9. Свирина А.А. Управление развитием региона на основе регулирования социальной и экономической эффективности функционирования хозяйствующих субъектов: Автореф. дисс. ... д-ра экон. наук. – Казань: ТИСБИ, 2011. – С. 13-16.

References:

1. Global Entrepreneurship Monitor 2012 Global Report. – Режим доступа: <http://www.gemconsortium.org/>
2. Svestunkov M.G., Svestunkov S.G. Entrepreneurship and innovation. – Ulyanovsk: UIGTU, 2010. – P. 20-23.
3. Alvord S., Brown D., Letts C. Social entrepreneurship and societal transformation: An exploratory study. *Journal of Applied Behavioural Science*, 40, 2004. – P. 260-282.
4. Austin J., Stevenson H., Wei-Skillern, J. Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both? *Entrepreneurship Theory & Practice*, 30, 2006. – P. 1-22.
5. Cho A. Politics, values and social entrepreneurship: A critical appraisal. In J.Mair, J.Robinson & K.Hockerts (Eds.), *Social entrepreneurship*. Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan. 2006. – P. 34-56.
6. Dees J. The meaning of social entrepreneurship (Original draft: 1998, revised 2001). – <http://www.caseatduke.org/>
7. Hockerts K. Entrepreneurial opportunity in social purpose business ventures. In J.Mair, J.Robinson & K.Hockerts (Eds.), *Social entrepreneurship*. Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan. 2006. – P. 16-44.
8. Peredo A., McLean M. Social entrepreneurship: A critical review of the concept. *Journal of World Business*, 41, 2006. – P. 56-65.
9. Svirina A. Management of regional development on the basis of social and economic ef