

Драйверы развития предпринимательской инициативы в социально ориентированном бизнесе региона

Drivers of the Development of Entrepreneurial Initiative in the Socially Oriented Business of the Region (DOI: 10.34773/EU.2021.4.24)

Ю. ХОДКОВСКАЯ, Д. КАРАЧЕВА

Ходковская Юлия Викторовна, канд. экон. наук, доцент кафедры «Экономика и стратегическое развитие» Института нефтегазового бизнеса Уфимского государственного нефтяного технического университета (УГНТУ). E-mail: khodkovskiy@bk.ru

Карачева Дарья Алексеевна, магистрант программы «Социальное предпринимательство» УГНТУ. E-mail: dashuta_karacheva@mail.ru

В статье представлены результаты развития предпринимательской инициативы в социально ориентированном бизнесе субъектов РФ. Приводится анализ развития социального предпринимательства в регионах РФ и за рубежом. Авторами выделены экономические и социальные эффекты реализации предпринимательских инициатив в социально ориентированном бизнесе.

Ключевые слова: социальное предпринимательство, инициатива, экономический рост, регион, эффект.

The article presents the results of the development of entrepreneurial initiative in the socially oriented business of the subjects of the Russian Federation. The analysis of the development of social entrepreneurship in the regions of the Russian Federation and abroad is given. In the article, the authors highlight the economic and social effects of the implementation of entrepreneurial initiatives in a socially oriented business.

Keywords: social entrepreneurship, initiative, economic growth, region, effect.

Основные положения

1. В стратегиях социально-экономического развития регионов России достижение устойчивых темпов роста валового регионального продукта (ВРП), стимулирование предпринимательства в отраслях экономики, улучшение социального климата в регионе, повышение качества жизни означают установление равновесия между экономической эффективностью и социальной справедливостью.
2. Социально-экономическое развитие региона включает в себя три важнейших составляющих: 1) повышение доходов, улучшение здоровья населения и повышение уровня его образования; 2) создание условий, способствующих росту самоуважения людей в результате системных и структурных преобразований; 3) повышение экономической свободы выбора направлений деятельности субъектами хозяйствования как следствие реализации предпринимательских инициатив.
3. Социально ориентированный бизнес в регионах РФ выступает драйвером развития предпринимательской инициативы, способствуя удовлетворению общественных потребностей в социально значимых товарах и услугах, что определяет приоритеты направлений государственной политики РФ в оказании дифференцированной поддержки предприятиям и реализуемым проектам в сфере социального предпринимательства.
4. Стимулирование роста социально ориентированного бизнеса в регионах РФ как важное направление государственной политики России необходимо для создания и оздоровления экосистемы, отвечающей критериям стабильности, безопасности, инновационности, экологичности и др. [10].

Введение

Регион как саморазвивающаяся экосистема сосредоточен на решении экономических и социальных задач, поэтому индикаторами состояния и развития региона являются объемы ВРП, налоговых и неналоговых поступлений в бюджет, доля собственных финансовых ресурсов, бюджетная обеспеченность жителей региона, уровень занятости населения, экономическая и социальная эффективность расходов бюджета, сбалансированность доходов и расходов бюджета и др.

Акцент государственной политики России на решении социальных проблем общества требует от региональных властей готовности учитывать национальные интересы, национальные

ценности, обеспечивая устойчивость и поступательное социально-экономическое развитие территорий, поскольку региональные власти имеют возможность максимально использовать ресурсы территорий для более полного удовлетворения запросов общества. В этом аспекте одновременное достижение экономического и социального эффекта на уровне региона возможно путем стимулирования предпринимательской инициативы в социально ориентированном бизнесе, что предопределило направленность данного исследования на материалах сферы социального предпринимательства в субъектах РФ.

Методы

Современные условия социально-экономического развития регионов, цифровая трансформация бизнес-процессов во всех сферах жизнедеятельности, глобальные потрясения, связанные с пандемией, затяжные финансово-экономические кризисы обострили необходимость решения проблемы обеспечения устойчивого роста национальной экономики с использованием потенциала предпринимательской среды. Данная проблема нашла отражение в трудах как российских (Л.И. Абалкин, М.В. Грачев, В.Б. Сулян, П.В. Журавлев, Радаев В.В. и др.), так и зарубежных ученых (Й. Шумпетер, Ф. Хайек, А. Маршалл, П. Друкер, К. Маркс и др.) [1; 2: 6].

Методологическую основу данного исследования составили публикации, в которых определено понятие и роль предпринимательства в развитии экономики, обеспечении экономического роста, социальный и экономический концепт категории «предприниматель» (А. Смит, Р. Кантильон, Р. Солоу, П. Самуэльсон, Э. Хансен, Р. Харрод, Л. Мизес и др.) [4; 7; 9; 13].

Концепции экосистем предпринимательской деятельности, основные характеристики (целостность, динамичность, открытость, адаптивность, самоорганизованность и др.) и стадии коэволюции предпринимательских экосистем (создание, расширение, завоевание, обновление/ликвидация) [11; 12] обозначили недостаточную изученность влияния предпринимательской инициативы в социально ориентированном бизнесе на экономическое развитие и экономическую безопасность региона, страны. Дискуссионными остаются вопросы создания условий для эффективного использования предпринимательской инициативы в социально ориентированном бизнесе.

Исследование аспектов взаимодействия социально ориентированного бизнеса с региональной властью и обществом опиралось на положения стейкхолдер-менеджмента как модели управления, гармонизирующей интересы широкого круга экономических агентов, вовлеченных в хозяйственный оборот лиц, устойчивого экономического роста. Британский академик Д. Пирс отмечает, что основной приоритет стейкхолдеров при этом заключается не в увеличении прибыли, а в пропаганде ценностей взаимности, самоусовершенствования, заботе о людях и окружающей среде. Следовательно, социально ориентированный бизнес является сектором социальной экономики, который взаимодействует с государственным и частным секторами, предлагая свой «способ производства и управления экономикой» [3].

В исследовании применялись методы функционального и системного анализа, в качестве эмпирической базы использовалась статистическая информация, данные аналитических исследований.

Результаты

Проведенный анализ теоретико-методологических и прикладных исследований позволил обобщить условия функционирования и развития социально ориентированного бизнеса на уровне регионов: способность производить и продвигать общественно значимые товары и услуги; вовлекать в реализацию социальных проектов частных и государственных владельцев ресурсов – социальных инвесторов; инициировать внедрение цифровых инноваций в сферу социального предпринимательства; участвовать в приращении экономического и социального эффектов. Таким образом, на уровне регионов необходимо поощрять развитие предпринимательской инициативы путем расширения рыночных границ, предоставления больших свобод и возможностей в рыночной среде с учетом принципов экономической свободы; заинтересованности;

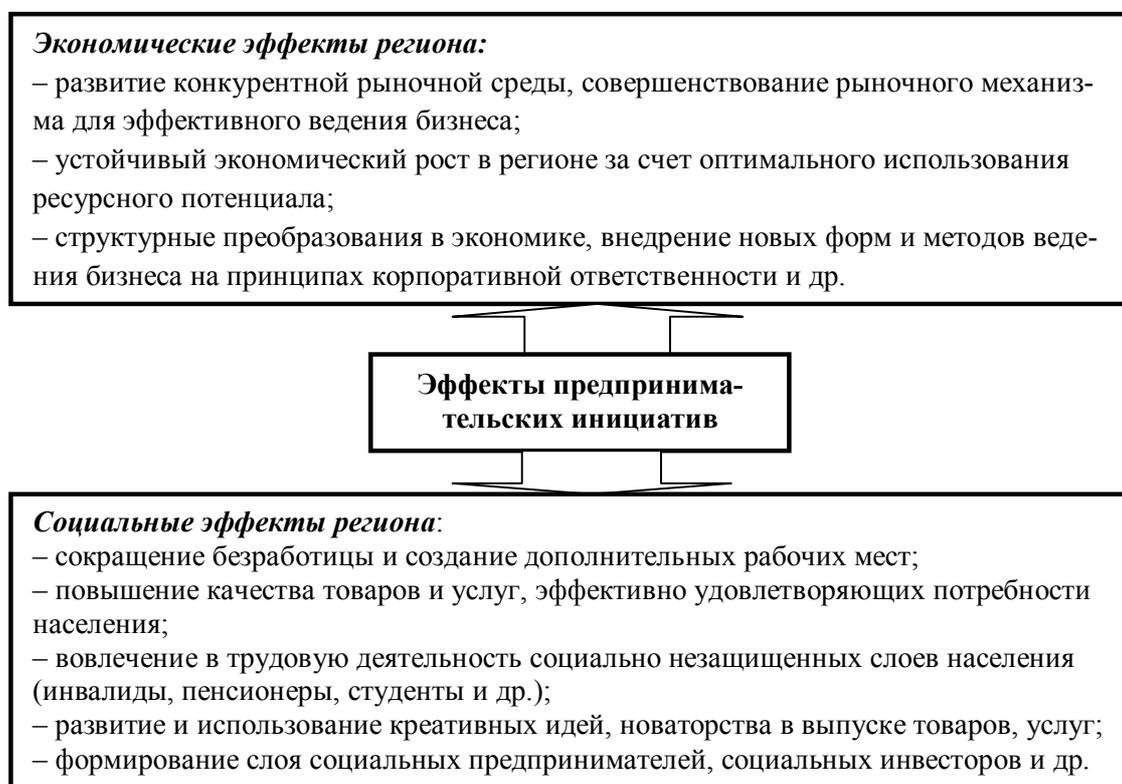
ответственности; экономии затрат; новаторства; управления риском; маркетинга; конкуренции; достижения внутривоздейственной синергии, государственного регулирования и контроля [5, 264].

Изучение динамики развития социально ориентированного бизнеса в регионах РФ и его социально-экономической отдачи за 2015–2020 годы показало, что новые технологии и рост качества жизни населения привели к социальным изменениям в обществе, повышенному спросу на социально значимые товары и услуги. Вектор развития социально ориентированного бизнеса в регионах РФ, заданный национальными и региональными проектами, обозначил приоритетность инициатив в цифровизации, логистике, информатизации, поддержке предпринимательства.

Обращаясь к зарубежному опыту социального предпринимательства, следует отметить, что рост предпринимательской активности, новые инициативы в социальной сфере связаны с экономическими преобразованиями, переходом к очередному технологическому укладу, развитием научно-технического прогресса и, соответственно, растущими запросами общества в сфере экологии, образования, здравоохранения, качественной и безопасной жизни. По оценкам зарубежных экспертов, чем выше скорость распространения технологий цифровизации в отраслях экономики, тем быстрее формируются инновационные предпринимательские инициативы и более высокие темпы экономического роста обеспечены.

В настоящее время в европейских странах (Бельгия, Франция, Германия, Великобритания, Греция) социальное предпринимательство соединяет в себе страсть к социальной миссии со свойственной бизнесу дисциплиной, инновацией и решительностью [8].

Анализируя зарубежную практику регулятивного воздействия государства на развитие предпринимательской инициативы в социально ориентированном бизнесе, следует уточнить, что эффект в масштабах национальной экономики характеризуется не только темпами роста ВВП, но и выражается в качественном изменении применяемых бизнес-моделей: доступность и всеобщность использования, гибкость в управлении изменениями, встраиваемость в концепцию развития.



Эффекты предпринимательских инициатив в социально ориентированном бизнесе

Эффекты предпринимательских инициатив в социально ориентированном бизнесе показаны на рисунке.

В настоящее время эффекты предпринимательских инициатив в социально ориентированном бизнесе все чаще связаны с качественными изменениями жизни общества, появлением новых бизнес-возможностей [10]. Как отмечают аналитики Всемирного Банка, по итогам 2020 года опережающие темпы роста в социальном предпринимательстве были отмечены в таких сферах, как бизнес-поддержка, бизнес-индустрия, IT-консалтинг, веб-дизайн. Например, компании Trabasack (Великобритания), San Patrignano (Италия), WGAC (Австралия), Blue Water Acquisition Corp. (США), несмотря на негативные последствия пандемии, повысили рыночную капитализацию бизнеса, успешно сочетая коммерческие и социальные цели, а также используя современные цифровые инструменты. Следует отметить, что указанные компании, активно продвигающие инновационные предпринимательские инициативы в социальных проектах, относятся к крупному бизнесу, что характерно и для российской бизнес-среды: так, в 2020 году победителями конкурса «Лучшие социальные проекты России» были названы АО «Телекомпания НТВ», ООО «Телекомпания ПЯТНИЦА», АО «Русская медная компания», ПАО «Газпром нефть», ПАО «Газпром». Таким образом, сегодня драйверами развития предпринимательской инициативы в регионах выступают крупные транснациональные корпорации, владеющие достаточным ресурсами для интеграции и мобилизации экономического и социального потенциала региона. Можно утверждать, что привлечение в регион крупного бизнеса, безусловно, стимулирует развитие социальной инфраструктуры.

Рост социальных потребностей населения существенно изменил географию оказания государственной поддержки предпринимательских инициатив в разрезе субъектов РФ: регионами-лидерами по числу проектов стали в 2015 году Москва, Московская область, Санкт-Петербург, в 2020 году – ХМАО, Республика Башкортостан, Нижегородская область, Мурманская область. Традиционными в субъектах РФ остаются направления финансовой поддержки здравоохранения, образования, социальной помощи, строительства жилья и создания комфортной городской среды. Поэтому важно стимулировать предпринимательские инициативы в социально ориентированном бизнесе региона.

Заключение

Социальные инициативы национальных проектов РФ определяют ключевые проблемы государственной социальной политики, выступают стратегическими ориентирами социально-экономического развития регионов. Субъекты РФ как проводники государственной политики, способствуя эффективному удовлетворению потребностей населения в социально значимых товарах и услугах, одновременно формируют благоприятные условия для бизнеса, обеспечивающие экономический рост в регионе.

Реализация социально значимых проектов в регионах требует использования государственно-частного капитала, вовлечения крупных корпораций – социальных инвесторов, обладающих большими ресурсными возможностями для внедрения инновационных форм и методов в социальную сферу.

Такие факторы как темпы роста цифровизации экономики, трансфер знаний и технологий, интеграционные процессы, международное сотрудничество в разных отраслях экономики усиливают потребность современного общества в развитии социально ориентированного бизнеса, привлечении в регионы социальных инвесторов – крупных корпораций, обладающих экономическими возможностями для создания и поддержки конкурентоспособной, инновационной экосистемы в регионе, стимулирующей социальные инициативы.

Литература

1. Друкер П.Ф. Рынок: как войти в лидеры. Практика и принципы. М.: Совмест. предприятие «Бук Чембэр Интернэшнл». 1992. 349 с.
2. Маршалл А. Принципы экономической науки. М.: Прогресс. 1993. 350 с.
3. Пирс Д. Словарь современной экономической теории Макмиллана//М.: Инфра-М. 2003. 607 с.
4. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. М.: АСТ. 2021. 960 с.
5. Шашло Н.В., Ворожбит О.Ю., Лой Г. Эволюционная трансформация понятийно-категориального аппарата теорий предпринимательства в условиях конкуренции // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2018. Т. 7, № 1(22). С. 261-265.
6. Шумпетер Дж. Теория экономического развития. М.: Прогресс. 1982. 455 с.
7. Cantillon R. Essay sue la nature du commerce en general. Paris. 2011. 94 с.
8. Dees J.G. The Meaning of «Social Entrepreneurship» [Электронный ресурс]. URL: https://centers.fuqua.duke.edu/case/wpcontent/uploads/sites/7/2015/03/Article_Deess_MeaningofSocialEntrepreneurship_2001.pdf.
9. Harrod R. Economic Dynamic. 1973 [Электронный ресурс]. URL: <https://link.springer.com/content/pdf/bfm%3A978-1-349-01696-9%2F1.pdf>
10. Manolov G., Orlova D.R., Khodkovskaya J.V. et al. A Smart specialization strategy for sustainable development of regions. В сборнике: E3s Web Of Conferences. First Conference On Sustainable Development: Industrial Future Of Territories (Ift2020). 2020. С. 08009.
11. Moore J. The Death of Competition: Leadership and strategy in the age of business ecosystems // Harper Business. 1996. 320 p.
12. Moore J.F. Predators and Prey: A New Ecology of Competition // Harvard Business Review. 1993. P. 75–83.
13. Solow R.M. Growth Theory: an exposition. New York; Oxford: Oxford University Press. 2000. 220 p.