

СОЦИАЛЬНО-ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ КОРПОРАЦИИ КАК МЕХАНИЗМ СОЦИАЛИЗАЦИИ БИЗНЕСА

С.Г. Симонов

Тюменский государственный нефтегазовый университет, г. Тюмень

М.Ж. Тусупаева

Павлодарский государственный университет им. С. Торайгырова

Любая нация гордится плодами деятельности своих предпринимателей. Предпринимательство как одна из конкретных форм проявления общественных отношений способствует не только повышению материального и духовного потенциала общества, не только создает благоприятную почву для практической реализации способностей и талантов каждого индивида, но и ведет к единению нации, сохранению ее национального духа и национальной гордости.

Ярким примером проявления предпринимательского духа выступают США, где поддержка малого и среднего бизнеса является одним из приоритетов экономической политики государства. Вообще, в промышленно-развитых странах на долю малого и среднего предпринимательства приходится 55 – 60% внутреннего валового продукта.

В Казахстане предпринимательство пока не стало активной подпиткой экономики, как это распространено в развитых странах. Дает о себе знать десятилетиями забытое чувство нормальной предприимчивости хозяйственника. Как известно, предпринимательская деятельность частных лиц была запрещена действовавшим в СССР законодательством. Научная литература того времени практически не затрагивала проблему предпринимательства, поскольку она находилась вне рамок предмета социалистической политэкономии. В результате «уровнировки» сложилось негативное представление о предпринимателях.

Всеобщее неприятие предпринимательства постепенно переходит в осознание необходимости создания условий для его быстреего и эффективного развития.

Основы соответствующей институциональной базы (законодательной и нормативной) для развития предпринимательства стали закладываться в республике уже в начале экономических реформ. Тем не менее, еще предстоит большая работа по ее дальнейшей унификации, приближению к международным законодательным стандартам и нормам с учетом

появившегося опыта законотворчества и практики применения законов. Важно создать адекватные экономические регуляторы для интенсивного цивилизованного развития предпринимательства.

Вообще, рыночная экономика, основанная на стихийном порядке, образовалась не в результате продуманных действий и планов какого-то лица или группы лиц, а как намеренно нерегулируемый результат индивидуальных действий предпринимателей. Как писал А.Смит: “Не на щедрость мясника, пивовара или булочника рассчитываем мы, предвкушая свой обед, а на то, что они будут блести свой частный интерес... (Каждый), преследуя собственный интерес и ведомый невидимой рукой, достигает таких результатов, которые даже не входили в его намерения” [1]. Именно усилия предпринимателя перемещают средства и ресурсы из разряда невысоко ценимых в разряд оцениваемых выше и делают рыночный процесс упорядоченным.

Благодаря этим действиям предпринимателей происходит эффективное распределение и использование ресурсов, именно от них зависит социально-экономическое процветание страны. Предприниматели, организовывая собственный бизнес, привлекают наемную рабочую силу, обеспечивая тем самым увеличение количества рабочих мест. Кроме того, предприниматели, предлагая новый товар или услугу, расширяют ассортимент продукции для населения, при этом либо способствуют формированию новых потребностей у покупателей, либо отвечают их неудовлетворенным запросам. В борьбе за покупателя происходит повышение качества продукции и улучшение обслуживания. Как правило, большинство предпринимателей являются основными потребителями банковских услуг, содействуя тем самым развитию банковской сферы. Предпринимательство приносит выгоды и государству: доходы последнего образуются за счет налоговых отчислений предпринимателей. Немаловажно и то, что некоторые из них в круг своих занятий относят благотворительность и меценатство.

Таким образом, предпринимательство выполняет экономические и социальные функции. Руководствуясь личными интересами, предприниматели, согласно неоклассической концепции, выступают в образе «экономического человека», т.е. действуя рационально, эгоистично, обеспечивают тем самым оптимальное развитие общества без вмешательства государства.

Но в то же время действия предпринимателя продиктованы не только рациональным расчетом. Ведь “экономический человек” существует в социуме, значит является и “социальным человеком”, который испытывает на себе влияние культуры, обычаев и традиций общества, системы ценностей, принятой в обществе, норм этики и морали.

При любой степени свободы жить в обществе и быть свободным от общества нельзя. Осознание этого предпринимателем выражается в его стремлении найти компромисс между получением прибыли и необходимостью удовлетворения потребностей общества [2].

Хизрич Р., Питерс М. считают что, предпринимательство – это «процесс, предполагающий принятие на себя финансовой, моральной и социальной ответственности...» [3].

Идея социальной ответственности бизнеса за состояние дел в обществе в настоящее время приобретает все больший смысл. «Масштабы промышленного развития предприятий, по мнению прогрессивной американской общественности, означают необходимость для его руководства расширить рамки своей ответственности, не ограничиваясь только производством товаров и услуг. Им следует учитывать, какое влияние производственная деятельность их компаний оказывает на экономику страны в целом, на социальное и экономическое процветание всего общества» [4].

Практически это означает, что социально ответственный предприниматель будет заниматься не всякой деятельностью, приносящей пусть даже высокую прибыль. Он ищет на рынке нишу, которая, с одной стороны, привлекает его своей прибыльностью, с другой – отвечает его общественным потребностям. В цивилизованном обществе такой компромисс достигается в результате регулируемого процесса воспроизводства системы ценностей, выражающемся в социальном воспитании и обучении [2].

Ответственность за социальное развитие общества несут две стороны – государство, которое первым исторически выполняло и продолжает выполнять эту роль, и бизнес, которому все больше объективно приходится в рыночных условиях нести ответственность не только за социальное благополучие своего персонала, но и за разделенное с государством участие в обеспечении других нуждающихся в этом благополучии членов общества. За социальное благополучие общества в целом отвечают обе стороны, поэтому вопрос взаимодействия между ними крайне важен в контексте обеспечения конкурентоспособности национальной экономики [5].

Социальная ответственность в бизнесе появилась с момента возникновения добавочной стоимости, создаваемой в результате целенаправленных усилий человека. Именно добавочная стоимость является источником формирования средств для реализации социальной ответственности ее производителя. И сейчас настало время, когда необходимо решать вопрос о формализации отношений «государство – бизнес» по поводу реального осуществления социальных проблем общества. При этом важно понимать, что ценности, создаваемые на основе развития социально-ответственных отношений, представляют собой неосвязаемый актив, плохо защищенный от рисков и неудач, но открывающий новые возможности и приносящий бизнесу доход. Этот актив существенно влияет на способность компаний к выполнению стратегий и достижению целей, на их конкурентоспособность. Социальная политика бизнеса не может заменить государственную социальную политику. И то, и другое должно действовать на принципах социального партнерства и взаимной выгоды.

Казахстан не является исключением в стремлении обеспечить процесс развития бизнеса, основанного на общечеловеческих ценностях.

Одним из механизмов социализации бизнеса должно стать формирование в развитых региональных центрах социально-предпринимательских корпораций (СПК), миссией которых станет обеспечение прорывного развития регионов путем диверсификации экономики, создания эффективной системы корпоративного управления, консолидации государственных активов и предпринимательской инициативы для решения экономических и социальных задач.

Главным направлением деятельности этих корпораций будет управление государственными активами, внедрение принципов социальной ответственности бизнеса в регионах, организация там конкурентоспособных, экспортно-ориентированных производств, инициирование новых проектов и привлечение дополнительных инвестиций, создание спроса на товары и услуги малого предпринимательства. Развитие таких корпораций будет способствовать формированию крупных региональных центров, концентрирующих в себе экономическую активность не только своего, но и смежных регионов и способных выступить катализаторами образования конкурентоспособных региональных кластеров.

От того, насколько успешно фирмы сумеют объединить усилия с государством и общественными организациями в формировании активной стратегии социального развития, во многом будут зависеть конкурентоспособность и продуктивность бизнеса. Если они не возьмут на себя часть ответственности за решение нарастающих проблем в социально-трудовой сфере, то станут первой же их жертвой. Для предотвращения дальнейшей социальной поляризации и дестабилизации потребуются крупные финансовые средства, и именно коммерческие структуры в первую очередь будут обложены высокими налогами. Это приведет к снижению конкурентоспособности, ухудшению экономической конъюнктуры и дальнейшему обострению социальных проблем.

ЛИТЕРАТУРА

1. Смит А. Исследование о природе богатства. - М., 1962. – С. 331 – 332.
2. Социальная ответственность предпринимателей и экономические реформы в России // ЭКО. – 2000. – № 10. – С. 177 – 189.
3. Хизрич Р., Питерс М. Предпринимательство или как завести собственное дело. – М., 1992. – С. 26.
4. Райт П. Дж. *Мотор в истинном свете*. – М., 1989. – С. 358 – 359.
5. Бримбетова Н.Ж.. Конкурентоспособность регионов и усиление социального партнерства // Экономика: стратегия и практика. – 2008. – № 2. – С. 7 – 11.

Түйіндемe

Бұл мақалада кәсіпкерліктің ролі мен әлеуметтік қызметтері қарастырылған. Бизнесінің әлеуметтенуінің механизмінің бірі болып, әлеуметтік-кәсіпкерлік корпорациялардың, қалыптасуы болып табылады, олардың басты қызметі аймақтардың екпінді дамуымен сипатталады.

Resume

The article deals with the role of business and its social functions. One of the mechanisms of socialization of business should be the formation of social-entrepreneurial corporations, whose mission will be to ensure a breakthrough development of the regions.

УДК 336.717.061(574)

РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ФОРМ ПОДДЕРЖКИ СПРОСА НА ИНВЕСТИЦИОННЫЙ КАПИТАЛ В РК

А.Р. Салихова, Г.З. Фахрутдинова

Павлодарский государственный университет им. С. Торайгырова

Изучение казахстанской практики в отношении организации схем льготного финансирования субъектов предпринимательства, приоритетных с точки зрения социально-экономического развития страны, позволяет выделить следующие основные формы:

Вариант. Прямая компенсация части процентных платежей предприятий-заемщиков органами власти.

Вариант. Предоставление гарантий органов власти по выплате части процентной ставки за пользование кредитами предприятиями;

Вариант. Обусловленное размещение бюджетных средств через коммерческие банки;

Вариант. Бюджетное кредитование.

Использование схем льготного финансирования субъектов предпринимательства на практике имеет различные результаты и соответственно перспективы реализации, которые определяются в первую очередь уровнем положительного эффекта для государства, предприятия-заемщика и банка-кредитора. Для выявления величины положительного эффекта воспользуемся подходом, предложенным Ю.П. Анискиным, А.Ю. Бударовым и др.[1], который состоит в изучении структуры процентных платежей банку предприятием-заемщиком. Порядок расчета величины процентных выплат, за пользование