

## БАЗИСНЫЕ МЕХАНИЗМЫ УПРАВЛЕНИЯ МОДЕРНИЗАЦИЕЙ БИЗНЕСА В РОССИЙСКИХ РЕГИОНАХ<sup>11</sup>

### BASIC MECHANISMS OF MODERNIZATION MANAGEMENT BUSINESS IN THE RUSSIAN REGIONS

Н.В. Кубикова  
Natalia V. Kubikova

Курский государственный университет, Курск, Россия  
Kursk State University, Kursk, Russia

*В статье рассмотрена актуальная тема поиска механизмов социальных изменений для осуществления социального проектирования. Проанализированы доказательства того, что бизнес-сообщество является агентом социальных изменений. В результате построено «колесо» социальных изменений и выявлены модернизационные механизмы изменений.*

*The article describes the current research topic of social change mechanisms for the implementation of social engineering. We analyzed the evidence that the business community is an agent of social changes. As a result, we have created a "wheel" of social change and modernization mechanisms identified changes.*

**Ключевые слова:** Бизнес, бизнес-сообщество, социальный бизнес, НКО поддержка предпринимательства, общественное движение, социальное воздействие, изменение поведения, коллективное изменение поведения, изменение культуры, изменение социума.

**Keywords:** Business, business community, social business, non-profit organizations supporting entrepreneurship, social movement, social impact, changes in behavior, collective behavior change, cultural change, a change in society.

Предпринимательство как элемент системы общественного производства является одним из условий социально-экономического развития российского общества, оно играет важную роль в процессах становления и развития рыночных структур, особенно в период кризиса. При этом бизнес не только выступает экономическим агентом, но он также существенно влияет на социально-экологическое состояние общества. В связи с этим в последние годы наблюдается повышение научного интереса к вопросам функционирования данного элемента как в России, так и за ее пределами. Вместе с тем, несмотря на широко признанное мнение о том, что предпринимательство является двигателем экономики, механизмы взаимодействия между развитием предпринимательства и социально-экономическим развитием остаются в недостаточной мере проявленными.

В последние десятилетия отмечен повышенный интерес исследователей к вопросам развития бизнеса в России в целом и в ее регионах в частности. Отметим также, что среди последних поручений Президента Российской Федерации немаловажную роль занимают поручения по созданию программ поддержки и развития малого и среднего бизнеса с целью получения экономического и социального результата [1]. Это свидетельствует о заинтересованности государства в лице его лидера в развитии данного сектора хозяйства. В условиях новых вызовов – потребностей осуществления новой индустриализации страны в обстоятельствах санкций и давления Запада, – российская экономика находится в состоянии замедленного развития, а порой, по сути, стагнации. И только выверенная стратегия и механизмы

---

<sup>11</sup> Статья подготовлена при поддержке РГНФ (проект «Социокультурный потенциал модернизационных преобразований регионов Центрального Черноземья», № 15-03-00506).

по управлению процессами в экономике и социальной сфере способны привести к росту числа предприятий реального сектора экономики и ускорению темпов развития.

Актуальность данной темы исследования обусловлена необходимостью разработки эффективных механизмов взаимодействия власти, бизнеса и социума для решения экономических и социальных проблем. Современное российское общество, частично утратив социальные ценности и ориентиры, утвержденные в период социализма, до сих пор не получило конкретных проектов взаимодействия различных социальных групп. При этом общество требует социальных изменений, и агентом данных изменений, на наш взгляд, если использовать эффективные механизмы взаимодействия, может стать бизнес. Бизнес имеет уникальную возможность изменять поведение людей, и данный факт необходимо использовать для получения широкого спектра социальных благ общества, а не только экономических. Во многих странах ведутся проекты по созданию социальных изменений, многие транснациональные компании участвуют в данных проектах. В отношении России следует указать на наличие существенных пробелов в данной области.

Наше исследование нацелено на выявление базисных механизмов модернизации, агентом которых является бизнес. Полагаем, что его результаты могут представлять особый интерес для государственных структур, взаимодействующих с бизнесом для проектирования социальных изменений. Изучение механизмов социального воздействия имеет большое значение в проектировании социальных изменений.

Интерес к изучению механизмов социального управления нашел свое отражение в многочисленных исследованиях российских и зарубежных авторов, среди которых назовем таких, как Энтони Гидденс, Петр Штомпка, Пьер Бурдьё, Маргарет Арчер, Владимир Александрович Ядов и др. Но в то же время в российской научной литературе недостаточное внимание уделено социальному проектированию как механизму и способу реализации социальных изменений. В данной работе мы использовали наработки и развили идеи российских и зарубежных авторов относительно вопросов проектирования социальных изменений.

Многочисленные публикации исследователей на тему социальных изменений, агентом которых является бизнес-сообщество, показывают большой диапазон различных мнений относительно механизмов изменений. Но, несмотря на большую массу исследований воздействия бизнеса на поведение социума, мы не увидели реальных продуктов и рекомендаций по созданию проектов изменений. Механизмы взаимодействия лишь описаны, но они не структурированы. Причина недостаточного внимания авторов к исследованиям механизмов социального управления малым бизнесом обусловлена тем, что бизнес в большинстве случаев рассматривается только как агент экономических изменений, в то время как изменения социального порядка не удостоиваются должного внимания.

Целью нашего исследования стало выявление базисных механизмов модернизации. Для ее достижения нами были поставлены следующие задачи: раскрыть компоненты социальных изменений: выявить модернизационные механизмы этих изменений. Нас, в первую очередь, интересовал механизм социальных изменений, происходящих под влиянием бизнеса как агента.

Гипотезой исследования стало предположение о том, что представители бизнес-сообщества в настоящее время становятся все более активными носителями социальных изменений. Активизировать данные изменения способны адекватные механизмы установления частно-государственного партнерства.

«Мы живем сегодня в эпоху ошеломляющих социальных изменений, отмеченных трансформациями, которые радикально отличаются от трансформаций прежних периодов. Коллапс социализма советского образца, исчезновение глобального биполярного распределения власти, формирование мощных коммуникационных мировых систем, явный триумф капитализма во всем мире...», – с этим высказыванием Э. Гидденса нельзя не согласиться [2, с. 153]. Модернизационные процессы обязаны привести в соответствие отношения бизнеса и социума. Бизнес как агент модернизации своими действиями может изменить поведение людей на благо общества и окружающей среды. Такая социальная инновация способствует доб-

рой воле сотрудников, клиентов и всего общества в целом в создании новых продуктов, отраслей промышленности и новых рынков. Предпринимательство является агентом социальных изменений. Все большее количество руководителей бизнеса осознает, что для устойчивости им необходимо выполнять потребности гражданского общества, что они не могут быть на высоте, если их клиенты не являются устойчивыми.

Государство, следуя данной модели, играет активную роль в инициировании модернизации. По словам П. Штомпки, ускорить модернизационный процесс «способна образованная политическая элита, которая осознает необходимость реформирования общества. Она начинает преобразования «сверху», подкрепляя их пропагандистскими кампаниями, объясняя широким массам выгоды, которые сулит модернизация» [3, с.176]. Государство разрабатывает программы микрофинансирования, поддержки самозанятости, проводятся конкурсы для молодежи, для того чтобы мотивировать предпринимательство среди маргинальных групп населения, генерировать новые бизнес единицы и бизнес идеи. Многие полагают, что бизнес-сообщество имеет уникальную возможность изменить поведение людей, но здесь важно не ошибиться. Следует понять, что бизнес-сообщество, в первую очередь, стремится к увеличению ценности своей компании, привлечению новых клиентов, расширению рынков и возможностей, но при этом далеко не всегда учитывает интересы социума. Задачей данной работы стоит рассмотрение инструментов повышения эффективности модернизации, предлагаемых бизнесом, объяснение условий и действий, ведущих к конструктивным изменениям. В частности, эта работа нацелена на то, чтобы указать на основные сферы социальных изменений, а также раскрыть характеристики превращения организационных мероприятий в модернизационные социальные перемены.

Некоторые теории изменения поведения подчеркивают роль отдельных факторов – таких, как мотивация или способности, в то время как другие рассматривают индивидуума как продукт ситуации, социальной структуры или среды, в которой он находится.

Группой ученых из Центра по исследованию изменения поведения (Centre for Behaviour Change) были проведены исследования изменения поведения в области охраны здоровья. Для проведения исследования была использована разработанная данной командой, система «колеса изменения поведения», в основе которого лежит «COM-B system» – метод изменения поведения с участием трех основных условий: способности, возможности и мотивации. Данный механизм, по словам Susan Michie, образует ступицу «колеса изменения поведения» [4, с.5], вокруг которой располагаются вмешательства. Опираясь на теоретические и практические результаты работы данной группы исследователей, нами было разработано собственное колесо изменения поведения, адаптированное к отечественным условиям. В центре данной системы мы использовали «ступицу» «COM-B system», вокруг которой расположили систему вмешательств.

Мы провели исследование, основным вопросом которого являлся вопрос о том, что мы знаем о социальных изменениях, агентом которых является бизнес-сообщество. Наше внимание было сосредоточено на результатах эмпирических исследований, которые представили доказательства о механизмах и стратегиях достижения коллективных социальных изменений. На первое место при этом вышел акцент на предпринимательской деятельности в качестве средства достижения социальных и институциональных изменений.

Из довольно внушительного потока информационных источников мы сосредоточились на недавних исследованиях, проведенных организациями содействия малому и среднему предпринимательству и социологами в России и, в частности, в Центрально-Черноземном регионе. Особое внимание было уделено результатам полевого исследования комитета потребительского рынка, развития малого предпринимательства и лицензирования Курской области 2016 года, а также результатам проведенного нами контент-анализа.

Мы определили ключевые слова и словосочетания, а также синонимы по трем направлениям (таблица 1):

Таблица 1.

1.	Ключевые слова, связанные с бизнесом	Бизнес, предпринимательство, бизнес-сообщество, организация.
2.	Ключевые слова, связанные с социальным предпринимательством	Социальное предпринимательство, социальный бизнес
3.	Ключевые слова, связанные с новыми социальными движениями	НКО, поддержка предпринимательства, общественное движение, бизнес.
В комбинации с:		
Социальное воздействие, изменение поведения, коллективное изменение поведения, изменение культуры, изменение социума, изменение общественности,		
В комбинации с:		
Механизм, стратегия изменений, логика.		

С целью выявления доказательств связи действий организаций и социальных изменений, мы провели поиск по различным базам данных ключевых слов и словосочетаний, относящихся к механизмам или стратегии социальных изменений. Поиск был проведен по в следующих базах данных: научная электронная библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА»; научная электронная библиотека eLIBRARY.RU; электронно-библиотечная система «Издательства «Лань». Также в поиске мы использовали сайты государственных органов, занимающихся поддержкой бизнеса, сайты НКО и крупных российских компаний.

Мы рассмотрели три потока данных. Доказательства того, что определенные действия бизнеса ведут к социальным изменениям. Доказательства того, что определенные действия социальных предпринимателей ведут к социальным изменениям; а также доказательства того, что действия НКО и других некоммерческих организаций ведут к социальным изменениям.

В результате были отобраны 145 материалов, проанализировав которые мы определили основные четыре области изменений:

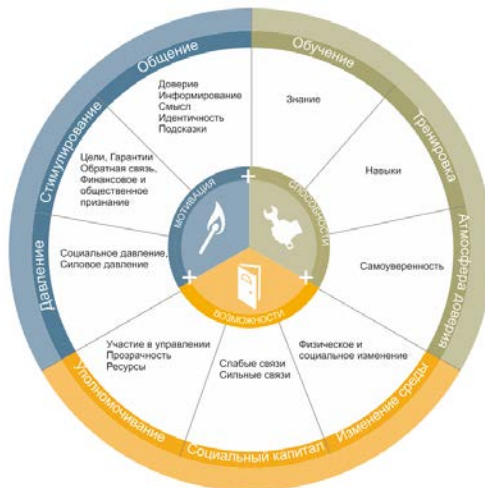
**Экологическое поведение:** это активность людей и организаций, которые либо защищают естественную окружающую среду, либо способствуют «здоровью» окружающей среды.

**Здоровый образ жизни:** действия, которые препятствуют болезням, продлевают жизнь и содействуют физическому и психическому здоровью и благополучию.

**Социально-экономическая интеграция:** Создание условий включения всех групп населения в экономическую жизнь, снижение уровня бедности.

**Гражданская активность:** индивидуальные и коллективные действия, направленные на выявление и решение проблем общественной значимости.

Проведенный нами контент-анализ подтвердил, что положительное социальное изменение требует одновременного воздействия трех компонентов изменения поведения: мотивация, способность, возможность. Значит, выбор установки в «ступичу колеса» системы «СОМ-В system» был справедливым. Вокруг ступицы мы распределили систему вмешательств. Общение, давление, стимулирование – как элементы мотивации. Уполномочивание, создание социального капитала и изменение среды являются элементами области возможности. И, наконец, обучение, тренировка, укрепление доверия – элементы области способностей.



**Рисунок. 1. Колесо изменений**

Мы также установили 19 механизмов социальных изменений, с помощью которых, бизнес может добиться социальных изменений групп и индивидуумов. На основании вмешательства нами были выявлены 19 модернизационных механизмов изменения поведения (таблица 2).

Таблица 2

**Механизмы социального управления**

1. Механизмы мотивации	Общение	Завоевание доверия Повышение уровня информированности. Обеспечение смысла и идентичности, создание эмоции. Индивидуализация: Обеспечение подсказок и руководящие указания.
	Давление	Использование социального давления Использование силового давления
	Стимулирование	Установление целей и выявление обязательств. Обеспечение обратной связи Финансовая награда Награда за счет репутации и признания.
2. Механизмы создания возможностей	Настройка структур и ресурсов	Создание инклюзивных структур управления Создание прозрачности Предоставление доступа к ресурсам
	Построение социальных отношений, социального капитала.	Построение отношений (преодоление слабых связей) Создание благоприятных отношений (сильные связи)
3. Механизмы развития способностей.	Реструктуризация среды	Изменение физического или социального контекста
	Самоуверенность	Построение самооффективности и уверенности в себе
	Знание	Повышение знаний и понимания
	Навыки	Формирование навыков

Наше исследование объединило доступные доказательства того, что бизнес может существенно влиять на изменения среди населения. Мы нашли свидетельства о предприятиях, в которых организационные мероприятия привели к социальным изменениям. Мы также включили доказательства, свидетельствующие о том, что социальное предпринимательство, НКО и местные власти имеют возможность построения проектов социальных изменений, и что данные проекты действуют. Например, данные исследования «Социальное предпринимательство Курской области: история успеха», проведенного ассоциацией «Центр поддержки предпринимательства – микрофинансовая организация Курской области», свидетельствуют о том, что коммерческая деятельность предприятий социальной сферы ведет к изменениям в поведении граждан. А именно – изменяется в сторону повышения грамотность дошкольников, доступность реабилитационных услуг, расширяются возможности родителей с маленькими детьми. Социальные предприниматели, часто сталкиваясь с финансовыми проблемами, находят действенные способы объединения создания социальных изменений и получения доходов. В результате чего данные предприятия находятся на переднем крае создания устойчивых социальных изменений. Мы предлагаем такое воздействие на представителей бизнес сообщества, которое будет легко им принято, и не будет нарушать основных целей получения прибыли, а только увеличивать доверие и количество клиентов. Тем самым мы имеем дело с материалами, которые подтверждают фактические изменения, а не намерения.

Мы полагаем, что наше исследование открывает возможности проектирования этапов модернизации в области изменения социального поведения с помощью механизмов изменения поведения, в которые вовлечены бизнес-структуры.

#### **Список литературы**

1. Утвержден перечень поручений по итогам заседания госсвета по развитию малого и среднего бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://asi.ru/news/35272> (дата обращения – 10.06.2015 г.).
2. Гидденс Э. Социология. М.: Эдиториал УРСС, 1999. 704 с.
3. Штомпка П. Социология социальных изменений; пер. с англ. М., 1996. 416 с.
4. Michie et al. Implementation Science 2011, 6:42 Режим доступа: <http://www.implementationscience.com/content/6/1/42> (23 April 2011).