

ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ОРИЕНТАЦИИ НА БИЗНЕС- СТРАТЕГИЮ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ МИКРО, МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

**Маллямова Э.Н., кандидат педагогических наук, доцент,
тел. 8(8422) 55-95-11, eschejdul@yandex.ru
Герасимова Т.С., магистрант экономического факультета
tanyagerasimova98@yandex.ru
ФГБОУ ВО Ульяновский ГАУ**

***Ключевые слова:** бизнес-стратегия, предпринимательство, капитал, предприятия.*

Статья посвящена влиянию социального капитала на предпринимательство. Социальный капитал оказывает положительное влияние на бизнес-стратегию, на результаты и на эффективность деятельности микро, малых и средних предприятий. Подробно обсуждаются три ключевых элемента социального капитала: сеть, доверие и нормы.

Микро, малые и средние предприятия (ММСП) являются одной из ведущих движущих сил экономического развития общества. Сектор ММСП достигает самого низкого уровня сообщества. Поэтому она играет жизненно важную роль в обеспечении экономического роста и занятости. Различные страны признали вклад ММСП, но его реализация отличается в разных странах. Его роль в стимулировании темпов экономического роста и занятости огромна. В некоторых странах ММСП во многих случаях способна стимулировать реальный сектор в разных сферах бизнеса и вносить свой вклад в формирование ВВП (валового внутреннего продукта). Вклад в ВВП выше по сравнению с другими странами Азии и составил 57,8 %. Хотя индонезийские ММСП, как правило, обслуживают местный рынок, что подтверждается низкой стоимостью экспорта, которая составила на 15,8 % ниже, чем на Филиппинах, в Таиланде и Малайзии. Это вполне рационально в связи с обширным внутренним рынком, и большинство этих субъектов бизнеса имеют ограниченное представление об экспортной деятельности.

Поддержание и развитие национальной экономики может быть достигнуто за счет привлечения как можно большего числа экономических

субъектов. Основываясь на их потенциале, на базе справедливости для всех заинтересованных сторон. Однако жизненный потенциал ММСП как бизнес-единицы определяется многими факторами. По результатам опроса, проведенного ВЭФ (2014-2015 гг.), самым большим препятствием в Индонезии является коррупция, за которой следуют доступ к финансированию и инфляция. Деятельность ММСП должна осуществляться одновременно и комплексно для преодоления этих препятствий и развития ММСП, что может быть достигнуто благодаря постоянным усилиям различных ведомств и министерств, а также банковского сектора, где координация осуществляется министерством ММСП.

До сих пор применялись различные подходы, перспективы и бизнес-стратегии для повышения эффективности ММСП и изучения развития производительности ММСП. Подход и перспективы, которые необходимо сделать, чтобы описать феномен ММСП для поддержания и повышения эффективности бизнеса, такие как перспектива социального капитала. Социальный капитал относится к такой части общественной организации, как доверие, норма и сеть, которая может повысить эффективность сообщества за счет содействия скоординированным действиям (Putnam, 1995a: 167, in Field, 2003). Ньютон (1997: 575, в Лексоно, 2009) утверждает, что в социальном капитале есть три элемента, а именно: а) норма и ценность б) рабочая сеть или организация/учреждение в) ее последствия и результат. В последнее время подтверждается, что традиционный тип капитала (природные, человеческие и физические ресурсы) лишь частично определяют весь процесс экономического роста. Еще одним определяющим фактором, которым относительно пренебрегали, является то, как экономические субъекты взаимодействуют и организуются для поощрения развития и роста. Это пренебрежение описывается как потеря одного из звеньев экономического роста и развития, а именно социального капитала (Grootaert, 1998, в Vipriyanti, 2014).

Компоненты социального капитала должны быть максимально использованы субъектами бизнеса для повышения эффективности ММСП, где социальные сети используются субъектами бизнеса для получения доступа к рынкам, знаниям, сотрудничества, инструментальной помощи, капитала и других. В то время как убеждения и нормы используются бизнес-субъектами для укрепления обязательств с другими сторонами в целях поддержания существующего сотрудничества.

Нацеленность на предпринимательство влияет на эффективность бизнеса (ММСП). Предпринимательство - это знание, которое изучает ценности, способности и поведение человека при решении жизненных задач. Предпринимательство - это знание, обладающее объектом, способным

создавать что-то новое и необычное. Предпринимательство и инновации занимают центральное место в творческом процессе экономики. Инновации - это специфическая функция предпринимательства как способа создания ресурсов путем использования существующих ресурсов для создания богатства. Процесс предпринимательства, как правило, совпадает с процессом разработки стратегии управления. В области исследований предпринимательства нацеленность на предпринимательство стала важной конструкцией. основополагающее утверждение о важности ориентации на предпринимательство заключается в том, что существуют исследования, которые доказывают существование ориентации на предпринимательство (инициативной, инновационной и рискованной). Это оказывает положительное влияние на производительность ММСП. Ориентация на предпринимательство является ключевым элементом формы организации бизнеса, особенно в повышении эффективности бизнеса. Потребность в достижениях лежит в основе инноваций как сильного психологического фактора, побуждающего кого-то заниматься какой-либо деятельностью. До тех пор, пока цели не будут четко достигнуты, это будет ключевым фактором при определении действий по повышению эффективности бизнеса.

Кроме того, стратегия является главной задачей, необходимой для достижения поставленной цели. Наиболее важное значение понимания стратегии как принятия мер, отличается от действий конкурента в отрасли, для достижения оптимальной позиции. Стратегия представляет собой инструмент для достижения с долгосрочной целью, которую необходимо осуществить.

Таким образом, бизнес-стратегия - это регулярный и прагматичный подход, который может быть применён организацией. Как для государственных, так и для частных лиц при принятии текущих решений о будущем организации.

Это исследование выбрано и может быть проведено на основе предварительного наблюдения и контроля. Бизнес-субъекты в округе Тимор Тенга Утара (ТТУ) испытывают признаки фундаментальной проблемы, от которой обычно страдают, - это слабость в области предпринимательства, такая как отсутствие инноваций, неготовность идти на риск, менее активная и склонная ожидать появления потребителей. Кроме того, большинство участников бизнеса не построили модель капитала среди бизнес-групп, что часто приводит к нездоровой конкуренции, и имеют ограничения в формулировании бизнес-стратегии, полезной для деловой жизни в будущем.

Улучшение показателей деятельности ММСП в районе ТТУ должно быть сделано для выживания и конкуренции, поэтому субъекты бизнеса

должны развивать предпринимательский дух, который включает в себя: инновационный, рискованный и инициативный. Они также могут создавать социальный капитал среди бизнес-групп, который включает доверие, создание сетей и нормы ведения бизнеса, а также разработку бизнес-стратегий, которые будут направлять и облегчать человеку достижение целей. Кроме того, формулировка проблемы в этом исследовании заключается в:

- Как социальный капитал влияет на бизнес-стратегию?
- Как предпринимательская ориентация влияет на бизнес-стратегию?
- Как социальный капитал влияет на производительность ММСП?
- Как ориентация на предпринимательство влияет на производительность ММСП?
- Как бизнес-стратегия влияет на производительность ММСП?

Растущая конкуренция между субъектами бизнеса, а также усилия правительства по улучшению экономической жизни общества привлекают экономистов для проведения исследования микро-, малого и среднего бизнеса, связанного с социальным капиталом, ориентацией на предпринимательство, бизнес-стратегией и эффективностью. Предыдущие исследования стали основой для разработки концептуальной основы данного исследования. Направление и цель исследования можно увидеть на основе построенной концептуальной основы.

Переменная социального капитала разработана на основе теории Патнэма (1996), согласно которой характеристики социальной организации, такие как убеждения, нормы и сети, позволяют участникам действовать вместе более эффективно для достижения общих целей. Социальный капитал можно интерпретировать как характеристику социальной организации в форме социальной сети, нормы и убеждений, которые играют роль во взаимном сотрудничестве. Таким образом, измерение социального капитала в данном исследовании осуществляется на основе показателя сети, нормы и отношения доверия.

Долгосрочное стратегическое планирование основывается на усилиях компании по поиску основы конкурентного преимущества на основе общих стратегий, а именно:

- Стремление к достижению низких затрат (общее лидерство по затратам) в отрасли.
- Стремление создавать уникальные продукты для различных клиентов или дифференциации.
- Стремление удовлетворить определенный спрос одной или нескольких групп потребителей или отрасли (сосредоточение внимания) на стоимости или дифференциации.

Три ключевых элемента в социальном капитале - это сеть, доверие и нормы. Сеть используется для доступа к ресурсам, необходимым для достижения общих целей и получения преимуществ. Доверие и норма используются, чтобы укрепить приверженность поддержанию отношений сотрудничества и побудить кого-то работать с другими для создания продуктивной деятельности или совместных действий.

Н1: Социальный капитал положительно влияет на бизнес-стратегию.

Рупке (2004) утверждает, что предпринимательство - это процесс создания чего-то нового (новое творение) и создания чего-то отличного от существующего (инновации), цель которого - достижение индивидуального благополучия и добавленной стоимости общества. Между тем эмпирическое исследование, проведенное Suci (2009), показало, что предпринимательская ориентация влияет на бизнес-стратегию.

Важным элементом ориентации на предпринимательство является новаторский, готовый к принятию рискованных решений. От предпринимателя или участника бизнеса требуется преобразовать или применить три ключевых элемента в ведении своего бизнеса, чтобы выжить и конкурировать во все более динамичной деловой среде.

Н2: Ориентация на предпринимательство положительно влияет на бизнес-стратегию.

Согласно Патнэму, определение «социального капитала» - это часть социальной жизни, сети, нормы и доверия, которые побуждают участников действовать эффективно для достижения общих целей (Putnam, 1996, in Field, 2003).

Социальный капитал был разработан теоретически Джустой (1999) и Кассоном и Делией Джустой (2004) и эмпирически Наком и Кифером (1997), которые утверждают, что социальный капитал может улучшить экономические показатели. Астути (2015) утверждает, что социальный капитал влияет на производительность.

Социальный капитал имеет важные элементы в виде сети, норм и доверия. Таким образом, социальный капитал может влиять на эффективность бизнеса на инновационном уровне, доступу к рынку и его роль в получении информации, технологий и предоставлении других ресурсов.

Н3: Социальный капитал оказывает существенное влияние на результаты деятельности ММСП.

Согласно McGrath (1996), ориентация на предпринимательство может быть важным показателем того, как организована компания, и важным вкладом предпринимательства в ее результаты. Между тем Чжи и Цзиньтун (2012) указывают на то, что компании, ориентированные на

предпринимателей, становятся предпосылкой реализации бизнес-стратегии. Когда руководство применяет предпринимательство, проявляя новаторский подход, смело идя на риск и проявляя инициативу во всех сферах своего бизнеса. Они склонны надлежащим образом реализовывать стратегию, чтобы справиться со все более динамичной деловой средой. Затем, ориентация на предпринимательство отражает стремление владельца (предпринимателя) быть включенным в инновационное поведение, смело идти на риск, активно побеждать конкурента и иметь шанс улучшить результаты своего бизнеса.

H4: Ориентация на предпринимательство оказывает значительное влияние на результативность ММСП.

Согласно Барни и Хестерли (2008, в, Фарук и Усман, 2014), стратегия определяется как теория о том, как компания достигает конкурентных преимуществ. В то время как долгосрочное стратегическое планирование происходит от предпринимателя компании, стремящегося найти основу для конкурентных преимуществ общих стратегий (Pearce II and Robinson, 2007): стремление к достижению низких затрат (общее лидерство по затратам) в отрасли; стремление создавать уникальные продукты для различных клиентов или дифференциации; стремление удовлетворить конкретный спрос одной или нескольких групп потребителей или отрасли (фокусирование) на стоимости или дифференциации.

Бизнес-стратегия - это действия, предпринимаемые для достижения целей и получения преимущества за счет стратегии низкой стоимости, стратегии дифференциации и стратегии фокусировки, которые также будут способствовать повышению эффективности бизнеса. Это заявление относится к исследованию, проведенному Дэни и др. (2013) и Маскур (2015), которые утверждают, что бизнес-стратегия оказывает значительное влияние на повышение производительности.

H5: Бизнес-стратегия оказывает значительное влияние на результативность ММСП.

Таким образом, это исследование будет изучать и объяснять влияние ориентации социального капитала и предпринимательства на бизнес-стратегию и эффективность микро, малого и среднего бизнеса.

Результаты исследования. Социальный капитал оказывает значительное влияние на бизнес-стратегию.

Социальный капитал оказывает существенное влияние на бизнес-стратегию с путевым коэффициентом 0,5093, а статистика t составила 4,3942 больше, чем таблица t (1,960) и значима или $p \leq 0,05$. Это показывает, что при правильном управлении социальным

капиталом это может быть возможностью для ММСП в развитии и поддержании бизнеса. Благодаря результатам исследования, бизнес может быть улучшен, определив бизнес-стратегию. Делая это, бизнес улучшится быстрее и будет готов конкурировать с все более динамичной бизнес-средой.

Ориентация на предпринимательство оказывает прямое и значительное положительное влияние на бизнес-стратегию.

Библиографический список

1. Fina Yohanes*, Arifin Zainul, Mawardi M. Kholid The influence of social capital and entrepreneurship orientation on business strategy and performance of micro, small and medium enterprises// Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences, 2017, 12 (72), pp. 93-99

THE INFLUENCE OF SOCIAL CAPITAL AND ENTREPRENEURSHIP ORIENTATION ON BUSINESS STRATEGY AND PERFORMANCE OF MICRO, SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES

Mallyamova E.N., Gerasimova T.S.

Keywords: business strategy, entrepreneurship, capital, enterprises.

The article is devoted to the influence of social capital on entrepreneurship. Social capital has a positive impact on business strategy, on the results and on the efficiency of micro, small and medium enterprises. Three key elements of social capital are discussed in detail: network, trust and norms.