

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Бохно Ю. В., Альшевская Е. Г. студенты 2-го курса
Шут В. С., аспирант кафедры «Экономика и право»

Белорусский национальный технический университет
Минск, Беларусь

В настоящее время наблюдается значительное увеличение интереса ученых-экономистов относительно сферы социального предпринимательства это связано с тем, что существует необходимость защищать социальные интересы отдельных групп (классов), а также общества в целом. В свою очередь постепенное развитие социального предпринимательства может положительно повлиять на социальные условия жизни, при этом данный вид предпринимательской деятельности будет выступать в качестве инструмента (механизма), которое будут позволять оказывать необходимую социальную поддержку социально-незащищенным слоям населения.

Многие авторы статей по этой проблематике обращают наше внимание на то, что существуют проблемы государственного финансирования в связи с ограниченностью ресурсов, что в значительной степени замедляет процесс проведения социальных преобразований, эту задачу можно решить благодаря наличию социального предприятия.

К числу тех, чья деятельность может служить прообразом социального предпринимательства, многие исследователи данной проблематики относят основателя ордена францисканцев Святого Франциска Ассизского, Флоренс Найтингейл, основательницу первого училища для медсестёр в Великобритании, разработавшую прогрессивные стандарты работы медсестёр и способствовавшую их широкому распространению; Роберта Оуэна, основателя кооперативного движения; Винобу Бхаве, основателя индийского движения «Земля в дар», и многих других [8].

На территории Республики Беларусь одним из представителем социального предприятия является Белорусская ассоциация помощи детям-инвалидам и молодым инвалидам, которая представляет собой швейную мастерскую, в которой могут обучаться и работать не менее 15 детей и подростков с психофизическими отклонениями. Во всем мире существует большое количество подобных организаций. Приведем несколько примеров таких предприятий. К примеру, частные российские мастерские молодых мам, которые изготавливают одежду для грудных детей и детей младшего возраста, будучи в декретном отпуске, а также парикмахерские в г.Клецке, где работают инвалиды; предпринимательская деятельность Белорусского фонда «Милосердие и здоровье», который стал учредителем организации социальных работ; Фонд региональных социальных программ «Наше будущее» также проводит постоянный конкурс на беспроцентные займы и гранты, как говорят учредители, и руководители фонда из 300 заявок одобряется не менее 10%. Большое количество подобных примеров показывает, насколько социально ориентировано государство.

Термины «социальное предпринимательство» и «социальный предприниматель» впервые упоминаются в 1960—1970-х годах в англоязычной литературе, посвященной вопросам социальных изменений. Они стали широко употребляться в 1980-х годах, благодаря Биллу Дрейтону [9]. Билл Дрейтон один из первых, кто занялся социальным предпринимательством. Его история начинается с развития фонда «Ашока», который решает большой спектр задач. В 1987 г. был основан «Echoing Green», международная некоммерческая организация, которая занимается социальным инвестированием.

В 1980-1990-х годах произошел рост некоммерческих социальных предприятий. Больше число таких предприятий было сконцентрировано в США. В результате чего возник новый сектор экономики – гражданский или общественный, толчком к его появлению стала концепция «нового федерализма». «Всемирная мобилизация» и «социальная революция», являющиеся основными причинами подъема социального предпринимательства, находили свое отражение в активизации различных правозащитных движений, появлении новых финансовых институтов, повышении уровня грамотности и информативности, развитии транспорта, в значи-

тельном увеличении благосостояния общества, а также консолидации многих прочих социальных групп.

Безусловно, в данный период были общественные и научные деятели, которые реализовывали идеи социального предпринимательства в реальной жизни. Так Эндрю Мосон учредитель компании «Эндрю Мосон и партнеры» основал и возглавил «Бромли-бай-Боу центр», данный центр был создан с целью преобразования местных территорий и действует по принципу социального предпринимательства. Написанная Мосоном книга «Социальный предприниматель» в короткий срок стала бестселлером.

Были созданы профессиональные сообщества, объединивших ученых разных стран с целью содействия развитию исследований в области социального предпринимательства, что свидетельствует о накопившихся исследовательских работах в этой области и активном процессе институционализации самого явления. Первыми основополагающими работами в области социального предпринимательства стали работы таких ученых, как С. Венкатараман, Дж. Виравардена, Р. Дарт, Г. Диз, М. МакЛин, И. Марти, Дж. С. Морт, Дж. Мэр, А. М. Передо и С. Шейн» [8].

В 1998 году был основан «Фонд социального предпринимательства» Шваба, его учредитель Клаус Мартин Шваб ставил перед своим фондом аналогичные задачи. Главной его целью было обеспечение поддержки молодых и талантливых новаторов в сфере социальных инноваций и прогресса.

К числу тех, кто пытался изменить мир с пользой для двух сторон, можно отнести и Джеффри Сколла. ««Фонд Сколла» специализируется на инвестициях в здравоохранение и образование в развивающихся странах. По программе грантов «Фонд Сколла» выделяет до 1 миллиона долларов США на каждый проект в течение трёх лет, добиваясь его выхода в стадию «опытно-промышленных испытаний», за которой последует не только реализация, но и дальнейшее расширение и масштабирование» [1]. В 2004 году Пьер Омидьяр основал «Сеть Омидьяра» — частный некоммерческий венчурный инвестиционный фонд, специализирующийся в области социального предпринимательства в широком спектре отраслей. На основе созданного ранее Фонда Рокфеллера, банка JPMorgan Chase и Агентства США по международному развитию в 2009 году большое количество социальных предпринимателей и вкладчиков в социаль-

ное инвестирование, объединились в Глобальную сеть инвестиций воздействия.

Одним из первых, кто занимался проблематикой социального предпринимательства, был профессор Стэнфордского университета Г. Диз. Этот автор предложил под «социальным предприятием» понимать «частные организации, призванные решать социальные проблемы, служить малоимущим и создавать социально важные продукты, которые, по их мнению, не предоставляются в должном объемах государством или рынками» [2, с.32].

Г. Диз также отмечал, что цели социального предприятия «не могут быть измерены исключительно размерами прибыли, степенью проникновения на рынок» (цит.по: Mair, J., & Marti,I), а заключаются в удовлетворение социальных потребностей населения, в данном случае могут рассматриваться как индивиды, социальные группы, классы и/или общество в целом.

На основании предложенного Г. Дизом определения в качестве отличительного признака социального предпринимательства следует выделить получение социального эффекта, что является основной целью данного вид предпринимательства, при этом хозяйствующие субъекты могут как стремиться к получению прибыли, так и не ставить себе эту цель.

Вместе с тем, коммерческая деятельность также является важной составляющей социального предпринимательства. Так, Х. Хох и П. Трейси отмечали, что «социальное предприятия занимается коммерческими операциями во имя социальной цели. Они совмещают инновации, предпринимательство и социальную цель и стремятся обрести финансовую стабильность благодаря доходам от коммерции. Социальное предприятия ставят социальные преимущества выше финансовой прибыли, а возникающие излишки используются в интересах "клиентов", а не лиц, его контролирующих» [6].

По нашему мнению, заслуга Х. Хох и П. Трейси в определении «социального предприятия» заключается в том, что в предложенном ими определении впервые учитывается такие важные характеристики этого предприятия, как применение инновационных подходов при осуществлении своей предпринимательской деятельности «во имя социальной цели». На наш взгляд, использованное в данном случае концепта «социальная цель» гнесологически не вполне оправдано, поскольку, исходя из контекста, речь идет о «со-

циальных функций», которые может выполнять предприятие, а не о «социальной цели» как таковой.

По нашему мнению, Х. Хох и П. Трейси дали более содержательное определение социального предприятия, что позволило выделить им такие отличительные особенности данного вида предпринимательской деятельности, как: 1) удовлетворение социальных потребностей; 2) наличие дохода от коммерческой деятельности; 3) применение инновационных подходов при реализации своей коммерческой деятельности (производства продукции и оказания услуг); 4) использование, как правило, части прибыли для выполнения социальных функций.

Уже упомянутый выше экономист Г. Диз, в работе «Значение термина "социальное предпринимательство"» [5], наиболее цитируемой среди исследователей, занимающихся рассматриваемой нами тематикой, дал определение понятию «социальное предпринимательство», взяв при этом за основу определение предпринимательства вообще и добавив к нему социальную составляющую. Таким образом, по мнению Г. Диза, социальное предпринимательство – «это применение лучших практик традиционного предпринимательства для реализации социальной миссии и цели» [2, с. 30]. В предложенном Г. Дизом определении используются термины «социальной миссии» и «социальной цели», хотя в этом случае было бы правильнее говорить о социальных функциях, которые они выполняют. Социальное предпринимательство может осуществляться как на основании коммерческой, так и некоммерческой деятельности, а так как основная цель коммерческих организаций состоит в получении коммерческой выгоды, то говорить о «социальной миссии» и «социальной цели» в этом случае не вполне корректно.

Изучая проблематику социального предпринимательства Д. Морт, Д. Виравардена и К. Карнеги, обращают внимание на социально-нравственный аспект данного явления и в этом контексте отмечают, что при социальном предпринимательстве «вы честно ведете бизнес, реализуя свою социальную миссию» [1, с.31]. В предложенном определении под «честным ведением бизнеса» Д. Морт, Д. Виравардена и К. Карнеги понимают юридически допустимое видение бизнеса (не криминальный бизнес), который у них определяется как социальный.

В данном случае происходит подмена понятий: социальная функция бизнеса в широком смысле заключается в соблюдении законодательных и правовых актов, отчисление налоговых сборов и многое другое, в узком же смысле - в поддержке и развитии социальных связей, социальной поддержки отдельных социальных классов, формирование социального капитала на уровне сообществ и ликвидация социального неравенства в обществе.

Д. Морт, Д. Виравардена и К. Карнеги исходят из того, что предприниматель при осуществлении своей деятельности будет руководствоваться принципами морали. Они считают, что предприниматель сумеет «распознать возможность создания социальной ценности» [2, с.31], при этом используя новаторский подход и готовность брать на себя возможные риски [7]. По нашему мнению, предложенная этими учеными точка зрения является слишком идеалистической и не может быть реализована в полной мере.

Проблему социального предпринимательства также пытались раскрыть Дж. Кикал и Т. Лайонс. Они установили взаимосвязь между «социальным предпринимательством» и бизнесом, но на наш взгляд в данном случае речь идет не о бизнесе, а в большей степени о предпринимательстве в целом. По их мнению, атрибутивным признаком социального предпринимательства является неразрывность социального сектора и бизнеса, они представляют социальное предпринимательство как «своеобразную смесь двух областей, позволяющую создавать устойчивую социальную ценность максимально эффективно, плодотворно и справедливо» [2, с. 35].

В свою очередь С. Элворт, Д. Браун и К. Леттс рассматривают социальное предпринимательство с точки зрения устойчивости и трансформации. На основании этого они дали свое определение, которое звучит следующим образом: «социальное предпринимательство находит инновационные решения для самых актуальных социальных проблем и мобилизует идеи, ресурсы и социальные меры, необходимые для устойчивой трансформации» [6]. Исходя из такого подхода следует, что социальному предпринимательству присуще не только применение инновационных решений, способность к мобилизации идей и ресурсов, но и последующие долгосрочное влияние на социальные отношения в обществе в целом или на отдельные социальные классы, что в свою очередь может положительно повлиять на социальные условия жизни. При

этом социальные предприниматели будут завоевывать доверие потребителей и государства, что позволит в дальнейшем обеспечить более стабильное функционирование данной организации.

Неотъемлемой частью современной экономики являются экономические отношения некоммерческого характера. Они способствуют социальной стабильности, а также новому качеству экономического роста. Решая ряд общественно значимых задач, предприниматель улучшает социальную среду государства, способствует развитию своего бизнеса, предоставляет дополнительные рабочие места. Таким образом, можно сделать вывод, что социальные предприниматели выполняют роль социального катализатора, принимая на себя часть обязанностей государства.

Литература

1. Арай Ю. Н. Бизнес-модели в социальном предпринимательстве: типология и особенности формирования / Арай Юлия Николаевна. – Санкт-Петербург, 2015. – 25 с.

2. Джилл Кикал, Томас Лайонс /Социальное предпринимательство: миссия – сделать мир лучше; пер. с англ. – М. : АЛЬПИНА ПАБЛИШЕР, 2014. – 304 с.

3. Alvold, S.H., Brown, L. D., & Letts, C.W. (2004). Social Entrepreneurship and societal transformation. Journal of Applied Behavioral Science.

4. Boschee, J. (1998). Merging mission and money: A board member's guide to social entrepreneurship.

5. Dees G. The Meaning of Social Entrepreneurship // Reformatted and revised.

6. Haugh, H., & Tracey, P. (2004). The role of social enterprise in regional development/ Paper presented at the Social Enterprise and Regional Development Conference, Cambridge- MIT Institute, University of Cambridge.

7. Mort, G.S, Weerawardena, J., & Carnegie, K. (2003). Social Entrepreneurship: Towards conceptualization. International Journal of Non-profit and Voluntary Sector Marketing

8. Википедия/Социальное предпринимательство [Электронный ресурс]: Свободная энциклопедия / Социальное предприниматель-

ство/ 3 октября 2016/ Режим доступа свободный: https://ru.wikipedia.org/wiki/Социальное_предпринимательство

9. Становление и развитие социального предпринимательства, [Электронный ресурс]: Свободная энциклопедия / Социальное предпринимательство/ 3 октября 2016/ Режим доступа свободный: https://ru.wikipedia.org/wiki/Социальное_предпринимат