

УДК 330.101.8

**СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО,
КАК СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ
ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Макаров А. Е., аспирант

Научный руководитель – Васюченко Л. П., канд. экон. наук, доцент
кафедры «Экономика и право»

Белорусский национальный технический университет
г. Минск, Беларусь

Социальное предпринимательство – предпринимательство, действующее на стыке благотворительности и традиционного бизнеса, решающее социальные проблемы [2]. Это явление можно рассматривать как тренд, выталкиваемый социокультурными изменениями в обществе с направленностью на будущее, на долгосрочное устойчивое развитие. Социальное предпринимательство способно решить ряд социально-экономических проблем в белорусской экономике. Одна из них – отсутствие нематериальной мотивации и непродуктивная корпоративная культура на подавляющем большинстве белорусских предприятий и организаций. Устранение этой проблемы приведет к повышению эффективности хозяйственного механизма субъекта экономики и, как следствие, к социальной удовлетворенности и экономической стабильности государства путем удовлетворения основных потребностей за счет финансовой самообеспеченности, а также положительных настроений в обществе [1, с. 30]. Стоит отметить, что характерные изменения возможны при соответствующем изменении модели мышления участников рынка и нацеленности деятельности не на финансовые показатели, а на решение конкретных социальных проблем.

Список литературы

1. Дж.Кикал, Томас Лайонс Социальное предпринимательство. Миссия – сделать мир лучше / Джилл Кикал, Томас Лайонс. – М.: Альпина Паблишер, 2006. – 128 с.
2. Социальное предпринимательство. Тренд? Новый вид бизнеса? [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <https://habr-habr.ru/company/ambar/blog/201624/> – Дата доступа: 29.09.2017.