

Т. Н. Астапович
Белорусский государственный университет, Минск

ПОДХОДЫ К ПОНЯТИЮ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Идея социального предпринимательства в последнее время приобрела большую популярность в мире, социальное предпринимательство ставит целью решение социальных проблем при помощи предпринимательских подходов, инструментов, моделей.

Сложность отнесения предпринимательских структур к социальным заключается в том, что термин «социальное предпринимательство» являет-

ся новым для нашей страны. Поэтому необходимо выявить основные теоретические подходы к понятию социального предпринимательства

В самом понятии «социальное предпринимательство» заложено противоречие, так как «социальное» ассоциируется с общественной, не приносящей прибыли сферой, а «предпринимательство» со сферой, направленной на получение прибыли.

Социальное предпринимательство является гибридным явлением, занимающим промежуточное положение между благотворительностью и предпринимательством, и ему присущи их основные черты.

Главное отличие социального предпринимательства от традиционного предпринимательства заключается в направленности на решение социальных проблем, генерацию социальных изменений. Как известно, основным показателем успешной предпринимательской деятельности являются финансовые результаты, получаемая прибыль. Результат работы социальных предпринимателей – это социальная и экономическая эффективность. Прибыль является целью постольку, поскольку она реинвестируется в осуществление социальной миссии. Для предпринимателя основной мотив деятельности – коммерческая успешность его идей, для социального предпринимателя мотивом являются социальные изменения, вызванные его деятельностью.

Необходимо также разделять понятия «социальное предпринимательство» и «социально-ответственный бизнес». К социально ответственному бизнесу относятся компании, преследующие двойную цель – получение прибыли и социальная польза, что находит выражение, например, в осуществлении благотворительности, в отказе от деятельности, имеющей негативные последствия для общества, в использовании экологически чистых материалов и технологий, в социальной поддержке собственных работников. И, несмотря на то, что социально ответственный бизнес тратит значительную часть прибыли на решение социальных проблем, на пользу общества, основной задачей все же остается получение финансового результата.

Отличие социальных предпринимателей в том, что они создают такую бизнес-модель, которая позволяет им реинвестировать полученный доход в осуществление своей миссии, в решение социальной проблемы, в увеличение социального блага.

В современном обществе огромное влияние на решение социальных проблем оказывает некоммерческий сектор (НКО). Коренное отличие некоммерческих организаций от социального предпринимательства в том, что они не получают дохода от своей деятельности, существуют за счет благотворительных взносов, пожертвований, грантов, не являются экономически самостоятельными, а поэтому не могут считаться предпринимательскими структурами.

Ким Альтер из Virtue Ventures (консалтинговая фирма, специализирующаяся на вопросах управления социальным предприятием), предложила наиболее общие признаки разграничения предпринимательских, благотворительных организаций и социальных предприятий.

Таблица 1

Отличие организаций социального предпринимательства от благотворительных и коммерческих организаций

Организации	Основанные на чистой благотворительности	Гибридные	Основанные на чистой коммерции
Мотивы	Добрая воля	Смешанная	Личная выгода
Методы	Определяются миссией	Определяются сочетанием миссии и рынка	Определяются рынком
Цели	Создание социальной ценности	Создание социальной и экономической ценности	Создание экономической ценности
Назначение дохода/прибыли	Направлены непосредственно на реализацию миссии НКО (определяется законом или политикой организации)	Рейнвестируется на реализацию миссии, либо на операционные расходы и/или удерживается для расширения и развития бизнеса (может частично перераспределяться между участниками)	Распределяется между акционерами и собственниками

Источник: [1].

Важным представляется трактовка понятия «социальное предпринимательство».

Билл Драйтон, основатель компании «Ашока», определяет социальное предпринимательство следующим образом: «Социальные предприниматели не довольствуются тем, чтобы просто дать человеку рыбы, или обучить, как ее ловить. Они не успокоятся до тех пор, пока не революционизируют саму рыбную отрасль». Это означает, что социальные предприниматели используют для решения социальных проблем инновационные методы, комбинируют ресурсы так, чтобы создать самовоспроизводящийся, способный к расширению механизм производства и предоставления целевого социального блага и таким образом модифицирует всю общественную систему [4].

Грегори Диз, директор Центра развития социального предпринимательства Университета Дюка США, считает, что социальное предпринимательство «соединяет в себе страсть к социальной миссии со свойственной биз-

несу дисциплиной, инновацией и решительностью» и выделяет факторы, определяющие социальное предпринимательство:

1. миссия создания и поддержания социальной ценности (блага);
2. выявление и использование новых возможностей для реализации избранной миссии;
3. непрерывный процесс инноваций, адаптации и обучения;
4. решительность в действиях, не ограничиваемая располагаемыми ресурсами;
5. высокая ответственность за результаты своей деятельности перед непосредственными клиентами и перед обществом.

Социальные предприниматели нужны для того, чтобы «создать новые модели социально значимой деятельности «для нового века» [3].

Дж. Мэйр и И. Марти считают, что социальное предпринимательство – процесс, включающий новые способы сочетания ресурсов для создания возможностей ускорения социальных изменений и/или удовлетворения социальных потребностей [5].

Р. Мартин и С. Осберг (Фонд Сколла) считают, что социальное предпринимательство содержит следующие три компонента:

1. выявление устойчивого, но несправедливого равновесия, обуславливающего социальную исключенность, маргинализацию или страдание части общества, которой недостает финансовых средств либо политических рычагов для достижения социального блага;
2. выявление внутри несправедливого равновесия возможности для производства социального блага – посредством вдохновения, творческой смекалки, прямого действия и смелости предпринимателя;
3. постепенное достижение нового равновесия, высвобождающего скрытый потенциал либо облегчающего страдания целевой группы через создание стабильной экосистемы вокруг нового равновесия [6].

Несмотря на множественность трактовок понятия «социальное предпринимательство», представляется возможным выделить его существенных черт.

В первую очередь, это социальная составляющая, деятельность социального предпринимателя должна быть направлена на решение существующих социальных проблем, приводить к социальным преобразованиям в обществе.

Во вторых, это экономическая эффективность, способствующая финансовой устойчивости, возможности развития, как необходимая основа для решения социальных задач за счет доходов от собственной деятельности.

В третьих, инновационность, способность создавать новые сочетания ресурсов, уникальные методы работы, бизнес-модели для реализации миссии организации.

В четвертых, масштабируемость и тиражируемость, что предполагает развитие социального предприятия, передачу знаний, умений и навыков,

сформированных в процессе осуществления деятельности, другим организациям.

Проблема толкования термина «социальное предпринимательство» требует определения на законодательном уровне, поскольку создает трудности для функционирования таких предпринимателей у нас в стране. Отсутствие однозначного толкования данного термина не дает возможности выделения критериев отнесения предпринимателей к социальным, нет определенности, в какой сектор, коммерческий или некоммерческий, их относить, что приводит к определенным трудностям в организации и функционировании социального предпринимательства, в доступе к финансовым ресурсам, возможности получения льгот и преференций.

Для решения указанных проблем требуется разработка законодательной базы для возможности идентификации социальных предпринимателей в соответствии с заданными критериями на уровне институционального понятия и определения. Такая идентификация предоставит возможность получения статистических данных о количестве социальных предпринимателей в стране, их вкладе в экономику и решение социальных проблем; позволит создать правовое поле для инфраструктурной поддержки социальных предпринимателей и социальных инвесторов. Эти меры будут способствовать успешному развитию социального предпринимательства в Республике Беларусь, решению социальных проблем общества.

Список источников

1. *Alter, S. K.* Social Enterprise Typology / S. K. Alter // *Virtue Ventures LLC*. – Nov. 27. – 2007 (revised vers.).
2. *Boschee, J.* Toward a better understanding of social entrepreneurship: some important distinctions / J. Boschee, J. McClurg. – 2003.
3. *Dees, J. G.* The meaning of social entrepreneurship / J. G. Dees // *Center for the Advancement of Social Entrepreneurship, Duke University's Fuqua School of Business*, 2001 (revised vers.).
4. *Drayton, W.* The citizen sector: Becoming as entrepreneurial and competitive as business / W. Drayton // *California Management Review*. – 2002. – № 44(3). – P. 120–132.
5. *Mair J.* Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight / J. Mair, I. Marty // *Journal of World Business* 41. – 2006. – P. 36–44.
6. *Martin, R. L.* Social Entrepreneurship: the Case for Definition. *Stanford Social Innovation Review* / R. L. Martin, S. Osberg. – Spring, 2007.