

УДК 316.72.012.32

СОВРЕМЕННЫЕ ПРАКТИКИ В ОБЛАСТИ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА: ОПЫТ БЕЛАРУСИ

Е. Е. КУЧКО¹⁾, И. В. ЛЕВИЦКАЯ²⁾, Н. П. ВЕРЕМЕЕВА²⁾

¹⁾Белорусский государственный университет, пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь

²⁾Государственный институт управления и социальных технологий БГУ, ул. Обойная, 7, 220004, г. Минск, Беларусь

Представлены результаты социологического исследования особенностей социального предпринимательства в Беларуси. Выявлена специфика его развития; показаны роль и значение становления института социального предпринимательства. Рассмотрены признаки социального предпринимательства и социального предприятия. Проанализирована проблема мотивации к осуществлению деятельности в указанной сфере. Репрезентированы способы создания и основные характеристики социальных предприятий, а также личностные характеристики социальных предпринимателей.

Ключевые слова: социальное предпринимательство; социальное партнерство; социальная инициатива; социальная политика.

Благодарность. Данная статья написана на основе материалов, которые были получены в ходе научно-исследовательской работы на тему «Социальное предпринимательство как форма инновационной деятельности в Беларуси и Литве», выполненной при финансовой поддержке БРФФИ в период с 13.03.2015 г. по 31.12.2016 г.

CONTEMPORARY PRACTICES OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP: EXPERIENCE OF BELARUS

A. E. KUCHKO^a, I. V. LEVITCKAYA^b, N. P. VEREMEEVA^b

^aBelarusian State University, 4 Niezaliežnasci Avenue, Minsk 220030, Belarus

^bState Institute of Management and Technologies, Belarusian State University, 7 Abojnaja Street, Minsk 220004, Belarus

Corresponding author: A. E. Kuchko (avesol@yandex.ru)

The article is based on the results of a sociological research into the peculiarities of social entrepreneurship in Belarus; specificity of its development is revealed; the role and importance of the establishment of the institution of social entrepreneurship is shown; indicators of social entrepreneurship and social enterprise are revealed; the problem of motivation to carry out activities in the field of social entrepreneurship is discussed; methods of creating social enterprises are represented, the main characteristics of existing social enterprises are revealed, as well as the personal characteristics of social entrepreneurs.

Key words: social entrepreneurship; social partnership; social initiative; social policy.

Образец цитирования:

Кучко Е. Е., Левицкая И. В., Веремеева Н. П. Современные практики в области социального предпринимательства: опыт Беларуси // Журн. Белорус. гос. ун-та. Социология. 2017. № 3. С. 102–110.

For citation:

Kuchko A. E., Levitckaya I. V., Veremeeva N. P. Contemporary practices of social entrepreneurship: experience of Belarus. *J. Belarus. State Univ. Sociol.* 2017. No. 3. P. 102–110 (in Russ.).

Авторы:

Елена Евгеньевна Кучко – доктор социологических наук, профессор; профессор кафедры социологии факультета философии и социальных наук.

Ирина Владимировна Левицкая – кандидат социологических наук, доцент; заведующий научно-исследовательской лабораторией.

Наталья Петровна Веремеева – научный сотрудник научно-исследовательской лаборатории.

Authors:

Alena E. Kuchko, doctor of science (sociology), full professor; professor at the department of sociology, faculty of philosophy and social science.
avesol@yandex.ru

Irina V. Levitckaya, PhD (sociology), docent; head of the scientific-research laboratory.

Nataliya P. Veremeeva, researcher at the scientific-research laboratory.

Acknowledgments. This article is written on the basis of materials, that were got during research work on a theme the «Social enterprise as a form of innovative activity is in Belarus and Lithuania» executed at sponsorship of Belarusian Republican Fund of Fundamental Researches in a period with 13.03.2015 for 31.12.2016.

Социальное предпринимательство, как социальный институт, является элементом социально ориентированной рыночной экономики, сочетающим в себе экономическую эффективность и ориентацию на разрешение или смягчение социальных проблем. Осуществление социально направленной предпринимательской деятельности позволяет частично снять с государства нагрузку, связанную с финансированием социальной сферы.

Обобщая различные подходы к пониманию *социального предприятия*, репрезентируем свойственные ему признаки:

- *социальное воздействие*. Выражается в направленности на решение социальных проблем;
- *инновационность*. Предполагает использование предприятием не только технико-технологических, но и социальных инноваций, которые ориентированы на использование социальных ресурсов (например, вовлечение в деятельность организации социально уязвимых слоев населения);
- *финансовая устойчивость*. Социальное предприятие существует в основном за счет доходов, получаемых от осуществляемой деятельности, при этом доходы реинвестируются в решение социальных проблем;
- *масштабирование и тиражирование*. Масштабирование предполагает «увеличение деятельности социального предприятия в рамках одного юридического лица», а тиражирование означает «применение апробированной социальной бизнес-модели другими организациями в других географических, экономических и социальных условиях» [1, с. 110].

Сегодня интерес к социальному предпринимательству в Европе крайне высок. Это связано с тем, что данный вид деятельности доказал свою эффективность в качестве инструмента повышения устойчивости экономики, а также решения социальных и экологических проблем.

В Республике Беларусь существуют некоторые законодательные условия для развития социального предпринимательства как вида деятельности, направленного на решение социальных проблем. Однако правовое определение терминов «социальное предпринимательство», «социальное предприятие», «социальный предприниматель» в белорусском законодательстве отсутствует. Тем не менее на практике вид предпринимательской деятельности, который формально отвечает принятым в мировой практике критериям отнесения предприятия к категории социального, существует.

Эмпирической базой исследования выступили данные, полученные в ходе глубинных интервью

с руководителями компаний, занимающихся социальным предпринимательством в Республике Беларусь. Были отобраны 11 предприятий, позиционирующих себя как социальные. С их руководителями проведены глубинные индивидуальные интервью. Социальные предприниматели, принявшие участие в исследовании, осуществляют свою деятельность по следующим направлениям:

- создание рабочих мест и обеспечение занятости людей;
- создание специальных услуг для людей с ограниченными возможностями;
- образование, воспитание, помощь в адаптации людям, оказавшимся в трудной жизненной ситуации;
- создание социальных роликов;
- бесплатное обучение людей с инвалидностью;
- развитие предпринимательской культуры, помощь тем, кто хочет открыть собственное дело: обучение азам предпринимательства, поддержка в написании бизнес-планов, а также их реализации;
- развитие инфраструктуры, улучшение экологической ситуации в городе;
- предоставление интернет-ресурсов (веб-сайтов, социальных сетей, баз пользователей) для реализации социальных проектов, оказания консультационных и тренинговых услуг в сфере создания эффективного социального бизнеса;
- создание экологически чистой замкнутой эко-структуры.

Таким образом, деятельность исследованных предприятий направлена на следующие *целевые группы*: люди с инвалидностью; люди, оказавшиеся в трудной жизненной ситуации; молодежь; социальные предприниматели. Анализ кейсов показал, что ряд социальных проектов не имеет четко обозначенной целевой группы – их деятельность направлена на широкую аудиторию.

Социальные предприниматели, принявшие участие в исследовании, осуществляют свою деятельность в основном в *сфере услуг*. В кейсах представлены следующие виды деятельности: гостиничный и туристический бизнес; образовательные услуги; ремонт и прокат велосипедов; предоставление интернет-площадок, помощь в реализации социальных проектов.

Таким образом, спектр деятельности и целевые группы хозяйствующих субъектов, позиционирующих себя в качестве представителей социального предпринимательства, разнообразны: от решения проблем социально уязвимых групп (люди с инвалидностью; девушки из неблагополучных семей)

до оказания помощи предприимчивым и успешным людям, имеющим потребность реализовывать социально значимые проекты и участвовать в решении проблем общества.

В основе создания каждого из социальных проектов, инициатив лежит мотив самого предпринимателя. Вопрос о мотивации, т. е. о том, что стало причиной обращения именно к этому виду деятельности, является одним из ключевых при изучении самого феномена социального предпринимательства.

Одной из задач исследования было выяснение *мотивации к занятию социальным предпринимательством*. Выделены следующие *мотивы создания социального бизнеса*:

- 1) стремление оказать помощь в решении проблем ближайшего окружения;
- 2) желание оказать помощь людям, оказавшимся в трудной жизненной ситуации;
- 3) удовлетворение потребности в самореализации, самовыражении и получении общественного признания;
- 4) удовлетворение потребности быть полезным обществу, стремление изменить страну к лучшему.

Поскольку социальное предпринимательство – это бизнес, то одним из мотивов (но далеко не самым важным) является *желание достичь финансовой независимости*.

Есть необходимость реализовывать какой-то проект, который приносил бы мне финансовую независимость, финансовую свободу. Это громко сказано, но, по крайней мере, чтобы кормил меня, семью, чтобы детям можно было дать образование¹... (Кейс 8.)

Однако в отличие от остальных бизнесменов у социальных предпринимателей такой мотив, как повышение личного благосостояния, не является приоритетным. Ни один из проинтервьюированных не назвал получение прибыли в качестве основного побудительного стимула к созданию предприятия/проекта. Таким образом, мотивационная структура предпринимательской деятельности у обычных и социальных предпринимателей различается; у последних мотивация заметно сдвинута в сторону достижения социально полезных целей, а не материального благополучия.

Говоря в терминах группового портрета, можно отметить у социальных предпринимателей – участников исследования не только свойственное большинству людей желание, чтобы жизнь стала лучше, но и готовность активно способствовать ее улучшению, решению социальных проблем, искать новые способы, пути изменения сложившегося социального порядка.

Таким образом, особенностями мотивации социальных предпринимателей можно назвать рас-

пространенность альтруистических мотивов, таких как достижение общественно значимых целей, желание быть полезным обществу, изменить мир к лучшему и т. п., а также потребность в самореализации и личностном росте. Традиционный мотив ведения бизнеса – повышение собственного материального благосостояния – у социальных предпринимателей отходит на второй план.

На основе анализа кейсов можно выделить *три способа создания социальных предприятий*: создание предприятия с нуля; развитие социального предпринимательства на основе профессиональной деятельности лидера; создание социального предприятия материнской организацией.

Создание предприятия с нуля происходит, когда на основе анализа разнообразного опыта и собственного новаторства создается новое предприятие.

Примером может служить «Серебряная лебедь». Основной вид деятельности социального предпринимателя – организация курсов для адаптации и обучения девушек из сельской местности и неблагополучных семей.

Реализация социальной идеи представлена в деятельности социального предпринимателя, руководящего проектом «Мивия», который реализует новую идею – проведение экскурсий для слепых людей.

Примером успешной деятельности в сфере социального предпринимательства может служить некоммерческая платформа *Talaka.by*, поддерживаемая ЧУП «Талака Технологии».

Примером *развития социального предпринимательства на основе профессиональной деятельности лидера* и вычленения из нее одного из направлений в самостоятельное может служить проект некоммерческой организации «Социальное кино», а также проект «Интернет – барьеров нет», который выделился как одно из направлений в предпринимательской деятельности его лидера.

Создание социального предприятия материнской организацией (чаще всего общественной) выглядит следующим образом. Многие из коммерческих предприятий, которые для реализации своих целей учредили некоммерческие организации, имеют значительный опыт работы. Так, предприятия общества инвалидов – это система организаций, созданная еще в советское время. Она по-прежнему является одним из основных элементов системы трудоустройства людей с ограниченными возможностями. Сегодня свои предприятия имеют Белорусское общество инвалидов, Белорусское общество глухих, Белорусское товарищество инвалидов по зрению и др. Примером социального предприятия подобного типа является гостиница «Губернская»,

¹Здесь и далее ответы респондентов даны курсивом.

которая была создана по инициативе Белорусского товарищества инвалидов по зрению, а также частное производственно-торговое унитарное предприятие «АртИдея», открытое в рамках проектной деятельности Белорусской организации помощи детям-инвалидам и молодым инвалидам.

Одним из важнейших признаков социального предпринимательства выступают самоокупаемость, устойчивая коммерческая эффективность, способность решать социальные проблемы за счет доходов, получаемых от собственной хозяйственной деятельности. В ходе интервью респондентам было предложено указать источники финансирования их деятельности. В качестве таковых были названы:

- хозяйственная деятельность предприятия/организации;
- краудфандинг – добровольные пожертвования сторонников проекта, инициативных групп, заинтересованных в его развитии;
- меценатская помощь;
- взносы и собственные средства учредителей, членов организации;
- получение финансирования от доноров (гранты).

В идеале социальный бизнес должен быть прибыльным или по крайней мере самоокупаемым. Однако социальные предприниматели *работают в тех сферах, где бизнес изначально не видит какой-то большой выгоды* (кейс 7), они находят неудовлетворенную общественную потребность и удовлетворяют ее не в целях извлечения личной выгоды, а руководствуясь альтруистическими идеями.

Особенностью социального предприятия является то, что оно изначально создается не по законам экономики. Коммерческое предприятие создается на основании потребностей (допустим, дефицита товаров или услуг), за которые люди готовы платить. Бизнесмен использует сложившуюся на рынке ситуацию. Социальное предприятие создается, когда есть какая-то социальная проблема, для ее решения. Ситуация на рынке может быть абсолютно неблагоприятной для создания предприятия. Но оно создается, и приходится преодолевать большие препятствия, потому что при создании социального предприятия приоритеты все равно отдаются не экономическим, а социальным факторам. (Кейс 7.)

Часть услуг социальные предприниматели, руководствуясь идеей первенства социальной миссии и учитывая специфику целевых групп, предоставляют бесплатно либо по льготным ценам.

Понятно, что модель наша не изменилась – это социальный бизнес, намеренный образовывать женщин, которые не могут себе позволить оплатить

образование. По-прежнему те, кто не может, не платят. (Кейс 10.)

Сейчас есть идея организовать курсы по электронному бизнесу. И прежде всего здесь нужны продажи по Минску. А потом уже – социальный бизнес, позволяющий давать бесплатный доступ для людей с инвалидностью. (Кейс 1.)

Выбор коммерческого механизма получения финансовых средств для развития своего дела не всегда приемлем с учетом специфики деятельности и особенностей сотрудников. Так, например, люди с тяжелыми расстройствами физического и психического здоровья не могут и не должны на равных конкурировать на рынке, а потому следует искать некие модели, которые позволят подобным организациям осуществлять общественно полезную деятельность, не создавая коммерческую структуру, работающую по правилам бизнеса.

У нас нет понятия «социальное предприятие»... Нет, например, социально защищенных мастерских¹. И поэтому мы вынуждены были открыть коммерческую структуру. Нас сейчас все трактуют как коммерческую структуру. Начинаю отчеты сдавать – «А почему у Вас такая выручка маленькая? А почему у Вас так люди мало получают?» Я не хочу коммерческое предприятие открывать, я хотела бы, чтобы мои люди хоть как-то положение свое изменили, улучшили. Вот моя цель какая была. Дать этим людям самовыразиться в труде, помочь. А видите, что получается...» (Кейс 2.)

Из-за невысокой доходности организационные расходы социального предприятия (особенно на начальном этапе деятельности) часто бывают неподъемными.

В правовом поле есть статус ИП, казалось бы, регистрируй и занимайся социальным предпринимательством. Но большинство людей, начинающих социальную инициативу с возможностью дальнейшего заработка, поначалу рассматривают это как благотворительное движение. И для них статус ИП не подходит. Потому что уже на второй-третий месяц они будут отчитываться налоговому инспектору, где их выручка. Какой-нибудь альтернативный вариант «индивидуального социального предпринимателя» был бы очень полезен. (Кейс 11.)

За что-то нужно жить. А тем более, когда создаешь какую-то юридическую форму организации <...> скажем, тот же ЧУП. <...> Нужно нанимать человека, бухгалтера, нужен офис. Эти затраты ежемесячные. Если у тебя пока нет ежемесячного дохода, то как ты можешь это оплачивать? (Кейс 5.)

В значительной степени сдерживающим фактором достижения экономической стабильности является недостаток у социальных предпринимателей экономических знаний и опыта работы в условиях рынка.

¹Как, например, в Германии.

Мне кажется, еще недостаточно навыков ведения устойчивого бизнеса. Потому что, если говорить о бизнесе в сфере торговли, там все четко, понятно. А как работать, например, в сфере образования, где ты решаешь социальную проблему и не знаешь, как вывести дело на бизнес-модель? Этих знаний не хватает, и сейчас, может быть, важным было бы перенять зарубежный опыт, апробировать его, создать курсы по устойчивому развитию бизнеса от а до я, рассмотреть все модели: менеджмент, маркетинг, мониторинг. (Кейс 10.)

К трудностям объективного характера относится также ухудшение общей экономической ситуации.

Дела обстоят не очень хорошо. Особенно в последнее время <...> всем тяжело. И предприятия закрываются, и рабочие места сокращаются. И нас это коснулось. За пять лет мы впервые не можем выплатить зарплату в срок, потому что очень мало заказов. Причем мы не стоим на месте, постоянно движемся, открываем новые виды деятельности. (Кейс 2.)

Таким образом, сегодня не все социальные проекты являются финансово устойчивыми, некоторые из них существуют пока за счет личных средств социального предпринимателя, а также за счет средств (либо ресурсов), получаемых от партнеров по проектам. Часто социальные предприятия в значительной степени материально зависят от спонсорской помощи, грантов и благотворительных фондов.

У нас в Беларуси есть несколько особенностей. В первых, у нас социальное предприятие – это не всегда успешный бизнес. Успешный бизнес предполагает, что организации имеют стабильную прибыль и <...> действуют стабильно и успешно с точки зрения бизнеса. (Кейс 7.)

В ходе интервью было отмечено, что в Беларуси по сравнению с другими странами более четко выражена грань между социальной и экономической составляющими социального предпринимательства с явным перевесом социальной.

В Беларуси большинство предприятий создано не представителями бизнеса, а представителями общественных организаций. И соответственно, у них основная ориентация не на бизнес, а на решение социальных проблем. Например, есть задача трудоустроить людей с инвалидностью – трудоустроили. А о каком-то успешном бизнесе речь даже не идет: нет бизнес-плана, нет маркетингового специалиста и т. д. То есть хоть предприятие и пришло в бизнес, оно продолжает использовать модель общественной организации... Конечно, такое предприятие нуждается в поддержке и не показывает те результаты, которые должно показывать бизнес-предприятие. И этот перекоп пока наблюдается. (Кейс 5.)

Вместе с тем современное состояние социального предпринимательства в Беларуси все больше и больше определяется социальными предприятиями, изначально создающимися на основе бизнес-модели.

Сегодня все больше и больше молодежи создает предприятия, которые нацелены на решение социальных проблем. Но они изначально созданы на основании инноваций, на основании понимания, что бизнес необходимо строить по бизнес-модели, а не только держать в голове решение социальной проблемы. Эти предприятия более успешны, чем те, которые работают уже долго, но так и не перестроились на «рельсы» бизнес-модели. (Кейс 9.)

Результаты исследования свидетельствуют: для части социальных предпринимателей хозяйственная деятельность пока не стала основой финансирования их общественно полезной инициативы. Причины, по которым многие социальные предприятия не могут достичь финансовой устойчивости, по мнению самих предпринимателей, следующие:

- работа в невыгодных сферах;
- вынужденное предоставление бесплатных услуг в соответствии с выбранной социальной миссией;
- использование труда людей с ограниченными возможностями (опять же в соответствии с социальной миссией), что не обеспечивает конкурентоспособность на рынке;
- непосильные организационные расходы, особенно на стадии становления предприятий;
- недостаток экономических знаний у самих социальных предпринимателей;
- ухудшение общей экономической ситуации.

Это говорит о том, что социальное предпринимательство в Беларуси только набирает силу и нуждается в поддержке. Речь идет как о правовой, так и о финансовой помощи в виде льготного налогообложения и кредитования, льготных тарифов на оплату коммунальных услуг и аренду помещений, а также прямого субсидирования. Пока далеко не все социальные предприятия осуществляют выполнение своей социальной миссии на средства, полностью или в значительной мере заработанные ими в процессе собственной предпринимательской деятельности.

Широта социальных связей является одним из индикаторов социального капитала личности, ее вовлеченности в систему межличностных взаимодействий. Социальный капитал, в свою очередь, это те ресурсы, которые могут быть использованы для реализации деятельности социальных предпринимателей. Практически все участвовавшие в исследовании организации используют кооперацию и партнерство. По сути, это один из важнейших ресурсов социального предпринимательства,

который является бесплатным и основан на доверии и опыте взаимной работы в предшествующий период.

Согласно самооценкам респондентов, уровень их общественной активности является очень высоким. Во многих организациях партнерство носит характер неформальной дополнительной поддержки.

Зрелость любого сообщества определяется в том числе наличием неких узнаваемых «образцов», «героев», задающих культурные нормы деятельности сообщества. Для сообщества социального предпринимательства такие образцы только создаются, а само сообщество находится в стадии формирования.

Мне кажется, их (социальных предприятий) очень мало. Если говорить уже так глубоко на эту тему, в основном я вижу социально ответственный бизнес. Если говорить о какой-то бизнес-модели, которая начиналась именно как социальный бизнес, я не могу привести даже примера. В Америке – да, я могу привести вам множество примеров. В Беларуси – нет. (Кейс 10.)

Важной составной частью социальных связей являются коммуникации внутри сообщества социальных предпринимателей. Само сообщество сегодня хотя и остается довольно узким, но все же активно расширяется. Опрос показал, что участники исследования в той или иной мере знают о других белорусских социальных предпринимателях, многие знакомы лично, встречаются и взаимодействуют. То есть сообщество социальных предпринимателей существует и не является разрозненным. Большой вклад в развитие сообщества социальных предпринимателей вносят специально созданные для размещения информации о социальных инициативах и проектах интернет-платформы, такие как *Talaka.by*, *StartIdea*, *MacSens*:

Опубликовала свой проект на портале, где такие же, схожие идеи, – на Talaka.by. На тот момент эта белорусская платформа уже действовала года два. Просто предполагалось разместить свой проект и тем самым осветить потребности, в которых нуждается автор проекта. Я действительно перечислила, что мне было необходимо на тот момент, начиная от помещения и заканчивая преподавателями.

Да, еще была платформа StartIdea. Это такое пространство для информационного пиара. Там тоже достаточно много проектов, и люди, которые смотрят странички проектов, могут ставить голос: понравился проект или нет. (Кейс 10.)

Опыт работы платформы *Talaka.by* можно привести в качестве примера одного из наиболее успешно реализуемых белорусских инициатив в сфере социального предпринимательства. Замысел проекта состоит в том, чтобы создать площадку

для функционирования и коммуникации различных социальных инициатив, властных структур, бизнеса и институтов гражданского общества. Организация оказывает помощь в реализации конкретных социальных проектов. Функции организации заключаются в предоставлении площадки, на которой инициативные люди могут заявить о своих идеях, проектах (обязательно связанных с решением какой-либо социальной проблемы), оказании консультационных и тренинговых услуг в сфере создания эффективного социального бизнеса. Методология создания и реализации социальных проектов включает уже готовые, понятные схемы деятельности будущего предприятия в помощь начинающим: модель бизнес-плана, организацию обучения потенциальных участников предприятия, краудфандинг и т. д. Но конечной целью руководитель проекта видит улучшение ситуации в Беларуси.

Есть определенный субъект, мы называем его «Талака». Это большое сообщество, которое складывается из различных инициатив, организаций, социальных предприятий, просто активистов, которые так или иначе знакомы, могут делиться ресурсами, компетенциями и т. д. <...> И этот субъект должен улучшать Беларусь. Он это делает благодаря инструменту – платформе Talaka.by. При помощи маленьких проектов. Понятно, что большие социальные проблемы маленькими проектами не решаются – нужны целые программы. Но если проектов много, если они делаются в разных городах, в разных сферах, различными людьми, то это шаг от Беларуси нынешней к Беларуси лучшей. Мы создаем платформу, мы помогаем этому сообществу включаться в сеть, спланиваться. Если мы сравним ее с заводом, нарисуем платформу в виде черного ящика, где на входе, скажем, люди, идеи, ресурсы. Что оказывается на выходе? Первое – это реализованные проекты, а второе – это сообщество неравнодушных людей, которое само по себе представляет ценность.

Кто влияет из таких важных субъектов на страну? Разумеется, государство, чиновники, структуры власти, бизнес и гражданское общество в широком смысле. Мы хотим, чтобы и государственные структуры, и бизнес, и гражданское общество использовали платформу Talaka.by как некую коммуникационную площадку, где можно выслушать друг друга, договориться и как-то организовать свою деятельность. И тогда можно значительно ускорить развитие страны. (Кейс 4.)

Talaka.by представляет собой не только коммуникационную площадку для социальных предпринимателей, она также стимулирует и популяризирует этот вид деятельности. На базе платформы регулярно организуются мастер-классы, обучающие семинары, обеспечивающие социально активных

граждан информацией, необходимой для развития собственного социального бизнеса.

StartIdea – широко известная интернет-площадка, которая позволяет наиболее социально активным гражданам создавать и продвигать общественно значимые проекты. Платформа предоставляет пользователям возможности бесплатного размещения проектов, поиска единомышленников и инвесторов. При этом площадкой не предусмотрен сбор денежных средств с помощью краудфандинга. Иными словами, *StartIdea* – это в первую очередь именно коммуникативный ресурс, объединяющий социальных предпринимателей по всей стране. Кроме того, основателями платформы регулярно организуются различные конкурсы и стажировки, обеспечивая информационную составляющую развития социального предпринимательства.

Интернет-площадка *MaeSens* – еще один из успешных ресурсов, объединяющих инициаторов социальных проектов. Свою работу платформа начала в октябре 2011 г. Изначально она задумывалась исключительно как краудфандинговая и основной целью ее создания был сбор средств на решение общественно значимых задач. Но с 2013 г. команда *MaeSens* инициировала проведение ежегодного конкурса социальных проектов *Social Weekend*, который позволяет участникам презентовать свои идеи, находить инвесторов, а также получать хорошую информационную поддержку. В рамках конкурса можно отметить тенденцию роста заинтересованности участников в создании устойчивых самокупающихся проектов, которые могут претендовать на статус социального предприятия.

Большое значение имеет коммуникативный потенциал *Social Weekend*. Благодаря конкурсу социально активные граждане имеют возможность объединяться, обмениваться идеями, делиться опытом, заимствовать эффективные решения и бизнес-модели, а также находить любые виды помощи, необходимой для решения общественно значимых проблем. В случае социального предпринимательства ввиду того, что эта практика относительно нова и пока слабо изучена, именно беспрепятственный обмен информацией играет ключевую роль.

Такие интернет-площадки, как *Talaka.by*, *StartIdea* и *MaeSens*, способствуют формированию сообщества социальных предпринимателей посредством предоставления особого коммуникативного пространства. Платформы помогают объединяться наиболее социально активным гражданам, популяризировать общественно ответственную деятельность, привлекать к ней более широкие слои населения. Возможность обучения, стажировок, участия в проводимых конкурсах, обмена информацией – еще один фактор, способствующий концентрации

наиболее инициативных и предприимчивых социальных активистов вокруг рассматриваемых платформ.

Социальные предприниматели – это относительно новый для нашей страны тип предпринимателей, рассматривающих свою деятельность как возможность решения или смягчения социальных проблем, помощи людям. Они осознанно ведут свой бизнес, ставя на первое место социальные цели, а доходную сторону бизнеса – на второй план.

Я считаю, что социальный предприниматель – это такой человек, который приходит в бизнес с идеей, приносящей пользу обществу и делающей мир лучше. Есть такая жилка, ниточка, которая дает тебе понимание, что ты делаешь это в первую очередь для того, чтобы сделать хорошее, реализовать себя, улучшить, скажем, свое окружение. Ну а заработок – на втором месте. Добрый человек делает бизнес, чтобы заработать, а потом – чтобы сделать что-то хорошее. А социальный предприниматель делает сначала хорошее дело и дальше уже зарабатывает, чтобы поддерживать на плаву бизнес и себя. (Кейс 5.)

Сегодня социальный предприниматель – это человек, который очень четко увидел социальную проблему и умеет вести бизнес. (Кейс 4.)

В большинстве своем те, кто решается посвятить себя этой сложной области бизнеса, – новаторы. Они способны сплотить вокруг себя единомышленников, изыскать необходимые ресурсы для решения социальных проблем, объединить собственные знания с самыми современными технологиями. Социальные предприниматели создают точки роста, вокруг которых формируются не только новые предприятия, но и особые общественные отношения.

По мнению социальных предпринимателей, вы сказанному в ходе проведения глубинных интервью, людей, занимающихся социальным бизнесом, отличают определенные личностные характеристики, среди которых: склонность к деятельности, направленной на решение социальных проблем; активная гражданская позиция; инновационность мышления и деятельности; предпринимательская жилка. Социальным бизнесом занимаются люди, которых отличают высокое чувство ответственности, страсть к делу, которым они занимаются.

Это должна быть страсть, любовь к делу. Это звучит громко, но без этого нельзя развиваться. Это как знаки судьбы, которые тебя ведут к делу. Так в основном и начинали все бизнесмены, которые горели своей идеей, видели на 20 лет перспективу своего дела... (Кейс 10.)

Вместе с тем социальных предпринимателей отличают наличие предпринимательского подхода, способность к ведению бизнеса.

Предположим, люди способны хорошо сфокусировать проблему. Как правило, если средств нет, то

возможен только анализ и фиксирование проблемы. Чтобы что-то поменять, нужно проводить серьезную работу. Должны быть финансы, экономическая составляющая. Есть люди, которые могут быть чувствительны к социальной проблеме и переживать об этом, но решить ее они не могут, потому что не нашли спонсоров и сами не зарабатывают на это. И это уже не социальное предпринимательство. Это просто переживания. (Кейс 11.)

Таким образом, социальным предпринимателям характерны определенные личные и морально-нравственные качества, сопричастность к судьбе страны и одновременно – готовность к предпринимательской деятельности, новаторство, стремление сделать жизнь сограждан лучше.

Трактуя понятие «социальное предпринимательство», большинство экспертов говорит о том, что оно должно соответствовать определенным критериям. В ходе анализа из ответов информантов были выделены характерные признаки социального предпринимательства.

Важной характеристикой социального предпринимательства, по мнению участников исследования, является превалирование социальной миссии над коммерческой составляющей. Основной целью социального бизнеса (в отличие от обычного), на взгляд респондентов, выступает решение социальной проблемы, а не увеличение прибыли.

Социальное предпринимательство в моем понимании – это модель устойчивого развития бизнеса, которая направлена на решение социальной проблемы. (Кейс 10.)

Чем отличается социальный бизнес от обычного? У предпринимателя, у бизнеса первая и основная цель – увеличение прибыли, накопление капитала, получение годовой прибыли. У социального предприятия основная цель – решение определенной общественной проблемы. Только на втором месте – финансовый вопрос, но он идет скорее от финансовой стоимости. Это такая альтернативная модель изменения моделей общественной организации. (Кейс 4.)

Участники опроса единодушны в том, что социальное предприятие предназначено для решения или смягчения остроты реальной социальной проблемы. Социальный эффект является не пробным продуктом, а основной целью деятельности социального предприятия.

Результатом деятельности такого бизнеса является социальный эффект. И это не только результат, это и цель деятельности. Соответственно, необходимость достижения этого социального эффекта, как правило, прописана в уставе организации или разделяется всеми учредителями организации. Социальное предприятие существует ради решения социальной проблемы. То есть бизнес все-таки зарабатывает деньги. Когда у него есть деньги, он помогает решать социальные проблемы, нет денег –

не помогает. Социальное предприятие существует ради решения социальной проблемы. Социальное предприятие помогает и решает социальную проблему вне зависимости от состояния. Лучше, хуже <...> но для нее это приоритет. (Кейс 7.)

Весь бизнес-процесс компании, работающей в сфере социального предпринимательства, структурируется двумя доминирующими направлениями. В первую очередь это решение общественно значимой проблемы, а затем уже – получение прибыли. Баланс этих направлений определяет сущность социального предпринимательства.

Конечно, и на наших форумах, и у меня лично всегда возникает вопрос: что первично – бизнес или социальная ответственность? Или я должен быть социально ответственным, а бизнес уже вторичен? Или наоборот: система должна заработать, получится устойчивый бизнес, а уже свои социальные идеи я реализую после? Здесь, наверное, как инь-янь: все взаимодействует. (Кейс 11.)

Повторим, важной характеристикой социального предприятия являются устойчивая коммерческая эффективность, самокупаемость и конкурентоспособность, использование бизнес-механизмов, присущих прибыльному бизнесу. Но следует отметить, что далеко не все участники опроса назвали эту характеристику при определении социального бизнеса.

Конечно, здесь надо избежать и фантазий о том, что люди такие чувствительные, говорят об этом, но у них нет финансовой основы... Это, конечно, тоже не социальное предпринимательство. Если проект не окупает себя – это не бизнес. Это просто инициатива, благотворительная инициатива, с которой я начинала. И они не имеют права называть себя социальными предпринимателями, потому что не выработали модель устойчивого развития бизнеса. Решают социальную проблему, но тем самым к бизнесу еще не приблизились. (Кейс 10.)

Если это предпринимательство, оно подразумевает зарабатывание денег. То есть проект должен окупаться. Если это только социальное направление, нужно искать еще какие-то дополнительные источники финансирования. Иначе благотворительный проект получается. Предпринимательство – это бизнес. То есть это должен быть полноценно построенный бизнес, который приносит прибыль, который не работает за счет каких-то дополнительных источников финансирования. (Кейс 3.)

Социальное предприятие – это обязательно успешный бизнес, который имеет прибыль и развивается, зарегистрирован как бизнес... (Кейс 7.)

Предпринимательство – это бизнес. Полноценно построенный бизнес, который приносит прибыль, не работает за счет каких-то дополнительных источников финансирования. (Кейс 4.)

Отличие социальных предприятий от обычного бизнеса заключается также в том, что доходы от хозяйственной деятельности такого предприятия реинвестируются в социальные программы, достижение социальных целей, а не распределяются между его инвесторами и собственниками.

Он [социальный бизнес] решает какие-то проблемы людей с ограниченными возможностями, например трудоустройство инвалидов. Либо прибыль, которую получает предприятие, отправляется не на частные цели, а на какие-то социальные цели, благотворительность, помощь. (Кейс 3.)

Прибыль предприятия реинвестируется именно в развитие социального предприятия, не распределяется между учредителями, а больше или меньше посвящена решению социальных проблем либо развитию этого социального предприятия. (Кейс 7.)

Социальный бизнес характеризуется также демократичностью управления.

Вообще все ключевые стратегические решения предприятия принимаются демократическими методами, а не авторитарно, как во многих бизнес-организациях. (Кейс 7.)

Таким образом, к числу наиболее важных признаков социального предпринимательства относятся:

- первенство социальной миссии над коммерцией;
- устойчивая коммерческая эффективность, самокупаемость и конкурентоспособность;
- высокая ответственность за результаты деятельности перед обществом;
- демократичность управления;
- инновационный подход.

Выделенные признаки действительно относятся к числу неотъемлемых характеристик этого явления, признаваемых специалистами и экспертами в области социального предпринимательства.

Социальное предпринимательство пока не очень широко развито в Беларуси. Однако существующие примеры позволяют говорить о больших перспективах данного направления. Граждане готовы самостоятельно решать острые социальные

проблемы, о чем свидетельствует успех ряда проектов.

Для достижения заметного прогресса в распространении социального предпринимательства в Беларуси необходимо решить ряд важных задач.

Во-первых, это создание соответствующей нормативной базы и законодательное закрепление понятия «социальное предпринимательство», а также включение государства в процесс финансирования проектов на начальном этапе. Существующие нормативные акты не в полной мере отражают особое положение, которое социальные предприятия занимают в ряду традиционных бизнес-структур. Необходимо четко отграничить эту сферу деятельности, придать ей определенный статус, что позволит более активно продвигать модель социального предпринимательства в регионах. Следует также дать зеленый свет механизмам государственной поддержки этой области. Социальное предприятие на начальном этапе в большинстве случаев требует минимальных вложений. Государственная поддержка данного вида деятельности даст очевидный мультипликативный эффект: одновременно с решением определенной социальной задачи создается и новый источник налоговых поступлений.

Второй важной задачей является активное информационное сопровождение, проведение просветительской кампании. Модель социального предпринимательства позволяет освещать идеи и результаты проектов как в традиционных, так и в новых медиа. В этом заключается радикальное отличие от благотворительности, в случае с которой публичность не всегда уместна. Информационная кампания должна быть ориентирована на три ключевые аудитории: широкую общественность, представителей региональных органов власти и потенциальных социальных предпринимателей. Привлечение внимания широкой общественности должно изменить отношение людей к самому феномену социального предпринимательства, продемонстрировать его жизнеспособность и всеобщую значимость.

Библиографические ссылки

1. Зверева Н. Создание успешного социального предприятия. М., 2015.

References

1. Zvereva N. [Creating a successful social enterprise]. Moscow, 2015 (in Russ.).

*Статья поступила в редколлегию 11.09.2017.
Received by editorial board 11.09.2017.*

Р. S. 16 октября Елена Евгеньевна Кучко отметила юбилей. Присоединяемся к многочисленным поздравлениям в адрес нашей дорогой именинницы. Также поздравляем Елену Евгеньевну с награждением знаком Министерства образования Республики Беларусь «Отличник образования». Здоровья Вам, счастья, благополучия и новых творческих свершений!

Редколлегия