

СОЦИАЛЬНЫЙ БИЗНЕС – СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: ЕДИНСТВО И ПРОТИВОРЕЧИЕ

SOCIALBUSINESS – SOCIAL ENTREPRENEURSHIP: UNITY AND CONTRADICTION

А.Л. Скуратович, Л.В. Хильман

A.L. Skuratovich, L.V. Khilman

Белорусский государственный университет

Минск, Беларусь,

Belarusian State University

Minsk, Belarus,

e-mail: ala-000@mail.ru, l-khilman@rambler.ru

Концепция социального предпринимательства может быть использована для достаточно широкого диапазона организаций, выполняющих различные миссии, преследующих разнообразные взгляды и цели. В то время как, обычные предприниматели во главу своей деятельности ставят условие получения прибыли и ее приумножение – как важный показатель успешного ведения бизнеса, то для социального предпринимателя главным критерием успешности становится «общественная эффективность». Доход (прибыль) воспринимается не как самоцель, а как способ, инструмент для последующего достижения, продвижения социальных и (или) культурных целей компании.

Ключевые слова: социальное предпринимательство; бизнес-модели; социальная миссия; экономическое развитие.

The concept of social entrepreneurship can be used for a fairly wide range of organizations that carry out various missions, pursuing diverse views and goals. While ordinary entrepreneurs at the forefront of their activity put the profit motive and generating profit as important indicators of successful business, for the social entrepreneur the main criterion of success is “public efficiency”. Revenue (profit) is perceived not as a final goal, but as a method, an instrument for further achievement, promotion of social and (or) cultural goals of the company.

Keywords: social entrepreneurship; business models; social mission; economic development.

В условиях рыночной экономики, как показывает опыт экономически развитых государств, устойчивое социально-экономическое развитие напрямую зависит от уровня активности предпринимательства [3]. Данный сектор экономики является достаточно мобильным и легко адаптируется к часто изменяющимся рыночным условиям, поэтому развитие предпринимательства является фундаментом для возникновения условий интенсивного экономического роста. Социальное развитие го-

сударства и становление рыночных отношений могут быть достигнуты при условии качественных изменений в организации общественного производства на основе развития социально ориентированного предпринимательства. Республика Беларусь в данном аспекте не является исключением, и эти вопросы как никогда актуальны сегодня. Показатель численности занятых в данной сфере свидетельствует о важной роли предпринимательства в Беларуси в решении проблемы занятости.

Говоря о социальном предпринимательстве, нужно помнить, что его корни лежат в предпринимательстве. Предпринимательская деятельность, направленная на смягчение или решение социальных проблемы носит название «социальное предпринимательство». Социальное предпринимательство «соединяет в себе страсть к социальной миссии со свойственной бизнесу дисциплиной, инновацией и решительностью» [4].

Социальный предприниматель всегда несет с собой в общество инновации. Существование социального предпринимательства с точки зрения экономической теории можно объяснить наличием провалов рынка, которые возникают, когда рыночные силы не способны удовлетворить социальные потребности: производство общественных благ. Именно то, что современный мир и его система не обеспечивают справедливое развитие общества, прежде всего той части общества, которая зачастую считается «изгоями» – бедные слои общества и люди, ограниченные в своих возможностях, является одной из причин роста популярности идей социального предпринимательства. Для того, чтобы детальнее понять природу и процесс создания ценности социального предпринимательства необходимо изучить бизнес-модели и их особенности. Бизнес-модель используется некоторыми авторами для сравнения особенностей разных форм социально ориентированного бизнеса, социального бизнеса, социального предпринимательства.

Выделяют пять типов бизнес-моделей, применяемых в социальном предпринимательстве [1; 2].

Тип 1 – Модель «Платформа».

Тип 2 – Модель «Доступ к рынку».

Тип 3 – Модель «Занятость».

Тип 4 – Модель «Доступ к товару / услуге».

Тип 5 – Модель «Благотворительность».

В модели «Платформа» социальный предприниматель выступает в качестве посредника между благополучателем и покупателем, реализовывая основную цель – обеспечение доступа благополучателя к рынку. Как правило, по такому принципу могут работать организации, которые предоставляют информационные услуги через создание площа-

док для обмена информацией и осуществление коммерческой деятельности, как в реальном формате (торговые площадки, выставки), так и в онлайн режиме (информационные интернет порталы).

Модель «**Доступ к рынку**» также является моделью, где социальный предприниматель выступает посредником, обеспечивая доступ благополучателя к рынку, но благополучатель не выступает источником дохода, а социальный предприниматель не только обеспечивает площадку для обмена информацией, но и приобретает продукцию от благополучателя либо для перепродажи, либо в качестве сырья для дельнейшего производства продукции.

Модель «**Занятость**» – это модель, в которой благополучатель находится внутри цепочки создания. Миссия организаций, использующих эту модель, связана с созданием условий для трудоустройства благополучателей («уязвленных» групп населения), что способствует их социальной и экономической интеграции. Модель «Занятость» одна из самых распространенных в социальном предпринимательстве, основной целью которой является интеграция, социальная адаптация и улучшение экономического положения определенных групп лиц, так называемых «уязвленных групп».

Модель «**Доступ к товару / услуге**» – покрывает провалы рынка или государства, связанные с отсутствием или невозможностью доступа к товару или услуге определенной группы людей.

В модели «**Благотворительность**» благополучатель получает услугу / товар абсолютно бесплатно. Эта модель используется в тех случаях, когда благополучатель не в состоянии заплатить за товар / услугу. В отличие от предыдущей модели благополучатель даже частично не является источником дохода, он получает товар / услугу бесплатно.

Необходимо знать, что основные модели считаются базовыми, образцовая смешанные (гибридные типы), которые являются достаточно распространенными в социальном предпринимательстве.

На основании вышеперечисленного можно сделать следующие выводы:

1. Для выполнения своей миссии и своевременного решения задач развития успешная организация социального предпринимательства должна создать ценностную социальную сеть на ранней стадии своего развития.

2. Успешная организация социального предпринимательства тщательно учитывает свои ресурсные потребности и в соответствии с этим разрабатывает ресурсную стратегию, которая должна быть интегрирована в бизнес модель на самой ранней стадии развития организации.

3. Успешная организация социального предпринимательства интегрирует свою целевую группу в ценностную социальную сеть на ранней стадии развития организации.

Идея социального предпринимательства приобретает значительную популярность в последнее время, поскольку очень подходит нашему времени. Наше общество готово к тому, чтобы решать социальные проблемы «предпринимательскими» средствами. Социальные предприниматели нужны для того, чтобы продвигать новые модели социально значимой деятельности «для нового века».

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Арай Ю.Н. Бизнес-модели в социальном предпринимательстве: типология и особенности формирования: Автореф. дис. ... канд. экономич. наук: 08.00.05 / Ю.Н Арай. – СПб, 2015. – 14 с.
2. Климанов, Д.Е. Бизнес-модели: основные направления исследований и поиски содержательного фундамента концепции / Д. Е. Климанов, О. А.Третьяк // Российский журнал менеджмента. – 2014. – Т. 12. – № 3. – С. 107-130.
3. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020 г. // Национальная комиссия по устойчивому развитию Республики Беларусь; редкол.: Л.М. Александрович [и др.]. – Минск: Юнипак, 2004.
4. Dees J.G. Enterprising nonprofits / J.G. Dees // Harvard Business Review. – 1998. – Vol. 76, Issue 1. – P. 55-66.

ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИИ THREE.JS ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ТРЕХМЕРНОЙ ГРАФИКИ ДЛЯ РАЗРАБОТКИ БРАУЗЕРНЫХ ИГР

THREE.JS APPLICATION FOR 3D GRAPHICS FOR BROWSER GAME DEVELOPMENT

И.Д. Тищенко, О.В. Дубровина

I. Tishchenko, O. Doubrovina

Белорусский государственный университет,

Минск, Беларусь

Belarusian State University,

Minsk, Belarus

e-mail: dubrovinaov@tut.by, tishchenkoilya@gmail.com

В работе описан процесс разработки игрового приложения с помощью технологии three.js.

Ключевые слова: веб-приложение; библиотека three.js; 3D-графика; игровое приложение.