

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ ПОДХОД В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОЦИАЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Лабейко О.А.

УО «Барановичский государственный университет», г. Барановичи, Республика Беларусь

OlgaLabevko@bk.ru

В статье рассматривается предпринимательский подход к осмыслению феномена социального предпринимательства, который может быть положен в основу идентификации социальных предприятий.

Ключевые слова: социальное предпринимательство; инновации; доход; социальные ценности; социальные предприятия.

В современной науке наблюдается стремительный рост исследований сущностных характеристик социального предпринимательства, его места в системе экономических отношений. Генезис социального предпринимательства, а также его роль в решении острых социальных проблем общества, развитии новых предпринимательских бизнес-моделей отражены в отечественной и зарубежной литературе. Однако до настоящего времени единой целостной концепции социального предпринимательства в научной литературе не сформировано. Это обусловлено рядом причин. Социальное предпринимательство как социально-экономическое явление возникло относительно недавно – в 80 годах XX вв. и связано с появлением инновационной предпринимательской деятельности, целью которой является создание социальных ценностей (Grameen Bank, Ashoka, Schwab Foundation for Social Entrepreneurship, Skoll Foundation и др.). Новые подходы, нестандартные модели борьбы с бедностью, наркоманией и преступностью, восстановления окружающей среды, обеспечения доступности профессиональной, трудовой и социальной сфер для населения с инвалидностью обуславливают ценность социальных предприятий для общества и государства.

Обобщение научной экономической литературы по исследуемой проблематике позволило выделить ряд основных теоретико-методологических подходов, раскрывающих природу социального предпринимательства, в основе которых лежат: теория социальных инноваций, теория заинтересованных сторон, теория социального капитала [1, с. 22].

Решая исследовательскую задачу по выявлению сущностных характеристик социальных предприятий будем опираться на подход к определению социального предпринимательства, в основе которого лежат основополагающие идеи Ж.Б. Сэя, Й. Шумперта, П. Друкера, Г.Х. Стивенсона о предпринимателе, прежде всего, как о инноваторе, способном генерировать новые комбинации факторов производства, находить и использовать новые возможности, внедрять новые (нестандартные) технологии решения социально-экономических задач. При таком подходе социальный предприниматель наделяется новаторскими способностями производства социальных ценностей, решения социальных проблем. Представителями предпринимательского подхода являются Г. Диз, Д. Борнштейн, Р. Мартин, С. Осберг, и др.

Г. Диз одним из первых систематизировал и описал существенные характеристики социального предпринимательства. В условиях, когда институты социальной сферы оказываются неэффективными, невосприимчивыми, некомпетентными, пришло время применения предпринимательского подхода к решению социальных проблем, новых моделей в данной сфере. Г. Диз утверждает, что «социальные предприниматели являются одним из видов рада предпринимателей», а понятие «социальное предпринимательство» раскрывает их «незаурядные принципы поведения» [2]. Являясь агентами социальных перемен, в основе деятельности социальных предпринимателей лежат идеи системных изменений и устойчивых улучшений в социальной сфере. Как указывает выше названный автор, социальные предприниматели осуществляют постоянный поиск новых возможностей для социальных улучшений, вовлекают в этот процесс инновации, не ограничиваются имеющимися ресурсами, демонстрируют высочайшую ответственность к своим клиентам и решимость по достижению намеченной цели. Именно достижение социальной миссии является критерием эффективности социального предпринимательства, отличает данный вид деятельности от бизнеса.

В исследованиях Роджера Л. Мартина и Салли Осберг указывается на существенную роль социальных предпринимателей в преобразовании общества и реализации устойчивых социальных изменений. Ставя в своих исследованиях задачу по точному определению понятия «социальное предпринимательство», установлению границ социальных предприятий, выше названные авторы берут за основу предпринимательство как вид экономической деятельности, который описывается через 1) контекст, в котором существует возможность; 2) совокупность индивидуальных качеств, необходимых для выявления и освоения данной возможности; 3) получение конкретного результата. Используя данное теоретическое положение Роджер Л. Мартин и Салли Осберг раскрывают следующим образом феноменологическую природу социального предпринимательства: «...выявление стабильного, но принципиально несправедливого равновесия, вызывающего отчуждение, маргинализацию или страдания части человечества, которая не имеет финансовых механизмов или политического влияния, необходимого для самостоятельного получения благ/преимуществ преобразующего характера; распознавание в этом несправедливом равновесии новой возможности, формирование социально значимого ценностного предложения, мобилизация таких качеств, как вдохновение, творчество, стремление к личному участию в реализации новых идей, смелость и стойкость, с целью разрушения гегемонии устоявшегося положения дел; формирование нового, стабильного равновесия, которое высвобождает скрытый потенциал или облегчает страдания целевой группы, обеспечение лучшего будущего для целевой группы и даже общества в целом посредством повторения (имитации) нового опыта и создания вокруг нового равновесия стабильной экосистемы» [3]. Ключевым отличием социального предпринимателя от традиционного предпринимателя указанные авторы считают не мотивацию, а суть их ценностного предложения – масштабное благо, имеющее преобразующее значение для значительного сегмента общества или общества в целом. В свою очередь, высокая степень устойчивости и масштабы преобразований, позволяющие добиться нового уровня социального равновесия, отличают социальных предпринимателей от провайдеров социальных услуг и общественных деятелей.

Дабы не размывать содержание и одновременно не сужать объем исследуемого понятия, под социальным предпринимательством будем понимать предпринимательскую деятельность, направленную на получение прибыли и выполнение социальной миссии. Именно в социальном предпринимательстве на паритетной основе реализуются его экономическая и социальная составляющие. Социальные предприниматели являются одним из видов рода предпринимателей, в центре деятельности которых находится социальная миссия. Она заключается в создании социальной ценности, удовлетворении социальных потребностей, стимулировании социальных изменений. Формой реализации данного вида предпринимательской деятельности являются социальные предприятия.

В научной экономической литературе не дано однозначное толкование понятию «социальное предприятие», что обусловлено отсутствием единой общепринятой концепции социального предпринимательства. Пытаясь сохранить целостность научного исследования и не противоречить описанному выше подходу к определению сущности социального предпринимательства, будем придерживаться следующих признаков социальных предприятий:

- предпринимательская деятельность, т.е. участие в экономической деятельности с целью получения дохода, что по существу отличает социальные предприятия от некоммерческих организаций, общественных объединений, фондов и др.;

- социальная миссия, т.е. создание в четко выраженной форме социальной ценности, которая отличает социальные предприятия от коммерческих предприятий.

В настоящее время институт социального предпринимательства в Республике Беларусь на этапе своего формирования, разрабатываются правовые основы социального предпринимательства, расширяются направления деятельности социальных предприятий и др. Необходимость законодательного закрепления в стране статуса социальных предприятий нашла отражение во многих государственных программных документах. Видится, что описанный в статье подход к определению содержания социального предпринимательства, основанный на паритете выполнения экономической и социальной функций, позволит более точно определить границы исследуемого явления, обосновать критерии отнесения организаций к субъектам социального предпринимательства в национальном правовом поле.

Литература

1. Социальное предпринимательство: зарубежный опыт и белорусская практика / А.С. Попкова, О.Л. Шулейко, В.Г. Герасимова; науч. ред. А.С. Попкова; Ин-т экономики НАН Беларуси. – Минск: Право и экономика, 2022. – 232 с.

2. J. Gregory Dees. The Meaning of Social Entrepreneurship [Electronic resource]. – Mode of access: chrome extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://centers.fuqua.duke.edu/case/wp-content/uploads/sites/7/2015/03/Article_Deess_MeaningofSocialEntrepreneurship_2001.pdf – Date of access: 14.11.2023.

3. Roger L. Martin, Sally Osberg. Social Entrepreneurship: The Case for Definition. – Stanford Social Innovation Review, 2007. – 13 P.

ENTREPRENEURIAL APPROACH TO THE ACTIVITIES OF SOCIAL ENTERPRISES

Labeyko O.A.

Baranovich State University, Baranovich, Republic of Belarus

The article discusses the entrepreneurial approach to understanding the phenomenon of social entrepreneurship, which can be used as the basis for identifying social enterprises.

Keywords: social entrepreneurship; innovation; income; social values; social enterprises.