

Соколов Александр Дмитриевич

аспирант

ЧОУ ВО «Санкт-Петербургский университет

технологий управления и экономики»

г. Санкт-Петербург

Научный руководитель

Печерица Елена Васильевна

канд. социол. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный

экономический университет»

г. Санкт-Петербург

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ

Аннотация: в статье рассматривается социальное предпринимательство как вид деятельности, которое в настоящее время получило широкое распространение. Но, к сожалению, исследований, посвященных данной теме, немного. До конца не изученным остается вопрос о происхождении и сущности социального предпринимательства. Дискуссионный характер носят такие направления исследования, как сфера деятельности, ресурсные возможности, функциональная значимость социального предпринимательства.

Ключевые слова: социальное предпринимательство, сфера деятельности, ресурсные возможности, функциональная значимость социального предпринимательства.

Процесс институционализации данного вида деятельности находится в состоянии разработки. Проблемой также является отсутствие четкого понятийного поля определения социального предпринимательства, его практического и эмпирического закрепления за установленным характером деятельности.

В имеющихся научных исследованиях применяются два подхода к определению термина «социальное предпринимательство»:

– в узком смысле оно рассматривается в качестве сферы деятельности некоммерческих организаций, направленной на получение дохода. Данный подход зародился в США в 1980-е годы, когда большинство некоммерческих организаций столкнулось с проблемой отсутствия государственного и частного финансирования: выживать приходилось самостоятельно, поэтому сферой их коммерческой деятельности стало оказание различного рода социальных услуг на материальной основе;

– в широком смысле социальное предпринимательство представляет собой социально ориентированную деятельность организаций как коммерческого, так и некоммерческого сектора, направленную на получение прибыли путем решения социальных проблем обслуживания.

В западной научной литературе прослеживается четкое содержательное отличие в определениях терминов «социальное предприятие» (деятельность в социальной сфере, направленная на получение дохода) и «социальное предпринимательство» (социальная стратегия развития общества). Данную проблему рассматривали в своей работе Г. Диз и Б. Андерсон, объясняя различие в понимании терминов историческими и ментальными особенностями развития западного общества.

Применение термина «социальный эффект» к социальному предпринимательству в научной сфере восходит к работам, посвященным корпоративной социальной ответственности.

Ученые М. Халме и Ю. Лаурила создали свою типологию корпоративной социальной деятельности, базирующуюся на трех переменных: филантропии, интеграции и инновации. Если рассматривать природу социального предпринимательства в рамках предложенной теории, то она должна стать одной из основополагающих составляющих инновационной переменной.

При рассмотрении положения, в котором корпоративная социальная ответственность выступает в качестве инновационной сферы развития конкуренции, направленной на получение обществом максимального положительного эффекта от предоставленного блага, разработчики ввели в научный оборот определение общей ценности в качестве одновременной выгоды от взаимодействия бизнеса и общества.

Исследователи Дж. Остин, Г. Стивенсон и Дж. Вей-Скиллерн, проанализировавшие два вида предпринимательства коммерческое и социальное в зависимости от основополагающей цели деятельности, делают вывод, что социальное предпринимательство, в отличие от коммерческого, ориентировано на создание благ, представляющих ценность для развития общества.

М. Юнус и А. Жоли рассматривают социальное предпринимательство в качестве политического инструмента, обеспечивающего сохранение стабильности и снижение общественной напряженности, финансовая стабильность которого зависит от тенденции государственной политики

Цель социального предпринимательства, по мнению ученых, получение равновесного дохода от экономической и социальных сфер деятельности. Финансовая успешность социального предпринимателя зависит от его способности распоряжаться своими ресурсами.

Не все исследователи считают, что социальные предприятия должны иметь большую материальную базу ресурсов. Так, представители научной школы социального предпринимательства значительно ограничивают их ресурсы условиями свободного рынка, в рамках которого осуществляется деятельность.

Финансовая устойчивость социального предприятия не всегда является синонимом его финансовой окупаемости, так как социальные организации могут существовать за счет различных дотационных инвестиций и при этом быть материально благополучными. Признак окупаемости социального предприятия второстепенная характеристика его финансовой устойчивости, которая в большинстве случаев нигде не отражается, но фактически ряд социальных предприятий не способен к самоокупаемости своей деятельности.

Основными теоретиками современного подхода к восприятию социального предпринимательства являются Дж. Мэйр и И. Марти, определяющие его в качестве процесса организации производственных ресурсов с целью удовлетворения общественных потребностей А. Н. Макаревич и Т. Ю. Сазонова выделяют следующие отличительные характеристики социального предпринимательства

как процесса осуществления деятельности в социальной сфере: достижение положительного социального эффекта заблаговременно запланированный результат воздействия на общество; новаторство – обязательный элемент, подразумевающий использование производственных сил в новом качестве; самокупаемость – в первую очередь за счет прямых источников дохода, полученных от результатов работы.

А. А. Московская считает ключевой характеристикой социального предпринимательства элемент новаторства, приложенный к производственным ресурсам с целью удовлетворения общественных потребностей. В результате своей деятельности социальные предприниматели выступают своеобразными драйверами развития экономической системы, мобилизуя ее ресурсы, создавая новые комбинации производственных мощностей.

Основоположниками конфликтологического взгляда на теорию солидарности являются К. Маркс и Ф. Энгельс, рассматривавшие процесс построения общественной солидарности через конфликт, в ходе которого происходит объединение угнетенных против угнетающих.

В современном обществе наибольшую популярность приобретает индивидуалистический принцип жизнедеятельности, происходит нарастание общественных противоречий, неуклонно возрастает социальное неравенство; разрыв между богатыми и бедными увеличивается, концепция социальной солидарности теряет свою актуальность.

Процесс участия реализуется за счет коммуникационной связи между индивидами и сообществами. Он охватывает всех индивидов и организации, которые выступают его субъектами, реализующими социально значимые цели и задачи. Процесс участия включает все возможные субъекты социальной сферы: государство, коммерческие, некоммерческие организации, формальные, неформальные группы, индивидов. Подобный процесс способствует формированию коллективного сознания и восприятия.

Социальное предпринимательство можно назвать формой гражданского участия со сложной коммуникационной системой взаимосвязи, в которой одновременно взаимодействуют производители, потребители и все остальные заинтересованные стороны, включая государство

Такая форма гражданского участия, как социальное предпринимательство, имеет следующие признаки:

- улучшение жизни людей путем решения ряда социальных проблем – миссия социального предприятия;
- воспроизводство новых стандартов жизнедеятельности общества; обладание нормативно закреплённым статусом, позволяющим осуществлять социально ориентированную деятельность;
- получение прибыли от результатов своего труда;
- создание коммуникационной общественной сети вокруг предприятия, позволяющей с некоторой периодичностью приобщать общественность к социально ориентированной деятельности.

Социальное предпринимательство, разрешая целый спектр общественных проблем, закономерно приводит к глобальным изменениям социальных процессов, без которых не представлялось бы возможным решить ряд исходных проблем.

В российском законодательстве практически отсутствуют нормативно-правовые акты, закрепляющие положение социального предпринимательства. Это общественное явление впервые было упомянуто в Приказе Министерства экономического развития РФ от 20 мая 2011 года N 2275. В Министерстве сегодня активно обсуждается вопрос институционализации социального предпринимательства.

Существует официальное определение социального предпринимательства, которое сформулировано в приказе Минэкономразвития России от 24 апреля 2013 года № 220 «Об организации проведения конкурсного отбора субъектов РФ...». В этом нормативно-правовом акте социальное предпринимательство трактуется как социально ответственная деятельность субъектов предпринимательства, направленная на решение социально значимых проблем. В данном за-

конодательном акте отсутствуют какие-либо дополнительные критерии определения социального предпринимательства, что в значительной степени расширяет число потенциальных организаций, которые могут считаться социальными.

В Федеральном законе от 12 января 1996 года № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях» приводится определение: для некоммерческой организации извлечение прибыли не является основной целью, кроме того, организация не делит заработанную прибыль между участниками.

Социальное предпринимательство фактически всегда должно являться социально ответственным бизнесом. Однако на практике социальные предприниматели часто пренебрегают качеством оказываемых услуг, ответственным бизнесом их при этом не назовешь, как и социальными предпринимателями.

Таким образом, социальное предпринимательство как процесс может быть представлено в качестве следующих организационных форм: некоммерческих организаций, осуществляющих социально ориентированную деятельность, приносящую прибыль; коммерческих организаций, реализующих программы корпоративной социальной ответственности; предпринимателей, осуществляющих социально направленную деятельность с целью разрешения социальных проблем.

Вывод: за счет делегирования ряда функционально значимой деятельности частному бизнесу происходит значительное расширение компетенций последнего, что способствует формированию новых социально-экономических общественных благ.

Список литературы

1. Док О. Социальное и коммерческое предпринимательство: сходства и различия / О. Док, Г. Стивенсон, Дж. Вей-Скиллерн // Вестник С.-Петербург. ун-та. Сер. «Менеджмент». – 2010. – №3. – С. 115–145.

2. Московская А.А. Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования / А.А. Московская. – М. : Издат. дом Высш. шк. экономики, 2011. – С. 99. EDN VTBPQH

3. Boschee J. Toward a better understanding of social entrepreneurship: some important distinctions / J. Boschee, J. McClurg // Berkeley School of Law. – 2003.

[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.law.berkeley.edu/php-programs/courses/fileDL.php?fID=7289>. (дата обращения: 12.06.2023).

4. Alter K. Social enterprise typology / K. Alter // Virtue Ventures LLC. – 2007. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://orlbank.com/wp-content/uploads/2012/03/Social-Enterprise.pdf>. (дата обращения: 12.06.2023).

5. Маркс К. Экономические рукописи 1857–1859 гг. / К. Маркс. – С. 183.

6. Кадол Н.Ф. Социальное предпринимательство в рыночной и переходной экономике: автореф. дис. ... канд. социол. наук. – М., 2009. – EDN NKZPYH

7. Приказ Минэкономразвития России от 20 мая 2011 г. № 227 «Об организации проведения конкурсного отбора субъектов РФ, бюджетам которых в 2011 году предоставляются субсидии для финансирования мероприятий, осуществляемых в рамках оказания государственной поддержки малого и среднего предпринимательства субъектами РФ» // Министерство экономического развития РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/smallbusiness/doc20110520013>. (дата обращения: 12.06.2023).

8. Приказ Минэкономразвития России от 24 апреля 2013 г. № 220 «Об организации проведения конкурсного отбора субъектов РФ, бюджетам которых в 2013 году предоставляются субсидии из федерального бюджета на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства субъектами РФ» / Министерство экономического развития РФ.

9. Селин М.А. Социальное предпринимательство: тенденции, проблемы и перспективы распространения в современной России / М.А. Селин // Студенческий научный форум [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.scienceforum.ru/2013/pdf/5816.pdf>. (дата обращения: 12.06.2023).

10. Sagawa S. Common interest, common good: creating value through business and social sector partnership / S. Sagawa, E. Segal // California Management Review. – 2000. – Vol. 42. – №2. – P. 105. EDN DGKKYV

11. Баталина М. Обзор опыта и концепций социального предпринимательства с учетом возможностей его применения в современной России / М. Баталина, А. Московская, Л. Тарадина // Препринт WP1/2008/02. – М.: ГУ ВШЭ, 2008. – 84 с. EDN QTDDTJ

12. Гришина Я.С. Некоторые аспекты зарубежного опыта государственного управления социальным предпринимательством / Я.С. Гришина // Право. Законодательство. Личность. – 2012. – №2(15). – С.77–83. – EDN QALUCZ

13. Кикал Д. Социальное предпринимательство. Миссия – сделать мир лучше / Д. Кикал, Т. Лайонс. – М.: Альпина паблишер, 2014. – 309 с.

14. Макаревич А.Н. Сущность и специфика социального предпринимательства в России / А.Н. Макаревич // Российское предпринимательство. – 2012. – №24. – С.52–56. – EDN PKIMIV

15. Манахова И.В. Социальное предпринимательство как экономические явление / И.В. Манахова // Вестник Поволжской академии государственной службы. – 2011. – №4. – С. 166–174. – EDN ONZQLZ