

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК СОЦИОЛОГИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ*

Репрезентированы подходы к определению социального предпринимательства. Названы отличия благотворительных, коммерческих и организаций смешанного типа. Обоснована разница между корпоративной социальной ответственностью и социальным предпринимательством, описаны ситуации, позволяющие рассматривать социальное предпринимательство как форму социальной ответственности.

M. V. BAGANIK

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AS SOCIOLOGICAL CATEGORY

Approaches to social business definition are represented. Differences of charitable institutions, commercial organizations and compound organizations are called. The difference between corporate social responsibility and social entrepreneurship is proved, we described the situations which represent social entrepreneurship as a form of social responsibility.



БАГАНИК

Маргарита Владимировна,

аспирант кафедры социологии факультета философии и социальных наук БГУ

Будучи социальным институтом, социальное предпринимательство участвует в экономическом развитии по модели социально ориентированной рыночной экономики. Обусловлено это тем, что такая бизнес-модель, как социальное предпринимательство, призвана сочетать в себе высокий уровень экономической эффективности и ориентацию на разрешение или смягчение социальных проблем. Смягчение социальных проблем достигается путем обеспечения занятости уязвимых групп населения, организации культурно-просветительской деятельности и образовательных услуг для людей с ограниченными возможностями, реабилитации людей, оказавшихся в трудной жизненной ситуации и др. Это позволяет частично снять с государства нагрузку на обеспечение социальной сферы.

Широкое распространение социальное предпринимательство получило в 1980–1990 гг. благодаря американскому менеджеру Б. Драйтону, основателю Фонда Ашока. К настоящему моменту Фонд оказал консультационную и финансовую поддержку почти трем тысячам стипендиатов, занимающихся социальным предпринимательством более чем в 70 странах мира. Среди социальных предпринимателей, поддержанных Фондом стоит назвать бразильца Ф. Роса, разработавшего новый способ электрификации сельских районов в Бразилии, что позволило значительно сократить затраты сельских жителей. Стоит отметить и деятельность В. Кхоса по информированию о ВИЧ-инфекции и об уходе за больными СПИДом в ЮАР. Деятельность В. Кхоса позволила, с одной стороны, организовать уход за больными СПИДом, а с другой – обучить сестринскому уходу (в рамках разработанного ею обучающего курса) и трудоустроить часть слушателей курса.

В научный оборот термин «социальное предпринимательство» был введен американским ученым, основате-

лем центра развития социального предпринимательства университета Дьюка Г. Дизом. Исследователь репрезентировал ключевые характеристики социального предпринимательства как особого вида предпринимательской деятельности:

- принятие на себя миссии создания и поддержания социальной ценности (блага);
- выявление и использование новых возможностей для реализации этой миссии;
- осуществление непрерывного процесса инноваций, адаптации и обучения;
- решительность действий, не ограничиваемая располагаемыми ресурсами;
- высокая ответственность предпринимателя за результаты своей деятельности перед клиентами и обществом [1].

Систематизируя исследовательские взгляды, следует выделить американский и западноевропейский подходы к рассмотрению социального предпринимательства.

Американские исследователи Г. Диз и Б. Андерсон выделяют в рамках американского подхода две исследовательские школы по изучению социального предпринимательства: школу социальных предприятий и школу социальных инноваций. Школа социальных предприятий включает в себя два исследовательских подхода: коммерциализации НКО и социально ориентированного бизнеса. Рассмотрим сущность данных подходов подробнее.

Подход коммерциализации НКО (некоммерческих организаций) основан на использовании коммерческой деятельности некоммерческими организациями. Суть его заключается в том, что некоммерческие организации ориентированы на получение стабильного финансирования (за счет дохода от деятельности организации), необходимого для гарантированной непрерывной поддержки их социальной цели. Представители данного подхода Дж. Босчи и Дж. Макклург считают, что когда НКО начнет получать доход от собственной деятельности, тогда она

* Статья подготовлена при поддержке Белорусского фонда фундаментальных исследований в рамках договора № Г15ЛИТ-032 от 13.03.2015 г.

может считаться предпринимательской организацией [2]. С этой позиции не инновации, а заработанный доход выступает основой социальных предприятий. Так, согласно данному подходу НКО может считаться социальным предпринимательством лишь тогда, когда основой в решении социальных проблем будет выступать финансовый доход, достигаемый организацией за счет собственной хозяйственной деятельности.

Позже подход коммерциализации НКО был дополнен подходом *социально ориентированного бизнеса*. Под социальным предприятием в рамках данного подхода понимаются организации, использующие методы ведения бизнеса для реализации социальных целей. Таким образом, социальное предприятие создает не только социальную, но и экономическую ценность. К представителям данного подхода следует отнести К. Альтер. Исследователь понимает под социальным предприятием «любое коммерческое предприятие, созданное в социальных целях и для создания социальной ценности – призванное смягчить или уменьшить социальную проблему либо «провалы» рынка, функционирующее на основе финансовой дисциплины, инноваций и порядка ведения бизнеса, установленного в частном секторе» [3].

Следующее исследовательское направление – *школа социальных инноваций* – акцентирует внимание на преобразовательном потенциале социальных предприятий. Причем основу преобразовательной деятельности могут составлять различные виды инноваций (технико-технологические, организационно-управленческие, социальные). Так, задачей социальных предприятий с позиции данного подхода является ориентация на создание новых и эффективных способов решения социальных проблем. К представителям этой школы следует отнести Г. Диза. Исследователь понимает социальное предпринимательство как вид предпринимательской деятельности, который «соединяет в себе страсть к социальной миссии со свойственной бизнесу дисциплиной, инновацией и решительностью» [1].

Стоит отметить, что подходы к пониманию определения социального предприятия с позиции описанных выше исследовательских школ не противоречат друг другу, а выступают взаимодополняющими в связи с тем, что используют для анализа различные основания.

Западноевропейский подход по изучению социальных предприятий представлен Европейским исследовательским сообществом EMES (*European Research Network*). Данное сообщество, организованное в 1996 году в Бельгии, занимается изучением социальных предприятий в странах Европейского союза. Исследователи EMES сформулировали ряд критериев, позволяющих определить социальное предприятие. К блоку экономических критериев стоит отнести непрерывное производство товаров и/или реализацию услуг, высокую степень автономии, значительный уровень экономического риска, минимальную долю оплачиваемой работы. В блок социальных критериев входят ясная социальная цель, приносящая пользу сообществу, инициатива, исходящая от группы граждан, принятие решений, не основанное на собственности, участие групп, на которых направлена деятельность

предприятия, ограниченное распределение прибыли [4, с. 42–43].

Конечно, представленные подходы различаются в понимании сущности социального предприятия. Обусловлены они историческим контекстом, спецификой политического, экономического и правового развития государств. Сходство подходов выражено прежде всего в социальной направленности предприятия и его финансовой устойчивости.

Обобщая имеющиеся научные подходы, можно выделить свойственные социальному предприятию признаки:

- *социальное воздействие*, выражающееся в направленности на решение социальных проблем;
- *инновационность*, предполагающая использование предприятием не только технико-технологических инноваций, но и тех, которые ориентируют на использование социальных ресурсов, т. е. речь идет о социальных инновациях (например, вовлечение в деятельность организации различных социально уязвимых слоев населения);
- *финансовая устойчивость*, означающая, что социальное предприятие существует в основном за счет доходов, получаемых от основной деятельности. Специфика распоряжения доходами состоит в возможности их реинвестирования в решение социальных проблем.

Директор российского фонда региональных социальных программ «Наше будущее» Н. И. Зверева в работе «Создание успешного социального предприятия» помимо рассмотренных выше выделяет в качестве признаков социального предприятия такие признаки, как 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» [5, с. 110].

Бессспорно, масштабирование и тиражирование позволяют расширить деятельность социального предприятия и способствуют увеличению положительного социального эффекта. Однако мы считаем необходимым рассматривать эти признаки в качестве дополнительных, так как наличие лишь этих признаков не является значимым критерием, позволяющим отличить социальное предприятие от других типов организаций.

При изучении социального предпринимательства есть необходимость определить роль и статус благотворительных, коммерческих организаций и организаций смешанного типа. *Благотворительные организации* решают социальные проблемы с помощью средств, получаемых через такие источники финансирования, как пожертвования и гранты. *Коммерческие организации*, напротив, ставят основной целью достижение экономической выгоды. Однако не стоит игнорировать социальный эффект этих предприятий. Так, коммерческие предприятия также участвуют в создании социальных ценностей посредством предоставления рабочих мест, выплаты достойной и своевременной заработной платы, обучения и повышения квалификации персонала. *Организации смешанного типа* преследуют как экономические, так и социальные цели. Примером организаций смешанного типа выступа-

ют социальные предприятия и предприятия, следующие принципам социально ответственного бизнеса.

Специфика социального предприятия состоит в органичном сочетании экономической и социальной составляющих. Экономическая составляющая предполагает наличие финансово-устойчивой бизнес-модели, причем финансовая устойчивость достигается в основном за счет прибыли, получаемой компанией от основного вида деятельности (прибыль от продаж товаров и реализации услуг) и из других источников финансирования (гранты, государственная помощь). При этом полученная прибыль

идет не только на восстановление или накопление основных фондов предприятия (станки, машины, инвентарь), но и реинвестируется на распространение концепции бизнес-модели и расширение масштабов деятельности организации для большего социального эффекта в области решения социальных проблем.

Попытка разграничить благотворительные, коммерческие организации и организации смешанного типа была предпринята белорусским экономистом Н. Ф. Кадол (см. табл. 1).

Таблица 1 – Признаки различных типов организаций [6, с. 194]

Признак	Благотворительные организации	Организации смешанного типа	Коммерческие организации
Мотивы деятельности	Благотворительность	Смешанные мотивы	Собственные интересы
Методы деятельности	В зависимости от поставленных задач	Сбалансированы, т. е. в зависимости от поставленных задач и рыночной среды	В зависимости от рыночной среды
Цель деятельности	Создание социальных ценностей	Создание социальных и экономических ценностей	Создание экономических ценностей
Распределение выручки/доходов	Распределяется в соответствии с задачами организации	Реинвестируются согласно миссии компании или на производственные затраты либо аккумулируются для расширения бизнеса и его развития	Распределяется акционерам и владельцам

В настоящее время существует терминологическая путаница, связанная с синонимичным использованием таких терминов, как социальное предпринимательство и социальная ответственность бизнеса. Это связано с тем, что обе бизнес-модели, будучи формой ведения бизнеса, участвуют в решении социальных и экологических проблем. Несмотря на кажущуюся схожесть, термины не являются синонимичными. В названных типах организаций есть существенные содержательные отличия. На наш взгляд, дифференцирующими критериями могут выступать мотивация деятельности предприятия и особенность распределения прибыли.

Основной целью социально ответственного бизнеса является получение коммерческой выгоды, связанной с извлечением прибыли для акционеров, социальный аспект деятельности предприятия – дополнительная составляющая. К выгодам, которые извлекает социально ответственный бизнес из дополнительной деятельности, стоит отнести формирование положительного имиджа компании и увеличение доли лояльных потребителей.

Ключевым мотивом деятельности социальных предприятий является создание социальной ценности при достижении положительного экономического эффекта. Прибыль, получаемая социальными предпринимателями, лишь частично разделяется между пайщиками, основная ее часть реинвестируется в деятельность социального предприятия. Однако и здесь стоит подчеркнуть возможность повышения прибыли и имиджа организации за счет ее специфики, выраженной в ориентации на решение или смягчение социальных проблем.

Белорусский исследователь Н. В. Бердицкая считает, что различия между социальным предпринимательством и социальной ответственностью бизнеса «могут быть най-

дены в отношении наиболее распространенной формы собственности». Так, социально ответственный бизнес чаще представлен организациями частной и в редких случаях государственной формы собственности. Что касается социального предпринимательства, речь идет чаще всего об общественной собственности и в меньшей степени – о частной или государственной [7, с. 396].

Еще одним критерием дифференциации может выступать размер организации (численность сотрудников). В отношении социального предприятия говорят о малом и среднем бизнесе, а также о негосударственных некоммерческих организациях. Согласно принципам социальной ответственности действуют чаще всего представители крупного бизнеса [7, с. 396].

Однако описанные Н. В. Бердицкой разграничения могут быть характерны только для Республики Беларусь, поэтому основополагающими и универсальными критериями при дифференциации социального предпринимательства и социальной ответственности бизнеса могут выступать все-таки мотивация деятельности предприятия и особенность распределения прибыли.

Несмотря на описанные выше разграничения социальной ответственности бизнеса и социального предпринимательства, стоит обратить внимание на частные случаи, когда социальное предпринимательство может быть формой корпоративной социальной ответственности. Белорусские социологи В. А. Симхович, Е. А. Данилова, С. П. Романова в работе «Социальная форма современного белорусского бизнеса» рассматривают социальное предпринимательство как форму КСО. Отмечая, что социальное предпринимательство выступает «предпринимательской деятельностью, нацеленной на решение социальных проблем через организацию специализи-

рованных предприятий, прежде всего для инвалидов (по зрению, слуху и т. п.)» [8, с. 19]. Данную позицию можно проиллюстрировать с помощью уровней появления социального предпринимательства. Так, российский исследователь Ю. Н. Арай выделяет индивидуальный и организационный уровни появления социального предпринимательства. Индивидуальный уровень предполагает, что инициатива по созданию социального предприятия принадлежит собственно социальному предпринимателю, организационный уровень подразумевает, что инициатива создания социального предприятия принадлежит некоммерческим предприятиям, ориентированным на развитие доходной деятельности, а также компаниям, действующим в рамках принципов КСО [9, с. 116]. Примером, когда социальное предпринимательство можно считать формой корпоративной социальной ответственности является деятельность компании *Danone*, которая совместно с *Grameen Bank* организовали в 2006 г. в Бангладеш производство недорогих продуктов питания. Созданное предприятие под названием *Grameen Danone Foods* решало спектр социальных и экономических задач: сделало доступным ассортимент молочных продуктов, создало на фабрике рабочие места для сельских жителей, способствовало развитию местной экономики посредством привлечения местных жителей в качестве поставщиков сырья и распространителей продукции [10, с. 171].

Несмотря на то что изучение социального предпринимательства началось сравнительно недавно, мы не можем говорить о недостаточном количестве подходов к определению самого понятия «социальное предпринимательство». Напротив, обилие подходов к пониманию этого феномена нуждается в их структурировании. Проведенный анализ позволил выделить американский и западноевропейский подходы к социальному предпринимательству. Специфика этих подходов обусловлена прежде всего историческими, культурными и другими особенностями развития стран. В связи с этим можно говорить о наличии страновых подходов к пониманию социального предпринимательства.

Специфика социальных предприятий, включающая социальную и коммерческую составляющую, вызывает необходимость отграничить их от организаций других типов. Так, в отличие от благотворительных организаций социальные предприятия достигают социальных целей посредством собственного финансирования и в отличие от коммерческих предприятий их деятельность ориентирована не только на создание экономических ценностей, но и на решение социальных проблем.

Различия между социальными предприятиями и предприятиями, следующими принципам социальной ответственности бизнеса, заключаются в мотивах деятельности организаций и особенностях распределения прибыли.

Список использованных источников

1. Dees, G. The Meaning Entrepreneurship [Electronic resource] / G. Dees // The Duke Innovation and Entrepreneurship. – Mode of access: <https://entrepreneurship.duke.edu/news-item/the-meaning-of-social-entrepreneurship/>. – Date of access: 01.02.2016.
 2. Boschee, J. Towards a Better Understanding of Social Entrepreneurship: Some Important Distinctions [Electronic resource] / J. Boschee, J. McClurg // The Caledonia Centre for Social Development. – Mode of access: <http://www.caledonia.org.uk/papers/Social-Entrepreneurship.doc>. – Date of access: 01.02.2016.
 3. Alter, K. Social Enterprise Typology [Electronic resource] / K. Alter // The Four Lenses Strategic Framework. – Mode of access: <http://www.4lenses.org/setypology/print>. – Date of access: 29.07.2016.
 4. Defourny, J. Conceptions of social enterprise and social entrepreneurship in Europe and the United States: convergences and divergences / J. Defourny, M. Nyssens // Journal of Social Entrepreneurship. – 2010. – Vol. 1, Issue 1. – P. 32–53.
 5. Зверева, Н. Создание успешного социального предприятия / Н. Зверева. – М.: Альпина Паблишер, 2015. – 155с.
 6. Кадол, Н. Ф. Модели социального предпринимательства в рыночной экономике / Н. Ф. Кадол // Известия Гомельского гос. ун-та имени Ф. Скорины. – 2010. – № 5. – С. 193–201.
 7. Бердицкая, Н. В. Социальная ответственность бизнеса и социальное предпринимательство: соотношение понятий и специфика реализации / Н. В. Бердицкая // Управление человеческими ресурсами – основа развития инновационной экономики. – 2011. – № 3. – С. 393–400.
 8. Симхович, В. А. Социальная ответственность современного белорусского бизнеса / В. А. Симхович, Е. А. Данилова, С. П. Романова. – Минск, 2012. – 125с.
 9. Арай, Ю. Н. Социальное предпринимательство в начале XXI века: основные понятия и страновые особенности / Ю. Н. Арай // Рос. журн. менеджмента. – 2013. – Т. 11. – № 1. – С. 111–130.
 10. Юнус, М. Создавая мир без бедности: социальный бизнес и будущее капитализма / М. Юнус, А. Жоли. – М.: Альпина Паблишерз, 2009. – 306 с.
- 02.08.2016