

## СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

*В статье обоснована значимость социальных проектов для развития социального предпринимательства. На основании результатов прикладного социологического исследования репрезентированы особенности социальных проектов, размещенных на белорусской платформе Talaka.by.*

M. V. VISHNIAKOVA

### SOCIAL PROJECT AS A BASIS DEVELOPMENT OF SOCIAL BUSINESS IN THE REPUBLIC OF BELARUS

*The significance of social projects for development of social business is justified in the article. The peculiarities of social projects are represented on the basis of results of an applied sociological research. These peculiarities are placed on the Belarusian Talaka.by platform.*



**ВИШНЯКОВА**  
**Маргарита Владимировна,**  
 аспирант кафедры социологии  
 Белорусского государственного  
 университета, магистр социологических  
 наук

#### Введение

**В** настоящее время все чаще в контексте рассмотрения вопросов социального предпринимательства и деятельности социальных предприятий встречается понятие социальный проект. Во многом для реалий стран, где концепция социального предпринимательства только начинает развиваться, в том числе для Республики Беларусь, данные термины используются в одном синонимическом ряду. Однако, на наш взгляд, стоит провести их разграничение.

Под *социальным проектом* стоит понимать «сконструированное инициатором проектирование, целью которого является создание, модернизация или поддержание в изменившейся среде материальной или духовной ценности, которое имеет пространственно-временные и ресурсные границы и воздействие которого на людей считается положительным по своему социальному значению» [1, с. 36].

Тогда под *социальным предпринимательством* понимается «предпринимательская деятельность, нацеленная на смягчение или решение социальных проблем, характеризующаяся следующими основными признаками: социальное воздействие, инновации, самокупаемость и финансовая устойчивость, масштабируемость и тиражируемость, предпринимательский подход» [2, с. 8].

Представленные выше дефиниции наглядно отражают содержательные различия двух терминов, которые кроются в следующем: социальный проект представляет собой лишь некоторую инициативу для решения социальной проблемы с учетом имеющихся ресурсов. Социальное предпринимательство же означает по сути бизнес, целью которого является постоянное решение социальных проблем за счет экономической устойчивости предприятия.

На наш взгляд, социальный проект стоит рассматривать как идею, возникшую под влиянием мотивации акти-

виста или группы заинтересованных лиц. При этом идея предполагает необходимость разрешения социальных проблем на основе использования накопленных активов. В ситуации успешной реализации социального проекта, его ориентации на продолжительные по времени существенные социальные преобразования он может выступать элементом начального уровня в формировании идеи социального предприятия.

#### Основная часть

Социальные проекты, в которых четко проработана концепция, включающая основные положения проекта, представленные в форме плана деятельности, отражающего структуру и специфику разрешения социальных проблем, являются наиболее успешными для практической реализации.

Ключевыми элементами, описание и обоснование которых необходимо при разработке концепции социального проекта являются: *описание и анализ проблемной ситуации*, возникающей в случае необходимости удовлетворения некоторой социальной потребности; *формирование цели* социального проекта как ориентира, достижение которого планируется в ходе реализации социального проекта; *конкретизация задач*, посредством решения которых планируется достижение поставленной цели; *описание ресурсных возможностей проекта* (кадрового, финансового, материально-технического оснащения); *определение сроков реализации и ожидаемых социальных результатов*.

Данная концепция по своей структуре является универсальной, что предполагает ее приемлемость для планирования проектов различных с точки зрения целевой направленности, длительности, имеющейся ресурсной базы и т. д.

Однако сформированная концепция будущего социального проекта еще не говорит об успешности его осуществления на практике. Способность социального проекта привлечь необходимый человеческий, материальный и финансовый капитал и эффективно использовать его для достижения поставленной цели, с одной стороны, а также сравнение запланированных и достигнутых социальных результатов, с другой стороны, является основанием, во-первых, для подтверждения успешности социального проекта, во-вторых, может выступать одной из версий создания социального предприятия, инициируемого индивидуально или коллективно на основании успешного социального проекта.

При этом стоит отметить, что вся деятельность происходит под влиянием политического, экономического, культурно-исторического контекста, характерного для определенного региона, что в целом определяет условия для развития социально-проектной деятельности и социального предпринимательства в разных странах мира.

Несмотря на то что идеи социального предпринимательства достаточно новы для Беларуси, следует отметить возможность их роста и развития, чему способствует активная деятельность платформ для размещения социальных проектов. Такие белорусские платформы, как *Talaka.by*, *Startidea*, «Мае энс», *выступают в качестве инструмента позитивных социальных изменений*. Основными направлениями их деятельности является содействие в стимулировании и формировании социальных проектов как перспективной основы для развития социального предпринимательства, оказание информационной, консультационной и финансовой поддержки для успешной реализации заявленных социальных проектов, популяризация идей социального предпринимательства среди широких групп населения.

Для заявки социального проекта на белорусских платформах инициаторам проекта необходимо выработать концепцию социального проекта, которая должна включать: описание проблемы, на решение которой ориентирован проект, ожидаемый социальный/экологический эффект, формулировку целей проекта и путей ее достижения, определение сроков реализации проекта, информацию об авторах и участниках проекта и их опыте работы.

В рамках исследования, проведенного научно-исследовательской лабораторией социологических и маркетинговых исследований «Общественное мнение», на тему «Социальное предпринимательство как форма инновационной деятельности в Беларуси и Литве»<sup>1</sup> был осуществлен контент-анализ социальных проектов, представленных на интернет-платформе *Talaka.by*. Онлайн-платформа *Talaka.by* представляет собой интернет-ресурс, предоставляющий возможности краудфандинга (мобилизации людей для сбора средств) и краудсорсинга (мобилизации людей для поиска ресурсов).

В ходе исследования было изучено 225 проектов социальной направленности, находящихся на разных стадиях реализации – от заявленной идеи до заверщенного

<sup>1</sup> Исследование проведено при поддержке Белорусского фонда фундаментальных исследований в рамках договора № Г15ЛИТ-032 от 13.03.2015.

проекта (проекты, информация о которых была представлена в период сбора информации – с 1 марта по 31 мая 2016 года).

Согласно результатам исследования портрет руководителя социальных проектов представлен следующим образом: в большинстве случаев это мужчины (63,1 %), 36,9 % проектов реализуются под руководством женщин.

В источниках, доступных для контент-анализа, информация об уровне образования авторов проекта была недоступна. Однако представленные данные о специальностях потенциальных социальных предпринимателей свидетельствуют о том, что они являются специалистами в различных областях. Данные представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Специальность руководителей социальных проектов, в %

Специальность	Количество
Экономист, юрист, менеджер	18,4
Математик, физик, программист	14,9
Гуманитарные специальности (историк, культуролог, психолог, филолог)	13,7
Маркетолог, PR-специалист, социолог	13,1
Творческие профессии (актер, музыкант, режиссер, художник, дизайнер, фотограф)	13,1
Учитель, социальный работник, библиотекарь	8,4
Инженер	7,4
Журналист	5,1
Эколог	2,9
Врач	2,9

Почти каждый пятый лидер проекта (18,4 %) является специалистом в экономике, юриспруденции, менеджменте, т. е. имеет знания, необходимые для руководителя коммерческого предприятия.

Очевидно, что действующей силой для реализации социального проекта может выступать не только индивид, но и инициативная группа. Примерно половина из представленных проектов (51,1 %) инициированы индивидуально и примерно столько же (48,9 %) заявлены инициативной группой. В групповых проектах численность команды (включая ее руководителя) в 31 % случаев составляет 2 человека, в 30 % – 3 человека; 39 % – 4 и более человек. Средняя численность инициативной группы составляет 3,7 человек. Среди инициативных групп 11 % составляют женские, 19 % – мужские, 70 % – смешанные.

Важной характеристикой для обеспечения жизнеспособности и перспективности является *наличие поддержки*. Около 17 % проектов в своей деятельности рассчитывают на поддержку организаций-партнеров. Как правило, поддерживают развитие заявленных проектов общественные организации, поскольку значительная часть социальных проектов инициируется членами некоммерческих организаций и является направлением их основной деятельности.

Результаты анализа информации о специфике социальных проектов показывают, что социальные проекты ориентированы на реализацию в различных сферах (данные представлены в таблице 2).

Таблица 2 – Сферы реализации социальных проектов, в %

Сферы реализации социальных проектов	Количество
Услуги в сфере культуры	23,6
Информационное обеспечение	16,0
Социальная работа и реабилитация	11,6
Организация досуга, развлечение	10,6
Образование, наука	8,0
Развитие инфраструктуры, благоустройство	7,6
Здоровый образ жизни, физкультура и спорт	5,8
Экология, охрана окружающей среды	5,8
Туризм	4,4
Занятость, трудоустройство населения	1,8
Другое	4,8

Представленные выше данные показывают, что более половины проектов заявлены в трех сферах: культуры (23,6 %), информационного обеспечения (16,0 %), а также социальной работы и реабилитации (11,6 %).

Анализ проектов, представленных на платформе *Talaka.by*, показал, что *социальный эффект* от их реализации в основном направлен на развитие личности, образование, воспитание; улучшение социальных условий в регионе; помощь социально незащищенным группам; позитивные изменения в социальной реальности. Стоит отметить, что один проект может сочетать несколько видов социального эффекта. В сгруппированном виде заявленный социальный эффект от реализации инициатив представлен в таблице 3.

Что касается масштабов деятельности социального проекта, то полученные данные свидетельствуют о том, что лишь незначительное число из них (4,0 %) ориентированы на решение проблем на локальном уровне. Большинство руководителей предполагают, что реализация их проектов решит заявленные социальные проблемы на региональном (49,8 %) или общереспубликанском уровне (46,2 %). При этом отметим, что проекты регионального уровня в основном локализируются в Минске (73,9 %); 7,6 % проектов реализуются в Брестской области, по 5 % – в Витебской и Минской областях, 4,2 % – в Гродненской, 3,4 % – в Гомельской и только один проект (0,8 %) – в Могилевской области.

Основными потребителями услуг, согласно результатам исследования, выступают частные лица, причем большинство авторов проектов (более 80 %) не выделяют определенную целевую группу. Из проектов, которые ориентированы на решение проблем уязвимых групп, в качестве таковых выделяют людей с особенностями психофизического развития, малообеспеченных, детей-сирот, пожилых людей, людей, оказавшихся в трудной жизненной ситуации, многодетные семьи.

Результат деятельности проектов – определенный материальный или нематериальный продукт. Результатом реализации почти пятой части проектов (19,1 %) является проведение мероприятия, 18,2 % социальных инициатив завершатся созданием какого-либо материаль-

ного продукта. Конечным продуктом 17,3 % инициатив заявлено оборудование помещений, 15,1 % – создание веб-площадки, сайта и т. п., 9,3 % – элемент архитектуры, дизайна, 5,8 % – образовательные услуги, 4,9 % – мобильное приложение.

Таблица 3 – Ожидаемый социальный эффект от реализации социального проекта, в %

Социальный эффект	Количество
Сохранение национальной культуры и традиций, формирование национальной идентичности, расширение сферы употребления белорусского языка	26,5
Привлечение внимания к проблемам уязвимых групп, создание безбарьерной среды, инклюзия и социальная адаптация	16,0
Развитие гражданского общества, вовлечение граждан в совместную деятельность, объединение людей, предоставление им площадок для коммуникации	12,0
Благоустройство населенных пунктов, развитие инфраструктуры	10,8
Приобщение населения к ЗОЖ, популяризация спорта и ЗОЖ, расширение возможностей для занятий спортом	10,6
Организация развивающего познавательного досуга	8,5
Решение экологических проблем, формирование экологической грамотности населения	8,0
Развитие личности, образование	4,4
Поддержка семей, формирование семейных ценностей	2,7
Создание экосистемы для социального предпринимательства	2,2
Помощь в поиске работы, профессиональная ориентация	1,8
Другое	4,0

Большинство описанных проектов (63,6 %) ограничены во времени, т. е. не предполагают систематической деятельности в выбранном направлении. Но более чем у трети проектов (36,4 %) в случае их успешной реализации есть перспектива дальнейшего развития и самокупаемости, т. е. социальные инициативы могут при благоприятно сложившихся обстоятельствах перерасти в полноценные социальные предприятия.

### Заключение

На основании того, что социальные проекты могут выступать базовой составляющей для развития социальных предприятий, а также с учетом приведенных результатов исследования необходимым, на наш взгляд, является: увеличение количества социальных проектов, ориентированных на создание долгосрочного социального воздействия; активизация авторов инициатив к реализации социальных проектов не только в столице, но и в областных городах; повышение уровня информированности общественных организаций и бизнес-структур о перспективности социальных проектов с целью стимулирования их участия в их деятельности.

### Список использованных источников

1. Луков, В. А. Социальное проектирование: учеб. пособие / В. А. Луков. – 7-е изд., – М. : Изд-во Моск. гуманитар. университета Флинта, 2007. – 240 с.
2. Зверева, Н. Создание успешного социального предприятия / Н. Зверева. – М. : Альпина Паблишер, 2015. – 155 с. 17.03.2017