

УДК 330.101.8; 334.723.

UDC 330.101.8; 334.723.

ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА КАК СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КАТЕГОРИИ¹

Д. В. Станкевич,
*аспирант кафедры управления
и экономики высшей школы РИВШ;*

Е. Н. Скуратович,
научный сотрудник научного центра РИВШ

APPROACHES TO DEFINITION OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AS A SOCIAL-ECONOMIC CATEGORY

D. Stankevich,
*Postgraduate Student of the Department
of Management and Economy of Higher School,
Republican Institute of Higher School;*

K. Skuratovich,
*Researcher of Scientific Center,
Republican Institute of Higher School*

Поступила в редакцию 30.08.21.

Received on 30.08.21.

В статье рассмотрены основные подходы к определению социального предпринимательства и сформулированы его ключевые признаки. Научная значимость исследования обусловлена возрастанием влияния социального предпринимательства в современном обществе. Методология базируется на анализе источников информации. В ходе исследования сформулированы основные признаки социального предпринимательства.

Ключевые слова: социальное предпринимательство, подходы, определение.

The article considers the main approaches to definition of social entrepreneurship and formulates its key characteristics. The scientific significance of the research is conditioned by increase of the influence of social entrepreneurship in modern society. The methodology is based on the analysis of sources of information. In the course of research the main features of social entrepreneurship were formulated.

Keywords: social entrepreneurship, approaches, definition.

Предпринимательство, будучи одним из четырех факторов производства, позволяет комбинировать остальные три – труд, землю и капитал, опираясь не на технологическую, а на экономическую составляющую. Преимуществом данной комбинации факторов является то, что она основывается на ценности каждой дополнительной единицы используемого фактора. В настоящее время предпринимательство выполняет роль движущей силы и оказывает значительное влияние на возникновение и укрепление рыночных отношений [1].

На начальных этапах развития предпринимательская деятельность рассматривалась как занятие, недостойное людей высокого социального положения, поскольку предпринимательская деятельность ограничивалась лишь сферой торговли. Развитие рыночных отношений способствовало переоценке значимости и переходу от негативного к позитивному пониманию данного явления в обществе [2].

Предпринимательство является междисциплинарным понятием, что объясняется интересом со стороны экономической, психологической и социологической наук. Во второй половине XVIII в. с точки зрения экономической науки ученые дают определение предпринимателя как «индивида, берущего на себя риски» [3], а само предпринимательство трактуют как «экономическую деятельность, в ходе которой достигается баланс товарного предложения и спроса в ситуации постоянного риска» [3]. Идеи предпринимательства нашли отражение в работах А. Смита, И. Шумпетера, Ж. Б. Сэя, Д. Рикардо. Ж. Б. Сэй рассматривал предпринимательство как «рациональную комбинацию факторов производства в данной точке рыночного пространства» [4]. Предприниматель, по мнению Ж. Б. Сэя, – «человек, организовывающий людей в рамках производственной единицы. Предприниматель стоит в центре процесса производства и распределения, а в основе предпринимательской деятельности лежит способность организовать производство и сбыт продукции» [4].

¹ Исследование выполняется в рамках гранта БРФФИ №Г20М-050.

В настоящее время под предпринимательством понимается «инициативная, самостоятельная хозяйственная деятельность граждан, субъектов собственности в рамках существующих законов, осуществляемая на свой риск и свою имущественную ответственность или от имени и под имущественную ответственность юридического лица» [5]. В экономико-социологическом словаре предпринимательство трактуется как «форма проявления общественных отношений, возникающих в результате инициативной деятельности индивидуальных или коллективных хозяйствующих субъектов в сферах производства, распределения, обмена и потребления материальных и духовных благ, нацеленной, как правило, на получение прибыли (дохода) и осуществляемой от своего имени, на свой риск и под свою имущественную ответственность» [6, с. 373, 374].

Согласно представленным трактовкам, на современном этапе ключевыми критериями отнесения той или иной деятельности к предпринимательству является ее инициативность, самостоятельность, способность принимать на себя риски и нести ответственность от своего имени.

До XX века коммерческие предприятия игнорировали социальные проблемы и были сосредоточены на получении собственных выгод. Основной функцией предпринимательства являлось получение дохода для последующего приобретения социальных благ и повышения уровня благосостояния отдельных групп граждан, ее можно охарактеризовать как социально-нейтральную по отношению к обществу. В остальных случаях цели предпринимателей и общества рассматривались как противоположные друг другу.

XX век характеризуется углубленным исследованием черт и особенностей предпринимательства. П. Друкер формулирует тезис о важности социальной миссии в предпринимательстве, трактуя его как «инновационную активность, которая связана с применением существующих потенциалов с наибольшей выгодой» [7]. Исходя из данного утверждения, можно сделать вывод, что мотивация предпринимателей не всегда обусловлена стремлением получить доход. Данные тезисы становятся предпосылками для формирования институциональной среды, способствующей эффективному и результативному разрешению актуальных общественных проблем и, следовательно, стимулированию развития социального предпринимательства.

Зарубежные исследователи отмечают, что «предпосылки к появлению социального предпринимательства наблюдаются в конце XIX в. – первой половине XX в.» [8]. Среди основных предпосылок можно выделить следующие: общая гуманизация общества, повышение ценности человеческой жизни и личности, законодательное закрепление понятия прав человека, появление ООН, возрастание стоящих перед человечеством проблем, таких как нищета, глобализация экономики и экономических кризисов, изменение климата и исчезновение природных ресурсов.

На текущий момент в научной литературе не сформирован единый подход к определению социального предпринимательства, продолжают теоретико-методологические обсуждения его концепции, несмотря на активное изучение данного феномена, предпосылок его возникновения, выявление характеристик и особенностей социального предпринимательства. Однако среди множества трактовок понятия «социальное предпринимательство» можно выделить несколько точек зрения на его феноменологическую социально-экономическую природу.

Ряд ученых придерживается функционально-целевого подхода, при котором деятельность в области социального предпринимательства рассматривается как способ достижения конкретной цели. Так, например, «Фонд Робертса по развитию предприятий» предлагает определение социального предпринимательства как «деятельности по созданию доходного венчурного предприятия, организованного для расширения экономических возможностей неимущих слоев населения, одновременно ориентированного на получение прибыли» [9, р. 11–18]. Классическое определение, предложенное Г. Дизом, «социальное предпринимательство – это применение практик традиционного предпринимательства для достижения социальных целей или выполнения социальной миссии» [10] также может быть отнесено к указанному подходу.

По мнению исследователей, «социальное предпринимательство – это создание жизнеспособных (социально-экономических) структур, отношений, институтов, организаций и практик, которые приносят и поддерживают социальные выгоды» [11]. Итальянские ученые, придерживаясь аналогичного подхода, в своих работах определяют социальное предпринимательство как «поведенческий

феномен, выраженный в желании создать новые рабочие места и направленный на создание социальной ценности посредством использования имеющихся возможностей» [12]. В рамках описанного подхода подчеркивается, что «социальное предпринимательство включает в себя действия и процессы, предпринимаемые для выявления, определения и использования возможностей для увеличения социального благосостояния путем создания новых предприятий или управления существующими организациями на инновационной основе» [13]. Предложенные исследователями трактовки определения в рамках функционально-целевого подхода отражают социальное предпринимательство как способ достижения цели по созданию социальной и экономической ценности, что положительно влияет на понимание его сущности.

Гносеологические и практические недостатки указанного подхода связаны с тем, что при его абсолютизации теряется проблема неоднозначности оценки цели, критериев соответствия деятельности социального предпринимательства экономическим и социальным потребностям общества, интересам субъектов и групп. Названный подход не предполагает оценки последствий деятельности социальных предприятий, достижения той цели, к которой стремились субъекты, для социально-экономической жизни общества в целом, для качества экономического роста, условий экономической жизнедеятельности других общественных групп и классов. При данном подходе остается не рассмотренной продукционная функция экономической системы общества, экономических систем и отношений.

Функционально-продукционный подход нивелирует недостатки первого подхода. Исследователи, придерживающиеся функционально-продукционного подхода, трактуют «социальное предпринимательство» как определенный способ преобразования и комбинирования ресурсов в процессе осуществления деятельности. В рамках данного подхода «социальное предпринимательство» рассматривается как «процесс, включающий инновационное использование и комбинацию ресурсов для реализации возможностей для стимулирования социальных изменений и / или удовлетворения социальных потребностей» [8], т. е. «социальное предпринимательство мобилизует идеи, возможности, ресурсы и социальные механизмы» [14]. При указанном подходе социальное предприни-

мательство рассматривается как процесс использования ресурсов для достижения каких-либо практических (социальных) целей. Преимуществом данного подхода является то, что его приверженцы по-иному смотрят на продукционный эффект от деятельности социального предпринимателя, раскрывают механизмы социального предпринимательства для удовлетворения социальных потребностей. Представители указанного подхода сумели показать источник развития социального предпринимательства – инновации. Однако в рамках функционально-продукционного подхода не решается вопрос социально-экономической сущности этой категории.

Появление социально-экономического подхода обусловлено тем, что ни функционально-целевой, ни функционально-продукционный подходы не позволяют полностью раскрыть «совокупность устойчивых социально-экономических связей и отношений» [15], характеризующих особенности социального предпринимательства как социально-экономической категории. Странники подхода стремятся раскрыть «феноменологическую природу через установление всех сущностных, регулярно повторяющихся, не случайных социально-экономических отношений, характеризующих возникновение и развитие» [15] социального предпринимательства. В рамках указанного подхода социальное предпринимательство рассматривается в качестве нового способа осуществления экономической деятельности, которому присущи определенные характеристики: социальная направленность предприятия, т. е. социальный эффект определен заранее и является основополагающим, в отличие от предпринимательства, где социальный эффект имеет косвенное значение; причиной создания социального предприятия выступает «стремление к достижению общественно значимых целей и устранению проблем в социальной сфере; предприятия ориентированы на создание рабочих мест и комфортных условий для обучения маргинализированных (социально уязвимых) групп населения; использование предпринимательских компетенций направлено на решение социальных проблем» [16]; достижение постоянной самоокупаемости путем получения дохода от реализации результатов собственной деятельности, и косвенно – с помощью грантового финансирования и благотворительных пожертвований. Социально-экономический подход предусматри-

вает в качестве основных характеристик социального предпринимательства «социальное изменение и новаторский подход к решению социальных проблем, где новаторский подход – новая идея в решении социальной проблемы и новая комбинация социальных и экономических ресурсов для достижения поставленных целей. В результате социальное предпринимательство аккумулирует экономическую эффективность, так как вводит в оборот свежие ресурсы, до сих пор не использовавшиеся» [16]. Однако все вышеперечисленные методы имеют свои недостатки и не отображают сущность социального предпринимательства в полной мере. В этой связи авторами предложен интеграционно-инновационный подход.

Интеграционно-инновационный подход к определению социального предпринимательства заключается в целевом объединении методов создания экономической и социальной ценности, инновационных идей и моделей путем организации гибридных форм предпринимательства и обеспечении скоординированности действий для решения социальных проблем и достижения социальных изменений. Под гибридной формой понимается в данном случае компромиссно созданное предприятие, являющееся результатом человеческого труда и хозяйственной деятельности, совместимое с предпочтениями и ожиданиями всех участников объединения.

Согласно предложенному подходу, категория «социальное предпринимательство» рассматривается как экономические отношения между субъектами хозяйствования с целью получения социальной ценности. В рамках указанного подхода автором предложено определение социального предпринимательства. Под дефиницией «социальное предпринимательство» будут пониматься экономические отношения, направленные на создание социальной ценности, установление которых необходимо для поиска, изучения и использования соответствующих способов решения социальных проблем, повышения уровня благосостояния общества через комбинацию ресурсов новаторскими методами с использованием человеческого потенциала, создание новых предприятий, структур или управление действующими, а также обеспечения скоординированности действий всех участников с использованием современных инновационных инструментов.

Основываясь на предложенном определении, можно говорить о том, что социальное

предпринимательство предполагает формирование взаимоотношений между участниками социальной сети, занятыми общей деятельностью, и реформирование норм жизнедеятельности общества, где функционирует данное социальное предприятие. Социальные предприятия интегрированы в многообразные горизонтальные связи с деловыми партнерами и общественными организациями, для которых характерно тесное сотрудничество с государственными структурами с целью решения социальных проблем.

Анализ определений социального предпринимательства, рассмотренных в рамках представленных подходов, позволяет сформулировать его ключевые признаки.

1. Оформление социального предпринимательства в качестве социального института. Под социальным институтом следует понимать «определенную форму организации, регулирования, упорядочения общественной жизни, деятельности и поведения людей, а также элемент социальной структуры общества» [5]. Оформление в качестве социального института определяет приоритет социальных целей над коммерческими. При этом исследователи отмечают, что благотворительный проект предприятия не идентифицируется как социальное предприятие.

2. Субъекты социального предпринимательства формируют устойчивую сеть горизонтальных связей с целью более широкого распространения. Участниками сети выступают как классические контрагенты (поставщики сырья и материалов, потребители готового продукта), так и посреднические компании, и волонтеры, входящие в среду деятельности организации. Развитие коммуникационного взаимодействия между участниками сети позволяет устанавливать долгосрочные отношения с целью повышения эффективности работы социального предприятия.

3. Социальное предприятие в процессе деятельности получает прибыль, которая в полном объеме направляется на развитие предприятия, финансирование социальных проектов, также распределяется среди участников. Возможно привлечение сторонней спонсорской и государственной поддержки, но данные ресурсы не должны выступать единственным источником дохода, т. к. постоянная потребность в получении финансирования от внешних инвесторов может привести к снижению устойчивости всего предприятия.

4. Социальные предприниматели ориентированы на полное или частичное разрешение проблем, имеющих в обществе. Разрабатываемые и реализуемые мероприятия имеют долгосрочный характер и лежат в основе деятельности предприятия.

5. Социальное предпринимательство представляет собой интеграцию предпринимательства и социальных инноваций, т. е. «создаются правила жизни общества или происходит модификация правил, координирующих близкую для социального предпринимателя сферу хозяйствования» [17].

Обозначенные признаки социального предпринимательства позволяют определить его границы. Частое внесение корректировок и дополнений в трактовки «социального предпринимательства» влечет к стиранию границ данного понятия, что повышает риск отнесения к социальным предприятиям, фактически не работающих в данной области [18]. Многие авторы отмечают, что понятие социального предпринимательства часто сопоставляется со всеми видами деятельности, где подразумевается достижение социального эффекта. В этой связи актуальным становится определение границ данно-

го понятия и выявление присущих ему черт [19]. Определяющей категорией в дефиниции «социальное предпринимательство» является «предпринимательство», рыночной ценностью которого являются доход и прибыль. Для социального предпринимательства ценность выражается в осуществлении социальных преобразований в различных сферах деятельности человека и общества (наука, образование, здравоохранение) путем трансформации с целью решения или ликвидации имеющихся проблем, например, оказание медицинских услуг, паллиативной помощи, деятельность в области социальной работы, создание образовательных учреждений различных уровней, создание производственных предприятий (предприятий по оказанию услуг) с трудоустройством инвалидов, людей, оказавшихся в тяжелом положении,

При этом «потребителями этой ценности являются социально уязвимые и маргинализованные слои населения, которые не имеют финансовых ресурсов для достижения «получаемой в результате трансформации ценности» собственными силами» [20], например, получить трудоустройство, необходимую медицинскую, юридическую или иную помощь.

ЛИТЕРАТУРА

1. Тимофеева, А. А. История предпринимательства в России : учеб. пособие / А. А. Тимофеева. – М. : Флинта, 2011. – 410 с.
2. Savary des Bruslons, J. Dictionnaire Universel du Commerce (1723) / J. Savary des Bruslons. – Paris : Veuve Estienne et Fils, 1748. – Т. 1. – 1140 p.
3. Cantillon, R. Essai sur la nature du commerce en general (1755) / Cantillon R. – New York : Kessinger Publishing, LLC, 2010. – 446 p.
4. Приложение 1. Эволюция понятий «предприниматель» и «предпринимательство» [Электронный ресурс] // AUP.ru: Административно-управленческий персонал. – Режим доступа: <http://www.aup.ru/books/m498/12.htm>. – Дата доступа: 01.07.2021.
5. Шимов, В. Н. Словарь современных экономических и правовых терминов / В. Н. Шимов, А. Н. Тур. – Минск : Амалфея, 2002. – 816 с.
6. Соколова, Г. Н. Экономико-социологический словарь / Г. Н. Соколова, О. В. Кобяк ; науч. ред. Г. Н. Соколова. – Минск : Беларус. навука, 2013. – 615 с.
7. Друкер, П. Ф. Бизнес и инновации; пер. с англ. / П. Ф. Друкер, Д. А. Макьярелло. – М. : Вильямс, 2007. – 423 с.
8. Mair, J. Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight / J. Mair, I. Marty // Journal of World Business. – 2006. – № 41. – P. 36–44.
9. Emerson, F. New Social Entrepreneurs: The Success, Challenge and Lessons of Nonprofit Enterprise Creation // F. Emerson, F. Twersky F. – San Francisco: The Roberts Foundation Homeless Economic Development Fund, 1996. – 415 p.

REFERENCES

1. Timofeeva, A. A. Istorija predprinimatel'stva v Rossii : ucheb. posobie / A. A. Timofeeva. – M. : Flinta, 2011. – 410 s.
2. Savary des Bruslons, J. Dictionnaire Universel du Commerce (1723) / J. Savary des Bruslons. – Paris : Veuve Estienne et Fils, 1748. – Т. 1. – 1140 p.
3. Cantillon, R. Essai sur la nature du commerce en general (1755) / Cantillon R. – New York : Kessinger Publishing, LLC, 2010. – 446 p.
4. Prilozhenie 1. Evolyuciya ponyatij «predprinimatel'» i «predprinimatel'stvo» [Elektronnyj resurs] // AUP.ru: Administrativno-upravlencheskij personal. – Rezhim dostupa: <http://www.aup.ru/books/m498/12.htm>. – Data dostupa: 01.07.2021.
5. Shimov, V. N. Slovar' sovremennyh ekonomicheskikh i pravovyh terminov / V. N. Shimov, A. N. Tur. – Minsk : Amalfeya, 2002. – 816 s.
6. Sokolova, G. N. Ekonomiko-sociologicheskij slovar' / G. N. Sokolova, O. V. Kobyak ; nauch. red. G. N. Sokolova. – Minsk : Belarus. navuka, 2013. – 615 s.
7. Druker, P. F. Biznes i innovacii; per. s angl. / P. F. Druker, D. A. Mak'yarello. – M. : Vil'yams, 2007. – 423 s.
8. Mair, J. Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight / J. Mair, I. Marty // Journal of World Business. – 2006. – № 41. – P. 36–44.
9. Emerson, F. New Social Entrepreneurs: The Success, Challenge and Lessons of Nonprofit Enterprise Creation // F. Emerson, F. Twersky F. – San Francisco: The Roberts Foundation Homeless Economic Development Fund, 1996. – 415 p.

10. *Dees, J.* The Meaning of Social Entrepreneurship. Stanford: Stanford University Graduate School of Business [Electronic resource] / J. Dees. – 1998. – Mode of access: http://www.caseatduke.org/documents/dees_SE.pdf. – Date of access: 11.04.2017.
11. Фаулер, А. NGDO как исторический момент: помимо помощи социальному предпринимательству или гражданских инноваций? / А. Фаулер // Третий мир. – 2000. – № 21 (4). – С. 637–654.
12. *Weerawardena, J.* Investigating social entrepreneurship: A multidimensional model / J. Weerawardena, G. S. Mort // Journal of World Business. – 2006. – № 41(1). – P. 21–35.
13. Захра, С. А. Типология социальных предпринимателей: мотивы, поисковые процессы и этические проблемы / С. А. Захра // Журнал Business Venturing. – 2009. – № 5. – С. 519–532.
14. *Alvord, S. H.* Social entrepreneurship and social transformation: An exploratory study / S. H. Alvord, L. D. Brown, C.W. Letts // The Journal of Applied Behavioral Science. – 2004. – № 40. – P. 260–282.
15. Наумович, О. А. Становление высокотехнологичного уклада в экономике Республики Беларусь : дис. канд. экон. наук: 08.00.01 / О. А. Наумович. – Минск, 2013. – 125 л.
16. *Московская, А. А.* Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования / А. А. Московская. – М. : НИУ «Высш. школа экономики», 2011. – 284 с.
17. *Климов, И. А.* Модернизационные эффекты социального предпринимательства / И. А. Климов, С. Г. Климова // Петербургская социология сегодня : сб. науч. труд. / РАН, Социол. ин.-т. – СПб. : Нестор-История, 2015. – Вып. 6. – С. 266–299.
18. *Дорохова, Е. И.* Направления развития коммерческой деятельности в розничной торговле / Е. И. Дорохова // Белгород. ун.-т коопер.– Белгород, 2012. – 216 с.
19. *Баталина, М.* Обзор опыта и концепций социального предпринимательства с учетом возможностей его применения в современной России / М. Баталина, А. Московская, Л. Тарадина – М. : ГУ ВШЭ, 2007. – 84 с
20. *Martin, R. L.* Social Entrepreneurship: The Case for Definition and / R. L. Martin, S. Osberg // Stanford Social Innovation Review, Spring. – 2007. – P. 27–39.
10. *Dees, J.* The Meaning of Social Entrepreneurship. Stanford: Stanford University Graduate School of Business [Electronic resource] / J. Dees. – 1998. – Mode of access: http://www.caseatduke.org/documents/dees_SE.pdf. – Date of access: 11.04.2017.
11. *Fauler, A.* NGDO kak istoricheskij moment: pomimo pomoshchi social'nomu predprinimatel'stvu ili grazhdanskih innovacij? / A. Fauler // Tretij mir. – 2000. – № 21 (4). – S. 637–654.
12. *Weerawardena, J.* Investigating social entrepreneurship: A multidimensional model / J. Weerawardena, G. S. Mort // Journal of World Business. – 2006. – № 41(1). – P. 21–35.
13. *Zahra, S. A.* Tipologiya social'nyh predprinimatelej: motivy, poiskovyje processy i eticheskie problemy / S. A. Zahra // Zhurnal Business Venturing. – 2009. – № 5. – S. 519–532.
14. *Alvord, S. H.* Social entrepreneurship and social transformation: An exploratory study / S. H. Alvord, L. D. Brown, S.W. Letts // The Journal of Applied Behavioral Science. – 2004. – № 40. – P. 260–282.
15. *Naumovich, O. A.* Stanovlenie vysokotekhnologichnogo uklada v ekonomike Respubliki Belarus' : dis. kand. ekon. nauk: 08.00.01 / O. A. Naumovich. – Minsk, 2013. – 125 l.
16. *Moskovskaya, A. A.* Social'noe predprinimatel'stvo v Rossii i v mire: praktika i issledovaniya / A. A. Moskovskaya. – M. : NIU «Vyssh. shkola ekonomiki», 2011. – 284 s.
17. *Klimov, I. A.* Modernizacii nnye efekty social'nogo predprinimatel'stva / I. A. Klimov, S. G. Klimova // Peterburgskaya sociologiya segodnya : sb. nauch. trud. / RAN, Sociol. in.-t. – SPb. : Nestor-Istoriya, 2015. – Vyp. 6. – S. 266–299.
18. *Dorohova, E. I.* Napravleniya razvitiya kommercheskoj deyatel'nosti v roznichnoj trgovle / E. I. Dorohova // Belgorod. un.-t kooper.– Belgorod, 2012. – 216 s.
19. *Batalina, M.* Obzor opyta i koncepcij social'nogo predprinimatel'stva s uchetom vozmozhnostej ego primeneniya v sovremennoj Rossii / M. Batalina, A. Moskovskaya, L. Taradina – M. : GU VShE, 2007. – 84 s
20. *Martin, R. L.* Social Entrepreneurship: The Case for Definition and / R. L. Martin, S. Osberg // Stanford Social Innovation Review, Spring. – 2007. – R. 27–39.