

Кострова Ю.Б.

к.э.н., доцент

Филиал ЧОУВО «Московский университет имени С.Ю. Витте» в г. Рязани,

г. Рязань, Россия

Kostrova Yu.B.

Ph.D. (Economics), Associate Professor,

Branch of "Moscow Witte University" in Ryazan, Ryazan, Russia

ОСОБЕННОСТИ И ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

FEATURES AND FACTORS OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT

Аннотация. В статье определяется специфика социального предпринимательства, выявлены принципиальные особенности данной формы организации бизнеса и определены факторы его развития. Автор указывает, что современные тенденции, требующие от организаций развития их социальной ответственности, набирающая популярность стратегия устойчивого развития, ряд нерешенных социальных проблем современного общества, усилили внимание бизнеса к социальной сфере. Также этому способствует государственная политика, направленная на создание условий, привлекательных для него в тех сферах, где существуют социальные проблемы, а усилий государства оказывается недостаточно для их решения. С развитием данной тенденции такая форма бизнеса как социальное предпринимательство становится все более востребованной. Однако сложность реализации социального предпринимательства обусловлена его спецификой: сочетанием коммерческой и социальной составляющих.

Ключевые слова: предпринимательская деятельность, социальное предпринимательство, бизнес-среда, корпоративная социальная ответственность, социальная сфера, экономическая сфера.

Annotation. The article defines the specifics of social entrepreneurship, identifies the fundamental features of this form of business organization and determines the factors of its development. The author points out that modern trends requiring organizations to develop their social responsibility, the growing popularity of the strategy of sustainable development, a number of unresolved social problems of modern society, have increased the attention of business to the social sphere. This is also facilitated by the state policy aimed at creating conditions attractive to him in those areas where there are social problems, and the efforts of the state are not enough to solve them. With the development of this trend, such a form of business as social entrepreneurship is becoming more and more in demand. However, the complexity of the implementation of social entrepreneurship is due to its specifics: a combination of commercial and social components.

Keywords: entrepreneurial activity, social entrepreneurship, business environment, corporate social responsibility, social sphere, economic sphere.

В последние десятилетия качество жизни человека претерпело значительные изменения, оно трансформировалось из узкого понимания благосостояния людей, характеризующегося преимущественно уровнем материального потребления, к расширенному взгляду, включающему доступ к широкому спектру нематериальных благ и их осознанному потреблению. С одной стороны, благодаря развитию техники и технологий перед человеком открывается ряд новых возможностей, с помощью которых мы можем значительно улучшить уровень комфортности своего существования, способность участвовать в жизненных событиях или наслаждаться ими. С другой стороны, сейчас как никогда ранее, возрастают требования индивидуумов к уровню и качеству своей жизни, к качеству, своевременности предоставления и кастомизации услуг [1]. В связи с этим ситуация

в бизнес-среде складывается таким образом, что сейчас большая часть компаний, действующих в рамках одной отрасли, может предлагать на рынке идентичные по качеству товары, соответственно, собственно качество уже не может быть ключевым и единственным преимуществом компании на рынке. Ужесточение условий конкуренции, повышение важности клиентоориентированности является триггером для поиска особых путей удержания имеющихся у компании клиентов и привлечения новых, стимулом для развития нового предпринимательского мышления [3]. В данном случае можно согласиться с мнением бизнес-консультанта Ицхаком Адизесом, который так определил перспективы развития организаций: бизнесу необходимо ориентироваться не только на прибыль и наращивание товарооборота, но и больше внимание уделять людям. Важность взаимоотношений бизнеса с клиентом, сотрудниками и обществом выходит на первый план в наше время.

Рассматривая основные тенденции развития мирового бизнес-сообщества, мы можем отметить, что бизнес старается максимально перевести свое внимание на выбор и обоснование долгосрочных перспектив своей деятельности. Компании не только активно ведут разработки в сфере инноваций и технологий, улучшая свои товары и услуги, но и организуют внутренние программы по развитию персонала, привлекают к реализации своих социально-ориентированных проектов студентов, пенсионеров, жителей районов, в которых у компаний есть экономические интересы [5]. Часть компаний (как зарубежных, так и российских) начали внедрять свои проекты на базе общеобразовательных школ. Их результаты будут получены не сразу, однако в ходе их реализации компании рассчитывают укрепить свои позиции, повысить узнаваемость своего бренда и лояльность потребителей в будущем. Политика корпоративной социальной ответственности уже стала для многих организаций неотъемлемой частью их деятельности. В связи с этим, можно отметить, что все большее внимание уделяется следованию принципам устойчивого развития, развитию социальной сферы и экологизации [8].

Многие сферы нашей жизни сейчас попадают под мощное влияние производственного и технологического прогресса, тем самым изменяются принципы их взаимодействия между собой. Сейчас можно наблюдать, что рынок, экономическая и социальная среда в целом становится более гибкими и динамичными. Это порождает новые возможности для повышения качества жизни людей, однако, создает для него и новые риски. Современные государства практически ни в одной стране не могут со 100%-ной эффективностью управлять абсолютно всеми сторонами жизни общества, в том числе оперативно и гарантированно выполнять все свои социальные функции [6]. Это можно объяснить тем, что изменение взаимодействия между различными сферами происходит в сторону их сближения, и все чаще оказывается, что социальная сфера становится неотделимой от политики или интересов бизнеса. Следовательно, можно сказать, что круг влияния бизнеса расширяется, и теперь бизнес-среда должна, не только ориентироваться на наращивание прибыли и темпов роста компании, но и быть заинтересована в социальном благополучии. Таким образом, социальная сфера привлекает все больше к себе внимания, также только сейчас многие проблемы социума активно начали обозначаться и проявляться, требуя наиболее эффективного решения. Плюсом нашей действительности можно считать то, что сейчас появляются возможности и методы решения подобных проблем, выраженные в развитии корпоративной социальной ответственности бизнеса, а также благодаря развитию такой относительно новой (особенно для России) формы бизнеса как социальное предпринимательство.

Социальное предпринимательство как институт образовалось в поддержку социальной сферы. Оно способствует повышению уровня социальной жизни в стране, например, за счет создания рабочих мест для инвалидов, людей пожилого возраста и матерей-одиночек, решения проблемы недостаточности или недоступности образования, развития навыков гигиены, культуры питания, финансовой и компьютерной грамотности и многое другое. Данными видами деятельности становиться не только актуально, но и экономически выгодно заниматься, что обусловлено сонаправленностью бизнес-активности и интересов государства

по повышению качества социального обслуживания, развитию социальной сферы, приоритизации потребительского выбора в пользу социально ответственных организаций [7].

Социальное предпринимательство может быть представлено в разных формах и является значимым элементом одновременно социальной и экономической сферы. По своей природе оно сочетает два аспекта: социальное преобразование и ориентация на получение прибыли, в этом проявляются его особенности.

С одной стороны, данный тип бизнеса сосредоточен на решении проблем в социальной сфере, выделяет больше своих ресурсов на выявление проблем социума, что мало проявляется у традиционных бизнес-организаций, которые сосредоточены преимущественно на анализе и стремлении максимально выгодно использовать рыночную ситуацию, касающуюся их продукта.

С другой, экономическая составляющая социального предпринимательства выступает в качестве его отличия от государственных и классических некоммерческих организаций, так как предприниматель финансирует свою деятельность в большей части за счет доходов от реализации услуг, которые выступают инструментами для исполнения социальной миссии.

Дополнительными источниками финансирования деятельности социального предпринимательства могут быть гранты, отчисления из фондов и государственные льготы, но перечисленный список финансовых ресурсов не является стабильным источником дохода, на который стоит полагаться при планировании долгосрочных проектов. Поэтому у социального предпринимателя должны быть альтернативные источники доходов, в частности от коммерциализации своей деятельности. Однако описанные финансовые ресурсы в виде грантов и государственной поддержки не стоит игнорировать, поскольку они помогают при запуске деятельности социального предпринимательства и до момента генерации прибыли самой организацией.

Обращаясь к истории развития социального предпринимательства, можно отметить, что распространение данной формы бизнеса было неоднородным. В каждой стране относят к социальному предпринимательству разные формы бизнеса, которые наиболее полно были включены в определение социального предпринимательства в широком смысле.

С точки зрения законодательства первыми странами, где началось развитие социального предпринимательства, были США и страны Европы. Законодательная база по данной деятельности появляется в конце XX века. Первой страной, в которой были приняты нормативные акты, регулирующие деятельность социально предпринимательства, стала Италия (1991 г.). В Бельгии был принят закон для компаний с социальной миссией в 1998 г., во Франции – в 2001 г. [4].

В нашей стране социальное предпринимательство активно начало развиваться в 2007 году при поддержке государства, однако, самые первые попытки были предприняты еще в начале 2000-ых. На законодательном уровне первая трактовка социального предпринимательства была закреплена Министерством экономического развития РФ в 2013 году [9]. Можно сказать, что на практике социальное предпринимательство активно реализуется последние 20 – 30 лет. Однако наибольшую популярность и значимость оно приобрело только сейчас.

Социальное предпринимательство развивается и поощряется в РФ государственными органами наравне с другими субъектами малого и среднего бизнеса. Это выражается в облегчении налоговой нагрузки для подобных организаций, в их субсидировании и в разработке федеральных программ. Однако социальное предпринимательство имеет свои характерные черты: целевая группа, на которую влияет социальное предпринимательство, и ограничения по видам деятельности.

Следует отметить законодательные различия между деятельностью социального предпринимательства и субъектами малого и среднего бизнеса в отдельности. Представители последней категории имеют свою целевую аудиторию, которая может изменяться в зависимости от стратегии компании и продукта, что не могут себе позволить участники социального предпринимательства, границы которого установлены законом.

По видам деятельности социальные предприниматели имеют широкий выбор в сферах медицины, экологии, технологий и образования, но главная задача состоит в том, что данная деятельность должна быть направлена, в первую очередь, на категории граждан, требующих особой социальной заботы.

Дополнительно можно отметить, что социальное предпринимательство действует на рынке более точно, поскольку оно создает предложение, направленное на решение или смягчение конкретной социальной проблемы. В ситуации с традиционными субъектами малого и среднего предпринимательства, ориентированных, в первую очередь, на прибыль, решение социальных проблем зачастую может являться дополнением к основному ценностному предложению организаций. В то время как для социального предпринимательства решение или смягчение социальной проблемы является преобладающей составляющей [2].

Далее рассмотрим факторы развития социального предпринимательства. В первую очередь, для этого необходимо наличие законодательной базы, регулирующей взаимоотношения между участниками рынка внутри страны и выделяющего социальное предпринимательство как отдельную бизнес-единицу. Можно отметить закономерность: в тех странах, которые ранее приняли попытки законодательно оформить социальное предпринимательство, оно раньше начало свое развитие и сейчас является неотъемлемой частью их бизнес-среды.

Вторым фактором развития социального предпринимательства выступает общий достигнутый уровень социального развития в стране, под которым понимаются наличие базового уровня социальных гарантий и свобод в стране, чтобы заинтересованность в социальном предпринимательстве формировалась не только у государства, но и у самого общества. Также важна характеристика уровня жизни людей, на основе которой можно понять возможности граждан свободно приобретать товары и услуги в том числе, производимые социальными предпринимателями. В этом проявляется взаимосвязь бизнеса и социальной сферы, поскольку наличие спроса, в основном исходящего от социально защищенного населения, и поступление выручки будет обеспечивать предпринимателям рентабельность и возможность развиваться в дальнейшем.

Третий фактор заключается в наличии инфраструктуры, которая характеризуется источниками и способами финансирования деятельности социального предпринимательства. Анализируя данный фактор, можно проследить какие есть возможности и шансы у предпринимателей для открытия и развития своего дела. Источником финансирования может быть собственный капитал или, чаще, заемный. Структура заемного капитала предприятия сочетает в себе разные варианты: получение кредита или целевое финансирование, к которому можно отнести гранды и денежные средства, полученные от фондов. Как показывает практика, подобные виды финансирования позволяют начать деятельность социальных предпринимательства и поддерживать развитие проектов на начальных этапах.

Можно отметить, что перечисленные факторы характеризуют внешнее влияние на субъекты социального предпринимательства, однако, для более полного понимания особенностей развития данного вида бизнеса необходимо взять во внимание влияние внутренних элементов социального предпринимательства.

Для успешного запуска и дальнейшего развития предпринимательской деятельности должны быть продуманы три составляющие:

- идея проекта
- инструментарий для реализации и развития проекта
- набор используемых ресурсов (рисунок 1).

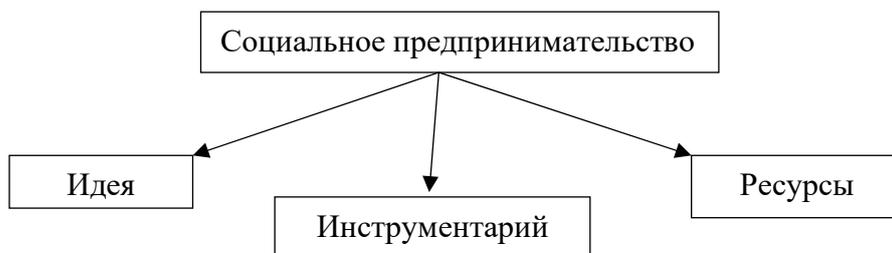


Рисунок 1 – Основные составляющие социального предпринимательства

Любой вид предпринимательской деятельности, в том числе и в социальной сфере, можно представить в виде проекта, который включает в себя основные характеристики построения и свои особенности с учетом специфики социального предпринимательства.

Первым фактором реализации деятельности социального предпринимательства выступает идея, которая образует фундамент для дальнейшего планирования работ и построения рабочей бизнес-модели в целом. Как уже говорилось, особенностью социального предпринимательства является социальная направленность идеи, заключающей в себе решение или смягчение конкретной проблемы социальной сферы. Идея определяет смысл существования того или иного объекта социального предпринимательства. Важно сказать, что не каждая идея способна перерасти в успешный проект, поэтому она требует проверки на востребованность и возможность реализации. Социальная идея должна обладать такими характеристиками как, актуальность, легко реализуемость и масштабируемость, именно с такими характеристиками она дает шансы на развитие проекта в перспективе и выступает точкой его старта.

Далее в зависимости от идеи определяются остальные параметры проекта, в частности инструментарий, который подразумевает под собой комплекс методов и элементов, способствующих реализации и развитию деятельности социального предпринимательства и приносимого им социального эффекта. Данный комплекс включает в себя продуманную бизнес-модель, стратегию развития и бизнес-процессы, которые будут определять структуру деятельности организации.

Третий элемент представляет собой ресурсы, необходимые для осуществления деятельности социального предпринимательства. В первую очередь, важно выделить человеческие ресурсы, которые выражаются в компетентной команде и руководителе, в их навыках и новаторских качествах, позволяющие создать инновационное решение социальной проблемы. Также для каждой организации необходимы финансовые и технические ресурсы в зависимости от вида деятельности социального предпринимательства, например, они позволяют создать продукт в физическом его выражении, для дальнейшего продвижения. Таким образом, без них невозможно начать реализацию любого проекта.

Присутствие и продуманность трех составляющих определяет вектор развития социального предпринимательства. В отличие от внешних факторов внутренние возможно контролировать и изменять. Однако, в реализации деятельности социального предпринимательства необходимо подходить системно и рассматривать данные факторы в совокупности, выбирая оптимальный путь развития в сложившихся условиях. Только в этом случае предпринимательская деятельность обеспечит желаемые результаты.

Список литературы:

1. Афанасьева, Ю.С. Социальные гарантии в конституциях России / Ю. С. Афанасьева // Вестник Института мировых цивилизаций. – 2018. – Т. 9. – № 3(20). – С. 82-87.
2. Афанасьева, Ю.С. Тенденции развития фандрайзинга в России и за рубежом / Ю. С. Афанасьева // Russian Economic Bulletin. – 2022. – Т. 5. – № 2. – С. 81-87.
3. Кострова, Ю.Б. Социально-экономические последствия развития цифровых технологий / Ю. Б. Кострова // Актуальные проблемы современной науки и производства :

Материалы VI Всероссийской научно-технической конференции. – Рязань: ИП Коняхин Александр Викторович, 2021. – С. 404-409.

4. Кострова, Ю.Б. Мировой опыт и тенденции развития социальной политики и практики / Ю. Б. Кострова, В. В. Туарменский, О. Ю. Шибаршина. – Москва : Московский университет им. С.Ю. Витте, 2019. – 271 с. – ISBN 978-5-9580-0483-6.

5. Кострова, Ю.Б. Специфика венчурного финансирования инновационных проектов / Ю. Б. Кострова, О. Ю. Шибаршина // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. – 2017. – № 8-4(55). – С. 57-59.

6. Саттарова, И.В. К вопросу о государственном регулировании малого и среднего бизнеса в Российской Федерации / И. В. Саттарова // Донецкие чтения 2022: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности : Материалы VII Международной научной конференции, посвящённой 85-летию Донецкого национального университета. Том 5. Часть 1. – Донецк: Донецкий национальный университет, 2022. – С. 353-355.

7. Шибаршина, О.Ю. К вопросу об устойчивом развитии социально значимых рынков в Рязанской области / О. Ю. Шибаршина // Устойчивое развитие социально-экономических систем: наука и практика : материалы III международной научно-практической конференции. – Москва: Московский университет им. С.Ю. Витте, 2016. – С. 717-725.

8. Шибаршина, О.Ю. Модели корпоративной социальной ответственности: зарубежный и отечественный опыт / О. Ю. Шибаршина // Тренды развития современного общества: управленческие, правовые, экономические и социальные аспекты : сборник научных статей 9-й Международной научно-практической конференции. – Курск: ЮЗГУ, 2019. – С. 414-422.

9. Шибаршина, О.Ю. Корпоративная социальная ответственность российских компаний: особенности и проблемы развития / О. Ю. Шибаршина // Донецкие чтения 2019: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности : Материалы IV Международной научной конференции. Том 3. Часть 1. – Донецк: Донецкий национальный университет, 2019. – С. 73-76.