

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: ПОНЯТИЕ И КРИТЕРИИ

Краенкова К.И., асс.

Витебский государственный технологический университет,

г. Витебск, Республика Беларусь

Реферат. В статье рассмотрены теоретические основы феномена социального предпринимательства, представлены различные авторские подходы зарубежных ученых к определению социального предпринимательства, в частности К. Диза, Дж. Робинсона, Дж. Боши, М. Юнус и др. Дана авторская трактовка понятия «социальное предпринимательство», обозначены основные критерии.

Ключевые слова: социальное предпринимательство; критерии, систематизация.

Отсутствие четких границ термина «социальное предпринимательство» препятствует институционализации данного явления и ограничивает развитие эмпирических и теоретических исследований в данной области в отечественной практике.

Словосочетание «социальное предпринимательство» вошло в обиход с 1980 г., когда бывший консультант по управлению бизнесом Б. Дрейтон создал фонд «Ашока» (Ashoka), первым начавший предлагать людям с ограниченными возможностями поддержку и финансирование [1].

Формой развития социального предпринимательства можно считать общественную самоорганизацию XVIII века в США, когда для решения различных социальных проблем создавались организации самопомощи и благотворительности самого различного типа.

Исследователи из Университета Наварры в Барселоне Дж.Мэйр и И.Марти отмечают, что отдельные проявления социального предпринимательства можно было наблюдать в Европе в XIX веке и в Азии в первой половине XX века [2].

Социальное предпринимательство, как практическая деятельность, интегрирующая процесс получения экономической и социальной выгоды, стало активно себя проявлять во второй половине XX века. В качестве примеров можно привести такие широко известные организации, как Гильдия манчестерских ремесленников, основанная Б. Стриклендом в 1968 г. и использующая возможности изобразительного и исполнительского искусства для развития городских сообществ, банк «Грамин», основанный в 1976 г. профессором М. Юнусом для искоренения бедности и поддержки бедных женщин в Бангладеш [3].

Критериями идентификации социального предпринимательства являются:

1. Наличие поставленной социальной проблемы или миссии (цели);
2. Методы решения социальных задач;
3. Принципы функционирования (некоммерческая организация, коммерческая организация: социально ориентированная, бизнес с корпоративной социальной ответственностью (КСО);
4. Создание социальной и экономической устойчивости.

В современной экономической литературе существует множество подходов к определению социального предпринимательства, которые можно разделить на две группы:

– понимание социального предпринимательства в узком смысле – это второй критерий идентификации, как метод решения некоммерческими организациями инновационных подходов с целью получения дохода [4].

– понимание социального предпринимательства в широком смысле, как социальной ориентированной инновационной деятельности, как в коммерческом, так и в некоммерческом секторе [5, с. 268].

Наиболее известное определение социального предпринимательства принадлежит американцу Г. Дизу [6].

По Дизу, социальное предпринимательство — это применение лучших практик традиционного предпринимательства для достижения социальных целей или выполнения социальной миссии [6].

Г. Диз выделил пять факторов, определяющих социальное предпринимательство:

- принятие на себя миссии создания и поддержания социальной ценности (блага);
- выявление и использование новых возможностей для реализации выбранной

миссии;

- осуществление непрерывного процесса инноваций, адаптации и обучения;
- решительность действий, не ограничиваемая располагаемыми ресурсами;
- высокая ответственность предпринимателя за результаты своей деятельности — как перед непосредственными клиентами, так и перед обществом

Теоретическое исследование показало, что в настоящее время нет единства среди ученых и практиков в отношении предмета социального предпринимательства. В результате проведенного исследования было выделено три основных подхода к понятию «социальное предпринимательство».

Ряд авторов [7,8,9] в основу термина «социальное предпринимательство» вкладывает такое понятие, как процесс, который позволяет решить поставленную социальную задачу. Эта задача может быть реализована инновационным путем при применении современных инструментов и технологий традиционного предпринимательства.

Вторая группа авторов [3,10,11,12,13,15,16,17,18,19,20,21] подразумевает, что социальное предпринимательство – указывает на баланс между коммерческой и некоммерческой деятельностью, которая направленная на решение социальных проблем и может способствовать повышению качества жизни, созданию рабочих мест и т.д. При этом деятельность может быть предпринимательская (коммерческая), так и некоммерческая. Субъекты социального предпринимательства должны обладать следующими признаками: социальное воздействие, инновационность, самокупаемость и финансовая устойчивость, масштабируемость и тиражируемость, предпринимательский подход.

Третья группа авторов [22,23,24] говорит о социальном предпринимательстве в первую очередь, как о бизнесе, делая акцент, что это либо малый, либо средний бизнес, содействующий расширению спектра социальных услуг и трудоустройству незащищенных слоев населения. На второе же место ставится выполнение поставленных социальных задач, чаще всего посредством полученной прибыли.

По мнению авторов статьи, социальное предпринимательство – это вид деятельности, инициированный на решение важных социальных проблем на принципе самофинансирования, при условии создания социальной и экономической устойчивости.

Данное определение основано на критериях идентификации социального предпринимательства. При одновременном их выполнении можно говорить о соответствии выбранного субъекта и отнесения его деятельности к социальному предпринимательству.

Список использованных источников

1. Innovators for the Public. «What is a social entrepreneur?» / Ashoka. [Электронный ресурс]. - 2000. – Режим доступа: http://www.ashoka.org/fellows/social_entrepreneur.cfm. - Дата доступа: 22.04.2017
2. Mair, J. Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. / J. Mair, I. Marty // Journal of World Business. – 2006. - № 4. – P. 36–44
3. Юнус М., Создавая мир без бедности. Социальный бизнес и будущее капитализма / М. Юнус., А. Жоли, пер. И. Савельева. — Москва: Альпина Паблицер, 2009. — 307 с.
4. Thompson, J. The world of the social entrepreneur / J. Thompson // International Journal of Public Sector Management - 2002. - № 15 (5) – P. 412– 431.
5. Certo, S. Social entrepreneurship: Key issues and concepts. / S. Certo, T. Miller T. // Business Horizon. - 2008.- № 51 (4) – P. 267–271.
6. The Meaning of Social Entrepreneurship. Stanford: Stanford University Graduate School of Business / J. Dees. [Электронный ресурс]. - 1998. – Режим доступа: http://www.caseatduke.org/documents/dees_SE.pdf. - Дата доступа: 11.04.2017.
7. Робинсон, Дж. Социальное предпринимательство: условия нужно не ждать, а создавать / Дж. Робинсон. [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: http://opora-sozidanie.ru/?p=5329#.V-aC-_mLTIU. - Дата доступа: 11.04.2017.
8. Обзор опыта и концепции социального предпринимательства с учетом возможности его применения в России / Дж. Мэйр, И. [Электронный ресурс]. 2016. – Режим доступа: <https://www.hse.ru/data/378/039/1237/soc-pred.pdf>. Дата доступа: 20.04.2017.
9. Литвак, В. К. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]. / В.К. Литвак. – 2016. – Режим доступа: <http://www.vk-msk.siteedit.ru>. - Дата доступа: 11.04.2017.
10. Манахова, И. В. Социальное предпринимательство как экономическое явление / И. В. Манахова // Вестник ПАГС. – 2011. – С. 166-177
11. Фонд «Наше будущее»- фонд региональных и социальных программ.- 2017. - Режим

доступа: <http://www.nb-fund.ru>. - Дата доступа: 18.04.2017.

12. Формы и виды социального предпринимательства / А.Г. Скнарин // Вестник ЮФУ. – 2015. – С. 3-10

13. Alter, S. K. Social Enterprise Typology. Virtue Ventures LLC./ S. K. Alter/- Nov.27, 2007. – p. 265

14. Закон об развитии социального предпринимательства в Республике Корея от 07.01.2007 г. . – 2007. – Режим доступа: www.law.go.kr/engLsInfoPWah.do?lsiSeq=78333. Дата доступа: 16.04.2017.

15. Boschee, J. (1998). Merging Italicssion and money: A board member'sguide to social entrepreneurship.

16. Давронов, Б. Б. Развитие социального предпринимательства: зарубежный опыт и российские тенденции / Б. Б. Давронов, О. М. Чикова // Научный журнал Сервис Plus. – 2014. - № 1 – С. 36-46

17. Социальное предпринимательство // Новый бизнес социальное предпринимательство [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: <http://www.nb-forum.ru/social> - Дата доступа: 11.09.2017.

18. Kerlin, J. A. Social enterprise: a global comparison / Janelle A. Kerlin. —Medford, MA : Tufts University Press, 2009. - 211 p.

19. «Навстречу переменам» / Т. Бурмистрова. – 2016.- Режим доступа:<http://www.social-idea.ru/monthlynews/Podkhody-i-opredelenie-socialnogo-predprinimatelstva>. - Дата доступа: 17.04.2017.

20. Центра социального предпринимательства и социальных инноваций НИУ ВШЭ / А. Маковская. – Режим доступа: <http://www.social-idea.ru/monthlynews/Podkhody-i-opredelenie-socialnogo-predprinimatelstva>. - Дата доступа: 11.09.2017.

21. Zahra, S.A. Typology of Social Entrepreneurs: motives, search processes and ethical challenges / S. Zahra, E. Gedajlovic, D. Neubaum, J. Shulman // Journal of Business Venturing, - 2009.- № 25 (5) – С. 519-532

22. Бунта, Н. Социальное предпринимательство в Беларуси: жизнеспособные модели и секреты успеха / Н. Бунта // Центр экологических решений [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: <http://ecoidea.by/blogs/379>. – Дата доступа: 14.04.2017.

23. Гурина А. В. Проблемы социального предпринимательства в России и пути его реформирования [Текст] // Актуальные проблемы права: материалы IV междунар. науч. конф. (г. Москва, ноябрь 2015 г.). — М.: Буки-Веди, 2015. — С. 91-93.

24. Развитие социального бизнеса и предпринимательства / О. Рябова.[Электронный ресурс].- Режим доступа:<http://www.social-idea.ru/monthlynews/Podkhody-i-opredelenie-socialnogo-predprinimatelstva>. - Дата доступа: 11.09.2017.

УДК 658.152

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОЦЕНКИ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Кахро А.А., доц., Кузнецов Н.С., студ.

Витебский государственный технологический университет,

г. Витебск, Республика Беларусь

Реферат. В статье рассмотрено понятие инновационного потенциала, выделены основные элементы инновационного потенциала и рассмотрены основные показатели, их характеризующие, а также сделаны краткие выводы по состоянию инновационного потенциала на примере организации ОАО завод «ВИЗАС».

Ключевые слова: инновации, инновационный потенциал, элементы инновационного потенциала, оценка.

Важность исследования и оценки инновационного потенциала заключается в том, что различного рода инновации позволяют организациям оставаться эффективными и производить конкурентоспособные товары или оказывать услуги.

Чтобы объективно оценить уровень инновационного потенциала (ИП) всей организации и