

уровня рисков и реализацию финансовых механизмов компенсации ущерба при возникновении неблагоприятных событий.

Нужно отметить, что в настоящее время риск-менеджеры предприятий МСБ стали активно применять использовать в работе достаточно широкий спектр практических инструментов, используемых при анализе проектных рисков: метод экспертных оценок, SWOT-анализ, метод аналогий и т.д. Кроме того, широкое применение получает реализация инновационных проектов, которые позволяют вывести предприятие МСБ на качественно новый уровень эффективного развития, а это, в свою очередь, является условием обеспечения выхода из возникшей турбулентности.

Статья написана в рамках проекта «Моделирование системы управления рисками малого и среднего бизнеса в условиях повышенной турбулентности внешней среды» (МК-4882.2016.6) при финансовой поддержке гранта Президента России Федерации).

Список использованных источников

1. Васильков, Ю. В. Система менеджмента рисков как инструмент управления экономической предприятия / Ю. В. Васильков, Л.С. Гущина // Методы менеджмента качества. – 2012. – № 2. – С. 10-15.
2. Горбатенко, А. Н. Управление рисками как фактор повышения конкурентоспособности компаний / А. Н. Горбатенко // Микроэкономика. – 2013. – № 2. – С. 27-32.
3. Леонова, Ж. К. Инновационное малое предпринимательство как стратегический ресурс экономической безопасности / Ж. К. Леонова // Нац. интересы: приоритеты и безопасность. – 2011. – № 6. – С. 61-66.
4. Обухов, А. А. Организация системы риск-менеджмента в современном предпринимательстве / А. А. Обухов // «Теоретические и прикладные вопросы образования и науки», UCOM, Тамбов, 2014.
5. Одинцова, М. А. Методика управления рисками для малого и среднего бизнеса / М. А. Одинцова // Экономический журнал. – 2014. – №3 (35). – С. 38-47.
6. Щетинина, Е. Д. Система факторов и причин возникновения турбулентности как меры хаотичности и неопределенности развития экономики / Е. Д. Щетинина, С. А. Кучерявенко, Т. Б. Климова Т. Б., А. В. Коннова // Белгород: Белгородский государственный технологический университет. – 2016. – №7. – С. 203-209.
7. Щетинина, Е. Д. Формирование алгоритма управления рисками предприятий малого и среднего бизнеса / Е. Д. Щетинина, С. А. Кучерявенко, С. Г. Стенюшкина// Белгород: Белгородский государственный технологический университет. – 2016. – №11. – С. 224-228.
8. Экажева, Т. Д. Управление рисками на предприятиях малого бизнеса / Т. Д. Экажева // Экономика и предпринимательство. – 2014. – № 5 ч.1 (46-1). – С. 755-761.

УДК 334

ОПЕРАЦИОНАЛИЗАЦИЯ ПОНЯТИЯ «СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО» НА ОСНОВЕ КОМПЛЕКСНОГО ПОДХОДА

Краенкова К.И., асс., Ванкевич Е.В. д.э.н., проф.

Витебский государственный технологический университет,

г. Витебск, Республика Беларусь

Ключевые слова: социальное предпринимательство, комплексный подход, качественная сторона, количественная сторона.

Реферат. Отсутствие четких границ термина «социальное предпринимательство» препятствует институционализации данного явления и ограничивает развитие эмпирических и теоретических исследований в данной области в отечественной практике. Разработанный теоретический подход операционализации категории «Социальное предпринимательство»

ство» позволяет уточнить его сущность, обосновать перечень показателей для расчета уровня социализации бизнеса, который базируется на статистически доступных данных и позволяет измерить степень развития социального предпринимательства, оценить его уровень. Применение данного комплексного подхода обеспечивает объективность, сопоставимость оценок и простоту их использования для принятия решений целевыми группами.

В современной экономической литературе существует множество подходов к определению социального предпринимательства, которые с определенной долей допущения можно разделить на две группы.

Во-первых, понимание *социального предпринимательства в узком смысле* – как метода решения некоммерческими организациями инновационных подходов с целью получения дохода [1].

Во-вторых, понимание *социального предпринимательства в широком смысле*, как социальной ориентированной инновационной деятельности как в коммерческом, так и в некоммерческом секторе. [2].

Исследование подходов к определению социального предпринимательства показало, что в настоящее время нет единства среди ученых и практиков в отношении предмета социального предпринимательства, что не позволяет провести четкую границу между социальным предпринимательством и другими экономическими агентами. Решению данной задачи может способствовать разработка комплексного подхода к идентификации понятия «социальное предпринимательство» (рисунок 1).

В ходе анализа существующих исследований в области социального предпринимательства было выявлено несколько характерных признаков данного феномена: 1) социальное предпринимательство направлено на решение каких – либо социальных проблем или достижение социальных целей [3, 4, 5, 6, 7, 8, 9]; 2) социальное предпринимательство находится на стыке некоммерческого и коммерческого секторов экономики, следовательно, может принимать форму НКО, так и коммерческую организационную форму [10, 11, 12, 13, 14, 15]; 3) использование предпринимательского подхода в деятельности, т.е. создание финансовой самостоятельности, достижение социальной и экономической устойчивости. Организация получает прибыль и направляет ее на решение поставленных социальных задач, либо на развитие деятельности [10, 16, 17, 18, 19]; 4) использование инноваций для решения социальных проблем [11, 14, 20, 21, 22]; 5) масштабируемость и тиражируемость деятельности субъекта социального предпринимательства [4, 18, 23].

Исходя из рассмотренного опыта с точки зрения качественной стороны определения «социальное предпринимательство» следует выделить следующие признаки:

1. Наличие поставленной социальной проблемы - деятельность организации направлена на поддержку и защиту социально незащищенных слоев населения (СНСН), либо всего общества в целом;
2. Образование субъекта хозяйствования (некоммерческая организация, коммерческая организация);
3. Предпринимательский подход;
4. Применение инновационных подходов к решению социальной проблемы.

В соответствии с выделенными признаками, социальное предпринимательство можно определить, как вид предпринимательской деятельности, направленный на инновационное решение социальных проблем или достижение социальных целей.

Таким образом, данное определение основано на качественных критериях идентификации социального предпринимательства. При одновременном их выполнении можно говорить о соответствии выбранного субъекта и отнесения его деятельности к социальному предпринимательству. Эти критерии являются качественными и не позволяют оценить степень социализации деятельности, т.е. дать количественное измерение социально-экономического воздействия результатов деятельности субъекта.

В мировой практике исследование количественных критериев отнесения субъектов деятельности к социальному предпринимательству практически отсутствует. Поэтому была предпринята попытка количественной оценки социального предпринимательства с помощью проведения экспресс-анализа уровня социализации бизнеса.

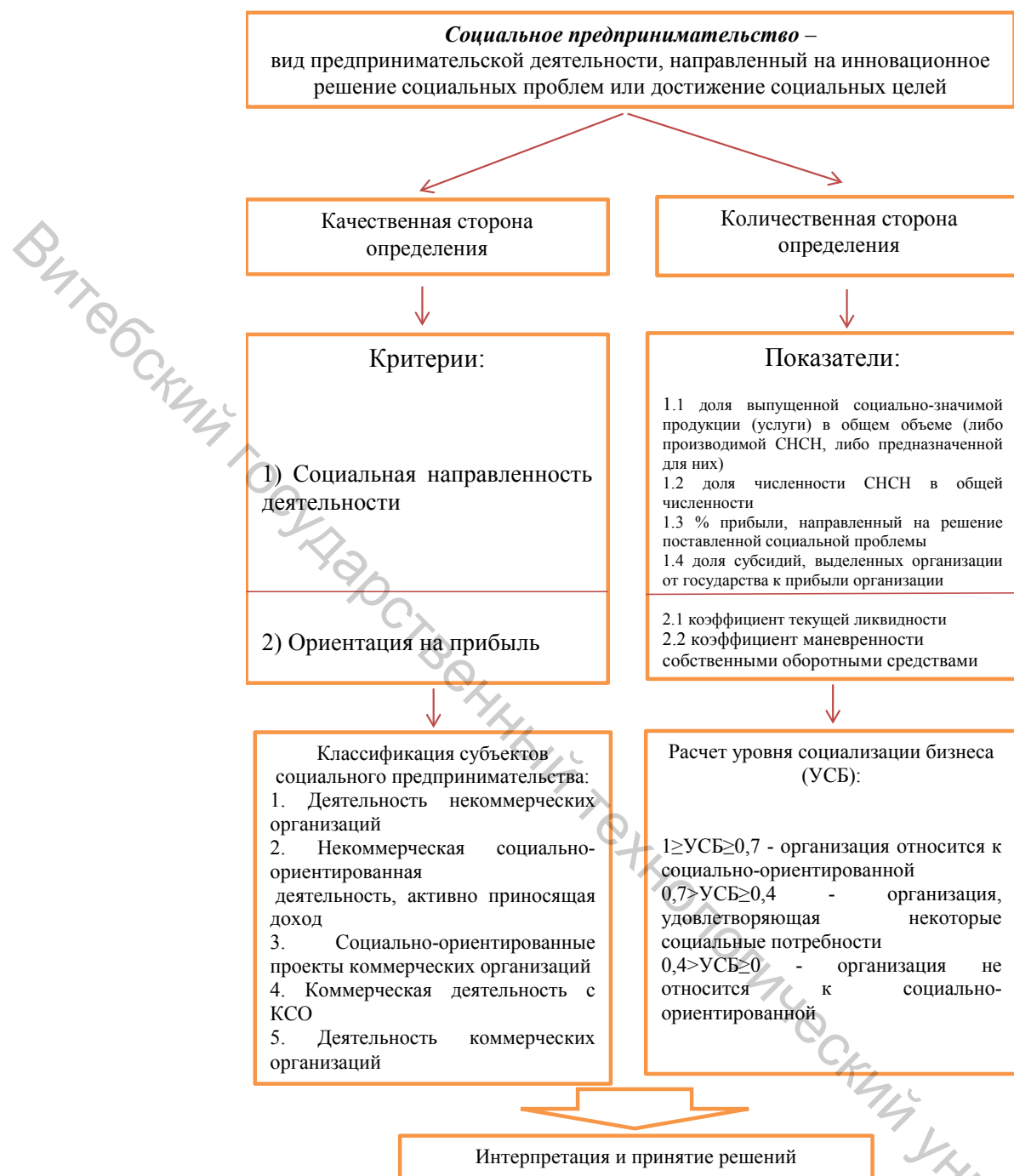


Рисунок 1 – Операционализация категории «Социальное предпринимательство» на основе комплексного подхода

Степень социализации бизнеса характеризует уровень целенаправленного решения социально-экономических проблем как самого субъекта предпринимательства, так и территории, где он функционирует.

Уровень социализации бизнеса может рассматриваться как интегральный показатель, характеризующий степень экономического и социального воздействия деятельности организации на стейкхолдеров [24].

Для оценки деятельности субъекта социального предпринимательства выбрано 6 показателей, которые условно можно разделить на 3 группы: экономические, социальные и бюджетные. Экономические показатели позволяют оценить финансовую самостоятельность организации, социальные и бюджетные показатели – масштаб и самостоятельность деятельности, которая направлена на решение социальных проблем или достижения социальных це-

лей. По итоговым значениям экспресс-анализа рассчитывается интегральный показатель уровня социализации бизнеса.

Значение предложенного показателя может варьироваться в пределах от 0 до 1. В таблице 1 представлена шкала оценки уровня социализации бизнеса.

Таблица 1 – Шкала оценки уровня социализации бизнеса

Значение показателя	Экономический смысл	Уровень социализации бизнеса
$1 \geq \text{УСБ} \geq 0,7$	Организация относится к социально-ориентированной	Высокий
$0,7 > \text{УСБ} \geq 0,4$	Организация, удовлетворяющая некоторые социальные потребности	Средний
$0,4 > \text{УСБ} \geq 0$	Организация не относится к социально-ориентированной	Низкий

Т.е. организации, у которых уровень социализации бизнеса более 0,4, можно отнести к субъектам социального предпринимательства.

Таким образом, согласно предложенного комплексного подхода авторское определение следует дополнить: социальное предпринимательство – это вид деятельности, направленный на инновационное решение социальных проблем на принципе самофинансирования при уровне социализации бизнеса не ниже 0,4.

Список использованных источников

1. Thompson, J. The world of the social entrepreneur / J. Thompson // International Journal of Public Sector Management - 2002. - № 15 (5) – P. 412– 431.
2. Certo, S. Social entrepreneurship: Key issues and concepts. / S. Certo, T. Miller T. // Business Horizon. - 2008.- № 51 (4) – P. 267–271.
3. Alvord S.H., Brown D.L., Letts C.W. Social Entrepreneurship and Societal Transformation: An Exploratory Study // Journal of Applied Behavioural Science. 2004. Vol. 40. P. 260-282
4. Bornstein D. How to Change the World: Social Entrepreneurs and the Power of New Ideas. Oxford, UK: Oxford University Press, 2004.
5. Hartigan P. It's About People, Not Profits // Business Strategy Review. 2006. Vol. 17 (4). P. 42-45.
6. Korosec R.L., Berman E.M. Municipal Support for Social Entrepreneurship // Public Administration Review. 2006. Vol. 66 (3). P. 448-462.
7. Martin R.J. Osberg S. Social Entrepreneurship: The Case for a Definition // Stanford Social Innovation Review, 2007. Vol. Spring. P. 29-39.
8. Robinson J. Navigating Social and Institutional Barriers to Markets: How Social Entrepreneurs Identify and Evaluate Opportunities // Mair J., Robinson J. & Hockerts K. (Eds.). Social Entrepreneurship. Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan, 2006.
9. Sharir M., Lerner M. Gauging the Success of Social Ventures Initiated by Individual Social Entrepreneurship // Journal of World Business. 2006. Vol. 41. P. 6-20
10. Austin J., Stevenson H., Wei-Skillern J. Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both? // Entrepreneurship Theory & Practice. 2006. Vol. 30. P. 1-22.
11. Dart R. The Legitimacy of Social Enterprise // Nonprofit Management & Leadership. 2004. Vol. 14 (4). P. 411-424
12. Haugh H. Social Enterprise: Beyond Economic Outcomes and Individual Returns // Mair J., Robinson J. & Hockerts K. (Eds.). Social Entrepreneurship. Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan, 2006.
13. Hockerts K. Entrepreneurial Opportunity in Social Purpose business Ventures // Mair J., Robinson J. & Hockerts K. (Eds.). Social Entrepreneurship. Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan, 2006.
14. Light P.C. Reshaping Social Entrepreneurship // Stanford Social Innovation Review. 2006. Vol. Fall. P. 46-51.
15. Seelos C., Mair J. Social Entrepreneurship: Creating New Business Models to Serve the Poor // Business Horizons. 2005. Vol. 48. P. 241-246.

16. Cho A.H. Politics, Values and Social Entrepreneurship: A Critical Appraisal // Mair J., Robinson J. & Hockerts K. (Eds.). Social Entrepreneurship. Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan, 2006. P. 34-56
17. Harding R. Social Enterprise: the New Economic Engine ? // Business and Strategy Review. 2004. Vol. 15 (4). P. 39-43.
18. Hibbert S., Hogg G., Quinn T. Social Entrepreneurship: Understanding Consumer Motives for Buying The Big Issue // Journal of Consumer Behaviour. 2005. Vol. 4 (3). P. 159-172.
19. Thompson J.L. The World of the Social Entrepreneur // The International Journal of Public Sector Management. 2002. Vol. 15. P. 412-431.
20. Mair J., Marti I. Social Entrepreneurship Research: a Source of Explanation, Prediction, and Delight // Journal of World Business. 2006. Vol. 41 (1). P. 36-44
21. Peredo A.M., McLean M. Social Entrepreneurship: A Critical Review of the Concept // Journal of World Business. 2006. Vol. 41. P. 56-65.
22. Perrini F., Vurro C. Social Entrepreneurship: Innovation and Social Change Across Theory and Practice // Mair J., Robinson J. & Hockerts K. (Eds.). Social Entrepreneurship. Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan, 2006.
23. Prabhu G.N. Social Entrepreneurship Leadership // Career Development International. 1999. Vol. 4 (3). P. 140-145.
24. Краенкова, К. И. Социальное предпринимательство: понятие и оценка: материалы международной научно-практической конф. преподавателей и студентов, посвящённой 50-летию университета Витеб. гос. технол. ун-т. – Витебск: ВГТУ, 2016. – 103 с.

УДК 004:677.001.7

ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТЕКСТИЛЬНЫХ ИЗДЕЛИЙ

*Лапаревич А.А., маг., Дягилев А.С., к.т.н., доц.,
Савицкая Т.Б., к.т.н., доц., Катович О.М., к.т.н., доц.
Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Ключевые слова: информационная система контроля качества, льняное волокно, эффективность производства.

Реферат. В работе рассмотрены современные инновационные методы контроля качества продукции, позволяющие увеличить эффективность мероприятий по контролю качества текстильной продукции и повысить ее конкурентоспособность.

Повышение качества текстильных изделий до уровня мировых стандартов, расширение их ассортимента является одним из условий эффективной работы текстильных предприятий Республики Беларусь. Конкуренция со стороны товаров из России, Средней Азии, Турции и Китая требует от текстильных предприятий применения инновационных методов повышения конкурентоспособности. В условиях жесткой конкуренции все более важную роль играет оперативное расширение и обновление ассортимента и повышение качества производимой продукции.

РУПТП «Оршанский льнокомбинат» является крупнейшим в Республике Беларусь и Восточной Европе текстильным предприятием по производству льняных тканей и изделий из них. Перерабатывая до 90 % длинного и до 50 % короткого отечественного льноволокна, комбинат выпускает практически весь ассортимент тканей, вырабатываемый из льна. Льняные изделия обладают высокими гигиеническими свойствами. Они гигроскопичны и воздухопроницаемы, обладают высокой прочностью, выдерживая многократные стирки, при этом сохраняют первоначальные размеры и цвет.