

## ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ПОНЯТИЯ «СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО»

Дорофеев Д.Н.<sup>1</sup>, Моисеева М.Б.<sup>2</sup>, Матвеев М.С.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Дорофеев Денис Николаевич – студент;

<sup>2</sup>Моисеева Мария Борисовна – студент;

<sup>3</sup>Матвеев Михаил Сергеевич – студент,

факультет социологии,

Санкт-Петербургский государственный университет,

г. Санкт-Петербург

**Аннотация:** в данной статье рассматривается развитие понятия «предпринимательство», выделяемые разными авторами ключевые особенности, а также процесс определения понятия «социальное предпринимательство», как один из видов предпринимательской деятельности. Приведены ключевые особенности социального предпринимательства, отделяющие его от других форм коммерческой деятельности, и составлено обобщенное определение на основе свойственных черт. Отмечены прикладные проблемы, которые способны решать социальные предприятия как в общем, так и непосредственно в России.

**Ключевые слова:** социальное предпринимательство, предпринимательство, понятие социального предпринимательства, социология.

УДК 364.29

В первую очередь, рассматривая это составное понятие, стоит отталкиваться непосредственно от самого определения предпринимательства для выявления искомых отличительных особенностей понятия более узкого «социального предпринимательства». Термин «предприниматель» был введен в научный оборот французским банкиром ирландского происхождения Р. Кантьееном в книге «Очерки общей природы коммерции» (1755 г.), а в ходе истории его содержание менялось. Например, в средние века предпринимателем считался организатор парадов и музыкальных представлений, а понятие, предложенное Кантьееном, обозначало человека, действующего в условиях риска [3, 104]. На протяжении следующих лет многие экономисты предлагали свои трактовки и характеристики предпринимателей: 1961 год (Д. Маклелланд) – это энергичный человек, действующий в условиях умеренного риска; 1964 год (П. Дракер) – это лицо, использующее любую возможность с максимальной выгодой; 1985 год (Р. Хизрич) – предпринимательство представляет собой процесс создания чего-то нового, что обладает стоимостью, а предприниматель – это человек, который затрачивает на это все необходимое время и энергию, получая в награду деньги и удовлетворение от достигнутого.

Считающийся настоящим классиком теории предпринимательства австрийский экономист моравского происхождения Й. Шумпетер в своей книге «Теория экономического развития» (1911 г.) главной функцией предпринимателя выделяет новаторский подход и поиск нестандартных решений, обеспечивающих экономическое развитие. «Производить – значит комбинировать имеющиеся в нашей сфере вещи и силы... Производить... – значит создавать другие комбинации из этих вещей и сил» [2, 104]. Инновации, в отличие от изобретений, всегда нацелены на удовлетворение существующих в обществе потребностей, и превращая изобретение в инновацию, предприниматель тем самым делает полученные знания более ценными для общества. Таким образом, предпринимательство – это тип ведения хозяйства в разных сферах деятельности (разрешенных законодательными актами), базируется на инновационном поведении осуществляемых субъектов рыночных отношений с целью удовлетворения потребностей конкретных потребителей и общества в целом товарами и услугами и нацеленных на получение прибыли.

Переходя к определению понятия «социального предпринимательства», обратимся к основополагающему для этого термина чертам, выделенным кандидатом экономических наук Московской Александрой Александровной. Во-первых, это преобладание социальной миссии на коммерческой составляющей, т.е. предпринимательство осуществляется с целью ликвидации конкретной реальной социальной проблемы, или же существенного снижения ее остроты. Извлечение экономической прибыли в данном случае отходит на второй план и не служит главным критерием определения эффективности предпринимательской деятельности. Важно отметить, укрепление социально-экономической защищенности целевой группы населения за счет обеспечения независимости от рынка не тождественно производству традиционно считаемых социально-значимых товаров и услуг. Примером могут служить коммерческие поликлиники и медицинские центры, которые выполняют функцию здравоохранения, но при этом не способствуют декоммодификации («процесс смягчения зависимости социально-экономического положения человека и воспроизводства его рабочей силы от рынка») труда. В то же время, предприятие, производящее и реализующие одежду малообеспеченным категориям населения по

сниженной стоимости в ущерб собственной выгоде, можно назвать социальным, т.к. данные отношения происходят на «смягченной» рыночной основе.

Во-вторых, социальная предпринимательская деятельность способна осуществляться за счет устойчивого коммерческого эффекта, самокупаемость и конкурентоспособность являются обязательными атрибутами. Гранты, государственное финансирование и пожертвования не исключены, но наибольший доход поступает от продажи товаров и услуг. Принципиальным отличием от финансирования некоммерческих организаций, не обладающих статусом «социальное предпринимательство», является взаимовыгодная основа и сопоставление издержек альтернативных решений тех или иных задач, стоящих на повестке для социальной политики государства. В тех случаях, когда люди из малообеспеченной категории населения не могут заплатить за товар, в котором остро нуждается, государство берет на себя роль посредника между непосредственным потребителем и производителем социального продукта по средствам размещаемого на конкурсной основе государственного заказа. За время работы социальных предприятий во многих странах было установлено, что зачастую они наиболее эффективно и рационально используют ресурсы, выделенные в рамках государственных программ.

Третьей отличительной чертой является новаторство, с которым комбинируются социальные и экономические ресурсы [1, 8]. Именно инновационность предлагается в качестве основной характеристики социальных предприятий, которые способны предложить качественно новый социальный продукт или качественно новую модель его предоставления. Одним из преимуществ является способность быстрого реагирования на быстро изменяющиеся проблемы малых социальных групп и держать их в поле зрения, что не всегда удается государственным организациям.

Таким образом, на основе вышеперечисленных критериев можно сформулировать определения «социального предпринимательства» следующим образом: это новый способ социально-экономической деятельности, в основе которой лежит решение конкретных значимых социальных проблем за счет новаторского подхода и достижения коммерческой самокупаемости предприятия. То есть главной задачей является уменьшение социальных проблем инновационным методом, изобретая или комбинируя социальные и экономические ресурсы так, чтобы создать самовоспроизводящий, способный к расширению и конкуренции механизм производства и предоставления социальных благ.

Если за рубежом социальное предпринимательство существует уже более 30 лет, то в России – не более 10 лет. Но уже сейчас можно говорить о накопленном опыте социальных инициатив в нашей стране за это самое десятилетие. В условиях нестабильной экономической ситуации в этот период времени спектр проблем, решение которых может быть выбрано в качестве цели социального предприятия, расширился.

#### *Список литературы*

1. *Московская А.А.* Социальное предпринимательство в России и мире. / Издательский дом ВШЭ. Москва, 2011.
2. *Тусупова Л.А.* Социальное предпринимательство социальная ответственность бизнеса. // «Вестник университета «Туран» Алматы, 2009.
3. *Экономическая социология: учебник / под редакцией Ю.В. Веселова // СПбГУ. Санкт-Петербург, 2013.*
4. *Шумпетер Й.А.* Теория экономического развития. М.: Дело, 1994.
5. *Вебер М.* Протестантская этика и дух капитализма. М.: Русская экономическая энциклопедия, 2006.