УДК: 334.012.4 DOI: 10.12737/19390

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: СУЩНОСТЬ И ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ

Кулькова В.Ю.[1]

В статье раскрыты сущность и характеристики социального предпринимательства на основе обзора теоретических разработок в зарубежной и отечественной науке по определению и выделению функций предпринимательства в сравнительном анализе с социальным предпринимательством. Обозначены такие характеристики социального предпринимательства, как: социально ответственный риск, социальные преобразования через реализацию социальных инноваций, ориентация на целевую группу – люди, попавшие в трудную жизненную ситуацию. Выделены функции социального предпринимательства: создание социальной ценности, через вовлечение целевой группы в предпринимательскую деятельность; инновационная; альтруизм.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ, проект 14– 02–00119.

Ключевые слова: предпринимательство, социальное предпринимательство, сфера услуг, социальные инновации, альтруизм

SOCIAL ENTERPRISE: ESSENCE AND FEATURES

KULKOVA V.Y. — Doctor of Economic Sciences, Professor of the Department of Socio–Economic Disciplines and Humanities of the Volga Region State Academy of Physical Culture, Sport and Tourism, (Russian Federation, Kazan), e–mail: nko.2016@mail.ru

The article reveals the essence and characteristics of social entrepreneurship based on a review of theoretical developments in the foreign and domestic science for the identification and isolation of business functions in a comparative analysis of the social enterprise. Such characteristics of social entrepreneurship are marked as socially responsible risk, social transformation through the implementation of social innovations, focus on the target group — people who are in difficult life situation. Social enterprise functions are allocated: creating social value, through the involvement of the target group in business; innovation; altruism.

The research is done with the financial support of RSSF, project 14–02–00119

Keywords: entrepreneurship, social entrepreneurship, services, social innovation, altruism.

В настоящее время в Российской Федерации на практике активизацию развития получает институт социального предпринимательства. В рамках государственной поддержки социального предпринимательства на федеральном уровне и в субъектах РФ инициируются: конкурсы продвижения проектов социальных предпринимателей; расширение доступа социального предпринимательства к участию в конкурсах на оказание государственных услуг; во многих субъектах РФ формируется инфраструктура социального предпринимательства при создании

Кулькова Варвара Юрьевна — доктор экономический наук, профессор кафедры социально-экономических и гуманитарных дисциплин, Поволжская государственная академия физической культуры, спорта и туризма, адрес: 420138, г.Казань, Деревня Универсиады, д. 35, e-mail:nko.2016@mail.ru.

Центров развития социальных технологий или социальных инноваций[1] или Центров социального предпринимательства и социальных инноваций[2]. Эмпирическое развитие практик социального предпринимательства в РФ происходит на фоне незавершенности теоретических разработок, что порождает неоднозначность его трактов и характеристик. Этот тренд вписывается в зарубежные практики, в которых социальное предпринимательство зарождается лишь в 90–х XX века. Так, исследователи Роджер Мартин и Салли Осбер[3] обращают внимание, что в связи с ростом популярности термин «социальное предпринимательство» приобрел в последние годы такой широкий круг значений, что стал употребляться практически в любом контексте, как только речь заходит о социально полезной деятельности. Учитывая вышеизложенное, целью статьи является — раскрыть сущность и основные характеристики социального предпринимательства.

Поставленная цель реализуется в следующей методике исследования. Обозначение сущности построено на обзоре теоретических разработок в зарубежной и отечественной науке по определению и выделению функций предпринимательства в сравнительном анализе с социальным предпринимательством.

Сущность социального предпринимательства

Исследование трактовок социального предпринимательства формируется на стыке определений предпринимательства и его социальной детерминированности.

Как известно, в 18 веке термин «предпринимательство» вводится в научный оборот Р. Кантильоном, которые выделяет такие имманентные характеристики, определяющие сущность предпринимательства, как: риск; направленность на достижение личной выгоды, получение дохода; поиск новых и лучших путей реализации своего дела. Подход Р. Кантильона получает развитие в трудах представителей французской научной школы, в частности, Ж.-Б. Сэя, который, разделяя ориентированность на личную выгоду, подчеркивает необходимость экономической эффективности через создание ценности. Создание ценности следует рассматривать как функцию предпринимательства.

В трудах классика теории предпринимательства Й. Шумпетера[4] позиция Р. Кантильона о поиске новых и лучших путей реализации своего дела получает «новое звучание» в выделении сущности предпринимательства в инновационности. Инновационность позиционируется как функция предпринимательства. Справедливости ради отмети, что, по Шумпетеру предпринимательство нацелено на реализацию предпринимательской способности, а получение дохода (достижение личной выгоды) предикативно и выступает средством оценки результата. Реализация предпринимательской способности рассматривается как функция предпринимательства.

Предикативность доходности предпринимательской деятельности поддерживается П. Друкером[5], который сущность предпринимательства сводил к преобразованию через новаторство в поиске изменений и использовании возможностей.

---

[1] Региональный центр развития социальных технологий — URL: http://www.socialkomi.ru/uchrezhdeniya/respublikanskie_uchrezhdeniya/ gbu_rk_regionalnyy_tsentr_razvitiya_sotsialnyh_tehnologiy/; Центр развития социальных инноваций «Технологии возможностей» — URL http://social-tech.ru/.

[2] Центр социального предпринимательства и социальных инноваций — URL: http://narfu.ru/finec/socialcenter.

[3] Martin R.L., Osberg S. Social Entrepreneurship: the Case for Definition // Stanford Social Innovation Review. Spring, 2007.

[4] Шумпетер Й. Теория экономического развития. — М.: Прогресс, 1982. — С. 35; Нуреев Р. Шумпетерианский предприниматель в теории и на практике. — Экономический Вестник РГУ. — 2004 . — Т.1. —№4 . – С. 23— 26.

[5] Друкер П. Бизнес и инновации. –М.: Вильямс, 2015. – С.13

Таким образом, исследование определений предпринимательства экономистов позволяет резюмировать сущность предпринимательства в таких характеристиках, как: риск, преобразования через инновации, реализация предпринимательской способности, предикативность доходности.

Обобщение характеристик предпринимательства позволяет выделить его функции: создание ценности; инновационная; реализация предпринимательской способности.

Характеристика предикативности доходности предпринимательства подводит к социальной детерминанте, тем самым к определению социального предпринимательства.

Предпринимательство и социальное предпринимательство: общность и отличия

В трактовках определений социального предпринимательства можно выделить несколько подходов.

Первый подход связан с позицией Роджера Мартина и Салли Осбера[1], заключающейся в обозначении нацеленности социального предпринимательства на социальные преобразования, что созвучно позиции Друкера. Социальные преобразования направлены на целевые группы: наименее защищенные и наименее благополучные слои населения, не имеющие финансовых ресурсов, либо политических рычагов для достижения «получаемой в результате трансформации ценности» собственными силами. Мотивацией социальных преобразований выступает не реализация предпринимательской способности, а альтруизм. Это обстоятельство сближает социальное предпринимательство и некоммерческие организации[2], что представляет самостоятельный и дальнейший предмет исследования.

Второй подход — наиболее цитируемое определение Г. Диза[3][4], которое дается по выделению факторов, определяющих социальное предпринимательство, которые имманентны и предпринимательству в целом:

— 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. Этот фактор нами обозначен как социально ответственный риск.

Третий подход, транслируется исследователями отечественной школы Московской А.А., Баталиной М., Тарадиной Л.[5], направлен на выделение особенностей «социального предпринимательства» от «предпринимательства» в характеристике «предвосхищаемой и производимой ценности» (блага). Исследователи поясняют: «В случае обычного предпринимательства это – рыночная ценность, которая может быть выражена в категории дохода и прибыли (что и вводит в заблуждение при сравнении мотивации двух видов предпринимателей).

---

[1] Martin R.L., Osberg S. Social Entrepreneurship: the Case for Definition // Stanford Social Innovation Review. Spring, 2007.

[2] Кулькова В.Ю. Структура и основные характеристики некоммерческого сектора в РФ //Среднерусский вестник общественных наук. — 2014. — № 3. — С. 233 —241.

[3] Dees J.G. The meaning of social entrepreneurship. Center for the Advancement of Social Entrepreneurship, Duke University's Fuqua School of Business, 2001. – 4 p. (revised vers.) (http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf

[4] Dees, J.G., Emerson, J. & Economy, P. Enterprising nonprofits: A toolkit for social entrepreneurs. New York: John Wiley & Sons, 2001.

[5] Московская А.А., Баталина М., Тарадина Л. Обзор опыта и концепций социального предпринимательства с учетом возможностей его применения в современной России// Препринт WP1/2008/02. — М.: ГУ ВШЭ, 2008. —С. 9. – URL: https://www.hse.ru/data/2010/05/04/1216403244/WP1_2008_02.pdf.

В случае социального предпринимательства это — ценность, выражаемая в преимуществе, которое получает значимая часть общества или общество в целом от произведенной социальным предпринимателем «крупномасштабной трансформации»».

Обобщая подходы к определению социального предпринимательства, следует заключить.

Первое. Определения социального предпринимательства созвучны классическим подходам к предпринимательству и позволяют выделить такие характеристики, как: социально ответственный риск, социальные преобразования через реализацию социальных инноваций, ориентация на целевую группу – людей, попавших в трудную жизненную ситуацию.

Второе. Социальное предпринимательство должно нести не только социальный эффект, ориентируясь на нишевой потребительский сегмент — целевую группу. Напомним, что реализации любого бизнеса, как правило, сопутствует достижение социального эффекта. На наш взгляд, целевая группа — люди, попавшие в трудную жизненную ситуацию, должны быть вовлечены в социальное предпринимательство через технологию самозанятости.

Третье. Функции социального предпринимательства: создание социальной ценности через вовлечение целевой группы в предпринимательскую деятельность; инновационная; альтруизм.

Библиография/References:

1. Друкер П. Бизнес и инновации. – М.: Вильямс, 2015.
2. Кулькова В.Ю. Структура и основные характеристики некоммерческого сектора в РФ // Среднерусский вестник общественных наук. – 2014. – № 3. – С. 233 – 241.
3. Московская А.А., Баталина М., Тарадина Л. Обзор опыта и концепций социального предпринимательства с учетом возможностей его применения в современной России // Препринт WP1/2008/02. — М.: ГУ ВШЭ, 2008.– URL: https://www.hse.ru/data/2010/05/04/1216403244/WP1_2008_02.pdf
4. Нуреев Р. Шумпетерианский предприниматель в теории и на практике // Экономический Вестник РГУ. – 2004 . – Т.1. – №4. – С. 23 – 26
5. Шумпетер Й. Теория экономического развития. – М.: Прогресс, 1982.
6. Dees J.G. The meaning of social entrepreneurship. Center for the Advancement of Social Entrepreneurship, Duke University's Fuqua School of Business, 2001. (revised vers.) (http://www.caseatduke.org/documents/dees_ sedef.pdf
7. Dees J.G., Emerson, J. & Economy, P. Enterprising nonprofits: A toolkit for social entrepreneurs. New York: John Wiley & Sons, 2001.
8. Martin R.L., Osberg S. Social Entrepreneurship: the Case for Definition // Stanford Social Innovation Review. Spring, 2007.

1. Druker, P. (2015) Biznes i innovatsii [Business and Innovation]. – M.: Vil'iams. (In Russ.)
2. Kul'kova, V.Iu (2014) Struktura i osnovnye harakteristiki nekommercheskogo sektora v RF [Key features and strukura non— profit sector in the Russian Federation] // Srednerusskii vestnik obshchestvennykh nauk [Central Russian Journal of Social Sciences]. – № 3. – P. 233 – 241 (In Russ.)
3. Moskovskaia, A.A., Batalina, M., Taradina, L. (2008) Obzor opyta i kontseptsii sotsial'nogo predprinimatel'stva s uchetom vozmozhnostei ego primeneniia v sovremennoi Rossii [Review of experiences and concepts of social entrepreneurship, taking into account the possibilities of its application in modern Russia] // Preprint WP1/2008/02. – M.: GU VShE, [Elektronnyi resurs]. – URL: https://www.hse.ru/data/2010/05/04/1216403244/WP1_2008_02.pdf (In Russ.)
4. Nureev, R.(2004) Shumpeterianskii predprinimatel' v teorii i na praktike [The Schumpeterian entrepreneur in the theory and practice] // Ekonomicheskii Vestnik RGU [Economic Heraldof Rostov State University]. – T.1. – №4 . – P. 23 – 26 (In Russ.)
5. Shumpeter, I. (1982) Teoriia ekonomicheskogo razvitiia [Theory of economic development]. – M.: Progress (In Russ.)