

Гончарова Елена Андреевна

Goncharova Elena Andreevna

Рыбинский государственный авиационный технологический университет

им. П.А. Соловьева

Solovjev Rybinsk State Aviation Technical University

ассистент кафедры

«Экономики, менеджмента и экономических информационных систем»

Assistant of the

Economics, Management and Economic Informational Systems Department

E-Mail: elena_goncharova12@mail.ru

Региональная экономика

Институциональные основы социализации устойчивого развития

Institutional framework of sustainable development socialization

Аннотация: В статье рассматриваются актуальные вопросы социализации финансовой и коммерческой сфер деятельности общества, получившие активное развитие в последнее десятилетие. Выявлены общие черты социального предпринимательства и социального финансирования, а также причины, обуславливающие рост популярности данных направлений. Проведен анализ понятийного аппарата социального предпринимательства, определены критерии выделения социальных предприятий среди других форм организаций.

The Abstract: The article deals with current issues of socialization of the financial and commercial sectors of the society, received strong development in the last decade. The common features of social entrepreneurship and social finance, and the reasons causing the rise in popularity of these areas were determined. The author analyzed the conceptions of social entrepreneurship, defined criteria for identifying social enterprises among other forms of organizations.

Ключевые слова: Социализация устойчивого развития, социальное предпринимательство, социальное предприятие, гибридные организации, социальное финансирование, социальная ответственность бизнеса.

Keywords: Socialization of sustainable development, social entrepreneurship, social enterprise, hybrid organizations, social finance, social responsibility of business.

В связи с всеобщей ориентацией стран на устойчивое развитие, возникает необходимость поиска инновационных решений во всех сферах деятельности общества. Все большую популярность обретает «социализированность» тех сфер и направлений деятельности, которые традиционно не затрагивали социальную сферу, или же их связь носила нерегулярный характер.

В обыденном сознании принято противопоставлять финансовую (коммерческую) и социальную сферы. Это связано с укоренившимися в умах населения стереотипами: по отношению к финансовой сфере возникает ассоциация «деньги ради денег», жажда наживы в ущерб общественному развитию; по отношению к социальной сфере возникают такие ассоциации как гуманизм, равенство, помощь. Мировой финансовый кризис, разразившийся в 2008 году, усугубил эту дихотомию.

Однако научное понимание связи финансовой (коммерческой) и социальной сферы подразумевает возможность их взаимодействия, примером чего может послужить появление около 10-15 лет назад в западной литературе, с одной стороны, термина «социальные финансы» или «социальные инвестиции», а с другой стороны, терминов «социальное предпринимательство» и «социальное предприятие». Важно заметить, что до сих пор не выработаны устойчивые значения приведенных терминов, впрочем, как и не определено отношение общества, научных и предпринимательских кругов к данной проблематике. В России область социальных финансов и социального предпринимательства является малоизученной.

Представленные выше направления – социальное предпринимательство и социальное инвестирование – были выбраны не случайно. Они во многом схожи и отражают наметившуюся с недавнего времени тенденцию интегрирования экономических и социальных процессы. Среди общих черт, присущих данным направлениям, можно отметить следующие:

- Сравнительно недолгий срок изучения и накопления эмпирических данных (15-20 лет), что порождает многообразие подходов к исследованию данных явлений, которые необходимо упорядочить и классифицировать. Большую сложность в исследовании рассматриваемых явлений представляет теоретическое осмысление разрозненных эмпирических данных и научных представлений о проблеме, во многом определяемых социально-экономической и историко-политической спецификой изучаемой территории.

- Рассмотрение предпринимательства и финансовой сферы с точки зрения приоритета в их деятельности социальной составляющей не является традиционным, более того, некоторые ученые отрицают саму возможность существования такого явления.

- Быстрый рост популярности данных направлений, обусловленный, как уже было сказано, необходимостью поиска новаторских решений для обеспечения устойчивого развития общества. Сегодня оба этих направления являются своего рода мейнстримом в экономической области науки.

- Отдельные аспекты социальных финансов, а в особенности социального предпринимательства изучаются разноплановыми науками: социологией, социальной экономикой, региональной экономикой, экономикой предприятия и другими. Объединить теоретические разработки на данном этапе не представляется возможным.

Несомненно, социальное финансирование и социальное предпринимательство, являясь по сути разными категориями, связаны друг с другом. Определения характера и степени их взаимосвязи вызывает высокий научный интерес.

В рамках статьи нами будет рассмотрен вопрос о сущности социального предпринимательства.

Предпосылки появления такого явления как социальное предпринимательство широко освещаются у А.А. Московской [1, с. 18]. Представим некоторые из них:

- низкая восприимчивость целого ряда социальных проблем к традиционным мерам воздействия, используемым в государственном и некоммерческом секторах в отношении бедности, безработицы, социальной исключенности и других устойчивых проблем уязвимых категорий населения;

- расширение социальных потребностей населения, прежде всего развитых стран, как по величине, так и по разнообразию – отсюда потребность в индивидуализации и диверсификации социальных услуг;

- рост числа некоммерческих организаций (далее – НКО) и конкуренции между ними за ресурсы государства и благотворительных фондов;

- коммерциализация сферы общественных услуг и, как следствие, рост конкуренции между НКО и бизнесом в удовлетворении общественных потребностей, которую НКО нередко проигрывают.

В самом общем виде А.А. Московская рассматривает понятия «социальное предпринимательство» и «социальное предприятие» как сопряженные, при этом социальное предпринимательство предстает в виде процесса, деятельности, а социальное предприятие – в виде его носителя, организационной структуры, «в рамках и посредством которой соответствующая деятельность воспроизводится и достигает социального и экономического результата» [1, с. 16]. Она приводит, на наш взгляд, весьма удачное определение социального предпринимательства: «это новый способ социально-экономической деятельности, в котором соединяется социальное назначение организации с предпринимательским новаторством и достижением устойчивой самоокупаемости».

В целом ряде работ, особенно это характерно для США, социальное предпринимательство (social entrepreneurship) отождествляется с социальным предприятием (social enterprise). Однако, по мнению, Алекса Николса, социальное предприятие соотносится с социальным предпринимательством как часть и целое [7, с.16], при этом под социальным предприятием он понимает организацию, использующую рыночные механизмы для решения социальных проблем.

Последние 15 лет широко обсуждаются организационные формы социального предпринимательства. В центре дискуссии находятся вопросы финансирования и сущности социального предприятия. Среди черт, присущих социальному предприятию, выделяют новаторство, первенство социальной миссии над коммерцией, его самоокупаемость.

Первенство социальной миссии над коммерцией означает высокую степень социальной направленности в деятельности организации на умышленное и эффективное решение проблемы или существенное снижение ее остроты в интересах общества. Социальное предприятие, в отличие от традиционного бизнеса, нацелено на получение социального результата. При этом финансовая отдача от деятельности социального предприятия направляется на социальные цели, а не распределяется между собственниками или акционерами. В последнее время в среде коммерческих компаний наметилась тенденция включения социальных целей в их бизнес-миссию, однако этого не достаточно, чтобы такие компании могли считать себя социальным предприятием. В ходе дальнейшего анализа сущности социального предприятия мы выделим ключевые моменты, необходимые для перехода коммерческого предприятия в категорию социального.

Новаторство является ключевой чертой предпринимательства, позволяющего отделить его от рядовой бизнес-модели. Новаторство в социальном предпринимательстве предполагает применение нового способа сочетания ресурсов с целью получения социального и экономического результатов. Именно новаторство позволяет социальному предприятию решать те социальные проблемы, которые не в силах преодолеть государство, бизнес и некоммерческие организации (НКО) – традиционные сектора экономики. В экономический оборот вводятся материальные и человеческие ресурсы (в качестве примера последних А.А. Московская приводит отходы производства, социально исключенные группы, солидарность и доверие людей), которые ранее не использовались в таком качестве, создаются новые комбинации ресурсов. Тем самым социальное предпринимательство позволяет увеличить совокупную экономическую эффективность.

Модель финансирования, при которой социальные предприятия стараются перейти от модели финансирования за счет грантов к модели самоокупаемости, основанной на продаже товаров и оказании услуг, не исключает использование социальным предприятием грантов и

благотворительности в качестве дополнительного источника доходов. Коммерческая прибыль не является самоцелью такого предприятия, а лишь средством достижения независимости от внешних денежных притоков и устойчивости развития самого предприятия. Устойчивость социального предприятия является необходимым условием обеспечения способности служить социальной миссии, неопределенно долгое время решать социальные проблемы. Последнее обстоятельство определяет важность самокупаемости для социального предприятия и возможность отделения его от тех организаций, чья социальная деятельность финансируется исключительно из благотворительных фондов.

В силу молодости науки о социальном предпринимательстве, разнообразия социальных инициатив ученым свойственно рассматривать социальные предприятия односторонне, без возможности проведения комплексного анализа. Это часто приводит к тому, что в работах исследователей отдается предпочтение изучению не всех приведенных характеристик в совокупности, а только одной или двух, которые, по мнению авторов, являются приоритетными, определяющими облик социального предприятия. Так, например, социальные преобразования, получаемые в результате деятельности организации, являются, по мнению Р. Мартин и С. Осберг, главной отличительной чертой социального предприятия [6]. Грегори Диз, последователь шумпетеровской теории инноваций и предпринимательства, уделял большое внимание предпринимательской природе социального предприятия [4]. Дж. Мэйр и И. Марти помимо социальных результатов деятельности социального предприятия рассматривают новаторство, заключающееся в новой комбинации ресурсов [5]. Изучению такого аспекта, как доходность деятельности социального предприятия, посвящен целый ряд работ Дж. Босчи, который считал зарабатываемый доход главной, первостепенной целью любого социального предприятия [2,3].

В зависимости от того, какому из признаков социального предприятия отдается предпочтение, к социальному предпринимательству относят разные виды организаций. Многие связывают социальные предприятия с НКО; другие – с НКО, переходящими на самокупаемость, частичную или полную; третьи – с предпринимателями, практикующими социальную ответственность бизнеса.

Разрозненное рассмотрение аспектов социального предпринимательства приводит, в свою очередь, к появлению большого числа вариативных понятий «социальное предпринимательства» и «социального предприятия», что не может сказываться положительно на развитие данного научного направления. На наш взгляд, следует рассматривать новаторство, социальную ориентацию и самокупаемость в единстве, не выделяя среди приведенных черт главную и второстепенные. Такой подход поможет дистанцировать социальное предприятие от множества разнородных организаций, упорядочить накопленную информацию, создать более стройную концепцию социального предпринимательства. Таким образом, мы будем считать социальное предприятие институциональным проявлением социального предпринимательства, т.е. обладающим теми же чертами: новаторством, самокупаемостью и социальной направленностью.

Большой вклад в теорию социального предпринимательства внесла Ким Альтер, руководитель организации по поддержке социально-предпринимательских инициатив под названием Virtue Ventures (США). В своей работе она дала описание основных организаций, причисляемых к социальным предприятиям, классифицировала последние по различным основаниям [8]: по форме собственности, степени следования миссии, организационной структуре, степени интеграции социальной программы и бизнес-процессов, целевым рынкам и др. Подробное представление данных классификаций и их анализ выходит за пределы нашего исследования, однако нам представляется весьма интересными те основания, к которым прибегла К. Альтер для отделения социального предприятия от традиционного бизнеса и от НКО. По ее

мнению, социальное предпринимательство входит в состав так называемых «гибридных» организаций, находящихся на пересечении бизнеса и НКО. В наиболее общем виде различия между НКО, гибридными организациями и коммерческими организациями можно представить в таблице (составлена по материалам А.А. Московской [1]).

Таблица

Различия между НКО, гибридными организациями и коммерческими организациями

| Организации | Основанные на чистой филантропии | Гибридные | Основанные на чистой коммерции |
|---------------------------|---|--|----------------------------------|
| Мотивы | Добрая воля | Смешанная | Личная выгода |
| Методы | Определяются миссией | Определяются сочетанием миссии и рынка | Определяются рынком |
| Цели | Создание социальной ценности | Создание социальной и экономической ценности | Создание экономической ценности |
| Назначение дохода/прибыли | Направлен непосредственно на реализацию миссии НКО (определяется законом или организационной политикой) | Реинвестируется на реализацию миссии, либо на операционные расходы и/или удерживается для расширения и развития бизнеса (может частично перераспределяться между стейкхолдерами) | Распределяется между акционерами |

Однако не все гибридные организации являются социальными предприятиями. Схема, отражающая спектр гибридных организаций представлена на рисунке (составлена по материалам К. Альтер [8], адаптировано с учетом А.А. Московской [1]).

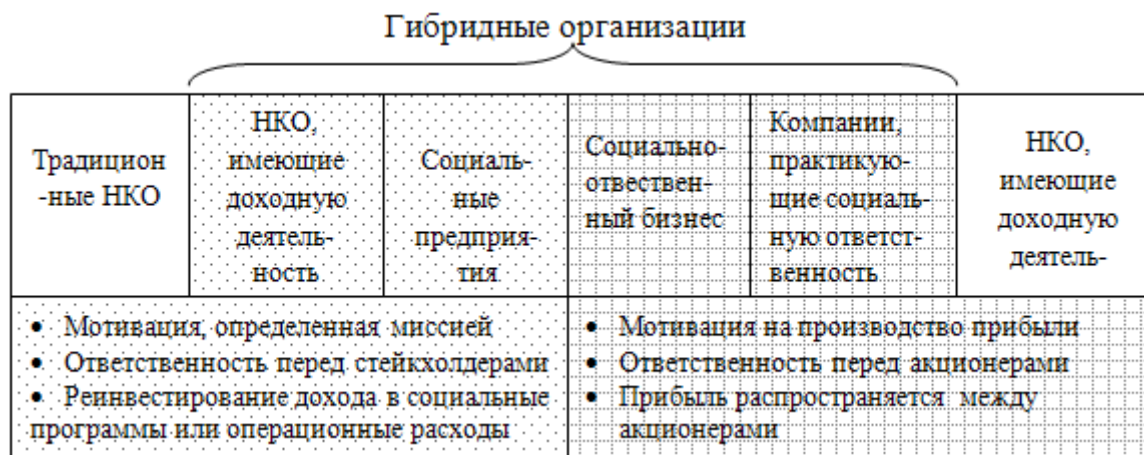


Рис. Спектр гибридных организаций

Суммируя выше сказанное, отметим наиболее характерные различия между социальными предприятиями и другими формами организации.

Различия между социальным предприятием и НКО состоят в следующем:

- Доходность деятельности. НКО, чья деятельность зависит от внешнего финансирования (грантов, благотворительности и т.п.) не могут быть самостоятельными и устойчивыми. По мнению Дж. Босчи и Дж. Макклурга, НКО только тогда может считаться социальным предприятием, когда деятельность организации будет финансироваться на постоянной за счет собственного заработка [3]. НКО, имеющая доходную деятельность по возмещению затрат в

разовом или периодически возобновляемом режиме не нельзя отнести к социальному предприятию, поскольку говорить об устойчивости подобной организации не приходится.

- Предпринимательский подход. НКО, осуществляющие систематическую деятельность по получения дохода, но не обладающие инновационным подходом к решению социальных проблем и готовностью перехода на функционирование в режиме бизнес-предприятия не могут считаться социальными предприятиями (см. рис.).

Среди различий между социальным предприятием и традиционным бизнесом можно выделить основные:

- Отношение к социальной миссии. Если все усилия социального предприятия непосредственно направлены на реализацию социальной миссии, решение конкретных социальных задач, то для традиционного предпринимателя достижение социальных результатов является не самоцелью, а дополнительной деятельностью, приносящей определенную выгоду (устойчивость на рынке, имидж и репутация компании, лояльность потребителей и т.д.).

- Распределение полученной прибыли. Традиционные предприниматели нацелены больше на получение финансового результата, а прибыль распределяется между акционерами предприятия. Социальные предприниматели нацелены на получение двойной отдачи – социальной и финансовой («double-bottom line concept» - концепция «двойного итога» или «двойственной результативности»), прибыль реинвестируется в реализацию социальной миссии.

В отличие от компаний, практикующих социальную ответственность (ориентированы на получение финансовых результатов, в то же время занимаются филантропией), социально ответственный бизнес не только участвует в финансировании НКО, создает собственные благотворительные фонды и венчурные предприятия, но меняет стратегию и практику ведения бизнеса, включая социальную составляющую в бизнес-миссию компании и переориентируя в связи с этим свои организационные и производственные процессы. Грань между социальным предприятием и социально ответственным бизнесом в том виде, в котором мы его представили, весьма тонка. На наш взгляд, различие нужно искать в соотношении социальных и финансовых целей в миссии компании и в том, каким образом распределяется полученная организациями прибыль.

Как правило, в России под социально ответственным бизнесом понимают именно компании, практикующие социальную ответственность, а не собственно социально ориентированный бизнес в трактовке К. Альтер, который не получил пока должного распространения. Думается, причинами сложившейся ситуации являются переходный характер экономики и недостаточность накопленного капитала, отсутствие традиций корпоративной филантропии и добровольной помощи, недостаточном уровне развития сознания российского общества.

Таким образом, представленные в статье категории социального предпринимательства и социального финансирования, составляющие институциональные основы социализации устойчивого развития, являются современным и актуальным направлением научного исследования, требующим дальнейшего изучения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования [Текст] / отв. ред. А. А. Московская; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2011. — 284 с.
2. Boschee, Jerr. «Eight basic principles for nonprofit entrepreneurs» Nonprofit World, July-August 2001, pp. 15-18.
3. Boschee J., McClurg J. Toward a better understanding of social entrepreneurship: some important distinctions. 2003.
4. 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.) // URL: http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf (дата обращения: 01.10.2012)
5. Mair J., Marty I. Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Prediction, and delight // Journal of World Business. 2006. Vol. 41. P. 36–44.
6. Martin R.L., Osberg S. Social Entrepreneurship: the Case for Definition. Stanford Social Innovation Review. 2007. Spring.
7. Nicholls A. The Landscape of Social Investment: A Holistic Topology of Opportunities and Challenges. Skoll Centre for Social Entrepreneurship. 2008
8. The Four Lenses Strategic Framework. Toward an Integrated Social Enterprise Methodology // URL: <http://www.4lenses.org/setypology> (дата обращения: 01.10.2012)

Рецензент: Леонтьева Лидия Сергеевна, зав. кафедрой «Общего менеджмента и предпринимательства», д. э. н., профессор. Московский государственный университет экономики, статистики и информатики (МЭСИ).