

многие люди продолжают заниматься трудовой деятельностью, подтверждает своевременность принятия решения о поэтапном увеличении пенсионного возраста в республике. С учётом изложенных фактов, а также того, что численность занятых в сфере архитектуры и предоставления инженерных услуг остаётся практически неизменной, преимущественное внимание должно уделяться вопросам формирования кадровой среды посредством привлечения новых работников и закрепления в кадровом составе уже работающих лиц.

О.Г. Черненко

*УО «Белорусский государственный университет»
(Республика Беларусь, Минск)*

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Экономическое развитие социально-ориентированного государства, которым является Республика Беларусь, на современном этапе не представляется возможным без акселерации такой формы активной экономической деятельности, как «социальное предпринимательство». Интегрируя в себе две стороны – социальную ориентацию и упор на получение устойчивого дохода – такая форма предпринимательства призвана частично высвободить силы и ресурсы государства в вопросе решения отдельных социально-экономических задач.

На законодательном уровне на сегодняшний момент, к сожалению, четкого определения такой формы предпринимательства в Республике Беларусь нет, но, анализируя опыт стран мира и имеющуюся литературу по этому вопросу, можно сформулировать определение следующим образом: «Социальное предпринимательство – это новаторская деятельность, изначально направленная на решение или смягчение социальных проблем общества на условиях самокупаемости и устойчивости» [1].

Следует различать понятия «благотворительность», «социальная поддержка/помощь», «социальное предпринимательство». В то время, как «благотворительность» – это безвозмездное оказание материальной помощи нуждающимся в ней со стороны частных лиц или специальных фондов, «социальная поддержка/помощь» – безвозмездная помощь в денежной или натуральной форме гражданам, оказавшимся в трудной жизненной ситуации со стороны государства, «социальное предпринимательство» в первую очередь остается предпринимательством и призвано обеспечить стабильный доход за счет деятельности с социальной направленностью тем лицам, которые его осуществляют.

В связи с вышесказанным принято выделять следующие критерии социального предпринимательства (например, [1]):

1) социальная миссия. До сих пор в научной литературе нет четкой трактовки это понятия, часто оно отождествляется с термином «социальная ответственность». Однако нам видится, что «миссия», как понятие более широкое представляет собой самоцель существования такой предпринимательской структуры, приоритет решения социальных вопросов над всеми остальными, в то время как «ответственность» – лишь добровольный вклад в социальные сферы жизни общества в целом, реализация обязательств перед работниками, партнерами, общественностью;

2) предпринимательский подход, как набор определенных принципов, идей и мировоззрений, которые появляются у людей, занимающихся практической деятельностью, в первую очередь должен включать умение искать и находить выгодные деловые возможности, расширять масштабы и сферы деятельности, готовность пойти на риск для достижения деловых целей, инициативность и непрерывное стремление к развитию и новаторству. В сфере социальной поддержки/помощи эти критерии не представляются необходимыми в силу разработанных и утвержденных государственных программ, отступление от которых не допускается. Благотворительность же скорее воспринимается как веление души, является менее систематическим действием и не поддается четкому объяснению выбора объекта помощи;

3) инновационность, которую следует рассматривать с позиции новаторства в решении социальных вопросов, поиска новых комбинаций ресурсов, предложения и развития новых услуг для социально-незащищенных граждан или регионов, не следует

ожидать в благотворительности и социальной поддержке/помощи по тем же причинам, что описаны выше. Предпринимательство же само по себе априори должно быть инновационно;

4) тиражируемость. В понимании данного критерия следует отойти от привычного его смысла – возможности многократного повторения, и перейти к теории корпоративного менеджмента. В данном случае принято разделять «тиражируемость предложения» – отсутствие уникальности, потребности в сильно дефицитных факторах производства и «тиражируемость спроса» – показатель оценки проекта с точки зрения отношения к размеру рынка. Чем меньше бизнес по отношению к рынку (решает узкий круг вопросов или удовлетворяет потребности узкой социальной группы), чем более распространенные ресурсы он использует (женский труд, занятость школьников), тем проще переводить его в такие формы распространения, как франчайзинг, передавать опыт;

5) самокупаемость и финансовая устойчивость. В связи с тем, что мы рассматриваем предпринимательство, которое призвано быть постоянным видом деятельности субъекта хозяйствования, а не разовые финансовые безвозмездные вливания, данные критерии является необходимым условием эффективного функционирования. Расходование ресурсов – трудовых, финансовых, временных, интеллектуальных должно приносить выгоду. Отличие социального предпринимательства от обычного заключается лишь в двусторонней выгоде – как предпринимателя, так и социума. Получаемая прибыль в данном виде деятельности – не цель, но средство реализации и достижения социальной миссии, отсутствие необходимости донорских вливаний.

Положительным фактором развития социального предпринимательства в Республике Беларусь является рост интереса к этому виду деятельности как со стороны частного бизнеса, общественных фондов, объединений, так и государственных структур. Созданы структуры поддержки социального предпринимательства, проводятся конкурсы социальных идей, выделяются гранты из международных и отечественных фондов на развитие данного вида деятельности, организуется образовательная база.

Литература:

1 Социальное предпринимательство [Электронный ресурс] // Портал «Новый бизнес: социальное предпринимательство». – Режим доступа: <http://www.nb-forum.ru/social/#ixzz4EqAJIUGb>. – Дата доступа: 18.07.2016.