

Последовательное институциональное, организационное и методическое развитие национальной системы бизнес-образования является важным условием превращения этого перспективного образовательного формата в один из мощных факторов инновационного развития Беларуси, а также ее экспортного потенциала в области образовательных услуг.

*А. С. Лаптёнок, д-р филос. наук, доцент  
БГЭУ (Минск)*

## **ФЕНОМЕН БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ БЕЛОРУССКОЙ ЭКОНОМИКЕ**

Меценатство и благотворительность от истоков развития человеческого сообщества и до настоящего времени выступают в качестве значимого элемента социального взаимодействия. Вместе с тем в современной ситуации, с появлением новых коммуникативных технологий они получают новое развитие.

Мотивация субъектов благотворительной деятельности разнообразна и определяется прежде всего личностным социальным опытом. Среди ведущих мотивов можно назвать: во-первых, понимание индивидом своей ответственности за происходящее в своем регионе и стране; во-вторых, стремление отдать долг людям, которые помогли его становлению; в-третьих, осознание несправедливого устройства мира, в котором всегда была сильна социальная стратификация; в-четвертых, экономические преференции или налоговые льготы, предоставляемые за благотворительность во многих странах; в-пятых, культурные традиции конкретного общества, которые во многом опираются на религиозный опыт (например, в христианстве и исламе существуют конкретные наставления в отношении помощи другим людям); в-шестых, общее позитивное отношение личности к окружающим людям. Встречается и другой любопытный социальный и психологический феномен, когда объектом благотворительности являются «братья наши меньшие», что нередко объясняется разочарованностью в людях. Разумеется, таким кратким перечислением невозможно охарактеризовать все многообразие мотиваций благотворительной деятельности, тем не менее, если выявлять социальный и моральный эффекты данного вида деятельности, то значимым будет не только конкретный результат, но и то, что стимулирует людей творить добро.

Чаще всего благотворительность предполагает помощь конкретным людям. Такого рода адресность важна прежде всего с позиции надежности вкладываемых средств, вещей и других ресурсов, когда есть уверенность, что они не будут использованы неподобающим образом. В данном случае благотворительные акции реализуются как ответ на возникающие нужды.

Второй вид благотворительной деятельности предполагает не помощь отдельному индивиду, а организацию системной работы по обеспечению конкретных учреждений и организаций необходимыми средствами, приборами или материалами. В таком случае появляется возможность не только реагировать на возникающие проблемные ситуации, но и упреждать их появление путем организации профилактической работы. Когда, например, есть современное медицинское оборудование, позволяющее диагностировать заболевания на ранней стадии или более эффективно их лечить, тогда и последствия заболеваний могут быть минимизированы. Кроме того, возрастают масштабы воздействия такой помощи.

Социальный эффект благотворительной деятельности возрастает с вовлечением в нее большего количества людей, когда они выступают не посторонними свидетелями,

а непосредственными участниками процесса. Среди достаточно устоявшихся форм привлечения внимания к конкретным нуждающимся в помощи людям являются благотворительные концерты, конференции, иные публичные акции. Осознание того, что даже просто приобретением билета и своим присутствием на данной культурной акции можно кому-то помочь, формирует особую атмосферу общности и единения людей.

Примечательно, что в последнее время появляются новые возможности проявления соучастия в общем деле. При этом значительно возрастают возможности привлечения все большего количества людей. Это, например, акции в рамках социальной рекламы в СМИ, когда своим телефонным звонком потребитель услуг может внести свою лепту в спасение жизни или лечение того, кто в этом нуждается.

Современные социальные сети порождают возможность еще более массового вовлечения в благотворительную деятельность. При этом благодаря имеющимся контактам и группам сохраняется вероятность адресности осуществляемой помощи.

Из многообразия различных форматов в настоящее время выделяются краудфандинговые кампании. Краудфандинг все активнее становится инструментом коллективного финансирования благотворительных акций и инициатив. Данный феномен еще нуждается в своем осмыслении и изучении, однако уже на данном этапе его развития можно говорить о его социальном значении.

*Е. Л. Мордосевич, аспирант  
БГЭУ (Минск)*

## **ДИАЛОГ ГОСУДАРСТВА И БИЗНЕСА: МЕСТНЫЕ СОВЕТЫ ПО РАЗВИТИЮ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

В 2018 г. в Беларуси были созданы региональные советы по развитию предпринимательства. Работа этих структур должна была способствовать развитию взаимодействия бизнеса и государства на региональном уровне, однако, как показали результаты исследования, сегодня в работе советов наблюдаются следующие проблемы:

- низкий уровень компетенций и заинтересованности исполнительных комитетов (личностный фактор);
- отсутствие типового положения для региональных советов по развитию предпринимательства;
- низкая активность бизнеса;
- существующая практика принятия решений без вовлечения локальных игроков;
- недостаточный уровень развития бизнес-ассоциаций в регионах.

В соответствии с выделенной проблематикой представлены рекомендации, направленные на стандартизацию унификацию функционала этих структур, повышение уровня участия бизнеса и бизнес-сообщества, а также снижение влияния личностного фактора и фактора негативно-го воздействия региональных властей на работу советов.

Для обеспечения эффективной работы региональных советов по развитию предпринимательства необходима унификация функционала этих структур. Цель местного совета по развитию предпринимательства должна формировать ориентир работы — для чего создан и функционирует совет. Данные проведенного исследования говорят о двух аспектах, которые должны быть включены в цель регионального совета.

Первый аспект — это рассмотрение и разрешение локальных проблем бизнеса на местах. Второй аспект направлен, прежде всего, на представление интересов регионального бизнес-сообщества. Это означает что члены совета, включая местный бизнес, смогут принимать участие в подготовке нормативных правовых актов как местного, так