

Социальное предпринимательство: синтез гуманитарного и экономического подхода

УДК 338.22
ББК 65.292
А-646

О.Ю. Ангелова,
кандидат экономических наук, Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, кафедра информационных технологий и инструментальных методов в экономике - доцент,

О.Р. Чепьюк,
кандидат экономических наук, Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, кафедра финансов и кредита - доцент,

Н.Г. Бряндинская,
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, кафедра финансов и кредита - магистр

Аннотация

Социальное предпринимательство как феномен является одной из наиболее обсуждаемых и одновременно противоречивых тематик, освещаемых как в зарубежной, так и российской экономической теории. Несмотря на растущую популярность, теория социального предпринимательства остаётся одной из наименее определенных среди новых управленческих концепций и явлений. В настоящей публикации авторы предлагают воспользоваться ценностно-ориентированным подходом в определении границ социального предприятия. Кроме того, на основе этого подхода разработана универсальная классификация моделей социального предпринимательства. В целях развития методологии социального предпринимательства предлагается сделать упор на использовании кейс-стади и сторителлинга. Эти методы позволяют учесть контекст социального предприятия, выделяя важнейшие характеристики в определении социального предприятия – связь с территорией (сообществом) и нетворкинг.

Ключевые слова: социальное предпринимательство, социальная инновация, бизнес-модель, социальное предприятие, предпринимательство, кейс-стади, сторителлинг, нетворкинг.

Social entrepreneurship: synthesis of humanitarian and economic approaches

O.Y. Angelova,

Candidate of Economic Sciences, Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod, Department of Information Technology and Instrumental Methods in Economics - Associate Professor,

O.R. Chepyuk,

Candidate of Economic Sciences, Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod - Associate Professor at the Department of Finance and Credit

N.G. Bryandinskaya,

Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod, Department of Finance and Credit – Master



Abstract

Social entrepreneurship as a phenomenon is one of the most discussed and at the same time contradictory subjects covered both in foreign and Russian economic theory. Despite growing popularity, the theory of social entrepreneurship remains one of the least defined among the new managerial concepts and phenomena. In this paper, the authors suggest using a value-oriented approach in defining the boundaries of a social enterprise. In addition, universal classification of models of social entrepreneurship based on this approach has been developed. The authors propose to focus on the use of case-study and storyboarding in order to develop a methodology for social entrepreneurship. These methods take into account the context of a social enterprise and identify the most important characteristics in the definition of a social enterprise - communication with the territory (community) and networking.

Keywords: social entrepreneurship, social innovation, business model, social enterprise, case-study, storytelling, networking.

Социальное предпринимательство¹ представляет собой такую модель организации бизнеса, которая направлена на одновременное достижение устойчивого экономического эффекта и приложения организационных инноваций (Й. Шумпетер) к решению социальных проблем. Феномен социального предпринимательства получил мировое распространение в бизнес-практике, подтверждением чему являются многостраничные истории успеха и каталоги социальных предприятий², рейтинги стран с точки зрения эффективности реализации социального предпринимательства. Исследование агентства Thomson Reuters Foundation, проведенное в середине 2016 года³, поставило Россию на 31 место среди 44 стран с наиболее развитой экономикой (по данным Всемирного банка) по уровню состояния факторов, способствующих развитию социального предпринимательства. Лидерами рейтинга стали США, Канада и Великобритания. Что интересно, по уровню развития женского социального предпринимательства наша страна, по мнению экспертов, занимает вторую позицию, пропустив вперед только Филиппины. Но в целом, по данным SEFORIS,⁴ уровень социальной предпринимательской активности в

¹ Считается, что термин «Социальное предпринимательство» был введен Биллом Дрейтоном, основателем социальной филантропической организации «Ashoka». См. Дж.Кикал. Социальное предпринимательство: миссия – сделать мир лучше /ДжиллКикал, Томас Лайонс ; пер. с англ.– М.: АЛЬПИНА-ПАБЛИШЕР. 2014, С.28.

² Борнстейн Д. Как изменить мир: Социальное предпринимательство и сила новых идей. – М.: Альпина Паблишер. 2012, 504 с.

Сайт фонда «Наше будущее», каталог поддержанных проектов // <http://www.nb-fund.ru/social-entrepreneurship/>; Социальное предпринимательство России, каталог // <http://coindex.ru/>

³ The best countries to be a Social Entrepreneur 2016 // <http://poll2016.trust.org/methodology/>

⁴ The State of Social Entrepreneurship in Russia, Country Report by Julia Khaleeva. CEFIR. April, 2014.

России один из самых низких в мире, пока только 1,2% взрослого населения вовлечены в этот процесс.

В теории (80-е гг. – наст. время) встречается множество определений социального предпринимательства⁵: социальный предприниматель представляется как агент изменений в социальном секторе (Дж.Диз), как руководитель, создавший баланс между моральными императивами и жаждой прибыли (Дж.Боши), как менеджер процесса достижения результата с тройным эффектом – экономическим, социальным и экологическим (Дж.Робинсон). Наличие уточняющих определений этого явления с одной стороны, говорит о его бурном развитии, а с другой – позволяет по-разному его интерпретировать и даже манипулировать его применением на практике. Это даёт возможность критикам говорить о социальном предпринимательстве как разновидности традиционного бизнеса, основная цель которого – получение и максимизация прибыли, скрывающем за социальной миссией меркантильные интересы – возможность снижения налоговой нагрузки в соответствии с законодательством или формирование информационного повода для PR-кампаний. Ряд исследователей отождествляет социальные проекты реального бизнеса с гуманитарной помощью (проводя аналогию с деятельностью государственных органов). Или как ещё в одном варианте некоммерческих предприятий, «съедающих» средства благотворительных фондов. Однако массовое распространение малого социального бизнеса (в том числе в виде социальных франшиз), говорит о необходимости исследования причин и форм этого явления.

Актуальность социального предпринимательства в решении социальных проблем современного общества неоднократно освещалась в зарубежной⁶ и российской литературе⁷. Известно, что как общественный феномен, социальное предпринимательство не является уникальным для России. Работные дома, открытые нижегородскими купцами в конце XIX – начале XX века, «дома трудолюбия», ко-

⁵ Boschee J. Merging mission and money: A board member's guide to social entrepreneurship /Jerr Boschee. 1998 // <http://socialent.org/pdfs/MergingMission.pdf>

Dees J.G. et al. The meaning of social entrepreneurship. – Palo Alto, CA: Graduate School of Business, Stanford University. 1998, 19 p.

Kerlin J.A. A comparative analysis of the global emergence of social enterprise //Voluntas: international journal of voluntary and nonprofit organizations. 2010, Vol. 21. No. 2. P. 162-179.

⁶ Hoogendoorn B. The Prevalence and Determinants of Social Entrepreneurship at the Macro Level //Journal of Small Business Management. 2016, Vol. 54. S1. P. 278-296.

Kerlin J.A. A comparative analysis of the global emergence of social enterprise //Voluntas: international journal of voluntary and nonprofit organizations. 2010, Vol. 21. No. 2. P. 162-179.

⁷ Баталина М., Московская А., Тарадина Л. Обзор опыта и концепций социального предпринимательства с учетом возможностей его применения в современной России – М.: издательство ГУ ВШЭ. 2008, 81 с.

Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования, под ред. Московской А.А. – М.: издательство НИУ ВШЭ. 2011, 286 с.



торые содержали купцы Вятской губернии и где мальчики из бедных семей могли получить не только кров, но и профессию сапожника или скорняка, денежная помощь купечества больницам и гимназиям тому подтверждение⁸. Среди причин появления социальных предприятий называют активную поддержку государственных и общественных организаций в решении социальных запросов общества⁹, ведущую роль культурных факторов, поддерживающих предпринимательскую инициативу в обществе¹⁰, а также общие благоприятные условия для развития предпринимательства (инвестиционный климат).

Рисунок 1

Сферы деятельности социальных предпринимателей России



Источник: Баталина М., Московская А., Тарадина Л. Обзор опыта и концепций социального предпринимательства с учетом возможностей его применения в современной России – М.: издательство ГУ ВШЭ. 2008, 81 с.

⁸ Маслова И.В. Благотворительность как элемент менталитета российского провинциального купечества второй половины XIX – начала XX в. // сборник материалов международного е-симпозиума «История и философия развития регионов, стран, народов мира». – Киров: МЦНИП. 2013, с. 42-55.

⁹ Hoogendoorn B. The Prevalence and Determinants of Social Entrepreneurship at the Macro Level //Journal of Small Business Management. 2016, Vol. 54. S1. P. 278-296.

¹⁰ На фоне многочисленных исследований о связи между культурой и обычным предпринимательством, следует отметить недостаток исследований связи между культурными предпосылками и склонностью к социальному (а не традиционному) предпринимательству.

Всё это создаёт устойчивые предпосылки для создания и воплощения в жизнь социальных инноваций, авторами которых становятся наиболее активные члены сообществ, в которых были рождены эти проблемы. По оценкам экспертов фонда «Наше будущее» более половины (57%) социальных предпринимателей России работает в сферах дошкольного образования и трудоустройства людей, оказавшихся в сложной жизненной ситуации. Доли других сфер деятельности (по данным 2015 г.) представлены на рисунке 1.

В данной структуре возможны изменения. Так, 2017 год объявлен в России Годом экологии, ожидается, что это приведет к повышенному вниманию к сохранению окружающей среды и, как следствие, росту числа предприятий, ориентированных на решение проблем, связанных с экологией.

КРИТЕРИИ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Выделим несколько подходов к определению социального предприятия. В первых, это наличие формальных признаков у предприятия, например, указание на социальный характер выпускаемого продукта (услуги), либо наличие в списке потребительских сегментов социально-незащищённых слоёв населения. Заметим, что «универсальность» социальной проблемы не обязательно подразумевает остроту её выражения на конкретной территории.

Например, можно ли считать магазин, торгующий продукцией second-hand в большом городе, примером социальной инициативы, которая способствует устранению социального неравенства в обществе? Сравните этот пример с выездными ярмарками, организуемыми в удалённых от центра районах области, где, действительно, остро ощущается дефицит дешевой одежды или с проектом, в рамках которого жители могут бесплатно или за небольшие деньги меняться книгами, одеждой, бытовой техникой, а принесенные безвозмездно вещи организаторы развозят по деревням региона и отдают во фримаркетах.

Важное отличие социального предпринимателя заключается в его тесной связи с территорией проживания и деятельности, то есть контекста, исторических предпосылок появления компании. Большинство идей для социальных предприятий рождались в результате наблюдения за социальными проблемами конкретной местности (деревни, села, города) и сообщества. Питер Фрэмpton (менеджер фонда LEF, расположенного в бедном районе Торонто) дословно утверждает, что ключ к успеху заключается в том, что «предпринимательская деятельность» соответствует миссии и потребностям сообщества, которому вы служите»¹¹.

Например.

1) Любой предприниматель может прийти к идее создания частного детского сада, увидев проблему нехватки мест в муниципальных детских садах.

¹¹ Dees J.G. et al. The meaning of social entrepreneurship. – Palo Alto, CA: Graduate School of Business, Stanford University. 1998, 19 p.



2) Основатель обувной компании однажды увидел, как на окраине города играют босоногие мальчишки. Это зрелище так тронуло его, что он решил помочь неимущим подросткам. Концепция проекта проста: каждый, кто нуждался, мог получить в подарок пару обуви при условии, что вторую пару он сумеет продать.

3) Довольно часто пациенты не понимают выписок врачей из-за того, что они изложены непонятным медицинским языком. Поняв проблему, предприниматель создал портал, который предоставляет возможность перевода «с медицинского» на общепонятный язык. К участию в проекте подключены студенты медицинских вузов старших курсов. Польза обоюдная - студенты привыкают к коммуникации с пациентами и использованию понятного доступного языка, а пациенты получают возможность понять свой диагноз, беседуя с врачом с глазу на глаз¹².

Вторым подходом к обозначению социального предприятия является связь с этикой и моралью, внутренними мотивами, побудившими к открытию собственного дела. Однако даже такая очевидная мысль, что социальное предпринимательство воплощает этическую сторону бизнеса, представляется учёным-экономистам сомнительным¹³. Исследование историй социальных предпринимателей показывает, что далеко не все из них становились таковыми «по желанию»: многих вынудили жизненные обстоятельства.

Например.

1) Часто программы коррекции или лечения разрабатывают родители, чьи дети больны тяжелыми недугами. Положительные результаты собственного ребенка вдохновляют их на решение заниматься социальным предпринимательством – помогать другим семьям бороться с болезнью.

2) Устройства, облегчающие жизнь людям с ограниченными возможностями, часто изобретаются, создаются и продаются теми, кто хочет им помочь лучше адаптироваться к современным условиям жизни, к нестандартным жизненным ситуациям.¹⁴

Примечательны мотивы Нижегородских купцов, для которых этика связана была с религиозными устоями. Являясь в большинстве своем старообрядцами, купцы не ставили получение прибыли своей основной целью, вели дело свое

¹² Конкретные примеры проектов представлены в публикациях: Поиск контакта: социальное предпринимательство ищет поддержки власти и бизнеса, <http://tass.ru/pmef-2017/articles/4293313>, 14 social enterprises with cool, world-changing ideas, <https://yourstory.com/2013/10/social-enterprises-cool-worldchanging-ideas/>, Мир социального предпринимательства. 2016, № 5.

¹³ Chell E., Laura J. Spence, Francesco Perrini, Jared D. Social entrepreneurship and business ethics: does social equal ethical? //Journal of Business Ethics. 2016, Vol.133. No. 4. P. 619-625.

¹⁴ Конкретные примеры проектов представлены в публикациях: Поиск контакта: социальное предпринимательство ищет поддержки власти и бизнеса, <http://tass.ru/pmef-2017/articles/4293313>, 14 social enterprises with cool, world-changing ideas, <https://yourstory.com/2013/10/social-enterprises-cool-worldchanging-ideas>

честно, придерживаясь принципа «неправедное богатство – зло». Как религиозно-нравственная потребность рассматривается староверами и благотворительность, основными формами которой были устройство богаделен и пожертвования на строительство храмов. Известный нижегородский старообрядец-меценат Николай Александрович Бугров в завещании наследникам написал: «Живите в мире и никого не обижайте, больше всего жалеете нищую братию».

Третьим фактором, отличающим социальное предприятие, является большая роль нетворкинга как создания и использования тесного круга (сообщества) друзей и знакомых для решения поставленных задач. Не случайно социальное предпринимательство является одним из «крупных» поставщиков предпринимательских франшиз: в списке насчитывается более сотни вариантов организации нового дела¹⁵. Распространение социальных франшиз обеспечивает не только перенос положительного опыта с одной территории на другую, но и масштабирование найденного способа решения социальной проблемы. Социальные франшизы охватывают все направления – от дошкольного образования (различные детские сады и центры) до проблем утилизации отходов. При этом стоимость франшизы варьируется от 60000 до 2500000 рублей¹⁶, в среднем стоимости приобретения франшизы составляет 150000 – 300000 рублей.

РОЛЬ ЛИЧНОСТИ В СОЗДАНИИ СОЦИАЛЬНОГО БИЗНЕСА

Социальное предпринимательство трудно определить, как феномен по той же причине, по которой имеются трудности в определении предпринимательства как такового. И те, и другие находятся в поиске возможностей увеличения ценностей потребителей своего продукта, а также размышляют о развитии бизнеса и самих себя, чтобы повышать эффективность предприятия на всех этапах жизненного цикла предприятия. Отсюда концепция социального предпринимательства тесно связана с развитой на Западе теорией управления, выделяющей аспекты совести (морали, этики) как один из факторов устойчивого лидерства. Зависимость социального предприятия от личности и этических требований предпринимателя является характерной и для русских купцов. Как отмечалось выше, христианская религиозная этика предполагает, что благотворительность – дело богоугодное, поэтому русские купцы не просто вели бизнес, они старались создавать социальные блага для общины, города, финансируя школы и больницы для бедных, предоставляя кров и пищу для особо нуждающихся, строя храмы. Именно личная щедрость и желание «добра хотеть Отечеству», а не огромные доходы предприятий, сохра-

¹⁵ Лаборатория социального предпринимательства // <http://lab-sp.ru/franchise/>; Новый бизнес: социальное предпринимательство // <http://www.nb-forum.ru/business/social-franchise/>; Франчай: социальные франшизы в Москве // <http://moskva.franchay.ru/franchises?category=122>

¹⁶ Данные о стоимости франшизы размещены на сайтах: <http://fr.blizkie.org/>, <http://nizhniy-novgorod.franchay.ru/franchises/dobryidom>



нила в истории имена Бугровых, которые будучи богатейшими в Нижегородской губернии тратили большую часть доходов на благотворительность; Башкировых, в 1916 году вручивших ректору эвакуированного в Нижний Новгород Варшавского политехнического института чек на полмиллиона рублей «для обустройства на новом месте»; Третьяковых, собравших и передавших в дар Москве уникальное собрание картин; и многих других. Не случайно исследование социального предпринимательства включает истории реальных личностей, которые своим примером показали, что означает социальный бизнес¹⁷. Учитывая методологические особенности современного экономического исследования, а именно – низкую роль антропологического фактора (лидерство, личность, этика и мораль), в этих моделях трудно «уложить» роль личности в организации социального бизнеса. Возможно поэтому современные подходы к определению социального предпринимательства «терпят неудачу», что выражается в массе публикаций на эту тему.

Однако это может быть раскрыто через методы сторителлинга и кейс-стади.

Например.

1) Свое жизненное кредо один из основателей проекта, объединяющего фермеров и ставящего своей целью возрождение и развитие сельского хозяйства и утерянных гастрономических традиций в России и других странах, определяет так: «У меня есть такое приобретенное с возрастом качество – сделать то, что в моих силах на данный момент. Меня, безусловно, волнует то, что происходит с моей страной». Основными «заповедями» этого фермерского кооператива являются прозрачность происхождения продукта, ориентация на личность фермера и работа только с малым и средним бизнесом, экологическая сертификация и клиентский контроль качества.

2) Если предприниматель является адептом здорового образа жизни, то часто им ставится перед собой цель научить других людей основам здорового питания, способам эффективно тренироваться самостоятельно, осознанно относиться к себе и своему организму. Как результат – появляются проекты, направленные на популяризацию здорового образа жизни, дающие людям различные инструменты для эффективных занятий спортом, организации правильного питания.

3) Экологические проекты часто инициируют специалисты, которые долгое время работали в этой сфере. Они понимают важность проблемы и делают все возможное для ее решения¹⁸.

¹⁷ Одним из таких, ставших «эталонным», примеров стала история бангладешского предпринимателя, Мухаммада Юнуса, лауреата Нобелевской премии мира 2006 г. за усилия по созданию экономического и социального развития снизу. Он является главой и основателем GrameenBank, пионера микрофинансирования и микрокредитования.

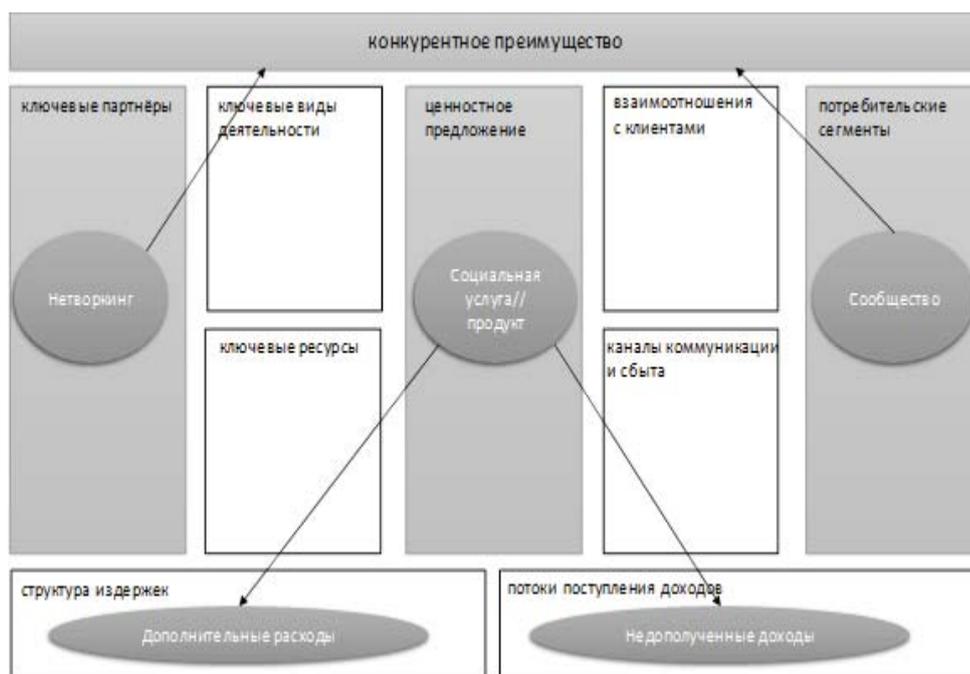
¹⁸ С конкретными примерами проектов можно ознакомиться на сайтах: <https://lavkalavka.com/>, <http://sektaschool.ru/>, <http://www.nectandra.org/>

МОДЕЛИ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В экономической литературе встречаются следующие модели, применяемые для описания различных аспектов социального предприятия: модель CASE, основанная на исследовании возможностей и активов предприятия¹⁹; модель социального предпринимательства учёных из Гарвардского университета, состоящую из таких аспектов, как «люди, возможность, капитал и контекст»²⁰; гибридная модель, совмещающая перечисленные²¹.

Рисунок 2

Модифицированная бизнес-модель для социального предприятия



Источник: авторская разработка. Подготовлено по материалам: Остервальдер А., Пинье И. Построение бизнес-моделей: Настольная книга стратега и новатора. – М.: Альпина Паблишер. 2012, 288 с.

¹⁹ Guclu A., Dees J.G., Anderson B.B. The process of social entrepreneurship: Creating opportunities worthy of serious pursuit //Center for the advancement of Social Entrepreneurship. 2002, Vol. 1. P. 1-15

²⁰ Wei-Skillern J. Entrepreneurship in the social sector. – Sage. 2007, 407 p.

²¹ Кикал Дж. Социальное предпринимательство: миссия – сделать мир лучше /Джилл Кикал, Томас Лайонс: пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер. 2014, 304 с.



В российской предпринимательской теории и практике имеются примеры, реализующие теорию с учётом регионального контекста²². Для описания особенностей социального предприятия, без учёта фактора личности, можно воспользоваться традиционной схемой бизнес-модели, предложенной А.Остервальдером и И.Пинье²³, внося соответствующие акценты в шаблон модели (см. рисунок 2). При сохранении основной канвы, социальное предприятие отличается ориентацией на сообщество (потребительские сегменты), его проблемы (ценностное предложение) и поддерживает тесную связь с окружением (нетворкинг). Именно это делает социальное предприятие конкурентоспособным, формирует его конкурентное преимущество (на рисунке 2 вводится как дополнительный, 10-й элемент).

С точки зрения механики экономических процессов, деятельность социального предприятия более рискованная, чем традиционного бизнеса: это связано с наличием дополнительных расходов и недополученных доходов в структуре финансовой модели. Именно этот аспект предлагается использовать для формирования классификации социальных предприятий.

²² Аксенов В.А., Богатищева Ю.Н., Любимова М.В. Региональный аспект корпоративной социальной ответственности // *Управленческие науки*. 2013, № 2 (7). С.46-57.

²³ Остервальдер А., Пинье И. Построение бизнес-моделей: Настольная книга стратега и новатора. – М.: Альпина Паблицер. 2012, 288 с.

Окончание статьи см. в одном из следующих номеров журнала