

Социальное предпринимательство: синтез гуманитарного и экономического подхода*

УДК 338.22
ББК 65.292
А-646

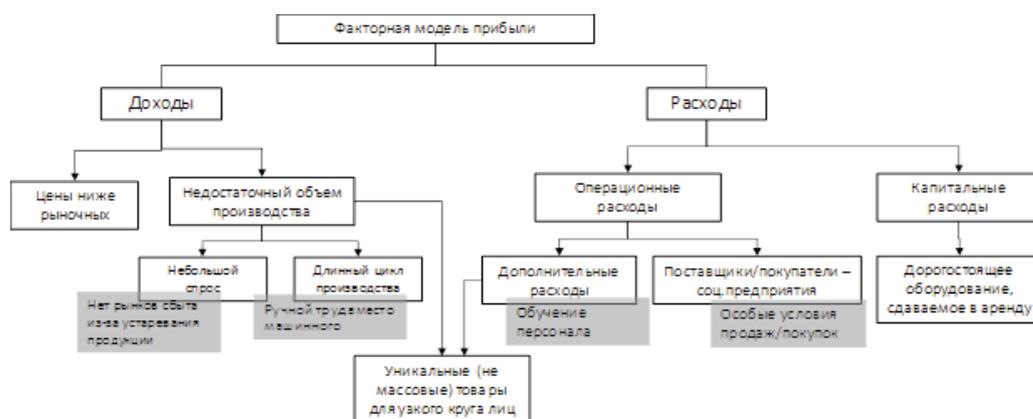
О.Ю. Ангелова,
кандидат экономических наук, Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, кафедра информационных технологий и инструментальных методов в экономике - доцент,
О.Р. Чепьюк,
кандидат экономических наук, Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, кафедра финансов и кредита - доцент,
Н.Г. Бряндинская,
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, кафедра финансов и кредита - магистр

КЛАССИФИКАЦИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Предлагаемая система построена на основе финансовой модели традиционного бизнеса. Финансовые потоки, которые являются лишь «внешним отражением» процессов, протекающих в организме общества, позволяет тем не менее поставить беспристрастный диагноз о наличии социального характера в деятельности той или иной организации.

Рисунок 3

Факторы классификации моделей социальных предприятий



Источник: авторская разработка.

* Окончание статьи. Начало см. в №9 за 2017 год.

В нижеследующей таблице агрегированы факторы и модели социальных предприятий, в том числе те, которые входят в списки социальных франшиз.

Таблица 1

Примеры моделей социальных предприятий

Фактор классификации	Причины	Примеры	
		Виды деятельности	Модели
Цены ниже рыночных	Предоставляются скидки отдельным группам потребителей.	Образовательные центры различного профиля. Медицинские центры, центры реабилитации	Детский развивающий центр
Длинный цикл производства	Ручной труд преобладает над машинным (обеспечение занятости)	Мастерские, ремёсла, галереи искусств	Мастерская по производству авосек
Небольшой спрос	Нет рынков сбыта из-за устаревания продукции.	Музейное дело, творческие мастерские	Музей народной игрушки
	Уникальные (не массовые) товары для узкого круга лиц	Социальные службы различного профиля (такси, туризм)	Агентство по туризму для лиц с ограниченными возможностями
Дополнительные расходы	Включают расходы на обучение работников, не обладающих необходимым уровнем знаний, но нуждающихся в работе	Товарное производство (мебель, молочная продукция)	«Вдовый дом» Мебельная фабрика
Поставщики – социальные предприятия	Особые условия продажи (покупки)	Розничный магазин, выставка, ярмарка (благотворительный аукцион)	Продажа продукции (творчество, арт) лиц с ограниченными возможностями
Дорогостоящее оборудование (капитальные вложения)	Повышенные расходы на амортизацию, высокая стоимости основных средств	Центры аренды техники (медицинской)	Центр проката тренажеров (средств реабилитации)

ВЫВОДЫ

Предложенная классификация социальных предприятий, основанная на ценностном подходе, имеет целью развитие методологии исследования и может рассматриваться как инструмент дизайна будущей бизнес-модели социального предприятия. Однако следует констатировать, что экономический инструментарий



является ограниченным в объяснении феноменов хозяйственной жизни, когда ведущую роль приобретает личность человека, его мотивы и контекст (сообщество, территория, социальные проблемы). Таким образом, феномен социального предпринимательства даёт не только обширный материал для социологов (возможность наблюдать новое общественное явление), но прежде всего, для экономистов – с точки зрения развития инструментария наблюдений за счёт введения новых, гуманитарных подходов. Учитывая, что социальное предпринимательство тесно связано с контекстом и человеком, исследование социального предпринимательства должно подразумевать использование кейс-стади и сторителлинга. Требуется синтез гуманитарных и экономических подходов для выработки новых методов исследования подобных явлений, имеющих одновременно экономическую (предпринимательство) и гуманитарную (личность) природу.

БИБЛИОГРАФИЯ:

Аксенов В.А., Богатищева Ю.Н., Любимова М.В. Региональный аспект корпоративной социальной ответственности // Управленческие науки. 2013, № 2 (7). С.46-57 (Aksenov V.A., Bogatitsheva Y.N., Lyubimova M.V. Regional'nyj aspekt korporativnoj social'noj otvetstvennosti // Upravlencheskie nauki. 2013, № 2(7). S. 46-57).

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. (Batalina M., Moskovskaja A., Taradina L. Obzor opyta i koncepcij social'nogo predprinimatel'stva s uchetom vozmozhnostej ego primeneniya v sovremennoj Rossii – M.: izdatel'stvo GU VShJe. 2008, S.81).

Борнштейн Д. Как изменить мир: Социальное предпринимательство и сила новых идей. – М.: Альпина Паблишер. 2012, 504 с. (Bornstejn D. Kak izmenit' mir: Social'noe predprinimatel'stvo i sila novyh idej. – M.: Al'pina Pablisher. 2012, S.504).

Кикал Дж. Социальное предпринимательство: миссия – сделать мир лучше /Джилл Кикал, Томас Лайонс: пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер. 2014, 304 с. (Kikal Dzh. Social'noe predprinimatel'stvo: missija – sdelat' mir luchshe /Dzhill Kikal, Tomas Lajons: per. s angl. – M.: Al'pina Pablisher. 2014, S.304).

Лаборатория социального предпринимательства // <http://lab-sp.ru/franchise/> (Laboratorija social'nogo predprinimatel'stva).

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, 42-55 с. (Maslova I.V. Blagotvoritel'nost' kak jelement mentaliteta rossijskogo provincial'nogo kupechestva vtoroj poloviny XIX – nachala XX v. // sbornik materialov mezhdunarodnogo e-simpoziuma «Istorija i filosofija razvitija regionov, stran, narodov mira». – Kirov: MCNIP. 2013, S.42-55).

Новый бизнес: социальное предпринимательство // <http://www.nb-forum.ru/business/social-franchise/> (Novyj biznes: social'noe predprinimatel'stvo).

Остервальдер А., Пинье И. Построение бизнес-моделей: Настольная книга стратега и новатора. – М.: Альпина Паблшер. 2012, 288 с. (Osterval'der A., Pin'e I. Postroenie biznes-modelej: Nastol'naja kniga stratega i novatora. – М.: Al'pina Pablsheer. 2012, S.288).

Сайт фонда «Наше будущее», каталог поддержанных проектов // <http://www.nb-fund.ru/social-entrepreneurship/> (Sajt fonda «Nashe budushhee», katalog podderzhannyh proektov).

Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования, под ред. Московской А.А. – М.: издательство НИУ ВШЭ. 2011, 286 с. (Social'noe predprinimatel'stvo v Rossii i v mire: praktika i issledovanija, pod red. Moskovskoj A.A. – М.: izdatel'stvo NIU VShJe. 2011, S.286).

Социальное предпринимательство России, каталог // <http://coindex.ru/> (Social'noe predprinimatel'stvo Rossii, katalog).

Франчай: социальные франшизы в Москве // <http://moskva.franchay.ru/franchises?category=122> (Franchaj: social'nye franchizy v Moskve).

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

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.

Choi N., Majumdar S. Social entrepreneurship as an essentially contested concept: Opening a new avenue for systematic future research // Journal of Business Venturing. 2014, Vol.29. No. 3. P. 363-376.

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

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.

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.

Robinson J. Navigating social and institutional barriers to markets: How social entrepreneurs identify and evaluate opportunities // Social entrepreneurship. – Palgrave Macmillan UK. 2006, P. 95-120.

The best countries to be a Social Entrepreneur 2016 // <http://poll2016.trust.org/methodology/>
Wei-Skillern J. Entrepreneurship in the social sector. – Sage. 2007, 407 p.

