JEL classification: M 14, H 53

РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

СЫТНИК К.А.,
студентка бакалавриата кафедры менеджмента внешнеэкономической деятельности
ГОУ ВПО «ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ»
Донецк, Донецкая Народная Республика
E-mail: kristinasytnik036@gmail.com

КАЛЮЖНАЯ И.В.,
студентка бакалавриата кафедры менеджмента внешнеэкономической деятельности
ГОУ ВПО «ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ»
Донецк, Донецкая Народная Республика
E-mail: businka08.03@mail.ru

В данной статье рассмотрены предпосылки возникновения социально ориентированного предпринимательства. Социальное предпринимательство представляется достаточно новым феноменом не только для российской экономики, но и для мирового пространства в целом. Интерес к данной тематике подкрепляется появлением новых образовательных программ, выпускающих социальных предпринимателей, в крупнейших мировых университетах, его сущность и основные направления развития. Также затронута тема его функционирования в рамках российского государства и дальнейшие перспективы развития.

Ключевые слова: *социальный бизнес, социальное предпринимательство, корпоративная социальная ответственность, бизнес, социальная сфера, перспективы.*

DEVELOPMENT OF SOCIALLY ORIENTED ENTREPRENEURSHIP

This article examines the prerequisites for the emergence of socially oriented entrepreneurship Social entrepreneurship seems to be a fairly new phenomenon not only for the Russian economy, but also for the global space as a whole. Interest in this topic is reinforced by the emergence of new educational programs that produce social entrepreneurs in the world's largest universities, its essence and main directions of development. The topic of its functioning within the framework of the Russian state and further development prospects was also touched upon.

Keywords: *social business, social entrepreneurship, corporate social responsibility, business, social sphere, prospects.*

Постановка проблемы в общем виде. Актуальность темы обусловлена тем, что данное направление зародилось достаточно недавно и получило широкое распространение в силу того, что несет не только благотворительный характер и помогает решать социальные проблемы, но при этом главным стимулятором ведения такой деятельности является извлечение прибыли.

Цель исследования – изучение сущности социально ориентированного бизнеса, ознакомление с предпосылками зарождения социально ориентированного предпринимательства, выделение перспектив развития и ознакомление с яркими примерами социально ориентированного бизнеса в Российской Федерации. Для достижения данной цели было уточнено понятие «социальное предпринимательство», исследована практика развития социального

предпринимательства, а также представлен существующий российский опыт в данном вопросе.

Объектом исследования является сущность социально ориентированного предпринимательства.

Предметом исследования является развитие социально ориентированного предпринимательства.

Изложение материалов основного исследования. Если рассматривать социальное предпринимательство с точки зрения экономической терминологии, то в данном случае под этим процессом принято понимать коммерческую деятельность, которая направлена на полное или частичное решение конкретных социальных проблем. Стоит также отметить, что от благотворительности эту деятельность отличают условия самоокупаемости и финансовой устойчивости.

На социально ориентированный бизнес как на аспект современной экономики повлиял ряд факторов:

– сложившаяся тенденция перехода предпринимательств от традиционной благотворительности в пользу социально ответственного инвестирования, аргументировано это тем, что инвесторы стремятся получать прибыль от вложений, дополнительную привлекательность составляет возможное отсутствие прозрачности в отчетах об использовании средств благотворительными фондами;

– стоит отметить, также, что в деятельности любого предпринимательства, особенно крупного, весомое место занимает имидж компании, который помогает добиться лояльности не только потенциальных, но и реальных потребителей. А социальные вложения и ведение социальной предпринимательской деятельности помогает повысить репутацию фирмы, а также добиться признания успехов на социальном поприще от государственных и общественных структур;

– широкие возможности предпринимателей в сфере решения социальных проблем. В данном случае значение имеет не только альтруистические взгляды предпринимателя, но и возможность получения прибыли на новом сегменте рынка.

Существенным фактором в формировании социально ориентированного бизнеса выступает благоприятная внешняя среда. Отечественные эксперты подчеркивают инновационность как ключевой параметр социального предпринимательства. Потребителю предлагается уникальный товар или услуга, это в свою очередь минимизирует влияние конкурентов.

Если говорить о факторах прямого воздействия, то сюда относятся новые рынки труда, привлечение трудовых ресурсов из категории людей с ограниченной трудоспособностью. К факторам косвенного воздействия относятся стабильная экономическая ситуация в стране, развитое инвестиционное законодательство, проработанные механизмы государственной поддержки социально ориентированного бизнеса. Соответствие данным условиям поможет социально ориентированному бизнесу развиваться и выполнять поставленные цели и задачи, способствуя при этом повышению благосостояния общества [1].

В рамках законодательного поля выделяют следующие критерии, которые позволяют выделить социальное предпринимательство от традиционного:

– узкая направленность предприятия на решение социальных проблем посредству оказания общественно полезных услуг для общества;

– подлежат трудоустройству социально уязвимые категории граждан;

– производство продукции или услуг, которые необходимы в жизни отдельных категорий граждан.

Как и любой другой бизнес социально ориентированное предпринимательство сталкивается с рядом конкретных проблем:

– отсутствие необходимого опыта, знаний, навыков и инструментов позволяющих решать социально значимые проблемы общества и монетизировать свою деятельность;

– отсутствие какой-либо помощи со стороны государства, в данном случае государство занимает позицию наблюдателя;

– низкий уровень предпринимательской активности в мелких и средних городах, а также в сельской местности;

– кардинально отличающийся уровень жизни между сельскими жителями и городскими;

– ухудшение демографической ситуации;

– социально-экономическое неравенство между слоями населения.

Социально ориентированный бизнес включает в себя несколько категорий (рис.1).



Рис. 1. Структура социально ориентированного бизнеса

Если говорить о успешном функционировании социально ориентированного предпринимательства, то можно найти большое количество примеров среди зарубежных компаний, так, например в Италии широкое распространение получили социальные кооперативы, также это практикуется и в Польше, в данном случае действует «Закон о социальных кооперативах». Создать такую организацию могут следующие категории граждан: безработные, освобожденные от заключения, беженцы, инвалиды [2].

Принципы, на которых осуществляется функционирование данных сообществ: активность, добровольность, открытость.

К направлениям деятельности социального предпринимателя принято относить оказание услуг социальной направленности:

– Социально - бытовые;

– Социально - медицинские (в частности, для маломобильных граждан, а также лиц преклонного возраста) в целях сохранения здоровья населения;

– Психологические услуги (для лиц, обладающих определенными трудностями с психикой);

– Социально - педагогические (для детей из малоимущих семей, а также для детей с особенностями развития);

– Социально - трудовые;

– Работа в сфере дополнительного образования, способствующие увеличению коммуникативного потенциала, социальной адаптацию и реабилитации;

– Деятельность по производству и реализации медицинской техники и технических средств, протезно-ортопедических изделий и программного обеспечения, использование которых не подразумевает никакого иного использования, кроме как помощи инвалидам;

– Оказание психолого-педагогических услуг, имеющие целью поддержание материнства и детства, укрепления семейных ценностей и воспитанию детей;

– Организация детского отдыха для детей, имеющих ограниченные физические и умственные способности;

– Оказание услуг в сфере дошкольного, общего и дополнительного образования детей;

– Обеспечение психолого-педагогической, социальной и медицинской помощи нуждающимся при освоении общеобразовательной программы, а также адаптации в социальной среде;

– Обучение сотрудников социально ориентированных некоммерческих организаций и волонтеров;

– Оказание услуг в культурно-просветительской сфере

– Оказание услуг в части сохранения и защиты самобытности народов Российской Федерации, а также расширение межнационального общения;

– Выпуск периодических и книжных изданий по вопросам образования, культуры и науки.

Самыми распространенными мерами поддержки субъектов социального предпринимательства являются:

– Обеспечение необходимой инфраструктурой (льготные тарифы на коммунальные услуги);

– Финансовая поддержка со стороны государства в виде дотаций, субвенций, субсидий;

– Оказание имущественной поддержки;

– Оказание информационной поддержки – в том числе посредством бесплатной рекламы проектов и социально значимых мероприятий, проводимых социальными предпринимателями;

– Оказание консультационной и методической поддержки посредством предоставления необходимых данных и материалов, помощи и советов;

– Организация процесса получения профессионального и дополнительного образования для работников социальных предприятий;

– Поддержка по иным вопросам в сфере социального предпринимательства [3].

В настоящее время социально ориентированный бизнес – одно из актуальных направлений в управлении компанией. Связано это со сменой подхода к управлению. В последнее время изменились приоритеты потребителей. Качество, цена или функциональность больше не дают возможности получить конкурентное преимущество на рынке. Вопрос о роли ответственности бизнеса в современных условиях является актуальным.

Повышение значимости социальной ориентации бизнеса определяется основными мировыми тенденциями:

1) Природные ресурсы планеты ограничены, а количество населения растет с каждым днем. Человечество быстро использует невосполнимые ресурсы, что создает проблемы для будущих поколений.

2) Загрязнение окружающей среды и глобальное потепление ставят под угрозу жизнь людей и существование бизнеса завтра. Ухудшение качества воды, воздуха и почвы является результатом деятельности промышленных компаний. Данная тенденция определяет направления экологической ответственности компаний.

3) Роль государства в регулировании использования ресурсов и экологических стандартов. Крупнейшие транснациональные корпорации, такие как General Motors, Shell или British Petroleum, добровольно внедряют у себя социальную и экологическую отчетность.

4) Глобализация информации. В настоящее время, чтобы узнать о событиях, происходящих на другом конце земного шара достаточно нескольких минут. Поэтому неответственное поведение компаний наносит урон их репутации.

5) Глобализация рынков капитала. Сегодня инвесторы больше отдают предпочтение предприятиям с хорошей репутацией, что позволяет таким компаниям привлечь дополнительное финансирование [4].

Становится очевидным, что дальнейшее существование бизнеса без ориентации на социальную ответственность становится невозможным. КСО является неотъемлемой частью деятельности зарубежных компаний. В развитых странах создаются отдельные некоммерческие организации, занимающиеся детальным изучением корпоративной социальной ответственности и разработкой новых подходов. Примером такого института является глобальная организация BSR (Business for Social Responsibility). Практически все руководители, которые заинтересованы, чтобы их бизнес имел конкурентоспособность на мировом рынке, участвуют в данном проекте.

Не исключением становятся и российские компании. Для того, чтобы иметь конкурентные преимущества на рынке отечественный бизнес осознает необходимость применения социальной ответственности бизнеса. В настоящее время КСО является новым для российских предпринимателей, поэтому

эффективная модель реализации социально ответственного бизнеса в РФ находится в стадии интенсивного развития. В настоящее данное понятие пытается быть интерпретированным под российские реалии.

Появление практики КСО в России связанно с опубликованием первых нефинансовых отчетов в 2002 году таких крупных компаний, как «Газпром», «Рязанская ГРЭС», «БАТ Россия». Они включали в себя экологические и социальные отчеты. Отечественные исследователи в области КСО утверждают, что более 40% общего объема средств, которые ежегодно выделяют отечественные предприятия на реализацию социально значимых программ, приходится на долю 20 крупнейших корпораций [5].

Исходя из вышесказанного можно сделать вывод о том, что еще одной характерной чертой корпоративной социальной ответственности в России является высокая активность крупного бизнеса. Малый бизнес практически лишен возможности участвовать в социально значимых программах.

Среди причин такой непропорциональности в структуре корпоративной социальной ответственности можно выделить следующие причины:

1) Крупные корпорации, действуют преимущественно в банковской сфере и сфере нефтяной и добывающей промышленности. Интерес к этой сфере и уровень социальных ожиданий всегда являлся высоким, так как деятельность таких компаний связана с общенациональными богатствами. Это обязывает корпорации регулярно отчитываться перед обществом о своей деятельности.

2) Деятельность крупных компаний традиционно связана с международной торговлей и созданием партнерских отношений с иностранными корпорациями, которые предъявляют высокие требования к корпоративно социальной ответственности.

3) Большие объемы прибыли крупнейших компаний дают возможность направлять часть ресурсов на реализацию социально значимых программ.

В 2021 году рейтинговое агентство АК&М представило четвертый рейтинг социальной эффективности крупнейших российских компаний(табл.1) [6].

Таблица 1.

Рейтинг корпоративной социальной ответственности крупнейших российских компаний за 2021 год

Название компаний	Суммарная нагрузка на экологию, тыс.усл.т.	Суммарный социальный эффект, млн. усл.руб.	Показатель социальной эффективности деятельности компании, тыс. руб.\усл.т.
Вымпелком	2	61026	30978
МТС	4,6	139907	30554
Ростелеком	22,7	246470	10845
Россети	45,8	325372	7110
Сахалин Энерджи	29,6	203383	6856
Почта России	32,2	197383	6124
АЛРОСА	19	111880	5885
РЖД	583	1786931	1063
ПОЛЮС	67,7	106362	1570
Русгидро	202,5	184524	911
Газпром	4202	3715287	884
Сургутнефтегаз	1096	763854	697
Лукойл	2076	1275368	614
Аэрофлот	118	70204	597
СИБУР	137,7	66076	480

Первые три места распределили между собой телекоммуникационные корпорации «Вымпелтелеком», «МТС» и «Ростелеком». В первую десятку вошли крупнейшее энергетические и нефтедобывающие компании такие, как «Сахалин энерджи», «АЛРОСА», «Газпром» и другие.

В рейтинг включены те, кто реализует проекты поддержки населения в различных сферах: здравоохранения, образования, обеспечения людей доступным жильем, инфраструктурой и др. Бизнес вкладывает социальные инвестиции в регионы, где он находится.

В качестве поощрения на социальной ответственности бизнеса власти могут предложить определенные льготы, которые предусмотренные законом. Регионы получают дополнительные средства на свое социально-экономическое развитие, а бизнес участвует в создании социально и экономически благоприятной среды вокруг своих производств. Такое сотрудничество особенно важно на региональном уровне так, как социальные программы крупных промышленных предприятий вносят ощутимый вклад в повышение качества жизни на местах.

Выводы. Из приведенного выше исследования следует отметить, что в настоящее время социально ориентированный бизнес – одно из актуальных направлений в управлении компанией. Связано это со сменой подхода к управлению. Социально ориентированный бизнес может реализовываться в различных направлениях. Для того, чтобы иметь конкурентные преимущества на рынке отечественный бизнес осознает необходимость применения социальной ответственности бизнеса. Характерной чертой социальной ответственности бизнеса в России является высокая активность крупного бизнеса. Это дает корпорациям определенные преимущества в виде преференций.

Список литературы

1. Зяблицкая, Н. В. Развитие социального предпринимательства / Н. В. Зяблицкая, О. С. Евдокимова, С. И. Исмаилова. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2021. — № 19 (361). — С. 116-119. — URL: https://moluch.ru/archive/361/80842/ (дата обращения: 25.12.2022).

2. Крючкова О. М. Социально ориентированный бизнес: тенденции и пути развития / О. М. Крючкова, А. Д. Гузенко // Концепт. – 2015. – Спецвыпуск №03. –

6 с. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialno-orientirovannyy-biznes-tendentsii-i-puti-razvitiya/viewer

3. Жохова, В. В. Социальное предпринимательство: концепция, сущность и значение / В. В. Жохова // Современная конкуренция. – 2015. – №4 (52). – С. 77 – 96. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnoe-predprinimatelstvo-kontseptsiya-suschnost-i-znachenie/viewer

4. Виногоров Г.Г. Социальная ответственность бизнеса: экономический аспект // ЭВД. 2015. №2 (40). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-otvetstvennost-biznesa-ekonomicheskiy-aspekt (дата обращения: 27.12.2022).

5. Девятловский Д. Н., Позднякова М. О. Корпоративная социальная ответственность в России: проблемы малого бизнеса // ПСЭ. 2014. №2 (50). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/korporativnaya-sotsialnaya-otvetstvennost-v-rossii-problemy-malogo-biznesa (дата обращения: 25.12.2022).

6. Списочный рейтинг Социальной эффективности крупнейших российских компаний 2021 – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.akm.ru/upload/akmrating/AK&M_Social_Performance_Rating_2021.pdf