

Социальное предпринимательство

Бексултанова Хеда Ахмедовна

Студент (бакалавр)

Чеченский государственный университет, Факультет государственного управления,
Грозный, Россия

E-mail: 13kheda@gmail.com

Термин "социальное предпринимательство" был впервые введен в 1980-х годах Биллом Дрейтоном, основателем ASHOKA. С тех пор социальное предпринимательство завоевало внимание как значимая область, которая показывает, как критические проблемы общества могут быть решены с помощью инноваций, связанных с предпринимательством.

Смысл социального предпринимательства заключается в создании нового малого бизнеса, использующего инновационную идею, без или с нулевыми ожиданиями получения прибыли.

Цель социального предпринимателя - сделать мир лучше. Всемирно известные университеты, такие как Гарвард, Стэнфорд и Беркли, первыми предложили курсы по социальному предпринимательству в 1990-х годах. Европа быстро последовала их примеру. С тех пор в США и за рубежом появилось огромное количество курсов. Кроме того, растет число специализаций в этой области.

Контент-анализ определений социального предпринимательства от некоторых наиболее цитируемых исследователей и организаций в этой области позволил заключить, что наиболее общие элементы в этих определениях - это решение социальных потребностей/проблем, которые вносят положительный вклад в развитие общества, инновации, масштабирование социального учреждения, приобретение ресурсов для выполнения миссии учреждения, распознавание возможностей, создание устойчивой бизнес-модели и измерение результатов.

В фундаментальном исследовании Dees (1998) социальная миссия четко выражена и занимает центральное место в деятельности социальных предпринимателей [2]. Создание социальной ценности направляется социальной миссией организации (Alter, 2007, Dees, 1998) [1]. Если миссия будет лежать в основе обучения социальному предпринимательству, это позволит преподавателям вырастить социально ответственных предпринимателей, приверженных воздействию миссии.

Признание возможностей широко признается в определениях предпринимательства как критический компонент предпринимательской деятельности. То же самое верно и для социального предпринимательства. Там, где другие видят проблемы, социальные предприниматели видят возможности.

Важнейшим компонентом социального предпринимательства является содействие инновациям. Билл Дрейтон из ASHOKA часто цитирует следующие слова: "Социальные предприниматели не довольствуются тем, что просто дают рыбу или учат ловить рыбу. Они не успокоятся, пока не произведут революцию в рыбной промышленности". Инновации могут быть самыми разными - не только в виде новых продуктов и услуг, но и в виде способов, которыми учреждение работает и предоставляет ценность своим клиентам. Масштабируемость является ключевым компонентом социального предпринимательства, поскольку социальные предприятия оцениваются с точки зрения их ожидаемой социальной ценности.

Социальное предпринимательство - это не локальные, невозпроизводимые решения. В центре внимания находятся общие потребности и проблемы общества, способы макси-

мизации социальных изменений и улучшения социальных условий. Социальные предприниматели - это мечтатели, которые стремятся преобразовать общество путем создания социальных предприятий, которые могут быть масштабированы и воспроизведены в различных условиях путем распространения, присоединения и/или разветвления [3].

Необходимость - мать изобретения. Многие из самых успешных бизнес-идей, продуктов или услуг в мире появились благодаря необходимости решить какую-то проблему. Эту же мысль можно применить и к социальному предпринимательству, которое часто возникает из желания помочь нуждающимся людям или сообществам. Один социальный предприниматель заметил, что многие рабочие в Мексике не могут найти работу, потому что у них плохое зрение, но они не могут позволить себе корректирующие линзы. Он основал компанию VisionSpring, чтобы поставлять очки для чтения в Мексику и еще шесть слаборазвитых стран. Более 1 миллиарда человек в мире не имеют доступа к надежному электричеству. Поэтому два друга объединились, чтобы основать компанию d.light, которая создает освещение на солнечных батареях для бедных районов.

Но удовлетворить потребность недостаточно. Социальная ответственность наиболее эффективна, когда проблема напрямую связана с личной страстью. Скотт Харрисон возглавляет благотворительную организацию "Вода", некоммерческую организацию, которая обеспечивает чистой питьевой водой миллионы людей по всему миру. Бывший промоутер ночных клубов Нью-Йорка, Харрисон прозрел во время отдыха на пляже, что в своей жизни он не сделал ничего, чтобы помочь другим. Во время путешествия по Либерии, занимаясь фотографией, он понял, что многие из того, кого он фотографировал болеют и умирают, потому что у них нет чистой воды. Эта проблема стала для него личной и подтолкнула его к социальному предпринимательству [4].

Источники и литература

- 1) Alter S.K. Social Enterprise Typology. / S.K. Alter. // Virtue Ventures LLC. – 2007.
- 2) Dees J.G. The Meaning of Social Entrepreneurship. Center for the Advancement of Social Entrepreneurship. / J.G. Dees; Duke University's Fuqua School of Business. – 2018
- 3) Kerlin J. Social Enterprise in the United States and Europe: Understanding and Learning from the Differences. / J. Kerlin. // Voluntas. – 2019. No 17. 247-263 p.