

3. О некоторых мерах государственной поддержки малого предпринимательства [Электронный ресурс] : Указ Президента Республики Беларусь от 21 мая 2009 г. № 255 : с изм. и доп. : текст по состоянию на 12 дек. 2021 г. — 2020. — Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=P30900255>. — Дата доступа : 10.04.2024.

4. О поддержке малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь от 1 июля 2010 г. № 148-З: с изм. и доп. : текст по состоянию на 10 янв. 2022 г.. — 2020. — Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=H11000148>. — Дата доступа: 10.04.2024.

УДК 378.14

М. А. Ковальчук

*Учреждение образование «Барановичский государственный университет»,
Барановичи, Республика Беларусь*

ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Введение. Существует множество дефиниций «социального предпринимательства», и они довольно сильно рознятся. Проблема здесь заключается в том, что к «социальному предпринимательству» в общественном сознании относятся и бизнес, и благотворительность, и деятельность социальных служб, и деятельность государства. И такая ситуация создаёт сильную путаницу при попытке дать определение социальному предпринимательству. Рассмотрим, какой выход из данной ситуации находят исследователи.

Основная часть. С определением предпринимательства уже сложилась определённая ясность, но с социальным предпринимательством ситуация несколько иная. Существует множество дефиниций «социального предпринимательства», и они довольно сильно рознятся. Проблема здесь заключается в том, что к «социальному предпринимательству» в общественном сознании относятся и бизнес, и благотворительность, и деятельность социальных служб, и деятельность государства. И такая ситуация создаёт сильную путаницу при попытке дать определение социальному предпринимательству. Рассмотрим, какой выход из данной ситуации находят исследователи.

Термины «социальное предпринимательство» и «социальный предприниматель» впервые упоминаются в 1960—1970-х годах в англоязычной литературе, посвящённой вопросам социальных изменений. В качестве примера можно привести работу Джэя Бэнкса «The Sociology of Social Movements» социальным предпринимателем назван английский философ и один из первых социальных реформаторов XIX века Роберт Оуэн. Он определённо является если не пионером социального предпринимательства, то точно новатором своего времени. Он считал, что человек составляет продукт внешних окружающих его условий и воспитания; чем выше последние, тем более облагораживается и совершенствуется человеческая природа. Исходя из этого, обязанность заботиться о наёмных рабочих вполне совпадает с интересами работодателя. Был проведён эксперимент на отдельно взятой фабрике в Нью-Ланарке, где Оуэн ввел сравнительно короткий для того времени рабочий день (в 10,5 часов), установил новые машины, создал ясли, детский сад и образцовую школу для детей и рабочих, провел ряд мер для улучшения условий труда и быта рабочих, открыл магазин для рабочих, где продавал товары по сниженным ценам. Эксперимент был удачным, он привёл к улучшению благосостояния рабочих и коммерческому успеху фабрики. В дальнейшем Оуэн продолжил служить интересам рабочего класса, борясь за фабричное законодательство, за улучшение условий труда. Его активная деятельность помогла консолидации кооперативного движения в Великобритании и способствовала введению более гуманного трудового законодательства. Однако проблема Оуэна заключалась в том, что его теория утопического социализма была несостоятельна, так как не опиралась на знание объективных законов общественного развития и его движущих сил.

Как уже упоминалось выше, в английской литературе термин «социальное предпринимательство» появляется в 60—70 гг. 20 века. Однако в общественное широкое употребление термин войдёт только в 1980-х годах. Популяризатором термина называют американского бизнес-консультанта и менеджера Билла Дрейтона. Он сам описал социальных предпринимателей следующим образом: «Социальные предприниматели не довольствуются только тем, чтобы дать рыбу или научить ловить рыбу. Они не успокоятся, пока не осуществят революцию в рыбной промышленности» [1].

Немаловажным этапом в популяризации социального предпринимательства стала публикация британского журналиста Чарльза Лидбитера «Пришествие социального предпринимателя». В ней автор пишет, что качество, которым в изобилии обладают социальные предприниматели — это лидерство [2]. Также Лидбитер описывает здесь важность миссии в мотивации и объединении талантливых людей.

Социальное предпринимательство впервые было рассмотрено в качестве профессии и области для академического изучения американским экономистом Грегори Диз. Он в 1990-х годах опубликовал новаторскую статью «Смысл „социального предпринимательства“», в которой классифицирует социальных предпринимателей как один из видов предпринимателей, отличительной особенностью которых является социальная миссия [3]. И эта миссия наделяет таких предпринимателей определёнными проблемами. Цель социальных предпринимателей — позитивно воздействовать на мир путём достижения своей миссии, а средства для достижения этой цели — это финансы. Что и отличает социальных предпринимателей от остальных, ведь для них конечная цель — получение прибыли. Однако рынки, на которых действуют социальные пред-

приниматели, зачастую не являются для них оптимальной средой, так как не существует инструментов, способных объективно измерить ценность социальных улучшений и общественных благ. Как результат, оценка достаточности ценности, создаваемой социальным предпринимателем, затруднена, что не даёт возможности оправдать вложенные в производство ресурсы. А только лишь факт выживания или роста социального предприятия сам по себе является недостаточным показателем эффективности.

Учёные Сара Элворт, Дэвид Браун и Кристин Лэкс в своей исследовательской работе «Социальное предпринимательство и социальная трансформация» проанализировали 7 кейсов социального предпринимательства. По итогам исследования они сделали предположение, что существуют корреляты выбора формы инновации [4]. Были выделены отличия в формах социальных инноваций, а также их общие факторы. Также было дано определение социального предпринимательства. Исследователи определяют его как предпринимательство, которое находит инновационные решения для самых актуальных социальных проблем и мобилизует идеи и ресурсы, необходимые для устойчивых социальных трансформаций.

Многие исследователи рассматривают социальное предпринимательство через призму предпринимательства, как, например, профессор экономики, лауреат Нобелевской премии мира 2006 года Мухаммад Юнус. Нобелевскую премию он получил за разработку концепции микрокредитования в бедных регионах Бангладеш. Юнус выдавал деревенским жителям кредиты — маленькими суммами под небольшой процент и без всяких залогов и поручителей, но при условии расширения или открытия бизнеса, как правило, семейного. Несмотря на успех предприятия — уровень невозврата был меньше 3 % - идеи Юнуса Идеи Юнуса неоднократно подвергались критике. The Guardian выяснили, что в большинстве случаев деньги, полученные заёмщиками тратятся не на открытие собственного дела, а на свадьбы, похороны, образование или лечение [5]. Определение социального предпринимательства от Юнуса гласит «социальное предпринимательство отличается от предприятий, максимизирующих прибыль, своими целями и направленно на решение социальных проблем за счёт производства товаров и услуг».

Свой подход к определению социального предпринимательства есть и у исследователей Дж. Мэйр и И. Марти. Они определяют социальное предпринимательство как процесс удовлетворения социальных потребностей и интенсификации социальных изменений за счёт использования новых комбинаций ресурсов [6]. Данное определение интересно за счёт своих особенностей. В нём социальное предпринимательство рассматривается как процесс создания ценности путём использования новых комбинаций ресурсов. Также примечательно, что данное определение понимает социальное предпринимательство как процесс, относящийся к производству товаров и услуг.

Среди российских учёных, исследующих вопрос социального предпринимательства, можно отметить А. Н. Макаревич и Т. Ю. Сазонову, которые в своей статье «Сущность и специфика социального предпринимательства» называют социальное предпринимательство предпринимательством гибридного вида, объединяющим элементы чисто коммерческого ведения бизнеса и некоммерческие организации, функционирующие исключительно на пожертвования [7].

Ю. Е. Благов и Ю. Н. Арай в своей статье «Социальное предпринимательство: проблемы типологии» определили типологию социальных организаций, вовлеченных в социальное предпринимательство, основанных на ключевых характеристиках: миссии (социальная и экономическая), получении дохода от основной деятельности, инновационной составляющей [8]. Также в статье была выявлена основная движущая сила социального предпринимательства — создание социальной ценности, что отличает социальное предпринимательство от «обычного» (где движущая сила — получение персональной выгоды).

Заключение. Анализ различных подходов к определению социального предпринимательства показывает, что данная дискуссия далека от завершения, так как социальное предпринимательство имеет достаточно «проблемное» положение. Оно объединяет в себе коммерческую и некоммерческую сферы, экономику и социум, качественные и количественные методы расчета. Также вызывает трудности и понимание «социального» как бесплатного, тогда как «социальное» здесь скорее приносящее пользу обществу, охватывающее большие слои населения. Социальное предпринимательство даёт предпринимательский подход для решения проблем общества.

Если же попытаться дать комплексное определение социальному предпринимательству, то нам кажется наиболее ёмким и многофакторным следующее. Социальное предпринимательство — вид предпринимательской деятельности, в основе которой находится социальная миссия, для достижения которой используются методы предпринимательства. Нам это определение кажется наиболее подходящим, так как компонент «предпринимательской деятельности» предполагает, что данной деятельностью могут заниматься люди с определёнными личностными качествами (как, например, лидерство по Ч. Лидбитеру или решительность по Г. Дизу). Компонент «социальная миссия» напоминает, что в основе социального предпринимательства находится решение социальных проблем, а компонент «методы предпринимательства» показывает, что некоммерческие по сути своей организации пользуются теми же методами предпринимательства, что и коммерческие, ведь для достижения социальных целей также нужны и важны финансовые ресурсы.

Список цитируемых источников

1. Баталина, М. Обзор опыта и концепций социального предпринимательства с учетом возможностей его применения в современной России / М. Баталина, А. Московская, Л. Тарадина. — М.: ВШЭ, 2007. — 43 с.

2. The rise of social entrepreneur. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.demos.co.uk/files/theriseofthesocial-entrepreneur.pdf>. — Дата доступа: 12.04.2024.
3. Dees, J. Gregory. The Meaning of Social Entrepreneurship [Электронный ресурс] / J. Gregory Dees — Режим доступа: https://centers.fuqua.duke.edu/yyyyyyyy/wp-content/uploads/sites/7/2015/03/Article_Deess_MeaningofSocialEntrepreneurship_2001.pdf. — Дата доступа: 10.04.2024.
4. Alvord L., Social Entrepreneurship and Social Transformation: An Exploratory Study [Электронный ресурс] / H. Sarah. L. Alvord, David Brown, Christine W. Letts. — Режим доступа: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=354082. — Дата доступа: 06.04.2024.
5. Is microfinance a neoliberal fairytale? [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://www.theguardian.com/global-development/poverty-matters/2011/mar/09/microfinance-neoliberal-fairytale>. — Дата доступа: 15.04.2024.
6. Mair, J. Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight // I. Marth, J. Mair. — Journal of World Business, 2006. — № 41.
7. Макаревич, А. Н. Сущность и специфика социального предпринимательства в России [Электронный ресурс] / А. Н. Макаревич, Т.Ю. Сазонова. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-i-spetsifika-sotsialnogo-predprinimatelstva-v-rossii/viewer>. — Дата доступа: 03.04.2024.
8. Арай, Ю. Н. Социальное предпринимательство: проблемы типологии [Электронный ресурс] / Ю. Н. Арай, Ю. Е. Благов. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnoe-predprinimatelstvo-problemy-tipologii-predislovie-k-razdelu-1>. — Дата доступа: 07.04.2024.

УДК 338.48

О. Н. Корхова

Учреждение образования «Полесский государственный университет», Пинск, Республика Беларусь

СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ КЛАСТЕРНОГО ПОДХОДА В ТУРИЗМЕ

Введение. Туризм, являясь одним из направлений развития экономики в современном обществе, позволяет решать широкий круг не только экономических, но и социальных задач, к которым следует отнести решение проблем воспроизводства трудовых ресурсов, увеличения занятости населения, улучшения качества жизни общества и роста благосостояния граждан, а также обеспечения социокультурного развития населения. Конкурентоспособность туристической территории и ее привлекательность для привлечения инвестиций во многом зависит от того, насколько эффективно структурировано ее экономическое пространство и в какой степени используются наиболее рациональные формы территориальной и отраслевой организации. Одним из основных решений повышения конкурентоспособности туристического продукта является повышение конкурентоспособности существующих туристических регионов и формирование нового туристического продукта. Для реализации данных решений активно используется кластерный подход как элемент всестороннего развития туризма. Необходимость поддержания и развития туристических кластеров отмечается практически во всех документах стратегического развития туристической сферы, активно разрабатываемых как на национальном, так и на региональном уровнях управления. Таким образом, теоретические аспекты применения кластерного подхода в туризме приобретают наибольшую актуальность.

Основная часть. Сущность кластерного подхода раскрывается в определении таких понятий, как кластер, экономический кластер, туристический кластер. В законодательстве Республики Беларусь понятие кластер содержится в Концепции формирования и развития инновационно-промышленных кластеров в Республике Беларусь и мероприятий по ее реализации, утвержденной Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 16.01.2014 № 27, и определяется как совокупность территориально локализованных юридических лиц, а также индивидуальных предпринимателей, взаимодействующих между собой на договорной основе и участвующих в процессе создания добавленной стоимости [1].

Указанная дефиниция является базисным определением к раскрытию такой категории как кластер, определяя его как организованную совокупность субъектов, преследующую своим объединением увеличение прибыли. Вместе с тем, данное определение, нося обобщенный характер, не раскрывает в полной мере принципов организации взаимодействия данных субъектов при осуществлении экономической деятельности.

Принципы данной организации были впервые обоснованы американским экономистом, профессором кафедры делового администрирования Гарвардской школы бизнеса М. Портером в работе «Конкурентное преимущество стран». В своем научном труде ученый обосновал специализацию, являющуюся следствием исторического развития, как преимущество для промышленных кластеров. М. Портер показал, что множество факторов, лежащих вне отдельной организации, может существенно повысить ее эффективность. Им впервые было применено понятие «экономический кластер». М. Портер понимал под экономическими кластерами сконцентрированные по географическому признаку группы взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков услуг, компаний в родственных видах экономической деятельности, а также связанных с их деятельностью организаций в определенных областях, конкурирующих, но при этом ведущих совместную работу [2, с. 259]. По мнению ученого территориальный охват кластера может варьироваться от групп производства одного города или штата (региона) до страны или даже нескольких соседствующих стран. Кластеры имеют различную форму в зависимости от своей глубины и сложности, но большинство включает в себя компании «готового продукта» или сервиса, поставщиков специализированных факторов