

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: ТЕОРИЯ, ПРОЦЕСС И ПРАКТИКА

Социальное предпринимательство

Глава 1. Система бизнес-мышления в XXI веке





Социальное предпринимательство – это форма предпринимательства, которая сочетает в себе способность некоммерческих организаций, правительств и предприятий акцентировать внимание частного сектора на инновациях, рисках и крупномасштабных социальных проблемах.

Процесс социального предпринимательства начинается с воспринятой социальной возможности, преобразованной в концепцию предприятия; именно тогда определяются ресурсы для достижения целей предприятия. В последние годы общественное признание социального предпринимательства приобрело множество форм:

- В 2006 году основатели Teach for America Венди Копп и основатели City Year Майкл Браун и Алан Хазей вошли в топ 25 мировых лидеров из списка US News and World Report.

- Мухаммад Юнус и его организация, Grameen Bank, были награждены Нобелевской премией мира.

- Виктория Хейл из Института for One World Health и Джим Фрухтерман из Benetech получили «гранты гения» из Фонда МакАртура. Они называют себя социальными предпринимателями.

- В 2005 году Public Broadcasting Service (PBS) и Skoll Foundation снимали и показывали два эпизода «Новые герои», в которых участвовало около 14 социальных предпринимателей со всего мира. После серии они представили трехлетнюю грантовую программу для кинематографистов, кинорежиссеров и журналистов для работы над «продвижением социального предпринимательства». А также разместили на веб-сайте Skoll Foundation художественный фильм под названием «Герои», который ежегодно проводит форум мирового сообщества по социальному предпринимательству.

- В течение последнего десятилетия Всемирный экономический форум создал саммит социальных предпринимателей, объединяющий предприятия, правительства и национальных лидеров. В партнерстве с Schwab Foundation форум созывает социальных предпринимателей как одно из своих сообществ с особыми интересами, в результате чего социальное предпринимательство объединяет только девять других групп интересов, включая глобальные компании роста, международные СМИ и лидеров труда.

- Основанная в 1980 году Биллом Дрейтоном, общество Ashoka является лидером по трансформации в обществе.

- С момента своего создания в 1981 году для первой стипендии Ashoka была избрана Индия, а теперь это более двух тысяч получателей стипендий в более чем шестидесяти странах на пяти основных континентах. Вместе с глобальной сетью ученых, наряду с бизнес-предпринимателями, политиками, инвесторами, учеными и журналистами, Ashoka в настоящее время вдохновляется социальными предпринимателями и их инновациями, чтобы создать новую волну местных позитивных изменений, вызванных изменениями на местном уровне.

- Доктор Марк Альбион написал труд «More Than Money: Questions Every MBA Needs to Answer». В 2010 году для дальнейшего развития вопроса вместе с доктором Мимом Баттоном написал «More Than Money Careers». В этих исследованиях кооператив ориентирован на социальную ответственность, возможности для создания карьеры, основанного на стоимости бизнеса и некоммерческого управления. «More Than Money Careers» – это шестинедельный курс. Данный курс объединил 30-летний опыт работы Альбиона с программами MBA, бизнесе на основе ценностей, а также результаты тактических и стратегических методов Бутлы при создании карьеры.

Дать определение понятию «социальное предпринимательство» можно по-разному. Признание ученых и предпринимателей получили определение Джоанну Майр и Игнасио Мартин. По мнению Майра и Мартина, «социальное предпринимательство» – это процесс, который создает ценности, связывая ресурсы с новыми способами. Эти комбинации ресурсов основаны на признании и использовании способов создания социальных ценностей. Эта работа может быть достигнута путем стимулирования социальных изменений или удовлетворения социальных потребностей. Социальное предпринимательство, как процесс, включает предоставление услуг и продуктов для социального предпринимательства, хотя в ходе этого процесса могут быть созданы и новые организации.



Важно, чтобы социальное предпринимательство могло быть реализовано одинаково как в новой организации, так и в уже существующей организации и может быть названо «социальным предпринимательством». Социальное предпринимательство, как и отечественный бизнес, может быть либо новым, либо предпринимательским инновационным процессом. Социальное предпринимательство может стать основой устойчивого развития. Как резюмировал Г.Х. Брундтланд, «не только для удовлетворения текущих потребностей, но и для удовлетворения потребностей будущих поколений».

Кто является социальным предпринимателем?

Термин «социальный предприниматель» – человек (или небольшая группа людей), который основывает и/или возглавляет организацию или инициативу, занятую социальным предпринимательством. Социальные предприниматели иногда называют «общественными предпринимателями», «гражданскими предпринимателями» или «социальными новаторами». Знаменитый эксперт Артур С. Брукс определяет виды деятельности, характеризующие социальное предпринимательство, следующим образом:

- Принятие миссии, которая генерирует и основывается на социальных ценностях.
- Признание и достижение социально значимых возможностей.
- Непрерывные инновации и лояльность к образованию.
- Работа за пределами ограниченных ресурсов.
- Чувство большей ответственности.

Термин «социальное предпринимательство» стал широко известен благодаря пропаганде известных изданий. Например, в последние годы публикуются ряд статей о социальном предпринимательстве в *New York Times*, *The Economist*, *Forbes* и *Harvard Business Review*.

Политики, журналисты, ученые и широкая общественность говорят о социальном предпринимательстве, причиной которого является возникновение социальных проблем в мире. Надежда на то, что социальные проблемы могут быть решены во всем мире, повысит внимание к социальному предпринимательству.

Можно получить поддержку всех лидеров социального предпринимательства посредством адаптации принципов, отражающих успешные результаты в предпринимательстве. Таким образом, все они являются финансово устойчивыми и принимают трансформационные решения при социальных проблемах, стоящих перед нацией. В одной из последних статей, опубликованных в «*Social Innovation Review*» говорилось: «Мы считаем, что социальное предпринимательство столь же важно для прогресса общества, как и предпринимательство, и оно заслуживает более строгого и серьезного внимания».

Основатель фонда Ashoka Билл Дейтон говорит: «Социальные предприниматели не занимаются рыболовством. Они не успокоятся, пока не сделают революционные изменения во всей рыбной промышленности».

Социальные предприниматели, также как другие предприниматели, постоянно пытаются внедрять новаторство, тем самым достигая новых технологий, расширяя дистрибьюторские системы или методы производства. В то же время появление новых инновационных предприятий означает предоставление новых продуктов и услуг. Инновационные идеи могут быть развитием нового или настоящего мира.

Социальные предприниматели – активисты перемен; они вызовут широкое изменение, используя идеи, которые нарушают концепции. Они могут признать коренные причины социальных проблем. Они хотят систематически меняться, вводя новую идею и признавая ее для других. Такие виды трансформации могут происходить на национальном или глобальном уровне. Социальные предприниматели, часто приводящие к трансформации, сочетают инновационные, социальные исследования и сотрудничают с последними передовыми исследованиями для достижения своих целей. Инновации для предпринимателей, работающих в социальной сфере, – это не одноразовое мероприятие, а пожизненная задача.



Что такое социальное предприятие?

Мы уже упоминали об увеличении интереса к социальному предпринимательству. Но что такое социальное предприятие? В конце концов, хотя социальные причины разные, в большинстве случаев это вопрос личности, трудно дать конкретное определение.

Одно можно сказать наверняка: социальные предприниматели и их предприятия продвигаются вперед на основе социальных целей; это значит служить обществу в некотором роде. Другими словами, социальный предприниматель преследует цели повышения ценности общественной жизни и повышения благосостояния общества, в котором он живет. Однако существующий конфликт начинается, когда речь идет об определении места социальной цели и ее конечных интересов.

Исследователь Грегори Диз считает, что «самое главное – не искать богатства, а строить социальную миссию». По его мнению, там, где есть богатство, социальное предпринимательство невозможно. Это означает, что богатство рассматривается как средство достижения социальных целей – зарабатывать деньги на социальное предпринимательство не является целью. Так много критиков говорят, что любое социальное предприятие должно быть некоммерческой организацией. Например, в одной из статей исследования мы спросили: «выгодны ли преимущества социального предприятия?» Все единодушно ответили «Нет». Авторы считают, что социальное предпринимательство является новым и проверенным способом развития и поддержания социальных ценностей.

Существуют, по сути, социальные предприниматели, изобретающие способы облегчения бедности, создания источников воды или предоставления медицинских решений без какой-либо помощи от них. Тем не менее коммерческие предприятия также внесли значительный вклад в социальное предпринимательство.

В списке из 30 социальных предпринимателей Forbes есть 18 коммерческих социальных предпринимателей, и они создают социальную ценность через свой бизнес. Поэтому коммерческое социальное предпринимательство не может быть отказано в том, что их социальные ценности преследуются.

Один из способов уменьшить спор относительно того, что должно быть социальным предприятием, – определить его непрерывность. Группа исследователей говорит, что предприниматель работает только для получения прибыли. По их мнению, существует разница между работой для социального дохода и стремлением получать прибыль через социальный доход. Могут быть много исключений из этих двух понятий.

Процесс предпринимательства: хот-доги, бывшие заключенные и социальное предприятие

Существует множество способов использования бизнес-инструментов для решения социальных проблем. Однако некоторые из этих инструментов сомнительны, поскольку они означают: «Разрыв границ».

Хот-доги в Чикаго, штат Иллинойс, были открыты при необычных условиях: те, кто отбывал наказание, были наняты, потому что они не могли попасть в общество или найти работу. Цель Felony Franks, которая рекламировала «Не есть вкусную еду – преступление», носит социальный характер. Обратившись к членам сообщества, которые не смогли найти работу, Джеймс Эндрюс также попытался решить проблему бездомных.

Все это может показаться хорошим примером использования бизнес-принципов для поиска решений социальных проблем. Но все в это не верили. Жители соседних окрестностей выступали против этого. Они сказали, что г-н Эндрюс и его осужденные приведут к наркомании в соседних общинах и к привычкам к еде. Более 70 человек собрались в городе для протеста. По мнению некоторых людей, это препятствует реабилитации наркоманов, поскольку они скрывают и рекламируют свои реальные трудности, показывая гламур тем, кто отбывает наказание. Самое главное, что люди говорят, что другие компании предоставляют работу тем,



кто находится под стражей, что они не рекламируют свое участие в обществе. Общество также утверждало, что Felony Franks использует осужденных для получения прибыли. Г-н Эндрюс инвестировал более 160 000 долларов в открытие этого предприятия и сказал, что он убежден в своей концепции и не существует «скрытого счета». Однако соседи не были согласны с этим, они видели все по-другому. По их словам, предприниматель капитализировал проблему своих соседей в качестве капитала и получает прибыль от этого. Сан-Франциско и Нью-Джерси – соседние города, бизнес-центры. Те, кто отбывают наказание, всегда будут работать. Тем не менее, ни один из них не использовал умные лозунги для увеличения продаж за счет рекламы проблем преступности, так как Felony Franks.

В 2012 году из-за замедления экономики и сокращения прибыли от его бизнеса г-ну Джеймс Эндрюс пришлось закрыть дело. Тем не менее, проявилась смелость г-на Джеймс Эндрюса, для открытия такого уникального предприятия с актуальной проблемой. Как общество примет идею, которую предприниматели будут использовать, чтобы нарушить границу между социальным предприятием и капиталистической прибылью?

Устойчивое предпринимательство

Исследователи Дин А. Шепард и Хольгер Пацельт определяют устойчивое предпринимательство как «сосредоточенное на сохранении природы, жизнеобеспечения и сообщества в поисках будущего, продуктов, процессов и услуг, истолковывается как экономический и неэкономический выигрыш для индивидуумов, экономики и общества.

Важнейшей темой нашего времени является устойчивое развитие. Во всем мире на озоновый слой Земли влияет изменение климата, деградация биоразнообразия. Результатом этих процессов является процесс всех видов жизни. Однако, по мнению ученых, предпринимательская деятельность может сохранять экосистемы, противодействовать изменению климата, уменьшать деградацию окружающей среды и сажать деревья, совершенствовать сельскохозяйственную практику, обеспечивать пресную воду и поддерживать биоразнообразие. Устойчивое развитие выглядит следующим образом:

- Эко-предпринимательство (например, экологический бизнес, его деятельность включает природную среду, биоразнообразие земель и хозяйственную деятельность, связанную с сохранением экосистем).
- Социальное предпринимательство, поиск, признание и использование возможностей для улучшения социального благосостояния. Это достигается за счет создания нового предприятия или инновационного способа управления существующей организацией.
- Корпоративная социальная ответственность, не зависящая от интересов и целей корпораций, действия по достижению определенных социальных выгод. Это подразумевает участие организаций в решении социальных вопросов, определенных законом.

Социальные предприниматели часто сталкиваются с проблемой неуклонного и эффективного поиска инновационных инициатив. Таким образом, возникает вопрос о том, есть ли предпринимательский талант и склонность, чтобы индивидуумы нуждались в достижении своих социальных целей. Однако есть примеры предпринимателей, которые внедрили социальную миссию в рамках бизнес-процесса. Интернет стал популярным инструментом распространения информации во всем мире. Общественные идеи широко распространяются среди зрителей, а скорость нетбука растет. В то же время объем инвестиций венчурных капиталистов в социальные проекты растет. Сегодня так называемые «инвестиции в социальное воздействие» позволяют создавать предпринимательские идеи и рынки капитала для финансирования социальных инициатив. Повышение потенциала социального предпринимательства оказывает влияние на эффективность и устойчивость социальных инициатив.



Эко-предпринимательство

В XXI веке возникли серьезные экологические проблемы. Защита и сохранение природных ресурсов сосредоточена на окружающей среде и сосредоточена на поддержании предпринимательской среды. Наиболее важным для социальных предприятий является экологическая проблема.

Тенденция зеленого капитализма набирает силу в определении того, как бизнес должен быть экологически чистым. Этот термин означает, что устойчивое развитие должно быть устойчивым экономическим развитием. Выбрасывание мусора теперь угрожает природным ресурсам нашей земли. Эта опасность распространяется от почвы к воде и воздуху.

Пол Хокен и Уильям МакДонау, исследователи, говорят: «Промышленность должна упаковывать гамбургеры в бумажные пакеты, сокращать вредные отходы и сажать два дерева за каждый проданный автомобиль. Мы можем жить только в экологически чистом мире. Это далеко не правда. Эти действия не опасны, но самое опасное состоит в том, что мы считаем, что такие действия приведут к лучшему будущему. Если мы будем следовать этим практикам, будет неправильно думать, что в будущем природа будет хорошо сохранена, а роскошные торговые центры останутся на месте». Из этих слов мы можем видеть, с чем сталкивается предприниматель. Подавляющее большинство 100 миллионов предприятий мира в настоящее время пересматривают значение своей социальной ответственности, потому что теперь они не согласны с мнением о том, что бизнес – это просто бизнес. Возможность быстро и на международном уровне обмениваться информацией повысила чувство ответственности перед окружающей средой у многих предпринимателей.

Предпринимательские организации, действуя в убеждении, что изменения должны быть сделаны во всем мире, должны начинать с решения социальных, экологических проблем в первую очередь.

Предприниматели должны взять на себя инициативу по внедрению новых деловых практик и взять на себя эту проблему и использовать ее в повседневной жизни и действиях, чтобы возобновить привычку и вернуться к добру.

Один из теоретиков ввел термин, называемый эковидение, для описания возможных стилей лидерства в инновационных предприятиях. Эко видение – стимулирование гибких структур, включающих сотрудников, организации и окружающую среду, принимая во внимание изменяющиеся социальные требования.

Экологическое движение определяется стоимостью его инициатив, а не тем, как оно создается. Основные цели устойчивого будущего должны основываться на практической и продуманной стратегии. Некоторые из ключевых шагов, предложенных Хокеном и МакДонау, включают:

1. Исключение концепции отходов. Ищите новые методы производства и переработки.
2. Восстановление ответственности. Поощряйте участие потребителей в определении ответственности компании.
3. Цены должны соответствовать затратам. Создайте систему «Зеленый платеж», которая включает налоги на энергию, сырье и услуги по охране природы.
4. Содействовать разнообразию. Продолжайте исследовать последовательность продуктов и изобретений, которые постоянно развиваются.
5. Успешная охрана окружающей среды. Вместо того, чтобы требовать «низкой цены» для стимулирования сокращения производства, увеличьте стоимость экологического менеджмента.
6. Настаивать на подотчетности государств. Разработайте план для страны, которая стремится к устойчивому развитию.

Разделенная ценность и три низких показателя

Компании обычно рассматривают создание стоимости в узком масштабе. Они не сосредотачиваются на предметах, которые направлены на достижение долгосрочного успеха



в оптимизации краткосрочных финансовых показателей. Эти предметы могут включать влияние основных поставщиков или влияние экономических трудностей на сообщество. По словам исследователей Майкла Э. Портера и Марка Р. Крамера, компании должны играть ведущую роль в интеграции бизнеса и общества. Концепция проблемы – это общая ценность.

Общая ценность – экономичный способ сделать это, удовлетворяя потребности общества и решая его проблемы. Этот метод связывает успех компании с развитием общества. Общая ценность – это не только социальная ответственность или стабильность. Это преобразование бизнес-мышления в знание слабых мест общества, что увеличивает дополнительные расходы компании. Решая эти проблемы с нововведениями и методами, можно расширить и открыть новые рынки.

Тройная нижняя строка, иногда называемая TBL представляет собой систему учета, которая выходит за рамки традиционных мер, включая возврат инвестиций, а также экологические и социальные аспекты. Сосредоточив внимание на результатах комплексных инвестиций, то есть в отношении эффективности и отчетности TBL. Она измеряет три измерения эффективности: экономические, экологические и социальные.

Более низкие показатели экономической эффективности. Экономические показатели обусловлены потоками доходов и более низкими показателями, такими как доход, затраты, налоги, факторы бизнес-климата, факторы занятости и бизнеса. Например:

- Личный доход.
- Стоимость неполной занятости.
- Размер организации.
- Увеличение количества рабочих мест.
- Занятость секторов.
- Процент фирм в каждом секторе.
- Доходы секторов за счет вклада в общественный выпуск.

Минимальные экологические показатели. Экологические показатели связаны с природными ресурсами и влияют на их жизнеспособность. Примером может служить качество воздуха и воды, потребление энергии, природные ресурсы, захоронение твердых и токсичных отходов. Основываясь на долгосрочных тенденциях в окружающей среде, организация определяет, как проект или политика могут повлиять на отрасль. Например:

- Опасные химические концентрации.
- Отдельные загрязняющие вещества.
- Потребляемая мощность.
- Использование ископаемых видов топлива.
- Управление твердыми отходами.
- Управление опасными отходами.
- Землепользование/изменения земли.

Низкие показатели социальной эффективности. Социальная работа связана с социальными характеристиками сообщества или социальными аспектами образования, социальных ресурсов, здоровья, благосостояния и качества жизни. Например:

- Уровень безработицы.
- Доход домохозяйства.
- Сравнительная бедность.
- Число людей с высшим образованием.
- Среднее время в пути.
- Уровень насилия на душу населения.
- Продолжительность жизни человека и его связь с показателями здоровья.



Выгода корпорации: поддержка устойчивого предприятия

В Соединенных Штатах появилась новая корпорация – так называемая благотворительная корпорация. Они были внедрены в 14 штатах. Другие государства также рассматривают проекты. Benefit корпорации – это такие же корпорации, как обычные традиционные корпорации, но различия в некоторых элементах делают их социально стабильными:

1. Цель: внести существенный вклад в общество и окружающую среду.
2. Задачи: следует учитывать заботу об интересах сотрудников, сообществ и окружающей среды.
3. Прозрачность: ежегодная отчетность общественности в соответствии со стандартами доверенной третьей стороны о социальных и экологических показателях.

Имена дочерних корпораций и сертифицированной B-корпорации заменяются друг на друга. Однако, хотя у них есть общие черты в их работе, есть некоторые различия. Некоммерческие лаборатории предоставляют сертификаты для B-корпораций.

Корпорация Benefit и сертифицированные корпорации B – это термины, которые часто используются взаимозаменяемо. Однако, хотя они имеют сходные функции, они также имеют несколько важных отличий. Сертифицированная корпорация B является некоммерческой лабораторией. Корпорациям Benefit не требуется сертификация. Сертифицированные корпорации B были сертифицированы как имеющие высокий уровень социальных и экологических показателей.

L3C: новая юридическая форма социальных предприятий

В Соединенных Штатах появилась новая юридическая форма хозяйствующего субъекта, направленная на устранение разрыва между некоммерческими и коммерческими инвестициями. Новая форма известна как небольшая компания с ограниченной ответственностью или называется L3C (low-profit limited liability company). Она функционирует как структура, которая способствует инвестициям в социально успешные коммерческие предприятия. L3C рекламируется под лозунгом «Прибыль для некоммерческих организаций».

Чтобы привлечь частные инвестиции и благотворительный капитал к социально ориентированному предприятию, был разработан новый тип L3C. Основной целью L3C является благотворительность, а затем только получение прибыли. Ключевым преимуществом L3C является его признание как инвестиции в программное обеспечение (ПО). Это означает, что инвестиции привлекаются к общественным выгодам, доходам и соблюдению миссии фонда. Поскольку средства могут напрямую инвестировать в коммерческие предприятия, связанные с ПО, многие фонды не могут инвестировать в не специализированные коммерческие организации, поскольку они не знают о своей специализации в качестве ПО, а тратят время и ресурсы на получение Управляющего документа от ПО. Соглашение об эксплуатации L3C предлагает решение этой проблемы.

Это демонстрирует, что ПО соответствует цели, которой он располагает, и, таким образом, средства облегчают компаниям признание их социальных целей и обеспечение их налоговых льгот. Таким образом, L3C может привлекать значительные средства частного капитала из различных источников для реализации своих благотворительных и образовательных целей. Это отличный инструмент для экономического развития, медицинских исследований, социальных услуг, музеев и концертных залов, жилищного строительства и любой благотворительной деятельности.

L3C был создан Робертом Лэнгом, генеральным директором Mary Elizabeth & Gordon B. Фонд Mannweiler. В 2008 Вермонт стал первым штатом, которое признает L3C официальной юридической структурой. Подобное законодательство было с тех пор выдвинуто и в других штатах, таких как Джорджия, Мичиган, Монтана и Северная Каролина. Однако, L3C юридически доступен только в Вермонте, его можно использовать по всей стране, поскольку L3C, является



Книга: **Предпринимательство: теория, процесс и практика**

Глава: **1. Система бизнес-мышления в XXI веке**

Лекция: **8. Социальное предпринимательство**

законным в любом штате и может действовать юридически во всех 50 штатах. L3C объявила о своей приверженности миссии и доказала свою жизнеспособность. Он часто используется как бренд, и поэтому его легче понять.