

Министерство образования Республики Беларусь  
Полоцкий государственный университет

**УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ:  
МЕЖДУНАРОДНЫЕ И НАЦИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ**

Электронный сборник статей  
III Международной научно-практической online-конференции

(Новополоцк, 18–19 апреля 2019 г.)

Новополоцк  
Полоцкий государственный университет  
2019

**Устойчивое развитие экономики: международные и национальные аспекты**  
[Электронный ресурс] : электронный сборник статей III Международной научно-практической online-конференции, Новополоцк, 18–19 апреля 2019 г. / Полоцкий государственный университет. – Новополоцк, 2019. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

Впервые материалы конференции «Устойчивое развитие экономики: международные и национальные аспекты» были изданы в 2012 году (печатное издание).

Рассмотрены демографические и миграционные процессы в контексте устойчивого развития экономики; обозначены теоретические основы, практические аспекты управления человеческими ресурсами; выявлены и систематизированы драйверы инклюзивного экономического роста в Беларуси и за рубежом; раскрыты актуальные финансовые и экономические аспекты развития отраслей; приведены актуальные проблемы и тенденции развития логистики на современном этапе; отражены современные тенденции совершенствования финансово-кредитного механизма; освещены актуальные проблемы учета, анализа, аудита в контексте устойчивого развития национальных и зарубежных экономических систем; представлены новейшие научные исследования различных аспектов функционирования современных коммуникативных технологий.

Для научных работников, докторантов, аспирантов, действующих практиков и студентов учреждений высшего образования, изучающих экономические дисциплины.

*Сборник включен в Государственный регистр информационного ресурса. Регистрационное свидетельство № 3061815625 от 23.05.2018.*

Компьютерный дизайн обложки М. С. Мухоморовой.  
Технический редактор Т. А. Дарьянова, О. П. Михайлова.  
Компьютерная верстка И. Н. Чапкевич.

211440, ул. Блохина, 29, г. Новополоцк, Беларусь  
тел. 8 (0214) 53 05 72, e-mail: a.lavrinenko@psu.by

## МОТИВАЦИЯ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА ОСНОВЕ СТИМУЛИРОВАНИЯ

**Н.В. Потапова**, канд. экон. наук, доц.,

**Т.М. Драган**, канд. экон. наук, доц.,

Брестский государственный технический университет, Беларусь

Сложно переоценить значимость для государства феномена подобного социальному предпринимательству. Создание условий, побуждающих предпринимателей к социальным инициативам, к повышению социальной ответственности бизнеса, является одной из первостепенных задач государственной политики на современном этапе.

Особенность заключается в том, что социальному предпринимательству характерны как внешняя, так внутренняя мотивация. Внешняя мотивация (экстринсивная), не связанная с содержанием деятельности в области социального предпринимательства, обусловлена внешними по отношению к субъекту обстоятельствами, созданными специализированными организациями, Фондами, государством. Внутренняя мотивация (интринсивная), связанная не с внешними обстоятельствами, а с самим содержанием деятельности, предполагающей удовлетворение личных потребностей субъекта быть социально полезным, приносить пользу обществу. Таким образом, побуждающие мотивы в сфере социального предпринимательства характеризуются множественностью интерпретации и имеют большое значение для практики.

Выделим наиболее важные проблемы, ограничивающие развитие социального предпринимательства в регионах:

- Незрелость инфраструктуры коммерциализации и прежде всего информационно-аналитической поддержки и информационного обеспечения на всех стадиях и этапах жизненного цикла социального бизнеса.
- Наличие практик социального предпринимательства, не доведенных до уровня коммерциализации, не способных реализовать устойчивую бизнес-модель.
- Отсутствие или ограниченность источников финансирования
- Социальные предприятия строятся на принципах самокупаемости, финансовой устойчивости и инновационности используемых методов и инструментов предпринимательства. На стадии зарождения социальный бизнес в большинстве случаев финансируется за счет сбережений основателя, его друзей, знакомых, родственников, или FFF (Friends, Family, Founders). За счет собственных доходов формируются ключевые преимущества социального предпринимательства по сравнению с благотворительностью, которая ограничена в ресурсах, времени и пространстве. Социальное предпринимательство обеспечивает масштабируемость и тиражируемость вариантов решения социально значимых проблем. Одним из наиболее существенных факторов, сдерживающих активное развитие социального бизнеса, является ограниченность в финансовых ресурсах, так как социальный бизнес не предполагает высокой доходности и характеризуется низкой инвестиционной привлекательностью. Дальнейшее развитие бизнеса, как правило, возможно при наличии внешней поддержки, являющейся мощным стимулятором для развития социального предпринимательства в стране, регионе.

После идентификации субъектов социального предпринимательства к ним могут применяться методы стимулирования, которыми являются прямая финансовая помощь, безвозвратное и бесплатное инвестирование, льготирование, субсидирование и др.

Наиболее действенными стимулами для социальных предпринимателей являются гранты - безвозмездная субсидия предприятиям, организациям и физическим лицам в денежной или натуральной форме на проведение научных или других исследований, опытно-конструкторских работ, на обучение, лечение и другие цели с последующим отчетом об их использовании.

Одним из эффективных инструментов стимулирования государством развития социального предпринимательства является использование фискальных инструментов (налоговых льгот, налоговых отсрочек и кредитов).

*Виды поддержки малого и среднего бизнеса в Беларуси:*

- субсидия на открытие бизнеса в Беларуси от центра занятости населения;
- льготный кредит на развитие малого и среднего бизнеса в Беларуси;
- субсидия на создание рабочих мест от Государственного фонда социальной защиты населения;
- грант на развитие бизнеса от инновационного фонда;
- безвозмездное получение земли в сельской местности для фермерского хозяйства.

Государство финансирует в регионах инфраструктуру поддержки малого и среднего бизнеса, включая социальные предприятия: центры поддержки предпринимательства, технопарки, инновационные парки, гарантийные фонды, бизнес-инкубаторы.

Взаимодействие с органами государственными власти в сфере социального предпринимательства не должно ограничиваться фискальной сферой. Важное значение имеют специальные фонды, инвестиционные фонды, донорские организации - партнерские организации, которые создаются с целью социально-экономического развития территорий бизнесом и некоммерческими организациями (рисунок).

Такое трехстороннее сотрудничество позволяет эффективно решать проблемы местного уровня, формирует устойчивые коммуникационные связи, составляющие основу дальнейшего взаимодействия и партнерства.

Форма решения социальных проблем при помощи мотивированных на создание социальной ценности предпринимателей предпочтительна в сравнении с другими формами ввиду ее большей устойчивости, которая базируется на независимости от разовых источников финансирования, на самокупаемости (без чего невозможно функционирование бизнеса).

Сегодня в Беларуси проблемой остается идентификация социального предприятия. Для этого необходима четкая система критериев, объективные и прозрачные условия применения данного классификационного признака, обосновывающего, при стимулирующем нормативно правовом регулировании, определенные преференции.

Для этого рассматриваются основные бизнес-процессы в предпринимательской модели социального предприятия и определяется на каком/каких из них возникает дополнительная социальная ценность (в процессе производства путем привлечения сотрудников из социально уязвимых групп, в процессе реализации путем продажи социально значимого товара).

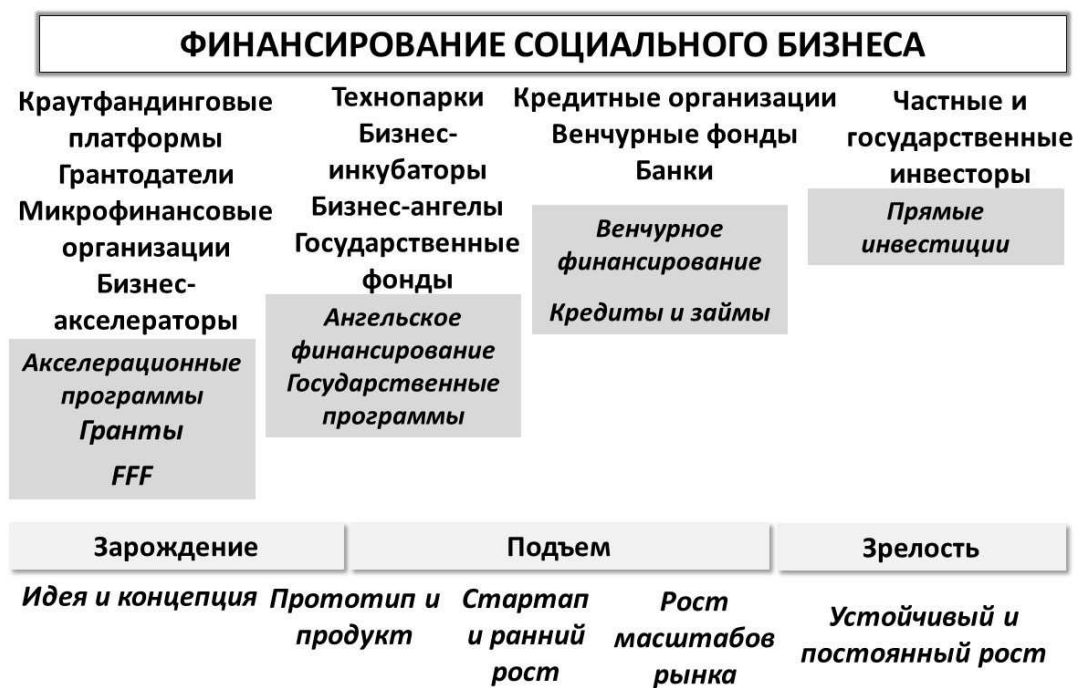


Рисунок. – Виды финансирования социального предпринимательства на этапах жизненного цикла

Система критериев социального бизнеса может быть разработана исходя из четкого определения понятия социального предприятия. Сегодня под социальным предприятием понимается, в той или иной интерпретации, институциональная единица, оказывающая положительное воздействие на социум при помощи инструментов предпринимательства. Для констатации социального воздействия необходимо его измерить.

Проблема измерения социального воздействия рассматривается в социальном предпринимательстве в двух аспектах:

- Оценка положительного социального эффекта - как достижения основной цели социального предпринимателя.
- Оценка социальных последствий с точки зрения инвесторов, характеризующих в своем роде возвратность инвестиций.

Для определения положительного социального эффекта параметрами оценки могут выступать:

- обеспеченность релевантной целевой аудиторией (например, малообеспеченные социальные группы, сообщество людей с инвалидностью, население депрессивных регионов), а также достаточное количество получателей социальных услуг;
- общественная значимость социального бизнеса - возможность продукта или услуги внести существенный вклад в решение какой-либо социальной проблемы региона;
- доступность продукта или услуги для целевой аудитории;
- превышение положительных над отрицательными сопутствующими эффектами от продукта (услуги);
- масштабируемость и тиражируемость социальной бизнес-модели.

Социальное предприятие, реализующее социально-продуктовую модель бизнеса, стремится минимизировать конечную стоимость для клиента и в этом заключается социальный эффект, который рассчитывается как разность рыночной цены данного продукта (услуги) в регионе и цены продукта социального предприятия. Потребитель социальной ценности в данном случае является потребителем продукта.

Предприятие, применяющее в процессе деятельности социально-ориентированную политику развития (трудоустройство людей с ограничениями, с инвалидностью, с зависимостью и т.д.), измерение социального эффекта производит на основе определения экономии затрат бюджетных средств на выплату пособий людям с инвалидностью, затрат бюджета на реабилитацию людей с зависимостью, на адаптацию лиц асоциального поведения за вычетом прироста затрат предпринимателя, обоснованного необходимостью создания соответствующих условий труда, ведения повышенного контроля, опеки и т.п.

Для измерения социальных последствий с точки зрения инвесторов параметрами оценки могут выступать: общее изменение количества рабочих мест в регионе в связи с созданием социального предприятия; улучшение жилищных, культурно-бытовых условий работников; трудовые затраты в связи с изменением структуры производственного персонала (рост доли работников-инвалидов, других социально-уязвимых групп); затраты по обучению и переобучению работников-инвалидов, по созданию условий для их трудовой деятельности; потери предприятия в связи со снижением продолжительности рабочей смены, дня, оплата услуг психологической помощи, консультаций.

Примером расчета эффекта создания социального предпринимательства шведскими социальными службами является осуществление “социально-экономического расчета”, включающего определение сумм экономии служб здравоохранения, местного муниципалитета и суммы прибыли и социальных отчислений.

Сложность измерения социального воздействия предпринимательства обосновывается специфичностью социального бизнеса и трудностью его унификации. Развитие методик измерения и оценки эффекта социального предпринимательства в измеримой его части позволит наладить и усовершенствовать систему классификации предприятий в целом и процесс идентификации социальных предприятий в частности, а следовательно, эффективно настроить систему мотивации и стимулирования через доступные инструменты.

Усиление взаимоотношений государства, бизнеса и общества в рамках социального предпринимательства даст новый импульс к формированию социально-экономических институтов в государстве. Ориентация на комплексное решение наиболее острых социальных проблем, способность к активной интеграции и трансформации делают социальное предпринимательство мощным источником гражданских инициатив.

#### **Список использованных источников**

1. Жураковский В.Р. Правовое регулирование социального предпринимательства в Республике Беларусь и за рубежом. – Минск : МПОО «АКТ», 2017. – 96 с.
2. Маслоу А. Г. Мотивация и личность. – СПб. : Евразия, 1999. – 478 с.
3. Сидоров Н.И. Социальное предпринимательство и предпринимательство в социальной сфере (теория и практика). – М. : Издательский дом ФГБОУВПО “ГУУ”, 2015. – 80 с.