

Организации, представляя собой социальные институты, функционируют под воздействием условий взаимоотношений в обществе (экономических, социальных), удовлетворяя потребности внешней и внутренней среды. Корпоративная социальная ответственность регулирует данные отношения, создавая виды и формы данной ответственности. Институционализация корпоративной социальной ответственности позволяет говорить о формировании института власти внутри организационно-управленческого института, разделяемого по отношению к ресурсам: экономический, социальный, политический. Каждая форма взаимоотношений устанавливает нормы и правила поведения, регулирует выполнение установленных процедур, и позволяет сохранить устойчивость в конкурентной среде.

1.3. Глобализация возможностей социального предпринимательства

Предпринимательская деятельность новых и существующих компаний является основным источником благосостояния общества и создания рабочих мест, экономического и технологического роста и социальной трансформации [41]. Это преобразование стало возможным благодаря мощным силам, стимулирующим социальное предпринимательство, т. е. обычные люди, имея инновационные идеи, организуют производство, берут на себя риск и привлекают клиентов для получения прибыли или решения имеющихся социальных проблем, часто выходя за рамки национальных экономик. Предпринимательство позволяет изучать и перенимать мировой опыт в данной сфере, превращая его в мировые движения с целью улучшения социальных условий и повышения качества жизни людей. В частности, социальные предприниматели стали авангардом всемирной трансформации, создав новые организации, обслуживающие множество социальных потребностей, улучшая тем самым качество жизни и повышая уровень человеческого развития во всем мире [90, 93].

В последнее время интерес к социальному предпринимательству значительно возрос, поскольку деятельность социальных предпринимателей направлена на удовлетворение потребностей людей, оказавшихся в сложных ситуациях [50, 55, 104]. Тем не менее, несмотря на растущий международный характер многих социально ориентированных предпринимательских мероприятий, исследователи не уделяют достаточного внимания пониманию того, как предприниматели выбирают конкретные глобальные социальные проблемы или создают свои предприятия вокруг этих возможностей.

Исследователи также не могут обосновать появления новых международных социальных предприятий и масштабов их международных операций. Данная статья направлена на изучение глобализации социального предпринимательства. В статье рассмотрены основные силы, способствующие глобализации возможностей социальных предприятий, с помощью теорий космополитизма [38], просоциализма [41], режима [83] и интернализации [74] объяснено формирование международных социальных предприятий и проиллюстрировано то, как социальные предприниматели принимают решения о сроках выхода на международную арену и географическом охвате их международных операций. Данная статья освещает растущий глобальный охват социальных предприятий, что является важной проблемой, заслуживающей большего внимания исследователей. Социальные возможности носят глобальный характер, и предприниматели становятся экспертами в разработке инновационных решений и организационных форм для удовлетворения этих глобальных потребностей.

Глобализация экономики усилила важность предпринимательской деятельности не только с целью создания богатства [75], но и решения постоянных социальных проблем [143]. Демографические сдвиги, либерализация национальных экономик и сопутствующих рынков, институциональные и государственные провалы, технологический прогресс явились сигналами для большего усиления общественного внимания к социально ориентированному бизнесу, это послужило стимулом для формирования социальных предприятий. Далее представлены четыре ключевых фактора, которые, способствуют глобализации социального предпринимательства.

1. Глобальное неравенство доходов. В развивающихся странах, где ярко выражены различия в доходах и доступе к возможностям между слоями населения, уровень малообеспеченных и малообразованных людей значительно выше, чем в развитых. И это неравенство продолжает расти. В настоящее время в мире 946 самых богатых семей имеют активы на сумму 3,4 триллиона долларов [84], а 40 процентов населения мира живет на 2 или менее доллара в день (по данным Всемирного банка). По прогнозам исследователей, такое неравенство в доходах сохранится и далее, поскольку даже в условиях общемирового падения рождаемости прирост населения в течение следующих 30 лет будет наблюдаться в развивающихся странах (по данным Всемирного банка). Принимая во внимание объемы ресурсов, сконцентрированные в развитых экономиках, и социальные проблемы, возникающие в развивающихся странах, можно говорить о том, что глобализация повы-

сила уровень осведомленности о возможностях улучшения уровня жизни и решения социальных проблем в развивающихся странах [143].

2. Движение корпоративной социальной ответственности. В течение последних десятилетий озабоченность по поводу экономического неравенства сфокусировала внимание исследователей на роли крупных и влиятельных транснациональных корпораций в распределении мировых богатств и ресурсов. В ответ на интерес различных сторон и общественных активистов глобальные корпорации были вынуждены более четко обозначить свои социальные обязанности. Это, в свою очередь, привело к обширному исследованию корпоративной социальной ответственности (CSR) [61, 70]. Исследование показывает, что КСО сместилась с акцента на получение прибыли и максимизацию благосостояния акционеров в сторону экономического, правового, этического и филантропического измерения [95]. Совсем недавно подход заинтересованных сторон стал доминировать в исследованиях, касающихся КСО. Приверженцы данного подхода предполагают, что корпорация несет ответственность перед теми, кому она причиняет вред, или помогает также тем группам людей, на права которых влияют ее корпоративные действия или решения [70]. К заинтересованным сторонам обычно относятся акционеры, клиенты, сотрудники, правительства, профсоюзы, поставщики, банки, экологи, активисты, религиозные группы и местные общины. Транснациональные корпорации сталкиваются с огромными проблемами из-за того, что их деятельность затрагивает интересы множества заинтересованных сторон, с которыми они взаимодействуют. Считается также, что эти корпорации располагают значительными бюджетами, позволяющими решать возникающие социальные проблемы, повышая ожидания общества в отношении корпоративных действий. Некоторые исследователи считают, что ТНК также обладают навыками и возможностями, необходимыми для решения насущных социальных проблем. В результате некоторые глобальные корпорации начали работать с местными компаниями, правительствами и неправительственными организациями (НПО) для решения вопросов, представляющих взаимный интерес. Например, компания Starbucks тесно сотрудничает с FairTrade USA, организацией, созданной для стимулирования торговли между фермерами из развивающихся стран и предприятиями США. С 2000 года Starbucks проводит политику, касающуюся поставок кофе, по принципу справедливой торговли, а также предоставляет доступные многомиллионные кредиты фермерам в развивающихся странах. Как правило, корпорации уделяют особое внимание вопросам, которые выходят за пределы националь-

ных границ и могут быть решены за счет имеющихся ресурсов и возможностей [105]. Тем не менее, другие социальные проблемы остаются без внимания. Эти пустоты создают возможности для социальных предпринимателей по созданию международных социальных предприятий для решения конкретных проблем.

3. Рыночные, институциональные и государственные провалы. Несмотря на растущее внимание во всем мире к сфере КСО, некоторые компании не занимаются деятельностью, касающейся решения социальных проблем [147]. Зачастую компании сосредотачиваются на вопросах, непосредственно связанных с производительностью и получением прибыли, оставляя без внимания множество серьезных социальных проблем. К сожалению, традиционные рыночные решения постоянно имеющихся социальных проблем, как правило, нецелесообразны, поскольку они дорогостоящи, сложны или не приносят прибыли. Это создало пустоту в решении социальных проблем, которая еще более усугубляется институциональными провалами. Например, когда лица, связанные с экономической политикой и регулирующие ее, не имеют властных полномочий или средств для осуществления реформ или побуждения к эффективным рыночным мерам субъектов для уменьшения постоянных социальных проблем. Кроме того, в некоторых странах рыночные и институциональные сбои являются не только обычным явлением, но и сопровождаются провалами государства, когда правительства слабы, а постоянная борьба за власть препятствует примирению враждующих сторон и развитию социального сектора [147]. Глобализация также ускорила движение к либерализации рынка. Хотя приверженцы свободных рынков часто обещают долгосрочную эффективность [147], граждане многих стран сейчас наблюдают серьезную краткосрочную волатильность на рынке жизненно важных услуг. Многие люди не готовы или не в состоянии оплачивать по рыночным ценам услуги, которые когда-то предоставлялись государством бесплатно. В результате приватизации коммунальных услуг таких, как водоснабжение и электроснабжение, граждане Боливии и Южной Африки остались без них или же неспособны в настоящее время оплачивать немногочисленные ресурсы по рыночным ценам. Это повысило уровень бедности в данном регионе, усиливая и так тяжелое положение граждан [105].

4. Технологические достижения и совместная ответственность. Достижения в области коммуникационных технологий упростили доступ каждого человека к информации, предоставляя знания, которые люди могут применять для использования социальных возможностей,

особенно в развивающихся странах. Интернет, блоги, 24-часовое всемирное телевидение и быстрый доступ к международным перелетам переездам способствовали установлению взаимодействия между людьми в развитых и развивающихся странах. Эти расширенные взаимодействия и иногда интенсивное воздействие способствовали созданию многих социальных предприятий [37]. В результате люди в развитых странах больше, чем когда-либо, заинтересованы в создании, инвестировании, осуществлении пожертвований, покупках и партнерских отношениях с организациями, которые являются социально выгодными для развивающихся стран.

Глобализация в век информации также повысила уровень потребительских ожиданий клиентов, даже среди малоимущих слоев населения. Тем не менее, волна потребительства вызывает опасения по поводу последствий возросшего материализма, заметного роста потребления и потенциального злоупотребления ресурсами природной среды. Многие люди в мире не могли пользоваться ранее теми возможностями, которые сейчас открывает глобализация, в большинстве своем из-за нищеты, неграмотности и болезней. Тем не менее, эта доступность информации повышает потребность в необходимости участия в жизни общества, за что выступают такие организации, как «Бизнес в сообществе», «Бизнес для социальной ответственности», Международный форум лидеров бизнеса, Всемирный совет деловых кругов по устойчивому развитию и Всемирный экономический форум.

Успешные бизнесмены, ставшие социальными предпринимателями, такие как Джеффри Сколл и Пьер Омидьяр из eBay, Билл Гейтс из Microsoft, Ларри Пейдж и Сергей Брин из Google, вдохновили других предпринимателей на помощь в решении сегодняшних глобальных социальных проблем. Их успешная предпринимательская деятельность быстро становится примером для подражания из-за видимого успеха предприятий и финансового капитала, который они вкладывают в поддержку различных социальных проектов. Бизнесмены используют при создании и запуске свои накопленные знания и опыт, что позволяет им создавать компании, которые быстро развиваются, выходят на международный уровень и массово внедряются в жизнь общества. Решения по созданию таких компаний особенно актуальны для населения в развивающихся странах. Успешные предприниматели в области информационных технологий, которые участвуют в глобальных социальных проектах, понимают, что затягивание решения социальных проблем, с которыми сталкивается большой процент населения мира, может подорвать как экономическое, так и социальное развитие их собственного

бизнеса, а также препятствует процветанию их стран. Они также учитывают тот факт, что запас навыков, знаний и ресурсов, необходимых для борьбы с этими проблемами, неравномерно распределен по всему миру. Кроме того, эти предприниматели знают, что их мировая известность и репутация дает им привилегированный доступ к существующим властным структурам, где они могут привлекать местных должностных лиц и соответствующие учреждения к выгодным совместным действиям по решению социальных проблем. Эти связи также помогают обойти существующую бюрократию, способствуя созданию новых международных предприятий.

В дополнение к тому, что социальные возможности стали более заметными, достижения в области коммуникации также предоставили социальным предпринимателям новые способы организации и управления их операциями для решения социальных проблем во всем мире, особенно в развивающихся странах. Социальные проблемы и возможности часто связаны с высоким уровнем бедности, а их решения - нет. Например, более 90 % материнских смертей, вызванных осложнениями при родах, происходят в развивающихся странах, в то время как опыт решения этой проблемы сконцентрирован в развитых странах. Как правило, предприниматели могут добиться большей координации в своей деятельности и получить знания по данной проблеме, находясь рядом с нуждающимися в помощи [144]. Однако нехватка доступных местных ресурсов для решения социальных проблем может мешать социальным предпринимателям обосноваться исключительно в развивающихся странах. Например, отсутствие возможности получения образования и низкий уровень жизни не позволяют социальным предпринимателям и их ключевым сотрудникам постоянно иммигрировать в развивающиеся страны. Тем не менее, улучшение качества телекоммуникационной инфраструктуры, например, развитие и распространение Интернета, помогает многим преодолеть эти и другие препятствия, помогая устанавливать связи между предпринимателями и возможностями в ранее отдаленном развивающемся мире. С 2000 года использование Интернета возросло на 249 процентов, причем самый большой рост в развивающихся странах. В сочетании с ростом числа людей, говорящих по-английски, эти изменения позволили сократить расходы на социальное обеспечение на расстоянии, одновременно увеличивая предложение социальных возможностей во всем мире.

Четыре силы глобализации, описанные ранее, повысили уровень глобальной осведомленности о социальных проблемах, которые существуют в мире, предоставляя развернутую и полную информацию об

институциональных неудачах и возможностях, которые создают эти пустоты. Признание социальными предпринимателями этих пустот и связанных с ними возможностей, вероятно, позволяет им создавать социальные предприятия, которые работают с местными заинтересованными сторонами для мобилизации ресурсов, необходимых для решения проблемных вопросов. Эти возможности сильно различаются по своим ключевым признакам и, следовательно, привлекают различные типы предпринимателей.

Помимо названных сил глобализация социальных предприятий зависит от сроков их интернационализации. Сроки интернационализации социальных предприятий могут повлиять на способность предпринимателей получать новые навыки в данной сфере [147], завоевать репутацию пионеров отрасли, добиться легитимности, выжить и даже расти. В литературе предполагается, что ресурсы, навыки и способности формируют эти решения [70]. Быстрая интернационализация некоторых социальных предприятий стала возможной благодаря присутствию многочисленных организаций, которые выступают в качестве посредников, соединяя социальные предприятия с аналогичными миссиями через государственные границы, а также благодаря способности социальных предпринимателей устанавливать связи с правительствами и НПО.

В настоящее время существует множество исследований по интернационализации новых предприятий [144]. Исследования показывают, что многие новые компании с самого начала выходят на международный уровень, чтобы использовать уникальные возможности в других странах. Некоторые социальные предприятия возникают одновременно в нескольких регионах и действуют во многих странах [65, 69, 92, 132]. Это согласуется с принципами интернационализации, космополитизма, просоциальной теории и теории режима. Социальные предприятия стремятся использовать все имеющиеся возможности. Когда доступ к возможностям открыт, предприниматели мотивированы на создание таких предприятий, которые предлагают решения имеющихся социальных проблем, облегчая страдания многих людей во всем мире. Теория режима предполагает, что глобальная возможность (проблема) способствует глобальному осознанию ее последствий и необходимых решений (режимов) для смягчения ее последствий. Это понимание сочетается с растущим согласием относительно средств (режимов) внедрения и поддержания необходимых решений [83], что может стимулировать создание глобальных предприятий. Просоциальная теория предполагает, что люди более склонны действовать быстро, когда они считают, что несправедливость огромна или страдания тяжелы [63].

Более того, выход на международный уровень с момента создания может произойти, если основатели считают, что эти возможности актуальны (т. е. соответствует их навыкам, стремлениям и ресурсам). Предприниматели понимают, что могут использовать навыки и способности своей фирмы для обеспечения позитивных изменений. Доступность социальных возможностей также способствует ранней интернационализации. Тот факт, что другие социальные предприниматели заинтересованы или пользуются такой же возможностью, может побудить предпринимателей выйти на международный уровень с самого начала деятельности компании. В этих условиях социальные предприниматели могут прийти к выводу, что интерес других людей и предприятий усиливает важность проблемы. Вместо того, чтобы рассматривать усилия других компаний как конкуренцию, социальные предприниматели интерпретируют эти действия как оправдание правильности своих собственных усилий. Присутствие других предприятий или агентств, стремящихся решить ту же проблему, расширяет возможности для сотрудничества, уменьшая восприятие и опасения социальных предпринимателей о существующих рисках. Это помогает ускорить интернационализацию социальных предприятий. Необходимость выхода на международный уровень с момента создания предприятия зависит от срочности и радикальности искомого решения. Например, когда социальная проблема рассматривается как требующая неотложного решения, некоторые предприниматели сопоставляют эту срочность с необходимыми ресурсами и навыками, сложностью создания нового предприятия и политическими и неполитическими проблемами, с которыми они могут столкнуться. В результате, хоть быстрая интернационализация и может иметь важное значение для извлечения выгоды из решения срочных социальных проблем, риски могут быть слишком большими и ограничивать деятельность предпринимателей. Радикальность решения, которое требуется для реализации некоторых глобальных социальных возможностей, дает преимущества для предпринимателей. Однако радикальные решения трудно реализовать, особенно когда предприятие новое. Некоторым социальным предприятиям может не хватать необходимых навыков или ресурсов для принятия такого решения в международном масштабе.

Они также могут привести к тому, что радикальность решения может подорвать долгосрочную устойчивость их предприятия. Радикальность может ограничить способность предприятия достигать легитимности [98], расширяя представление предпринимателей о рисках, связанных с их предприятием.

Следующим важным компонентом глобализации социальных предприятий является определение географической сферы международных социальных предприятий.

Учитывая богатство социальных возможностей во всем мире, предприниматели также должны принять решение о масштабах своих предприятий. Масштаб социального предприятия определяет количество групп, которым оно служит, и широту его географического охвата. Для некоторых социальных предприятий может быть выгодно сосредоточиться только на нескольких странах или конкретном регионе, чтобы усилить свое влияние. Другие предприятия могут использовать социальные возможности в более широком международном масштабе, работая в нескольких странах или частях света. Такие различия в объеме деятельности социальных предприятий отражают предпочтения и мотивы социальных предпринимателей, ресурсы, которые они имеют или могут собрать, их восприятие рисков, бизнес-моделей, которые они используют, и их способность к координации.

Повышение значимости реализации социальных возможностей для предпринимателя снижает воспринимаемый риск и уровень неопределенности работы в широком международном масштабе. Предприниматель получает мотивацию на использование собственных навыков для достижения социальных изменений путем использования избранных возможностей в разных странах. Доступность возможностей для других также снижает предполагаемые риски, связанные с широким международным присутствием. Этот доступ позволяет обмениваться информацией, объединяться, сотрудничать и развивать посредников, которые предоставляют специализированные услуги (например, бухгалтерский учет), что дополнительно снижает риски увеличения географической экспансии. Присутствие других предприятий и даже НПО предоставляет дополнительные возможности для участия в коллективных действиях, чтобы повысить значимость проблемы и соответствующих международных режимов для ее решения, в соответствии с теорией режима [83]. Наконец, сотрудничество с другими предприятиями, преследующими ту же возможность, дает возможность повысить уровень образования предпринимателей в социальной сфере [146] и помочь им приобрести новые навыки для улучшения координации, повышения эффективности и улучшения администрирования, способствуя расширению международного присутствия. Когда предприниматели понимают, что принимаемые радикальные решения связаны с серьезными рисками, они реализовывают их в ограниченных масштабах, прежде чем тиражировать в других местах. Радикальность

также ограничивает воспринимаемую легитимность новых социальных предприятий, затрудняя их доступ к ключевым заинтересованным сторонам в других странах.

Распространение радикальных решений через международные границы из-за культурных, идеологических и институциональных различий также ограничивает желание предпринимателей внедрять радикальное социальное решение в глобальном масштабе. В этих условиях выход на рынки в нескольких странах осуществляется постепенно.

В то время как повсеместное распространение решений социальных проблем означает, что существует множество рыночных возможностей для их использования (например, бедность является серьезной проблемой во многих странах), силы, лежащие в основе этих возможностей разные, что затрудняет интернационализацию стандартной бизнес-модели и организационной структуры. Данные существенно отличающиеся основные силы сокращают стремление предпринимателей использовать социальные возможности в широком международном масштабе. Отсутствие стандартизации повышает эксплуатационные расходы, поскольку необходима местная адаптация. Такая адаптация требует глубокого понимания местных культур, идеологий и институтов. В соответствии с просоциальной теорией срочность может заставить предпринимателей действовать в международном масштабе для решения социальных проблем, вызывающих обеспокоенность. Актуальность социальной проблемы может подчеркиваться ее глобальными характеристиками и вызывать волну социальных начинаний, которые решают проблему на мировом уровне. Например, опустошение, вызванное цунами 2004 года, привело к росту социальных предприятий, которые решали проблемы реабилитации затронутых народов во многих частях света. Актуальность определенных социальных проблем, таких как угроза пандемий, атипичная пневмония или биотерроризм, делает географические границы неактуальными и требует действий на мировом уровне. Принятие теории режима дает сходное объяснение расширению географического охвата социального предприятия.

В заключении можно подытожить, что социальные предприятия быстро становятся авангардом социальных преобразований, улучшая качество жизни и обогащая человеческое существование во всем мире. Ускоренная глобализация и связанные с ней силы создали пространство для социальных предприятий во всем мире. В статье проиллюстрировано, как можно определить и изучить социальные возможности и вытекающую из этого предпринимательскую деятельность, создав основу для будущих исследований этого захватывающего глобального явления.