

тики в целом.

Основные правила и технические требования при работе организаций газовой и других отраслей Министерства энергетики регулируются рядом технических кодексов [5].

Государственное регулирование данного направления осуществляется государственными органами посредством разработки различных программ; нормирования уровня расхода ресурсов; стимулирования энергосбережения и надзора со стороны государства.

Государственное регулирование отраслей, относящихся к Министерству энергетики Республики Беларусь, осуществляется на основе законов, указов, декретов, НПА, ТНПА, концепций и программ.

Проблемы энергетической сферы Республики Беларусь:

1. Республика Беларусь является энергетически зависимой от внешних ресурсов страной, т. к. не имеет возможности создать конкурентный рынок в данном направлении.

2. В стране прилагаются значительные усилия для того, чтобы изменить структуру топливно-энергетического баланса с целью увеличения объемов использования местных и возобновляемых источников. Однако прогресс в данном направлении сдерживается отсутствием финансовых средств в достаточном количестве.

3. Энергетическая сфера нуждается в ряде реформ: реформа тарифов, реструктуризация, коммерциализация, приватизация предприятий сектора. Данные изменения помогут повысить конкурентоспособность отрасли.

4. Наличие экологических проблем, связанных с вредными выбросами в атмосферу.

5. Обеспечение энергетической безопасности страны [3, 5].

Для обеспечения энергетической стабильности и безопасности Республики Беларусь необходимо повышать надёжность и эффективность деятельности отраслей Министерства энергетики, так как от их стабильной работы зависит развитие экономики страны и рост благосостояния населения.

Список использованных источников

1. Повышение экономической эффективности сельскохозяйственного производства на основе совершенствования финансового механизма: научное издание, монография // И.А. Бондин, Н.Н. Бондина, О.С. Юдаева; Министерство сельского хозяйства РФ Федеральное гос. бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Пензенская государственная сельскохозяйственная академия». – Пенза, 2013. – 250 с.

2. Топливо-энергетический комплекс [Электронный ресурс]. – 2019. - Режим доступа: <http://knigi.link> – Дата доступа: 20.02.2019.

3. Дашкевич, Т.В. Инновационное развитие топливно-энергетического комплекса Республики Беларусь // Экономика и управление: социальный, экономический и инженерный аспекты: сб. науч. статей I Межд. науч.-практ. конференции УО БрГТУ, Брест, 22-23 ноября 2018 // ред.: В.В. Заверская. - Брест: Изд-во БрГТУ, 2018. – С.131-135.

4. Статистические данные о результатах деятельности предприятий топливно-энергетического комплекса Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by> – Дата доступа: 10.05.2019.

5. Министерство энергетики Республики Беларусь: законодательство [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <http://minenergo.gov.by> – Дата доступа: 05.04.2019.

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ФОРМА ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

Диковицкая Д. В.

Во всем мире социально сознательные люди внедряют и применяют инновационные бизнес-модели для решения социальных проблем, которые ранее игнорировались бизнесом, правительственными и неправительственными организациями (НПО). Такие предприниматели играют жизненно важную роль в улучшении неблагоприятных социальных условий, особенно в слаборазвитых и развивающихся странах, где проблема нехватки ресурсов серьезно затрудняет удовлетворение социальных потребностей [1; 2]. Социальные предприниматели стали агентами перемен в развитых странах, где они применяют инновационные и экономически эффективные методы, которые бросают вызов традиционным решениям, для решения острых социальных проблем (напри-

мер, бедности, гендерного неравенства и т. д.). Деятельность правительств по продвижению сектора социальных услуг [3] также стимулировало желание предпринимателей использовать эффективность конкурентных рынков для улучшения социальных показателей [4]. Несколько правительств, в том числе США, также значительно сократили федеральные расходы на социальные услуги, такие как образование и здравоохранение [5], создавая потребность в предпринимательской деятельности для сбора средств и удовлетворения социальных потребностей.

Глобальное движение в направлении приватизации и сбыта также повлияло на некоммерческие организации и НПО, оказывая на них давление с целью устранения пробелов в предоставлении социальных услуг. Хотя финансирование этих мероприятий из традиционных источников сократилось [6], расходы на реализацию программ возросли. Следовательно, все больше и больше некоммерческих организаций занимаются удовлетворением комплексных социальных потребностей, но полагаются на меньшее количество средств. Это побудило некоммерческие организации применять предпринимательские стратегии и бизнес-модели, которые включают в себя установление отношений сотрудничества для финансирования и управления программами, которые выполняют их социальные задачи [7; 8; 9]. Институциональные изменения привели к различным социальным начинаниям.

Несмотря на растущий научный интерес к социальному предпринимательству [10], четкого определения его области нет. Его формулировка осложняется многочисленными проявлениями социального предпринимательства и широтой научных сообществ, изучающих этот предмет. Кроме того, сам термин объединяет два неоднозначных слова, обозначающих разные вещи для разных людей [11]. Сохраняются разногласия по поводу сферы предпринимательства [12; 13], и добавление ценностного префикса «социальный» еще больше усугубляет эту дискуссию по определению.

Различия заключаются и в том, что предлагаемые исследователями определения подчеркивают различные мотивы, типы создаваемых предприятий и организационные действия (или стратегии), направленные на повышение общественного благосостояния. Стоит также отметить, что предпринимательские открытия так же важны, как и решение имеющихся проблем. Следовательно, существуют различные типы социальных предпринимателей, которые решают конкретные социальные проблемы по-своему и в своих собственных сферах. Некоторые предприниматели, выявив крупные или даже глобальные социальные проблемы, способны мобилизовать все возможные ресурсы для их решения [2]. Фактически, одним из ключевых навыков многих социальных предпринимателей является их способность вдохновлять, направлять и мобилизовать усилия коммерческих и некоммерческих компаний-партнеров, инвесторов, волонтеров и работников для достижения социального благосостояния. Построение отношений сотрудничества для реализации социальных инициатив часто имеет решающее значение для успеха [9]. Другие социальные предприниматели могут иметь большой опыт в создании организаций, которые занимаются социальными вопросами. Тем не менее, некоторые предприниматели уделяют больше внимания местным вопросам. Учитывая вариативность определений, можно представить типологию, которая отражает разнообразие социальных предпринимателей, но представленные типы не охватывают все возможные варианты развития социального предпринимательства. Тем не менее, данная типология закладывает основу для признания потенциальных предшественников, процессов и последствий различных видов социального предпринимательства.

В качестве отправной точки при разработке типологии использованы альтернативные концепции предпринимательства, основанные на трудах Хайека, Кирзнера и Шумпетера. Типология позволяет выявить сходства и различия среди широкого круга лиц и организаций, занимающихся социальным предпринимательством. В результате описаны три типа социальных предпринимателей: социальный бриколер, социальный конструктор и социальный инженер.

Социальный бриколер. В своей работе Хайек подчеркивает важнейшую роль знаний об имеющихся социальных проблемах и состоянии предпринимательства, полученных на местном уровне, при их решении. Вместо того, чтобы описывать рынки как рациональные, понятные и предсказуемые арены, Хайек подчеркивает «калейдоскопическую» природу предпринимательства конкретного региона, населенного людьми со знаниями, неявными и недоступными для внешних действующих лиц. Хайек также рассматривает попытки выявить широко распространенные возможности для решения социальных проблем как невыполнимую задачу, поскольку большинство знаний, которыми обладают предприниматели, не существует вне их местного контекста. Исходя из этой предпосылки, Хайек предполагает, что предпринимательские возможности могут быть обнаружены и реализованы только на местном уровне. Предполагается, что субъектам не находящимся на определенной территории или в определенном

регионе, как правило, не хватает соответствующих фактов и знаний, необходимых для выявления, определения и оценки потенциальной возможности. Эти знания обычно носят поверхностный характер, серьезно ограничивая признание возможностей со стороны [14; 15].

В дополнение к позиции Хайека по предпринимательству, основанной на уникальных локальных знаниях, существует концепция бриколажа, описанная многими исследователями. Вейк определяет бриколаж как использование «любых ресурсов и операций, которые необходимо выполнить для решения любых задач». Бейкер и Нельсон считают, что бриколаж является предпринимательством, поскольку предполагает объединение имеющихся ресурсов для решения проблем и использования новых возможностей. В соответствии концепцией Хайека, успешный бриколаж требует глубоких знаний, как о местных условиях окружающей среды, так и о местных ресурсах. Таким образом, предпринимателей, которые используют местные возможности и доступные местные ресурсы для решения имеющихся социальных проблем, можно назвать социальными бриколерами.

Социальные бриколеры выполняют ряд важных функций. Без их деятельности многие локальные или малоизвестные социальные потребности остались бы без внимания. Несмотря на то, что решения, которые они разрабатывают, иногда бывают маломасштабными и ограниченными по объему ресурсов, они помогают решить серьезные местные социальные проблемы. В результате социальные бриколеры приближают общество к тому, что Парсонс назвал идеальным «социальным равновесием», в котором существует социальный мир и порядок. Эти предприниматели получают возможность действовать, находясь в нужном месте в нужное время и обладая навыками для удовлетворения потребностей. Как и другие социальные предприниматели, социальные бриколеры мотивированы на удовлетворение социальных потребностей. Тем не менее, благодаря своим локальным и зачастую недоступным другим знаниям, социальные бриколеры имеют уникальные возможности для выявления местных социальных потребностей, где они могут использовать свою мотивацию, опыт и личные ресурсы для создания и повышения социального благосостояния. Социальные бриколеры, хоть и не так известны, как другие предприниматели, однако выполняют важные социальные функции по всему миру на локальном уровне.

Исследователям зачастую сложно определить местонахождение социальных бриколеров, поскольку они действуют на местном уровне. Следовательно, они сопротивляются широкому признанию или даже пониманию со стороны правительств и средств массовой информации. Кроме того, учитывая, что они менее заинтересованы в решении глобальных проблем, организации, поддерживающие социальных предпринимателей, делающие упор на масштабируемость, могут не оценить вклад социальных бриколеров.

При организации своих предприятий социальные бриколеры обычно не требуют ни внешних, ни специализированных ресурсов. Они часто полагаются на любые ресурсы, которые легко можно получить [16]. Эта характеристика отличает их от других типов социальных предпринимателей, которые зависят от многочисленных внешних поставщиков для достижения своих целей. Независимость от других также позволяет социальным бриколерам свободно работать с поставщиками ресурсов, которые иногда пытаются ограничить свои усилия или навязать свои собственные программы. Принимая во внимание их импровизированные стратегии и отсутствие прочных связей с поставщиками ресурсов, социальные бриколеры могут быть эффективными в самокоррекции [16], быстро реагируя на меняющиеся обстоятельства. Однако опора на легкодоступные ресурсы и импровизацию, а не на формальное планирование, иногда не позволяет социальным бриколерам расширяться в географическом отношении или решать более крупные проблемы. Таким образом, так же, как уникальность собственных местных знаний и способность импровизировать обеспечивают основу для их открытий, способность социальных бриколеров к расширению часто ограничивается их собственным незнанием социальных потребностей и возможностей за пределами сферы их знаний.

Социальный Конструктивист. По мнению Кирзнера, поиск и обнаружение социальных возможностей не обязательно осуществляется с помощью специфических местных знаний предпринимателя, а скорее из-за их бдительности к возможностям, которые они используют при разработке продуктов, товаров и услуг, поэтому предприниматели вносят «системные изменения в ожиданиях относительно целей и средств» [17]. Внедряя инновации, кирзнерские предприниматели успешно и прибыльно используют возможности, удовлетворяя потребности клиентов, которые еще не реализованы нынешними поставщиками. Хоть коммерческие предприниматели стремятся получить прибыль, быстро выявляя и используя рыночные возможности, потребности, которые социальные конструкторы выявляют и преследуют, обычно сосре-

доточены на создании общественного богатства. Заполнение таких дыр в структуре социальных систем является жизненно важной предпринимательской функцией [18; 19].

Захра называет социальных предпринимателей, которые выполняют эти функции, социальными конструктивистами, т. к. они создают и управляют предприятиями, занимающимися теми социальными потребностями, которые не полностью удовлетворяются существующими учреждениями, предприятиями, неправительственными организациями и правительственными учреждениями.

Потребность в этих организациях возникает из-за того, что коммерческие компании часто не имеют стимулов или оснований для решения социальных проблем [20]. Таким образом, хоть термин «социальный конструкционист» часто трактуется в иных значениях, Захра использует его для обозначения типа социального предпринимателя, описанного выше.

Кирзнер подчеркивает, что предприниматели должны быть внимательны к возможностям и быть смелыми и новаторскими в своих действиях. Они часто действуют так, как будто могут точно прогнозировать будущие события и создавать желаемое будущее состояние [21]. Успешные социальные конструктивисты часто имеют такие же характеристики [22; 23; 24]. Они также развивают организации в соответствии с масштабами и объемами социальных потребностей, которые они стремятся удовлетворить. В некоторых случаях эффективное организационное решение может быть довольно небольшим, но во многих других случаях решение может иметь региональный, национальный или даже глобальный масштаб [25].

В отличие от социальных бриколеров, которые ищут решения небольших локальных социальных проблем, социальные конструктивисты стремятся нейтрализовать более широкие социальные проблемы путем планирования и разработки формализованных или систематизированных масштабируемых решений, направленных на удовлетворение растущих потребностей. Преимуществом этих предпринимателей является их уникальная способность выявлять и использовать те возможности, которые создают общественное благосостояние, создавая и реконфигурируя процессы, используемые для производства и доставки товаров и услуг.

В то время как социальные конструкторы могут сталкиваться с ограниченной конкуренцией при реализации своих программ, конкуренция за требуемые ресурсы часто бывает интенсивной [6]. Масштаб социальных потребностей, которые необходимо учитывать, обычно требует создания довольно крупных и сложных организаций со значительными финансовыми и кадровыми потребностями. Правительства, НПО и благотворительные фонды являются традиционными источниками финансирования этих предпринимателей [19]. В сегодняшней динамичной и сложной обстановке совместные социальные инициативы, которые используют ресурсы и возможности коммерческих и некоммерческих организаций, могут привести к взаимовыгодным результатам [9].

Получение ресурсов через совместные предприятия часто помогает социальным конструкторам создавать, поддерживать и развивать свои организации. Однако получение ресурсов из разнообразных источников может также ограничивать или даже изменять их задачи. Надзор и процедуры отчетности инвестиционных организаций могут привести к тому, что сторонние лица будут оказывать значительное влияние на то, как должно использоваться их финансирование [26]. Тем не менее, социальным конструктивистам часто приходится развивать и оттачивать способность собирать средства, возможно, отвлекая их внимание от своей основной миссии.

Необходимость в организации персонала также влияет на судьбу миссии компании, поскольку профессиональные сотрудники и волонтеры начинают осуществлять контроль над ее операциями, стратегиями и деятельностью [27]. Необходимость приобретения значительных ресурсов приводит социальных конструктивистов к парадоксальным ситуациям в управлении и поддержке их организаций. Финансовые и человеческие ресурсы необходимы для выполнения их миссии, но приобретение этих ресурсов может быть сложной задачей [28]. Социальные конструкторы должны привлекать необходимый капитал для выполнения своих задач, но они должны делать это без значительного изменения или ослабления их. Они также должны эффективно управлять сетью сложных и развивающихся отношений между своими организациями, инвесторами, профессиональными сотрудниками и волонтерами, выполняя свои социальные задачи.

Социальный инженер. Не всегда имеющиеся социальные проблемы могут быть решены в рамках существующих институтов [29]. Захра называет предпринимателей, которые решают эти сложные проблемы социальными инженерами. Такие предприниматели отличаются от описанных выше тем, что выявляют ключевые проблемы в рамках социальных систем и структур и решают их путем революционных изменений. Социальные инженеры часто вносят кардинальные изменения в социальную сферу, делая то же, что предприниматели, по Шумпе-

теру, в мире бизнеса. Они действуют как главные движущие силы инноваций и изменений, порождая «штормы творческого разрушения» для искоренения устаревших систем, структур и процессов, которые должны быть заменены более новыми и подходящими. Разрушая существующие и часто доминирующие институты и заменяя их более социально эффективными, социальные инженеры оказывают глубокое влияние на общество. Следовательно, они являются мощной силой для социальных изменений. Это особенно актуально, когда укоренившаяся система и сложившаяся практика стали серьезными препятствиями на пути реформ. Учитывая «системный» характер проблем, на которые они нацелены, социальные инженеры часто действуют на национальном, транснациональном или глобальном уровне. Революционный и идеологический характер проводимых ими реформ обычно представляет угрозу интересам устоявшихся институтов и иногда рассматривается как подрывной и нелегитимный. Большой объем и масштаб их амбиций, а также дефицит легитимности, с которой они могут столкнуться, требуют, чтобы социальные инженеры использовали поддержку населения для выполнения своих задач. В результате их способность действовать зависит от их способности накопить достаточный политический капитал, чтобы собрать другие необходимые ресурсы и добиться легитимности.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, хоть указанные предприниматели объединены стремлением к решению социальных проблем, между ними существуют серьезные различия в том, как они находят социальные потребности, используют социальные возможности и влияют на социальную систему. Выбор той или иной стратегии развития социальным предпринимателем в регионе зависит от множества факторов: масштаба социальной проблемы, которую он стремится решить, имеющихся ресурсов, размеров компании, наличия поддержки со стороны общества, знаний об имеющейся проблеме.

Список использованных источников

1. Prahalad, C.K. The fortune at the bottom of the pyramid: eradicating poverty through profits / C.K. Prahalad. – NJ ; Wharton School Publishing: Upper Saddle, 2005. – 700 S.
2. Zahra, S. Privatization and entrepreneurial transformation: a review and research agenda / S. Zahra, D. Ireland, I. Guitierrez, M. Hitt // *Academy of Management Review*. – 2000. - №25. – P. 509–524.
3. Salamon, L.M. America's nonprofit sector: A primer / L.M. Salamon. – New York ; The Foundation Center, 1999. – 85 S.
4. Goerke, J. Taking the quantum leap: nonprofits are now in business. An Australian perspective / J. Goerke // *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*. – 2003. – Vol. 8, №4. – P. 317–327.
5. Lasprogata, G.A. Contemplating enterprise: the business and legal challenges of social entrepreneurship / G.A. Lasprogata, M.N. Cotton // *American Business Law Journal*. – 2003. – №41. – P. 67–113.
6. Wolverton, B. Surviving tough times. *Chronicle on Philanthropy*, October 30. – 2003.
7. Foster, W. Should nonprofits seek profits? / W. Foster, J. Bradach // *Harvard Business Review*. – 2005. – № 83. – P. 92–100.
8. Chell, E. Social enterprise and entrepreneurship / E. Chell // *International Small Business Journal*. – 2007. – Vol.25, №1. – P. 5–26.
9. Pearce, J. The high impact of collaborative social initiatives / J. Pearce, J.P. Doh // *MIT Sloan Management Review*. – 2005. – №46. – P. 329–339.
10. Hemingway, C.A. Personal values as a catalyst for corporate social entrepreneurship / C.A. Hemingway // *Journal of Business Ethics*. – 2005. – Vol. 60, № 3. – P. 233–249.
11. Mair, J. Social entrepreneurship: what are we talking about? A framework for future research / J. Mair, I. Marti. – Barcelona: IESE Business School Working Paper. – 2004. – № 546. – 110 s.
12. Shane, S. The promise of entrepreneurship as a field of research / S. Shane, S. Venkataraman // *Academy of Management Review*. – 2000. – Vol. 25, № 1. – P. 217–226.
13. Zahra, S.A. Entrepreneurship as a field of research: encouraging dialog and debate / S.A. Zahra, G.G. Dess // *Academy of Management Review*. – 2001. – Vol. 26, № 1. – P. 8–10.
14. Nelson, R.R. An evolutionary theory of economic change / R.R. Nelson, S. Winter. – London ; Harvard: The Belknap Press of Harvard University, 1982. – 280 p.
15. Conner, K.R. A resource-based theory of the firm: knowledge versus opportunism / K.R. Conner, C.K. Prahalad // *Organization Science*. – 1996. – № 7. – P. 477–501.
16. Weick, K.E. The collapse of sensemaking in organizations: the Mann Gulch disaster / K.E. Weick // *Administrative Science Quarterly*. – 1993. – № 38. – P.628–652.
17. Kirzner, I. Competition and entrepreneurship / I. Kirzner. – Chicago ; The University of Chicago Press, 1973. – 290 p.

18. Fowler, A. NGOs as a moment in history: beyond aid to social entrepreneurship or civic innovation? / A. Fowler // *Third World Quarterl.* – 2000. – Vol. 21, № 4. – P. 637–654.
19. Teegen, H. The importance of nongovernmental organization (NGOs) in global governance and value creation: an international business research agenda / H. Teegen, J.P. Doh, S. Vachani // *Journal of International Business Studies.* – 2004. – Vol. 35, № 6. – P. 463–483.
20. Thompson, J. Social entrepreneurship — a new look at the people and the potential / J. Thompson, G. Alvy, A. Lees // *Management Decision.* – 2000. – № 38. – P. 328–338.
21. Wood, J.S. Development and present state of entrepreneurship in product and assets markets / J.S. Wood. – Alabama ; Austrian Scholars Conference: Auburn, 2005.
22. Dees, J.G. Enterprising nonprofits / J.G. Dees // *Harvard Business Review.* – 1998. – Vol. 76, № 1. – P. 55–67.
23. Prabhu, G.N. Social entrepreneurship leadership / G.N. Prabhu // *Career Development International.* – 1999. – Vol. 14, № 3. – P. 140–145.
24. Johnson, S. Social entrepreneurship literature review. Paper produced for the Canadian Centre for Social Entrepreneurship, 2002.
25. Brinkerhoff, D.W. Partnerships between international donors and non-governmental development organizations: opportunities and constraints / D.W. Brinkerhoff, J.M. Brinkerhoff // *International Review of Administrative Sciences.* – 2004. – № 70. – P. 253–270.
26. Brown, L.D. Accountability, strategy, and international nongovernmental organizations / L.D. Brown, M.H. Moore, *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly.* – 2001. – № 30. – P. 569–587.
27. Glaeser, E.L. The governance of not-for-profit firms. NBER Working Papers 8921. In National Bureau of Economic Research, Inc, 2002.
28. Dichter, T. Non-government organisations (NGOs) in microfinance: past, present and future — an essay. *Case Studies in Microfinance.* WorldBank Sustainable Banking Project, 1999.
29. Carney, M. The co-evolution of institutional environments and organizational strategies: The rise of family business groups in the ASEAN region / M. Carney, E. Gedajlovic // *Organization Studies,* 2002.