

атмосферного воздуха // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Экология и безопасность жизнедеятельности. 2018. Т. 26. № 2. – С. 237-250.

5. Малышкин Н.Г. Оценка состояния атмосферного воздуха в районе деятельности промышленного предприятия методом лишеноиндикации // Успехи современного естествознания. 2018. № 11. – С. 361-365.

6. Пчелкин А.В. Использование эпифитных лишайников для фоновой экологической мониторинга регионального и континентального масштабов // Проблемы экологического мониторинга и моделирования экосистем. Т. 19. Санкт-Петербург: Гидрометеоздат, 2003. – С. 111-129.

7. Чеснокова С.М. Лишеноиндикация загрязнения окружающей среды: Практикум / Владим. гос. ун-т. Владимир, 1999. – 38 с.

8. Учебный определитель лишайников Средней России: учебно-методическое пособие / Е.Э.Мучник, И.Д.Инсарова, М.В.Казакова; Рязанский гос.пед.ун-т им. С.А.Есенина. – Рязань, 2011. – 360 с.

9. Гигиенические нормативы ГН 2.1.6.3492-17 «Предельно допустимые концентрации (ПДК) загрязняющих веществ в атмосферном воздухе городских и сельских поселений», утверждены постановлением Главного государственного санитарного врача Российской Федерации от 22 декабря 2017 года № 165.

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК МЕХАНИЗМ РАЗРЕШЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ

Касьмова С.М.

Аспирант Ошского технологического университета имени академика Адышева М.А., г.Ош

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AS A MECHANISM FOR SOLVING SOCIAL PROBLEMS

Kasymova S.M.

*Graduate student at Osh University of Technology
behalf of academician Adyshev MA, Osh*

АННОТАЦИЯ

В данной статье социальное предпринимательство рассматривается как производство товаров или оказание услуг с целью решения какой-либо социальной проблемы или создания пользы для общества, а не максимизации прибыли для владельцев предприятия.

ANNOTATION

In this article, social entrepreneurship is considered as the production of goods or the provision of services in order to solve a social problem or create benefits for society, and not to maximize profits for the owners of the enterprise.

Ключевые слова: Социальное предпринимательство, благотворительность, бизнес, социальная цель, социальная ценность, социальное воздействие.

Key words: social entrepreneurship, charity, business, social purpose, social value, social impact.

Социальное предпринимательство – это особый вид деятельности, находящийся на пересечении благотворительности и бизнеса. Он предполагает извлечение прибыли и ее реинвестирование в решение либо смягчение наиболее актуальных проблем в обществе.

Социальное предпринимательство – это решение осязаемых и конкретных проблем общественной жизни, способствующее позитивным устойчивым изменениям. При этом следует подчеркнуть, что данная работа не является благотворительностью. Социальное предпринимательство – это сфера, в которой деятельность осуществляется независимо от внешнего финансирования. Проблемы социальной значимости присутствуют в любом обществе. Они обуславливаются невозможностью обеспечить удовлетворение нужд всех его членов. Социальный предприниматель, в отличие от него, будет бороться до конца. Как показывает мировой опыт, подходы к ведению бизнеса со временем изменяются. Все больше экономических

субъектов понимает, что нужно не только извлекать прибыль, но и решать социальные проблемы.

Социальная проблема, на решение которой направлены действия предпринимателя, является отправной точкой его бизнеса. Если не будет актуального вопроса, требующего вмешательства, то и не будет специальной работы. Будет существовать обычное предприятие с традиционными целями. Социальное предпринимательство представляет собой баланс общественных задач и бизнес-составляющей.

Социальное предпринимательство подразумевает производство товаров или оказание услуг с целью решения какой-либо социальной проблемы или создания пользы для общества, а не максимизации прибыли для владельцев предприятия. Виды, форматы, товары, услуги социального предпринимательства могут быть очень разнообразными – социальные предприятия могут быть большими и малыми, международными и местными, но всех их

объединяет стремление создавать высокую социальную добавленную стоимость за счет использования бизнес-методов.

Дать определение социальному предпринимательству непросто, поскольку ни в Европе, ни в мире не существует единого определения или общего понимания точных границ социального предпринимательства, но, тем не менее, двумя основными критериями были и остаются 1) предпринимательство 2) социальная цель. Вместо того чтобы оставить нужды общества на рассмотрение государства или бизнес-сектора, социальные предприниматели ищут источник проблемы и устраняют его путем изменения системы.[1]

Итак, социальное предпринимательство – это деятельность бизнес-организаций, направленная на развитие социальной сферы, защиту окружающей среды и т. п. Грегори Диз, директор Центра развития социального предпринимательства Дюкского университета (США), объясняет суть социального предпринимательства следующим образом: оно «соединяет в себе страсть к социальной миссии со свойственной бизнесу дисциплиной, инновацией и решительностью». Он убежден, что пришло время для того, чтобы решать социальные проблемы «предпринимательскими» средствами. Необходимость в таком подходе связана с тем, что многие попытки государственных и благотворительных организаций оказались далеки от наших ожиданий, а большая часть институтов общественного сектора все чаще рассматривается как нерезультативная, неэффективная и безответственная. Социальные предприниматели нужны для того, чтобы создать новые модели социально значимой деятельности «для нового века». Грегори Диз выделил пять факторов, определяющих социальное предпринимательство: 1) принятие на себя миссии создания и поддержания социальной ценности (блага); 2) выявление и использование новых возможностей для реализации избранной миссии; 3) осуществление непрерывного процесса инноваций, адаптации и обучения; 4) решительность действий, не ограничиваемая располагаемыми ресурсами; 5) высокая ответственность предпринимателя за результаты своей деятельности – как перед непосредственными клиентами, так и перед обществом. Дж. Мэйр и И. Марти из Университета Наварры в Барселоне рассматривают социальное предпринимательство как широкий процесс, который включает в себя комбинацию ресурсов для создания возможностей ускорения социальных изменений и/или удовлетворения социальных потребностей. Согласно Роджеру Л. Мартину и Салли Осберг [2], главной отличительной чертой социального предпринимательства является то, что оно влечет за собой какие-либо социальные преобразования и в своей деятельности содержит три компонента [3]: 1) выявление устойчивого, но несправедливого равновесия, обуславливающего социальную исключенность, маргинализацию или страдание части общества, которой недостает финансовых средств либо политических рычагов для достижения социального блага

путем трансформации; 2) выявление внутри несправедливого равновесия возможности для производства социального блага – посредством вдохновения, творческой смекалки, прямого действия и смелости предпринимателя; 3) постепенное достижение нового равновесия, высвобождающего скрытый потенциал либо облегчающего страдания целевой группы через «создание стабильной экосистемы вокруг нового равновесия». Последнее призвано обеспечить лучшее будущее целевой группе и обществу в целом.

Так, под социальным предпринимательством следует понимать предпринимательскую деятельность, в первоочередном плане нацеленную на смягчение или разрешение социальных проблем. Важно отметить, что социальные предприниматели формируют бизнес-модель с уникальными характеристиками [4]. Ее прибыль состоит в увеличении социального блага. Необходимо дополнить, что социальное предпринимательство, виды деятельности, ему соответствующие, отличаются от бизнеса с корпоративным социальным типом ответственности. Развитие социального предпринимательства тесно связано со следующими определениями: Социальное воздействие – не что иное, как целевая направленность на смягчение или решение актуальных проблем социального плана; устойчивые социальные результаты позитивного характера, которые можно измерить. Инновации – это использование новых методик, которые позволяют увеличить степень социального воздействия на общество.

В соответствии с данным положением, можно заметить следующее: если не рассматривать бедняков как бремя или жертву, а увидеть в них потребителей и предпринимателей, то механическим образом открывается большое количество возможностей не только для бедных слоев населения, но и для бизнеса.

Также в соответствии с вышесказанным, можно сделать вывод о том, что, работая в отношении обделенных или бедных слоев населения, бизнес имеет возможность не только быть прибыльным, но и существенно расширять рынок, а также привлекать большое множество новых потребителей. Для того чтобы подобное положение дел стало возможным, масштабным компаниям необходимо тесно сотрудничать с государственными организациями местной власти и гражданского общества. Важно отметить, что зарубежный опыт, связанный с поддержкой социального предпринимательства, весьма широк по своим масштабам. Все социальные предприниматели Южной Кореи обязательным образом проходят сертификацию. Это дает им существенное преимущество в плане конкуренции с обычными предпринимателями, занимающимися коммерческой деятельностью. В нашей стране такой вид деятельности пока не получил широкого распространения, но общество развивается, поэтому такой бизнес вскоре станет очень востребованным.

Социальное предпринимательство – способ социально-экономической деятельности, аккумулирующий социальное назначение организации или

предприятия, предпринимательское новаторство и достижение устойчивой самоокупаемости. Основу социального предпринимательства составляет деятельность социальных предприятий, созданных для решения конкретных социальных проблем, функционирующих на базе инноваций, принятого в частном секторе порядка ведения дел, финансовой дисциплины.

Список использованной литературы:

1. Абралиев К.А. Развитие социального предпринимательства в КР. – www.slideshare.net/kazbish/ss-2065190.
2. Аларичева Марина. Социальное предпринимательство: опыт Польши. 13.01.2010. – <http://www.nb-forum.ru/>.
3. Баталина М., Московская А., Тарадина Л. Обзор опыта и концепций социального предпринимательства с учетом возможностей его применения в современной России. <http://socpolitika.ru/rus/ngo/research/document9919.shtml>.
4. Мартин Роджер Л., Осберг Салли. Социальное предпринимательство – определение понятия. – <http://www.nb-forum.ru/thanalitic>.
5. Социальное предпринимательство: новые перспективы Пособие по теории и практике социального предпринимательства. Алмаз Тажыбай, Александр Дубина. Бишкек 2011

ФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ НЕСОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ В СОЦИАЛЬНО-ТРУДОВОЙ СФЕРЕ.

Кравцевич С.В.

FUNCTIONALITY OF IMPERFECT COMPETITION IN THE SOCIAL AND LABOUR SPHERE.

Krvtsevich S.V.

АННОТАЦИЯ

Современный отечественный рынок труда характеризуется негативными социально-экономическими явлениями такими, как бедность работающего населения, задолженности и невыплаты заработной платы, неравенство в распределении доходов, и др. В связи с чем, становится актуальным изучение роли и значимости несовершенной конкуренции на отечественном рынке труда и ее влияния на социально-трудовую сферу жизнедеятельности человека. Развитие несовершенной конкуренции на рынке труда имеет эволюционный характер и проявляет себя в различных аспектах социально-трудовой сферы жизнедеятельности человека. Определение функциональной стороны влияния несовершенной конкуренции становится одной из задач на пути развития конкуренции в социально-трудовой сфере и устранения несовершенных признаков конкурентного поведения субъектов хозяйствования, а также устранение несовершенных условий хозяйствования на рынке труда. Основным методом научного исследования несовершенной конкуренции в социально-трудовой сфере выступает принцип историзма, что предполагает изучения и выделение исторических этапов развития отечественного рынка труда и, соответственно, проявления на нем конкуренции. Функциональность несовершенной конкуренции в социально-трудовой сфере выражается в проявлении признаков несовершенного конкурентного поведения субъектов рынка труда и в существовании несовершенных конкурентных условий пребывания субъектов рынка труда.

ABSTRACT

Modern domestic labour market is characterized by a negative socio-economic phenomena such as poverty, debt and working population of non-payment of wages, inequality in the distribution of income, etc. Therefore, becomes relevant to examine the role and significance of imperfect competition on the domestic labour market and its impact on the socio-labor sphere of human life. Development of imperfect competition on the labour market is evolutionary and manifests itself in various aspects of socio-labor sphere of human life. Definition of functional side effects of imperfect competition becomes one of the tasks of the development of competition in the social and labour spheres and eliminate the imperfect signs competitive behavior of business entities, as well as removal of imperfect management conditions in the labour market. The main method of research study of imperfect competition in the social and labour sphere supports the principle of Historicism, which involves the study and selection of the historical stages of development of the domestic labour market and, consequently, on it competition. Functionality of imperfect competition in the social and labour sphere is expressed in signs of imperfect competition behaviour of actors in the labour market and the existence of imperfect competitive conditions of labour market actors .

Ключевые слова: несовершенная конкуренция, социально-трудовая сфера, рынок труда, воспроизводство трудовых ресурсов, воспроизводство рабочей силы, признаки и компоненты несовершенной конкуренции, конкурентное поведение, конкурентные условия.

Keywords: imperfect competition, socio-labor sphere, labour market, labour force reproduction reproduction of labour force characteristics and components of imperfect competition, competitive behavior, competitive conditions.