

Бизнес с изюминкой

Социальное предпринимательство актуально и в нашей стране. Личная история для бизнесменов нередко становится мотивацией, чтобы помогать людям и делать мир лучше. Об этом наш разговор с директором института повышения квалификации и переподготовки ГГТУ имени П. О. Сухого Юрием КОЛЕСНИКОМ.



– В последние годы про эту тему можно слышать всё чаще.

– Социальное предпринимательство действительно набирает популярность. С моей точки зрения, связано это с пониманием того, что при решении социальных проблем можно ещё и зарабатывать. И часто даже больше, чем в классическом бизнесе. С другой стороны, растёт информированность, и мы чаще слышим про различные проблемы в обществе. А любое частное дело и должно исходить из решения трудностей, чтобы улучшить жизнь людей.

Смысл данного направления в том, чтобы зарабатывать, решая какие-либо проблемы населения здесь и сейчас. Например, это могут быть вопросы, связанные с экологией, безработицей и другим. Сейчас мы видим глобальный вызов человечеству – эпидемию, связанную с коронавирусом. И важно, что в её решении участвует бизнес.

– В чём суть нового для Беларуси направления?

– Считаю, что оно зародилось в то же время, когда люди начали заниматься предпринимательством. Предпосылками к нему являются нерешённые социальные проблемы, которые всегда были, есть и будут. Вопрос лишь в критериях, по которым предпринимателей можно относить к социальным, и как оценивать эффект от этого бизнеса. В ряде стран такие критерии установлены законодательно, но в нашей стране их пока нет. И поэтому отнесение бизнеса в разряд социального решается на основе экспертных оценок, нашего и зарубежного опыта в этих вопросах. Я убеждён, что любой добросовестный предприниматель заслуживает уважения, поскольку как минимум трудоустраивает людей и уплачивает налоги в бюджет. Также можно говорить, что есть признаки, по которым бизнес можно считать социальным. И законодательство Беларуси содержит немало предпочтен-

ций для предпринимателей, которые им соответствуют. Прежде всего речь идёт о сложных жизненных ситуациях: трудоустройстве людей с инвалидностью, освобождённых из мест лишения свободы, содействию и самозанятости безработных. Также можно говорить о законодательной поддержке предпринимательства в сельской местности, что способствует развитию этих территорий.

– Откуда этот бизнес родом?

– Можно найти много информации об истории социального предпринимательства, о том, что оно активно стало развиваться в 60-е годы в США. Именно в Штатах был создан известный фонд «Ашока». Он много сделал для объединения и поддержки социальных предпринимателей и проектов во всём мире.

Я видел очень интересные примеры в Детройте. Так, местная организация Ronygide занимается развитием предпринимательства, задействуя при этом заброшенные здания. В частности, компания трудоустраивает бездомных: они шьют одежду, спальные костюмы для тех, у кого нет жилья. Эти костюмы пользуются спросом и у обычных людей, например, рыбаков. Также оригинальна бизнес-модель по ремонту старых джинсов, которые присылают в Детройт со всей Америки.

– Какова цель данного бизнеса?

– Это решение социальных вопросов и, конечно же, получение прибыли. В Беларуси есть проблемы, связанные с жизнью в малых городах и сельской местности, экологией, производством экопродуктов.

Зачастую проблемы с трудоустройством возникают не потому, что нет работы, ведь у нас образованные люди, но

мы просто не имеем необходимых знаний и навыков для того, чтобы найти хорошую вакансию или обеспечить самозанятость и создать свой бизнес.

– Кто становится социальным предпринимателем?

– Часто встречаются люди, которых к созданию социального бизнеса побудили личные жизненные обстоятельства: инвалидность, алкоголизм, безработица и другие сложные ситуации.

Очень часто это те, кто действительно переживает за социальные проблемы. Им не всё равно, что происходит вокруг, и они хотят улучшить ситуацию, помочь миру.

И также очень часто бизнес-модель содержит интересную составляющую, и именно она позволяет привлекать больше клиентов, увеличивать прибыль и улучшать финансовый результат, решая при этом социальную проблему.

– Многие стартаперы выбирают эту сферу?

– Стартап – это инновационный бизнес, в том числе в сфере IT. И есть примеры социальных стартапов, например, приложение по сбору средств на компенсацию выбросов CO₂. Часто люди из общественных организаций становятся социальными предпринимателями. И даже просто те, кому небезразлично, что происходит вокруг. Например, знаю предпринимателей, которые в Брагинском районе выращивают экопродукты.

– Какой вопрос нужно задавать себе, реализуя бизнес-идею?

– Первый вопрос: «Будет ли мой бизнес устойчивым и прибыльным?» Если это условие не выполняется, то ни о какой пользе говорить не придётся. В этом списке: «Что полезного будет принести моё дело обществу?», «Какова социальная

миссия моего проекта?», «Как мой бизнес повлияет на экологию?», «Кому он полезен?» и так далее.

– Какова мотивация у тех, кто стремится решать проблемы общества?

– Если говорить о классических предпринимателях, то можно привести в бизнес-модель социальную изюминку, которая станет весомой составляющей общего успеха. Но теперь этот бизнес будет решать ещё и социальную проблему. Например, когда я с командой создавал признаки социального предприятия для нашего института, то мы не думали над тем, как заработать. Хотели просто реализовать свой потенциал и полученный опыт. В нашем случае это трудоустройство, развитие предпринимательства, инклюзивное и доступное образование. Наша цель – не просто готовить предпринимателей, а показать все стороны такого бизнеса, его преимущества, чтобы люди, которые планируют создать своё дело, имели знания для организации социального бизнеса, а уже работающие как в частном, так и в государственном секторе получили и навыки по развитию бизнес-модели своего предприятия, делая его более направленным на общество.

– Какие ниши свободны, например, в Гомеле?

– Можно заняться выращиванием и продажей экологически чистых продуктов, шеринг-экономикой, открыть своё дело в сфере экологии и энергосбережения, здорового образа жизни и многим другим.

В своё время МЖК «Солнечный» построил дома на принципах молодёжного жилого комплекса, создал свою социальную службу и оказывает услуги населению, причём возможны скидки для пенсионеров, инвалидов.

Гомельские примеры, которые мне нравятся, – это, прежде всего предприятия, трудоустраивающие инвалидов. Так, очень интересен белорусский проект «Инклюзивный бариста». В его рамках в кофейнях создаются рабочие места для инвалидов.

– Будут ли на рынке конкурировать социальный предприниматель и бизнесмен из другой сферы?

– Всегда будут, и выигрывает бизнес, обладающий конкурентными преимуществами. Над ними нужно всегда работать, требуется изучать своих конкурентов, клиентов. И мы рекомендуем привносить социальную составляющую в бизнес-модель. Она, как показывает мировой опыт, может стать весомым плюсом.

– Всем нужна платёжеспособная аудитория?

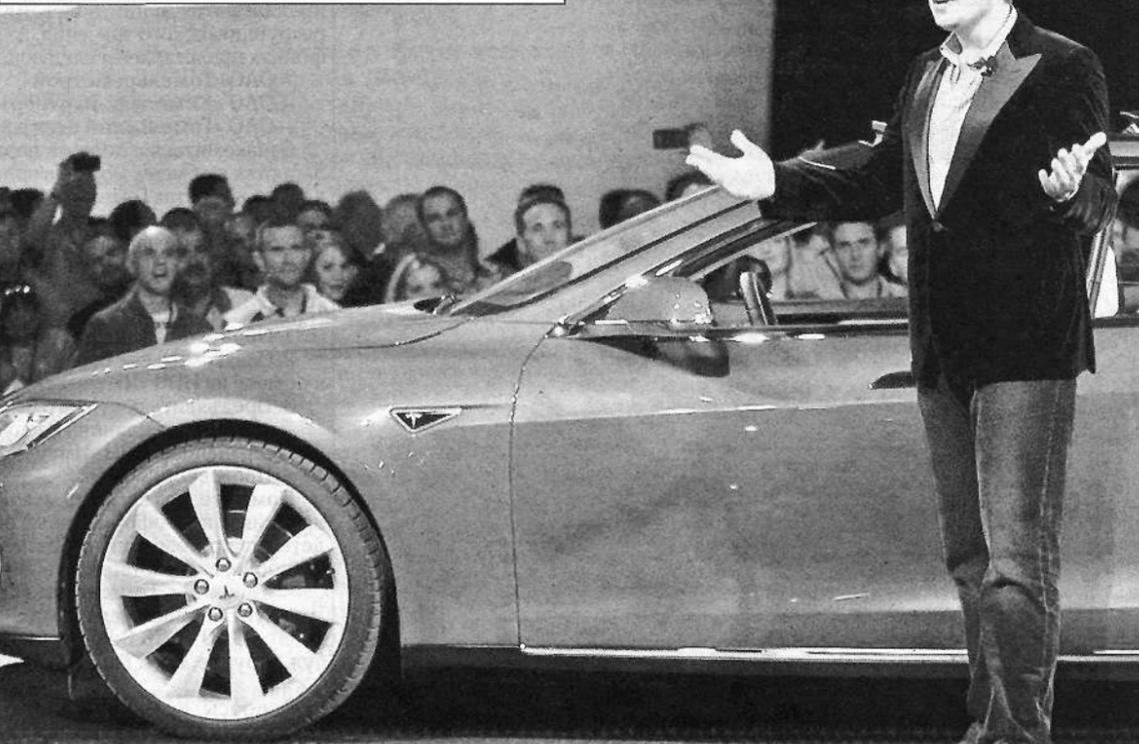
– В этом, на мой взгляд, и заключается основное конкурентное преимущество социальных предпринимателей. Они активно работают над созданием сообщества единомышленников и часто имеют не просто клиентов, а настоящих сторонников.

– Какие школы или курсы помогут обрести нужные знания?

– Наш институт в 2016 году первым в Гомеле и одним из первых в Беларуси разработал и реализовал пилотную инициативу «Школа социального предпринимательства». Также мы единственные в стране внедрили в учебный процесс дисциплину «Социальное предпринимательство». ИПК – это тоже социальный бизнес. Мы проводим много бесплатных мероприятий, создаём сообщества, оказываем бесплатную информационную поддержку слушателям и выпускникам, безвозмездно готовим преподавателей по педагогике, а для технического вуза это очень актуально.

ТЕКСТ: Елена БАЙДАН, «В»

Американский бизнесмен Илон МАСК разбогател благодаря производству электромобилей. И это тоже один из вариантов социального предпринимательства.
ФОТО ИЗ ИНТЕРНЕТА



Прежде всего социальный предприниматель работает над финансовой устойчивостью своего дела и думает о его последствиях. Он небезразличен к проблемам общества и создаёт новый бизнес, ориентированный на улучшение мира.