

УДК 338.012

ДЖАМАЛУДИНОВА МАДИНА ЮНУСКАДИЕВНА
к.э.н., доцент кафедры «Государственное и муниципальное управление»
ФГОБУ ВО «Дагестанский государственный университет»,
e-mail: madina0880@mail.ru

БОРИСОВА ЮЛИЯ АЛЕКСАНДРОВНА
студентка магистратуры 2 года обучения направления
«Государственное и муниципальное управление»
ФГОБУ ВО «Дагестанский государственный университет»,
e-mail: yulya_yulya_909@mail.ru

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ

Аннотация. Цель работы. Целью исследования является анализ развития и поддержки социального предпринимательства в российских условиях, сравнение государственных социальных предприятий с коммерческими и выделение преимуществ последних, а также разработка направления изменения нормативно-правовых актов, регулирующих предпринимательскую деятельность, которые будут способствовать развитию данной формы предпринимательства. **Методология.** Данная работа позволяет рассмотреть социальное предпринимательство в России, выделяя его основные черты и характеристики. В статье рассматривается относительно новое явление для России — социальное предпринимательство. Основываясь на анализе международного опыта в развитии социальных предприятий, изучались их характеристики, были раскрыты преимущества и риски в поддержку социального предпринимательства в удовлетворении социальных потребностей, а также проблемы и перспективы развития социального предпринимательства в России. **Результаты.** В работе раскрываются основная сущность и общие особенности социального предпринимательства, отличающие его от «традиционного» предпринимательства и близких форм социальной активности. Кроме этого, рассматриваются внешние и внутренние предпосылки, оказывающие влияние на развитие социального предпринимательства. **Выводы.** Экспертами активно обсуждается целесообразность закрепления в законодательстве понятия социального предпринимательства. Большинство придерживается мнения, что необходимость в каком-то специальном законе, определяющем этот статус, отсутствует.

Ключевые слова: социальное предпринимательство, социальные проблемы, государственная поддержка предпринимательства, мониторинг эффективности, преимущества социального предпринимательства, некоммерческие организации.

DZHAMALUDINOVA MADINA YUNUSKADIYEVNA
PhD Econ., associate professor "Public and municipal administration"
FGOBU WAUGH "Dagestan state university",
e-mail: madina0880@mail.ru

BORISOV YULIA ALEKSANDROVNA
student of a magistracy 2 years of training of the direction
"Public and municipal administration"
FGOBU WAUGH "Dagestan state university",
e-mail: yulya_yulya_909@mail.ru

THE STATE SUPPORT OF DEVELOPMENT OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN RUSSIA

Abstract. *The goal of the study is an analysis of development and support of social entrepreneurship in Russian conditions, a comparison of state social enterprises with the commercial ones, and a distinction of the advantage of the latter ones, as well as a development of a focus of change of statutory and regulatory enactments that regulate entrepreneurial activity that will contribute to the development of this form of entrepreneurship. Based on an analysis of international experience in the development of social enterprises we have studied their characteristics, we have discussed their advantages and risks to support social entrepreneurship in satisfaction of social needs, as well as problems and prospects of development of social entrepreneurship in Russia. In this study we discuss the main essence and the general typical features of social entrepreneurship that distinguish it from the "traditional" entrepreneurship and close forms of social activity. Besides, we discuss external and internal predispositions that impact the development of social entrepreneurship.*

Keywords: *social entrepreneurship, social problems, state support of business, monitoring of effectiveness, advantages of social entrepreneurship, non-commercial organizations.*

В России в настоящее время активно расширяется социальное предпринимательство, направленное не только на решение социальных задач, но и способствующее развитию бизнес-структур благодаря участию социально незащищенных слоев населения. В России социальное предпринимательство зародилось в конце XIX века. Прообразом его стал Дом трудолюбия, который был основан отцом Иоанном Кронштадтским. Дом трудолюбия стал центром учебно-воспитательной работы, трудоустройства и благотворительности. Очень быстро подобные учреждения стали открываться все в больших количествах и завоевали популярность, однако после революционных событий 1917 года были упразднены.

Социальная сфера в условиях советского общества стала государственной монополией.

Под социальным предпринимательством понимается деятельность, направленная на поддержку занятости инвалидов, матерей, воспитывающих детей в возрасте до 3 лет, бывших воспитанников детских домов, лиц, освободившихся из мест заключения. Среднесписочная численность таких категорий граждан в общем числе работников компании должна составлять не менее 50 % с долей в фонде оплаты труда от 25 % и более.

1. Социальному предпринимательству присущ целый ряд признаков:

2. Социальный характер, выражающийся в направленности на решение социальных проблем.

3. Финансовая устойчивость – решение социальных проблем за счет собственных доходов от деятельности организации.

4. Масштаб деятельности, подразумевающий возможность создания подобных институтов и расширение границ деятельности.

5. Инновационный подход, т. е. использование инновационных подходов и технологий для создания продукта.

В качестве социальной практики российское социальное предпринимательство находится в начале пути развития. Какие-либо значительные меры общественной или государственной поддержки данной инициативы также пока отсутствуют. Лишь небольшое количество социальных предприятий действует на данном рынке.

В сферу социального предпринимательства в России вовлечено не более 1 % компаний. Для увеличения их количества необходимо создание условий, способствующих развитию предпринимательства в социальной сфере, что позволит внедрить новые производственные технологии, создать новые рабочие места. Среди таких условий можно назвать поддержку социальных предпринимателей, внедрение оптимальных механизмов финансирования, упрощение процедур регистрации и осуществления деятельности, развитие институциональной базы государственно-частного сотрудничества в социальной сфере.

Россия сегодня имеет реальную возможность стать таким государством, в котором социальное предпринимательство выступит одним из основных факторов развития предпринимательства.

Отечественной практике свойственны четыре подхода к пониманию социального предпринимательства:

1. Социальное предпринимательство в качестве способа социальной поддержки заинтересованных групп населения.
2. Социальное предпринимательство в качестве механизма содействия поддержке предпринимательства в частности и экономическому развитию в целом.
3. Социальное предпринимательство в качестве альтернативного государственному механизму решения социальных проблем.
4. Социальное предпринимательство в качестве социально ориентированного бизнеса [4].

Успешные организации малого бизнеса и некоммерческие организации, в своей массе и являющиеся базовыми для социального предпринимательства, по сравнению с зарубежными странами развиты в недостаточной степени. Имеются и естественные барьеры, связанные с недостатком профессионализма некоммерческих организаций и молодостью данного вида предпринимательства [9].

В то же время очевидно, что в России в последние годы к теме социального предпринимательства возрастает государственный интерес как на федеральном, так и на региональном уровне. При этом говорится о поддержке «предприятий малого предпринимательства», «занимающихся социально ответственной деятельностью», цель которой – решение проблем социального характера [2]. На рисунке представляем цели социального предпринимательства:



Рис. 1. Цели социального предпринимательства.

Социальное предпринимательство способствует повышению экономической эффективности, введению в оборот ресурсов, ранее в подобном качестве не использовавшихся. Причем это относится к не используемым не только материальным, но и человеческим ресурсам, например, социально исключенным группам. Работая с обделенными или бедными социальными группами, бизнес не только может получать прибыль, но и создавать огромное количество новых потребителей и расширять рынок. Для этого необходимо налаживать сотрудничество бизнеса с местной властью.

Среди главных преимуществ коммерческих организаций в осуществлении социального предпринимательства перед государственными можно назвать следующие:

1. Личная заинтересованность предпринимателя в эффективной реализации деятельности своего предприятия.
2. Возможность при передаче государством части полномочий бизнесу снизить государственные расходы на издержки административного характера, а также сократить сроки практической реализации программ – от начала разработки и до готового работоспособного социального проекта, направленного на своевременное оказание поддержки лицам, нуждающимся в этом.
3. Созданные организации представляют собой уравновешивающие системы между социальными группами, обладающими некоторыми социальными благами, и группами, которые в силу каких-либо причин их не имеют. Эти системы в пределах рамок государствен-

ного контроля будут саморегулирующимися, что позволит отслеживать их эффективность, в то же время избавляя государство от обязательств по разработке новых методов решения проблем социального характера и транслируя эти полномочия бизнес-сообществу.

4. Повышенная конкуренция среди данных организаций даст возможность более успешным и ответственным из них сосредоточить свое внимание на решении конкретных задач и выполнять их на самом высоком уровне [8].

И здесь необходима поддержка в лице государственных структур различного уровня, занимающихся поддержкой малого предпринимательства в сфере оказания финансового содействия, предоставления определенных льгот, преференций в виде налоговых каникул и т. д. Такая поддержка была бы весьма полезной наряду с субсидированием ставки по кредитам, а, возможно, и беспроцентного кредитования.

Чтобы решать задачи при помощи бизнес-моделей, необходимы специфические знания, навыки управления финансами, проектами, разработки бизнес-планов. Всему этому необходимо обучать, и подобное обучение нужно сделать доступным. Некоторые компании, к примеру Сбербанк, на базе Высшей школы менеджмента в Санкт-Петербурге для социальных предпринимателей реализуют грантовые проекты, аналогичные курсу при поддержке фонда «Наше будущее», то же создается и в Московском государственном университете. Другая задача – консультационное и организационное содействие. Предприниматель всегда стоит перед необходимостью решения вопросов правового обеспечения бизнеса, бухгалтерского учета, что подразумевает определенные затраты. Актуальным стало бы создание каких-то центров, куда социальные предприниматели имели бы возможность обратиться за помощью в решении этих проблем и воспользоваться ею, причем по доступным ценам.

Отметим следующие особенности социального предпринимательства:

1. Социальное назначение организации, подразумевающей предварительно планируемый социальный эффект и ожидаемые результаты. Такие предприятия изначально создаются в целях решения социально значимых задач, проявляющихся в обучении, создании рабочих мест и т. д.

2. Предпринимательское новаторство, которое можно реализовать на базе использования новой комбинации ресурсов или новой идеи для решения социальных проблем.

3. Достижение стабильной самоокупаемости за счет получения доходов от реализации результатов деятельности, за счет благотворительных пожертвований и грантов [19].

Сегодня социальное предпринимательство направлено на решение социальных проблем при помощи бизнеса, при этом очевидно, что с помощью стандартных механизмов государственного вмешательства или через некоммерческие организации данные проблемы решить невозможно. Так, деятельность социального предпринимательства направлена прежде всего на:

- создание новых видов продукции на основе переработки производственных отходов;
- создание ориентированных на активный образ жизни молодежных организаций;
- создание организаций микрокредитования малого бизнеса;
- организацию услуг для малоимущих семей;
- создание предприятий для занятости длительно безработных [10].

В России при создании социально ориентированных организаций ключевая роль отводится получению дохода от реализации товаров и услуг, т. к. гранты не в состоянии обеспечить предприятию стабильное существование. Кроме того, инфраструктура поддержки социальных предприятий развита очень слабо.

Социальные инициативы бизнеса в настоящее время рассчитаны на реализацию в большей степени за счет ресурсов государства.

Для развития социального предпринимательства большое значение будет иметь создание институциональной инфраструктуры его поддержки.

Одним из направлений такой институциональной инфраструктуры является создание специальных консалтинговых центров, которые станут своеобразными «инкубаторами социального предпринимательства», оказывая поддержку в решении организационных, юридических и других вопросов.

Социальное предприятие подразумевает наличие экономической эффективности частного бизнеса и ориентировано на удовлетворение самых острых общественных потребностей с высоким уровнем культуры клиентского обслуживания.

Среди форм государственной поддержки социальных предпринимателей можно назвать:

– субсидии (не более 600 тыс. руб. – максимальная субсидия федерального бюджета на каждого отдельного субъекта социального предпринимательства, участвующего в финансировании расходов в размере не менее 15 % от суммы субсидии; 300 тыс. руб. – максимальная субсидия субъектам малого предпринимательства, являющимся начинающими на рынке социального предпринимательства, на одного получателя поддержки, участвующего в финансировании расходов в размере не менее 15 % от суммы субсидии;

– образовательные услуги для субъектов социального предпринимательства;

– услуги по предоставлению инфраструктурных объектов;

– центры инноваций социальной сферы, представленные самостоятельными юридическими лицами, входящими в структуру поддержки субъектов социального предпринимательства, среди учредителей которых присутствует субъект РФ или муниципальное образование [6].

Необходимость развития социального предпринимательства и возможности для этого и для крупного бизнеса, и для государства являются очевидными. Каждая сторона должна быть заинтересована в расширении отношений такого рода.

Ряд консалтинговых компаний оказывает существенную помощь, предлагая социальным предпринимателям профессиональные услуги (финансовое, юридическое консультирование) либо вообще бесплатно, либо по льготным ценам в рамках самостоятельно разработанных благотворительных программ. Ряд крупных отечественных компаний поддержку социального предпринимательства включил в число приоритетов своих благотворительных проектов и программ социальных инвестиций на территориях присутствия. Среди таких компаний, к примеру, РуСАЛ, реализующий программу развития моногородов, в которую встроены проекты поддержки социального предпринимательства. В Череповце компанией «Северсталь» совместно с местными органами власти в течение нескольких лет реализуется проект «Агентство городского развития», основной ориентир которого – поддержка малого бизнеса, а сопутствующий – поддержка социального предпринимательства. Аналогичная программа реализуется компанией «СУЭК» через корпоративный фонд «СУЭК – регионам». Отметим, что крупный бизнес вносит в это важное дело собственный вклад в рамках своего участия в развитии территорий и социальной активности.

Крупные компании обладают и другими возможностями в интересах поддержки социального предпринимательства. Так, стремясь к оптимизации производства, многие компании выводят непрофильные активы, зачастую связанные непосредственно с оказанием социальных услуг сотрудникам и их семьям. Речь идет, например, о летних оздоровительных лагерях, детских садах. Но потребность в услугах при этом остается. Удовлетворяются они зачастую за счет покупки компаниями для своих сотрудников соответствующих услуг у созданных на базе выведенных активов сторонних юридических лиц, которые осуществляют деятельность в том числе и в области социального предпринимательства.

Поддержка социальных инициатив бизнеса и развитие сферы социальных услуг являются точкой пересечения интересов компаний – органов власти. Важно отметить, что позиция государства в значительной степени влияет на возможность и эффективность сотрудничества.

Развитию социального предпринимательства в России будет способствовать создание обширного массива законодательных актов, регулирующих социальное предпринимательство; усиление роли государства в финансовой поддержке социальных проектов, в особенности на начальных этапах; информирование органов власти и общественности о деятельности и роли социальных предпринимателей; увеличение числа инновационных социальных проектов путем поддержки социальных центров инноваций. Указанные мероприятия будут оказывать благотворное влияние на развитие социального предпринимательства и расширение поддержки органами государственной власти и крупным бизнесом социально ориентированных проектов.

Экспертами активно обсуждается целесообразность закрепления в законодательстве понятия социального предпринимательства. Большинство придерживается мнения о том, что необходимость в каком-то специальном законе, определяющем этот статус, отсутствует. Достаточно внесения дополнений в действующую редакцию федерального закона «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации».

При этом очень важно не ограничивать сферу социального предпринимательства какими-то жесткими рамками прежде всего потому, что это касается только развивающегося направления бизнеса, основанного на нестандартных подходах, инициативе людей, творчестве, стремлении эффективно решать социальные вопросы, стоящие перед обществом и государством.

Литература

1. Виханский О. С. К вопросу о смене парадигмы управления бизнесом. *Менеджмент: век XXI*. – М.: Магистр, 2015. – С. 17–36.
2. Задорин И. Я. *Общественная поддержка и доверие населения как фактор развития социального предпринимательства* / И. Я. Задорин // ZIRCON. RU: Исследовательская группа «Циркон», 2016. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.zircon.ru/russia>, свободный. – Загл. с экрана.
3. Инглхарт Р., Вельцель К. *Модернизация, культурные изменения и демократия: Последовательность человеческого развития*. – М.: Новое издательство, 2011. – 464 с.
4. Камбердиева С. С. *Проблемы малых и средних предприятий в современных условиях* / С. С. Камбердиева, К. А. Кабисов, Г. В. Хетагуров // *Устойчивое развитие горных территорий*. – 2012. – № 3. – С. 95–96.
5. Миракян А. Г. *Трансформация лидерства в XXI в.* // *Материалы XVII международной конференции «Сценарный менеджмент и лидерство»*. М.: Галлеяпринт, 2016. С. 216–218.
6. *Развитие социального предпринимательства на территории России* // NB-FUNd. RU: Информационно-аналитический портал // *Наше будущее*. – 2018. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.nb-fund.ru>, свободный. – Загл. с экрана.
7. Austin J., Stevenson H., Wei-Skillern J. *Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both?* *Entrepreneurship Theory and Practice*. Vol. 30. No. 1. 2006. P. 1–22.
8. Berntsen G., Gamnes B., Widding Q. *Are All Ventures Social Ventures? A Method for Evaluating a Venture's Social Efforts and Social Effects* // *Energy Procedia*. 2012. Vol. 20. P. 334–345. (Technoport 2012 – Sharing Possibilities and 2nd Renewable Energy Research Conference).
9. Certo S., Miller T. *Social entrepreneurship: Key issues and concepts* // *Business Horizons*. 2008. Vol. 51. Is. 4. P. 267–271.
10. Dees G. *The meaning of «social entrepreneurship»*. 2001. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://entrepreneurship.duke.edu/newsitem/the-meaning-of-social-entrepreneurship/> (дата обращения: 07.11.2018), свободный. – Загл. с экрана.
11. Greenleaf R. K. *The servant as leader. Revised* / «Greenleaf Center for Servant Leadership», 2008. P. 61.
12. Hockerts K. *The social entrepreneurial antecedents scale (SEAS): a validation study*. *Social Enterprise Journal*, 2015. Vol. 11. Is. 3. P. 260–280.
13. Ingkharth R., Vel'tsel' K. *Modernization, cultural changes and democracy: The sequence of human development*. Moscow: Novoeizdatel'stvoPubl. 2011. P. 464. (InRuss.).
14. Luke B., Chu V. *Social enterprise versus social entrepreneurship: An examination of the «why» and «how» in pursuing social change*. *International Small Business Journal*, 2013. Vol. 31. Is. 7. P. 764–784.
15. Mirakyan A. G. *Leadership transformation in the 21st century. Proceedings of the XVII International Conference «Scenario-based management and leadership»*. Moscow: Galleya print., 2016. P. 216–218. (In Russ.).
16. Moon C. W., Koh Y. S. *Compassion, pro-social motivation and social entrepreneurship: An empirical investigation. Proceedings of the Third Asia-Pacific Conference on Global Business, Economics, Finance and Banking*, 2015. P. 23.
17. Santos F. M. *A Positive theory of social entrepreneurship*. *Journal of Business Ethics*, 2012. Vol. 111. P. 335–351.
18. Spears L. C. *Character and servant leadership: Ten characteristics of effective, caring leaders*. *The Journal of Virtues & Leadership*, 2010. Vol. 1. Is. 1. P. 25–30.
19. Swanson L., Zhang D. *The Social Entrepreneurship Zone* // *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*. 2010. Vol. 22. P. 71–88.
20. Vihanskiy O. S. *Paradigm's change for business management. Management: 21st century*. Moscow: Magistr Publ., 2015. P. 17–36. (InRuss.).
21. Yunus M., Jolis A. *Banker to the poor*. Mumbai: Penguin Books India, 2007. P. 336.

References:

1. Austin J., Stevenson H., Wei-Skillern J. *Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both?* *Entrepreneurship Theory and Practice*. Vol. 30. No. 1. 2006. P. 1–22.
2. Berntsen G., Gamnes B., Widding Q. *Are All Ventures Social Ventures? A Method for Evaluating a Venture's Social Efforts and Social Effects* // *Energy Procedia*. 2012. Vol. 20. P. 334–345. (Technoport 2012 –

- Sharing Possibilities and 2nd Renewable Energy Research Conference).
3. Certo S., Miller T. *Social entrepreneurship: Key issues and concepts* // *Business Horizons*. 2008. Vol. 51. Is. 4. P. 267–271.
 4. Dees G. *The meaning of «social entrepreneurship»*. 2001. [An electronic resource]. Access mode: <https://entrepreneurship.duke.edu/newsitem/the-meaning-of-social-entrepreneurship/> (reference number: 07.11.2018), free. Heading from the screen.
 5. Greenleaf R. K. *The servant as leader. Revised* / *Greenleaf Center for Servant Leadership*, 2008. P. 61.
 6. Hockerts K. *The social entrepreneurship antecedent scale (SEAS): a validation study*. *Social Enterprise Journal*, 2015. Vol. 11. Is. 3. P. 260–280.
 7. Inglehart R., Welzel K. *Modernization, Cultural Change and Democracy: The Sequence of Human Development*. M.: New publishing house, 2011. 464 c.
 8. Ingkharth R., Vel'tsel 'K. *Modernization, cultural changes and democracy: The sequence of human development*. Moscow: Novoeizdatel'stvo Publ., 2011. P. 464. (In Russ.).
 9. Kamberdieva S. S., Kabisov K. A., Hetagurov G. V. *Problemyalyh and medium predpriyatiyv modern conditions* // *Sustainable razvitiyegornyh territories*. 2012. No. 3. P. 95–96.
 10. Luke B., Chu V. *Social enterprise versus social entrepreneurship: An examination of the 'why' and 'how' in pursuing social change*. *International Small Business Journal*, 2013. Vol. 31. Is. 7. P. 764–784.
 11. Mirakyan A. G. *Leadership transformation in the 21st century*. *Proceedings of the XVII International Conference «Scenario-based management and leadership»*. Moscow: Galleya print., 2016. P. 216–218. (In Russ.).
 12. Mirakyan A. G. *The transformation of leadership in the XXI century* // *Materials of the XVII International Conference «Scenario Management and Leadership»*. M.: Halley print, 2016. P. 216–218.
 13. Moon C. W., Koh Y. S. *Compassion, Pro-social Motivation and Social Entrepreneurship: An Empirical Investigation*. *Proceedings of the Third Asia-Pacific Conference on Global Business, Economics, Finance and Banking*, 2015. P. 23
 14. Santos F. M. *A Positive theory of social entrepreneurship*. *Journal of Business Ethics*, 2012. Vol. 111. P. 335–351.
 15. Spears L. C. *Character and servant leadership: Ten characteristics of effective, caring leaders*. *The Journal of Virtues & Leadership*, 2010. Vol. 1. Is. 1 P. 25–30.
 16. Swanson L., Zhang D. *The Social Entrepreneurship Zone* // *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*. 2010. Vol. 22. P. 71–88.
 17. *The development of social entrepreneurship in Russia* // *NB-FUND. RU: Informational and analytical portal* // *Our Future*. 2018. [An electronic resource]. Access mode: <http://www.nb-fund.ru>, free. Heading from the screen.
 18. Vikhanskiy O. S. *Paradigm's change for business management*. *Management: 21st Century*. Moscow: Magistr Publ., 2015. P. 17–36. (In Russ.).
 19. Vikhansky O. S. *To the question of changing the business management paradigm*. *Management: Century XXI*. M.: Master, 2015. P. 17–36.
 20. Yunus M., Jolis A. *Banker to the poor*. Mumbai: Penguin Books India, 2007. P. 336.
 21. Zadorin I. V. *Public support and trust of the population as a factor of social entrepreneurship* // *ZIRCON. RU: Research group «Zircon»*. 2016. GCD. [An electronic resource]. Access mode: <http://www.zircon.ru/Russia>, free. Heading from the screen.