

УДК 3.338.1

ДЖАМАЛУДИНОВА МАДИНА ЮНУСКАДИЕВНА

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

АДИЛОВ АДильСУЛТАН ГАСАНОВИЧ

студент магистратуры 2 года обучения направления «Государственное и муниципальное управление» ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный университет»,
e-mail: sultan4635@mail.ru

МУСАЕВ МАГОМЕДРАМАЗАН АЛИЕВИЧ

студент магистратуры 2 года обучения направления «Государственное и муниципальное управление» ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный университет»,
e-mail: magomedramazan1996@mail.ru

РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА ТЕРРИТОРИИ РОССИИ

Аннотация. *Целью* представленной работы является исследование аспектов социального предпринимательства, его тенденций и вектора развития на территории России с учетом современного состояния развития данной области. Рассматриваемое исследование базируется на общенаучной **методологии**, которая обуславливает применение системного подхода к решению рассматриваемых в данном исследовании проблем. Основой представленной работы являются труды отечественных и зарубежных исследователей, которые рассматривали проблемы развития социального предпринимательства в России и за рубежом. Понимание современного состояния и актуального развития социального предпринимательства на территории России предполагает определение его структуры и основ функционирования с учетом всех тонкостей российского законодательства, а также экономического и политического развития страны. Приоритетными направлениями в российском предпринимательстве являются некоммерческие фонды Российской Федерации, которые являются немногочисленными и представляют собой несколько неразвитую область в общем развитии страны. Однако же понимание ключевых механизмов и понимание тенденций развития социального предпринимательства в России может способствовать улучшению ситуации на общественном и государственном уровнях.

Результаты проведенного исследования могут использоваться государственной властью при планировании развития социального предпринимательства на территории России. Для формирования успешной системы социального предпринимательства необходимо на законодательном уровне совершенствовать аспекты реализации социального предпринимательства на территории России.

Ключевые слова: социальное предпринимательство, экономическое развитие, социальная миссия, инновационная экономика.

JAMALUDINOVA MADINA UNUSALIEVA

Ph. D., associate Professor of the Department
"State and municipal management", Dagestan state University,
e-mail: madina0880@mail.ru

ADILOV ADIL SULTAN HASANOVICH

master's student 2 years of study direction "State and municipal
management" DEPARTMENT IN "Dagestan state University",
e-mail: sultan4635@mail.ru

MUSAEV MAGOMEDRAMAZAN ALIEVICH
master's student 2 years of study direction "State and municipal
management" DEPARTMENT IN "Dagestan state University,
e-mail: magomedramazan1996@mail.ru

DEVELOPMENT OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN RUSSIA

Abstract. *The aim* of this work is to study the aspects of social entrepreneurship, its trends and development vector in Russia, taking into account the current state of development of this area. The study is based on the General scientific **methodology**, which determines the application of a systematic approach to solving the problems considered in this study. The basis of the presented work is the works of domestic and foreign researchers who considered the problems of social entrepreneurship development in Russia and abroad. Understanding the current state and actual development of social entrepreneurship in Russia involves determining its structure and functioning, taking into account all the subtleties of Russian legislation, as well as the economic and political development of the country. Priority areas in Russian entrepreneurship are non-profit foundations of the Russian Federation, which are few and represent a somewhat undeveloped area in the overall development of the country. However, understanding the key mechanisms and trends in the development of social entrepreneurship in Russia can help to improve the situation at the public and state levels. **The results** of the study can be used by the state authorities in planning the development of social entrepreneurship in Russia. In order to form a successful system of social entrepreneurship, it is necessary to improve the aspects of social entrepreneurship implementation on the territory of Russia at the legislative level.

Keywords: social entrepreneurship, economic development, social mission, innovative economy.

Необходимо обратить внимание на то, что на территории России в настоящее время достаточно активно развивается социальное предпринимательство. Данное направление способствует привлечению в бизнес слабо защищенных общественных слоев при помощи расширения границ реального спроса. Однако, кроме этого, социальное предпринимательство провоцирует определенные предпосылки, для того чтобы проводилось динамичное развитие экономической инфраструктуры в России. Однако следует отметить, что формирование такого экономического сектора несколько притормаживается вследствие отсутствия нормативно-правовых актов регулирования и, соответственно, недостаточности информации о деятельности социальных предпринимателей [4, с. 56].

Если в странах Запада социальное предпринимательство является достаточно распространенным явлением, приносящим выгоду всем – и самим бизнесменам, и обществу, и правительству, то в России бизнес, направленный, в первую очередь, на реализацию той или иной социальной миссии, пребывает в «зародышевом» состоянии, причем из-за значительных экономических проблем все идет к тому, что ближайшее время ситуация никоим образом не изменится. Нет, есть много благотворительных фондов, индивидуальных предпринимателей, разрабатывающих мобильные приложения, которые позволяют детям лучше усваивать школьный материал, а также организаций покрупнее, которые реализуют важные социальные задачи, связанные, в первую очередь, с экологическими проблемами, однако альтруистический бизнес в России не пользуется особой популярностью [8, с. 26].

«Любая производственная деятельность несет в себе социальную составляющую: это и вопрос занятости населения, и заработные платы, и системы, и формы оплаты труда, и организация труда, и, конечно, это разного рода социальные программы, которые есть у малого и среднего бизнеса, – так или иначе все эти составляющие социально ответственного бизнеса присутствуют во всех компаниях. Также важна поддержка государством именно социальных проектов компаний» [5, с. 73].

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 следующие:

- 1) предпринимательство;

2) социальная цель [3, с. 98].

Чрезвычайно сложно загнать социальное предпринимательство в качестве междисциплинарной и богатой инновациями отрасли в рамки конкретного определения.

В России достаточно часто социальное предпринимательство до сих пор все еще продолжает пониматься как аспект благотворительной деятельности. Само собой, имеются определенные схожие черты между данными компонентами, однако назвать социальное предпринимательство благотворительностью все же нерационально.

Следует обратить внимание на то, что социальное предпринимательство реализуется непосредственно на границе между бизнесом и благотворительностью, и именно это обуславливает трудности при реализации его процессов. Наибольшая трудность связана при этом с определенно недостаточным финансированием социального предпринимательства как такового. Следует также констатировать, что большинство грантов и конкурсов в сфере социального предпринимательства финансируется частными иностранными инвесторами. Кроме того, на федеральном уровне социальное предпринимательство финансируется очень скудно [16, с. 56].

Необходимо определить конкретные аспекты, которые могут обуславливать такое экономическое явление, как социальное предпринимательство:

- рассмотрение проблем различных слоев населения;
- инновационные решения в различных областях;
- способность безвозмездной передачи опыта другим объектам социальной среды;
- способность к самокупаемости, отсутствие необходимости в привлечении инвестиций;
- возможность получения прибыли.

Выделим принципы социального предпринимательства, которые лежат в основе определения социального предпринимательства не только в России, но и во всем мире:

- Бизнес-цель заключается не в максимизации прибыли, а в предотвращении бедности / борьбе с ней или любой другой социальной проблемой.
- Финансовая и экономическая устойчивость.
- Инвесторы получают свои инвестиции обратно, но только без процентов.
- После возврата инвестиций прибыль компании используется для дальнейшего развития и решения социальной проблемы.
- Ответственное отношение к окружающей среде.
- Рабочая сила получает заработную плату, соответствующую рынку труда, и улучшенные условия труда.

Интересно заметить, что в России в 2007 г. был впервые основан фонд поддержки социального предпринимательства, название которого – Фонд региональных социальных программ «Наше будущее». Далее, уже в 2011 г. была сформирована также и автономная некоммерческая организация «Агентство стратегических инициатив». Таковыми являлись первые решения в области социального предпринимательства, необходимо рассмотреть его основную деятельность.

К примеру, комплексная поддержка Фондом «Наше будущее» начинающих социальных предпринимателей подразумевала под собой следующие аспекты [13, с. 50]:

- финансовую поддержку в форме различных грантов, займов и участия в уставном капитале;
- обучение и консультирование относительно деятельности фондов, обучение в составлении бизнес-планов;
- продвижение и информационная поддержка;
- прочие формы оказания поддержки.

При этом достаточно важно обратить внимание на то, что в целом каждый проект, который поддерживался фондом, в любом случае оценивался по определенным признакам эффективности, которые необходимо представить далее:

- количество трудоустроенных;
- количество обученных;
- количество оказанных социальных услуг;
- количество произведенной продукции [1, с. 14].

Следовательно, можно говорить о том, что социальное предпринимательство в России позиционируется относительно следующих аспектов:

- 1) деятельность специализированных предприятий;
- 2) деятельность некоммерческих и благотворительных организаций;
- 3) деятельность субъектов малого бизнеса, целью которых не является получение выгоды, а которые заинтересованы в решении проблем общества [4, с. 57].

Смыслообразование социального предпринимательства, а также его отличие от типичной экономической модели заключается непосредственно в сущности его направления, то есть в том случае, при котором бизнес в общепринятом понимании, прежде всего, ориентируется на получение прибыли с дальнейшим распределением ее между акционерами, менеджментом и сотрудниками предприятия, в частности, также с частичным рефинансированием, то преимущественной задачей социального предпринимательства представляется именно выполнение заданной миссии, полезной для общественной системы.

В том числе необходимо рассмотреть и возможность получения прибыли с позиции коммерческих компаний, которые носят социальный характер, однако же полученные средства не идут владельцам предприятия, а направляются непосредственно на развитие организации (можно вести речь о том, что производится реинвест 70–90% прибыли за вычетом налогов и выплаты заработной платы персоналу).

Несмотря на то что в данном случае все совершенно неоднозначно, поскольку имеют место определенные направления социального предпринимательства – а соответственно, и несколько вариантов финансирования проектов и распределения прибыли, можно определить следующее [19, с. 57]:

1. Исключительно некоммерческие организации. К примеру, благотворительный фонд «Ашока», финансирующий прочие социальные проекты.

2. Гибридные формы социального предпринимательства. В первую очередь, здесь необходимо упомянуть крупнейшие социальные сети, такие, как Facebook и Instagram. Основной концепцией этих проектов стало повышение коммуникативных возможностей между людьми, однако уже через некоторое время, благодаря высокой посещаемости, социальные сети стали универсальными рекламными площадками и позволили своим создателям получать колоссальные доходы (а Instagram изначально вообще не планировали модернизировать).

То есть в данном случае показано удачное сочетание коммерческого проекта и социальной миссии.

3. Коммерческие организации, открывающие параллельно со своей деятельностью проекты с социальной направленностью.

Здесь можно в качестве примера привести практически любую крупную корпорацию, потому как они практически все открывают всевозможные благотворительные фонды.

Другой вопрос – это истинная цель реализации проектов в данном случае. Все дело в том, что большинство таких социально направленных проектов создаются либо для «отмывания» денежных средств, либо с целью пиара. Но, тем не менее, социальной составляющей из них никто не убирал, и пользу обществу они приносят немалую.

4. Венчурные некоммерческие фонды, основной целью которых является финансирование стартапов, имеющих в той или иной степени социальную направленность [7, с. 96].

Мы наблюдаем явный тренд роста интереса к социальному предпринимательству со стороны бизнес-сообщества. На рынке появилось множество успешных франшиз с социальной направленностью, начиная от дошкольных развивающих центров, сети которых насчитывают несколько сотен филиалов, заканчивая домами престарелых, причем наличие последних явно демонстрирует готовность российских предпринимателей инвестировать в социальное предпринимательство.

Основополагающее заключение, которое представляется возможным в данном случае сформулировать непосредственно на основании анализа имеющихся в современном состоянии исследований, заключается непосредственно в том, что в настоящее время на актуальном этапе развития российского общества, в частности, именно в сознании как рядовых граждан, так и, естественно, большого количества предпринимателей отсутствует устоявшееся, вполне сформированное общественное мнение относительно социального предпринимательства, в

частности, его ключевой роли и значения в общественном развитии, а также о характере взаимоотношений с органами власти и бизнесом.

Причинами такой тенденции, как следует заметить, является достаточно низкая информированность населения Российской Федерации о социальном предпринимательстве. Можно говорить о том, что сам по себе вопрос об информированности общества, органов власти и представителей бизнес-сообщества относительно понятия «социальное предпринимательство» является актуальным и востребованным к рассмотрению и совершенствованию.

В частности, для того чтобы ликвидировать информационный голод, обязательно необходимо осуществлять активную поддержку государственными и местными органами власти, например, публикация позитивных примеров в различные системы массовой информации, проведение круглых столов, форумов, встреч, лекций относительно рассматриваемых вопросов.

Таким образом, следует сказать о том, что информационная поддержка имеет возможность привлечь внимание к данному явлению со стороны общественности, сделать его узнаваемым, сформировать позитивное отношение россиян к социальному предпринимательству [2, с. 186].

Литература

1. Бушуева, Е. Н., Радюкова, Я. Ю. Совершенствование конкурентной политики как инструмент развития предпринимательства в России // *Социально-экономические явления и процессы*. 2011. №12. С.12–15.
2. Грищенко, Ю. И. Развитие социального предпринимательства в России // *Ведомости Московской городской Думы*. 2014. № 1. С. 183–188.
3. Дабин, С. А. Возможно ли социально эффективное предпринимательство в России? // *Вестник ПАГС*. 2004. № 7. С. 98–99.
4. Дворцов, Ю. В. Социальная ориентация предпринимательства в России // *Российский внешнеэкономический вестник*. 2011. № 4. С. 55–58.
5. Джамалудинова, М. Ю. Инновационная функция предпринимателя в рыночной экономике // *РИСК : ресурсы, информация, снабжение, конкуренция*. 2018. № 4. С. 71–74.
6. Елифанова, О. Что нужно для развития социального предпринимательства [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.vedomosti.ru/partner/articles/2018/10/05/782341-nuzhno-razvitiya> (дата обращения 7.07.2019).
7. Камбердиева, С. С., Кабисов, К. А., Хетагуров, В. Проблемы малых и средних предприятий в современных условиях // *Устойчивое развитие горных районов*. 2012. № 3. С. 95–96.
8. Камбердиева, С. С., Хетагуров, Г. В., Стагниева, Ю. И. Развитие социального предпринимательства в Российской Федерации // *Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки*. 2014. № 12 -3. С. 25–27.
9. Кричевский, Н. А., Гончаров, С. Ф. Корпоративная социальная ответственность. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2008.
10. Куянцев, И. А., Галачиева, С. В., Куянцева, И. И. Роль предпринимательства в экономическом и социальном развитии общества // *Пространство экономики*. 2012. № 2-2. С. 64–67.
11. Матыщук, Д. С какими проблемами сталкивается социальный предприниматель в России [Электронный ресурс]. – URL : <https://kontur.ru/articles/1494> (дата обращения 7.07.2019).
12. Науменко, Е. Е., Прилуцкая, К. П. Социальное предпринимательство в России // *Economics*. 2016. № 11 (20). С. 23–25.
13. Плетень, А. С. Социальное предпринимательство в современной России : законодательное регулирование и основные направления государственной поддержки // *Актуальные проблемы российского права*. 2016. № 10 (71). С. 49–51.
14. Полтавская, М. Б. Развитие социального предпринимательства в России : проблемы определения и основные характеристики // *Научно-методический электронный журнал «Концепт»*. 2014. Т. 20. С. 4696–4700.
15. Поповская, Е. В. Предпринимательская активность населения России : сравнительный анализ межрегиональных различий // *Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. Серія: Економіка*. 2014. № 157. С.76–77.
16. Семин, А. А. Институционализация социальной ответственности предпринимательства в России на основе методологии индивидуализма // *Пространство экономики*. 2012. № 1-2. С. 55–57.
17. Сулькин, О. Сделайте нам культурно. Почему в Америке меценатом быть почетно, а в России – подотчетно // *Итоги*. 2011. № 51. С. 43–47.
18. Туркин, С. В. Как выгодно быть добрым : Сделайте свой бизнес социально ответственным. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2007.
19. Чубарова, Т. В. Социальная ответственность бизнеса : Россия на фоне мирового опыта // *Россия и современный мир*. 2011. № 3. С. 55–56.
20. Dees, J. G., Anderson, B. B. Sector-bending : blurring lines between nonprofit and for-profit // *Society*. May/ June 2003. P. 16–27.
21. Dees, J. G. *The meaning of social entrepreneurship / Center for the Advancement of Social Entrepreneurship*. – Duke University's Fuqua School of Business, 2001 (revised vers.). P. 16.

References:

1. Bushueva, E. N., Radyukova, YA. YU. *Sovershenstvovanie konkurentnoj politiki kak instrument razvitiya predprinimatel'stva v Rossii // Social'no-ekonomicheskie yavleniya i processy.* 2011. №12. S.12–15.
2. Grishchenko, YU. I. *Razvitie social'nogo predprinimatel'stva v Rossii // Vedomosti Moskovskoj gorodskoj Dumy.* 2014. № 1. S. 183–188.
3. Dabin, S. A. *Vozmozhno li social'no effektivnoe predprinimatel'stvo v Rossii? // Vestnik PAGES.* 2004. № 7. S. 98–99.
4. Dvorcov, YU. V. *Social'naya orientaciya predprinimatel'stva v Rossii // Rossijskij vneshneekonomicheskij vestnik.* 2011. № 4. S. 55–58.
5. Dzhamaludinova, M. YU. *Innovacionnaya funkciya predprinimatel'ya v rynochnoj ekonomike // RISK : resursy, informaciya, snabzhenie, konkurenciya.* 2018. № 4. S. 71–74.
6. Epifanova, O. *CHto nuzhno dlya razvitiya social'nogo predprinimatel'stva [Elektronnyj resurs].* – URL : <https://www.vedomosti.ru/partner/articles/2018/10/05/782341-nuzhno-razvitiya> (data obrashcheniya 7.07.2019).
7. Kamberdieva, S. S., Kabisov, K. A., Hetagurov, V. *Problemy malyh i srednih predpriyatij v sovremennyh usloviyah // Ustojchivoe razvitie gornyh rajonov.* 2012. № 3. S. 95–96.
8. Kamberdieva, S. S., Hetagurov, G. V., Stagnieva, YU. I. *Razvitie social'nogo predprinimatel'stva v Rossijskoj Federacii // Gumanitarnye, social'no-ekonomicheskie i obshchestvennye nauki.* 2014. № 12-3. S. 25–27.
9. Krichevskij, N. A., Goncharov, S. F. *Korporativnaya social'naya otvetstvennost'.* – M. : Izdatel'sko-torgovaya korporaciya «Dashkov i Ko», 2008.
10. Kuyancev, I. A., Galachieva, S. V., Kuyanceva, I. I. *Rol' predprinimatel'stva v ekonomicheskom i social'nom razvitiu obshchestva // Prostranstvo ekonomiki.* 2012. № 2-2. S. 64–67.
11. Matyshchuk, D. *S kakimi problemami stalkivaetsya social'nyj predprinimatel' v Rossii [Elektronnyj resurs].* – URL : <https://kontur.ru/articles/1494> (data obrashcheniya 7.07.2019).
12. Naumenko, E. E., Priluckaya, K. P. *Social'noe predprinimatel'stvo v Rossii // Economics.* 2016. № 11 (20). S. 23–25.
13. Pleten', A. S. *Social'noe predprinimatel'stvo v sovremennoj Rossii : zakonodatel'noe regulirovanie i osnovnye napravleniya gosudarstvennoj podderzhki // Aktual'nye problemy rossijskogo prava.* 2016. № 10 (71). S. 49–51.
14. Poltavskaya, M. B. *Razvitie social'nogo predprinimatel'stva v Rossii : problemy opredeleniya i osnovnye harakteristiki // Nauchno-metodicheskij elektronnyj zhurnal «Koncept».* 2014. T. 20. S. 4696–4700.
15. Popovskaya, E. V. *Predprinimatel'skaya aktivnost' naseleniya Rossii : sravnitel'nyj analiz mezhhregional'nyh razlichij // Visnik Kiivs'kogo nacional'nogo universitetu im. Tarasa Shevchenka. Seriya: Ekonomika.* 2014. № 157. S.76–77.
16. Semin, A. A. *Institucionalizaciya social'noj otvetstvennosti predprinimatel'stva v Rossii na osnove metodologii individualizma // Prostranstvo ekonomiki.* 2012. № 1-2. S. 55–57.
17. Sul'kin, O. *Sdelajte nam kul'turno. Pochemu v Amerike mecenatom byt' pochetno, a v Rossii – podotchetno // Itogi.* 2011. № 51. S. 43–47.
18. Turkin, S. V. *Kak vygodno byt' dobrym : Sdelajte svoj biznes social'no otvetstvennym.* – M. : Al'pina Biznes Buks, 2007.
19. CHubarova, T. V. *Social'naya otvetstvennost' biznesa : Rossiya na fone mirovogo opyta // Rossiya i sovremennyy mir.* 2011. № 3. S. 55–56.
20. Dees, J. G., Anderson, B. B. *Sector-bending : blurring lines between nonprofit and for-profit // Society.* May/June 2003. P. 16–27.
21. Dees, J. G. *The meaning of social entrepreneurship / Center for the Advancement of Social Entrepreneurship.* – Duke University's Fuqua School of Business, 2001 (revised vers.). R. 16.