DOI: 10.17117/na.2016.07.01.178

<http://ucom.ru/doc/na.2016.07.01.178.pdf>

Поступила (Received): 04.07.2016

Семенова Д.А.
Социальное предпринимательство как драйвер
экономического роста России

Semenova D.A.
Social entrepreneurship as a driver of economic growth in Russia

В статье раскрывается феномен социального предпринимательства как механизм содействия экономическому росту, рассмотрены подходы к определению социального предпринимательства, проведена оценка статуса социального предпринимательства как части структуры экономических отношений

Ключевые слова: социальное предпринимательство, экономические и социальные ресурсы, экономический рост

The article reveals the phenomenon of social entrepreneurship as a mechanism to promote economic growth, different approaches to defining social entrepreneurship, the assessment of the statuses of social entrepreneurship as part of the structure of economic relations

Key words: social entrepreneurship, economic and social resources, economic growth

Семенова Дарья Андреевна

Магистр, преподаватель

Московский финансово-юридический университет

г. Москва, ул. Введенского, 1 А

Semenova Darya Andreevna

Master, Teacher

Moscow university of finances and law

Moscow, Vvedensky st., 1 A

Несколько десятилетий господства рынка в экономики России породило многообразие форм экономической деятельности. Так, в последнее время появилась новая форма социально-экономической деятельности, характеризующаяся как социальное предпринимательство. В сравнении с зарубежными странами в нашей стране существуют единичные практики подобной деятельности, и они пока не влияют ни на рост экономических показателей, ни на возможности решения самых острых социальных проблем. Однако, очевиден исследовательский интерес к уже накопленному опыту социального предпринимательства, как в академических кругах, так и у представителей бизнес сообщества и государственного сектора.

Несмотря на высокий интерес научного сообщества к явлению социального предпринимательства, на сегодняшний день не существует единого мнения относительно интерпретации содержания данного феномена. Для значительной части аудитории социальное предпринимательство ассоциируется исключительно с неприбыльными организациями, открывшими какие-либо доходные предприятия. Другие понимают под социальным предприниматель-

ством непременно – неприбыльные организации. Третьи считают его разновидностью социальной ответственности бизнеса, реализующего социально значимые программы через независимые организационные структуры.

Следует отметить, что история знает немало примеров социальных предприятий или их прообразов. Большинство авторов прообразом социального предпринимательства считают общественную самоорганизацию XVIII века в США, когда для решения различных социальных проблем создавались организации самопомощи и благотворительности. Среди первых организаций, преобразующих социальную жизнь коммун и сообществ были – церкви и связанные с ними группы, фермерские организации, торговые ассоциации, профессиональные общества, гражданские организации, молодежные организации, братства, тайные общества или ордена, этнические сообщества, соседские общины, экологические группы, а также всевозможные клубы.

Социальное предпринимательство как практическая деятельность, интегрирующая процесс получения экономической и социальной выгоды, стало активно себя проявлять во второй половине XX века. В качестве примеров можно привести такие широко известные и уважаемые организации как Гильдия манчестерских ремесленников, основанная Биллом Стриклендом в 1968 г. и использующая возможности изобразительного и исполнительского искусства для развития городских сообществ (<http://www.manchesterguild.org>) или банк «Грамин», основанный в 1976 г. профессором Мухаммадом Юнусом для искоренения бедности и поддержки бедных женщин в Бангладеш (<http://www.grameen-info.org>). За свою деятельность М. Юнус стал в 2006 г. лауреатом Нобелевской премии мира. Типичным представителем глобальной организации социального предпринимательства, поддерживающей социально-предпринимательские инициативы по всему миру является фонд «Ашока», основанный Б. Драйтоном в 1981 г. (<http://www.ashoka.org>) [2]. В России с 2007 года работает Фонд региональных социальных программ «Наше будущее» (<http://www.nb-fund.ru>), основной задачей которого является развитие социального предпринимательства в нашей стране. На конкурсной основе фонд оказывает финансовую поддержку социальным проектам в области дошкольного образования, квалифицированной помощи пожилым людям, возрождении и сохранении народных промыслов, а также **в области экологии**.

То, что в условиях растущей популярности социальное предпринимательство означает разное для разных людей, не вызывает особого удивления. Это обусловлено как относительной новизной термина, так и разнообразием социальных инициатив, которые различаются по масштабам и территориям охвата, целевым группам, содержанием самих идей. Наиболее часто цитируемое определение социального предпринимательства принадлежит Грегори Дизу, который выделил пять факторов, определяющих социальное предпринимательство:

- принятие на себя миссии создания и поддержания социальной ценности (блага);
- выявление и использование новых возможностей для реализации выбранной миссии;

- осуществление непрерывного процесса инноваций, адаптации и обучения;
- решительность действий, не ограничиваемая располагаемыми ресурсами;
- высокая ответственность предпринимателя за результаты своей деятельности – как перед непосредственными клиентами, так и перед обществом [3].

Многими исследователями эти характеристики принимаются как ключевые, при этом определение социального предпринимательства дополняется, перерабатывается по мере накопления как исследовательского опыта явления, так и практики работы социальных предприятий.

В качестве научной дефиниции «социальное предпринимательство» стало использоваться в литературе по социальным изменениям в 60–70-е гг. прошлого века, а широкое распространение получило в 1980–90-х гг. Анализируя исследовательский опыт прошлых лет, Н.А. Антонникова обозначает три главных сложившихся подхода к определению названного феномена [1]:

1. Социальное предпринимательство – это создание коммерческих предприятий с социальной целью. Выходит, что социальным может быть любое коммерческое предприятие, прибыль которого или ее часть идет на решение какой-либо социальной проблемы.

2. Социальное предпринимательство – это создание преимущественно инновационных предприятий. В данном случае инновационность предприятий должна определять степень их социальной, а коммерческие и финансовые показатели деятельности уходят на второй план.

3. Социальное предпринимательство – это способ трансляции и тиражирования опыта решения не одной социальной проблемы, а их широкого спектра.

Из всего многообразия подходов к определению видно, что социальное предпринимательство изобретает и комбинирует экономические и социальные ресурсы так, чтобы создать самовоспроизводящийся, способный к расширению механизм производства и предоставления целевого социального блага, стремясь таким образом уменьшить социальные беды инновационным методом. А такой эффект имеет особую важность там где государственные механизмы теряют свою эффективность в решении социальных проблем, с которыми все труднее справляться в парадигме вертикали власти. Отчасти это связано с причинами финансово-экономического характера, но во многом – с тем, что вопросы, затрагивающие непосредственные потребности и интересы живых людей, требуют индивидуального, адресного подхода. Государственные механизмы в этом не сильны, здесь нередко эффективнее оказываются социальные предприниматели, работающие на уровне местных сообществ. Вызовы же могут быть самые разные: проблемы инвалидов, безработица, поддержка образования, развитие культуры, защита окружающей среды.

То есть социальные предприниматели как субъекты экономической деятельности эффективны там, где не достаточно издать нормативный акт и выделить финансирование – они работают адресно, отвечая на запросы и потребно-

стям определенной целевой группы. Как правило, социальные предприниматели лучше реагируют на наиболее актуальные, т.н. «наболевшие» для территории темы (например, ЖКХ, дошкольное образование, экология); имеют достойную репутацию, широкий круг партнеров на местном уровне. Очевидно, что при решении социальных проблем на определенной территории особое значение приобретает личность социального предпринимателя с его творческим потенциалом, инновационными идеями, незаурядными способностями не только обнаруживать проблему, ее источник, но и находить пути ее решения.

В настоящее время в России социальное предпринимательство как социальная практика только начинает развиваться, число реально действующих социальных предприятий пока невелико, и зачастую они даже сами себя такими не считают. Масштабная государственная и общественная поддержка также пока отсутствует. Зачаточное состояние социального предпринимательства на сегодняшний день в России объясняется тем, что долгое время, еще в СССР социальная сфера была полностью монополизирована государством, и о какой-либо частной социальной инициативе по передаче некоторых государственных функций не могло идти и речи.

Одним из дискутируемых на сегодняшний момент вопросом является статус социального предпринимательства как самостоятельного явления общественной и экономической жизни в России, его отличие от деятельности некоммерческих организаций, благотворительности, социально ответственного поведения бизнеса, традиционного предпринимательства. Социальное предпринимательство может существовать в многообразных формах в зависимости от культурных и социально-экономических условий, поставленных целей и задач.

Главным недостатком социального предпринимательства в России является то, что оно не институционализировано в системе общественно-экономических отношений и, кроме того, положение данного направления не определено и в бизнес-структурах. Также социальное предпринимательство не закреплено законодательно. В настоящее время на обсуждении в Государственной думе и Совете Федерации находятся поправки в закон № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» и проект Закона о социальном предпринимательстве в РФ.

Автор законопроекта о мерах поддержки социального предпринимательства – член Совета Федерации Людмила Бокова отмечает, что в законодательстве РФ нет определения социального бизнеса, что затрудняет работу региональных властей в этой сфере. Новый закон призван восполнить этот пробел и дать регионам возможность устанавливать виды социально ориентированных видов деятельности. «Социальное предпринимательство можно уравнивать с таким видом малого и среднего бизнеса, как, например, ремесленничество. Его поддержка уже давно обеспечивается законом «О развитии малого и среднего предпринимательства». Теперь мы хотим, фактического ничего нового не изобретая, предоставить возможности для развития и социальному бизнесу» [4].

В октябре 2014 года проект закона о социальном предпринимательстве был внесен в Государственную думу. В соответствии с этим документом в пра-

новое поле предполагалось ввести понятие «социальное предпринимательство», под которым подразумевается «социально ориентированная деятельность субъектов малого и среднего предпринимательства, направленная на достижение общественно полезных целей, решение социальных проблем, в том числе оказание поддержки лицам, находящимся в трудной жизненной ситуации» [5]. В настоящее время данный закон еще не принят. Таким образом, социальное предпринимательство в России выглядит как отдельный пласт малого бизнеса, решающий государственные задачи. Такое узкое понимание сути социального предпринимательства влечет ряд трудностей для его массового распространения в российской предпринимательской среде, а именно:

- множественность толкований феномена «социальное предпринимательство» и отсутствие четко закрепленного законодательного определения порождает трудность законодательного, налогового регулирования деятельности социальных предпринимателей;

- отсутствие законодательно очерченных границ социального предпринимательства появляется проблема самоидентичности социальных предпринимателей;

- отсутствие четкой государственной политики и государственной поддержки социального предпринимательства приводит к кризису финансирования предпринимательских инициатив и инвестиционному голоду социальных предприятий.

Однако, несмотря на молодой возраст российского социального предпринимательства, многие эксперты строят положительные прогнозы относительно развития его в России и отмечают, что принятие закона о социальном предпринимательстве – это лишь дело времени. По утверждению экспертов положительные сдвиги в отечественной экономике зафиксированы и в России социальное предпринимательство вполне может стать массовым движением, силой позитивных перемен и для этого есть ряд предпосылок:

- историческое наследие благотворительной деятельности, опыт работы Домов трудолюбия;

- расширение деятельности некоммерческого сектора и распространение практики социальной ответственности российского бизнеса;

- большой творческий (изобретательский) потенциал российских граждан;

- склонность бизнес-среды перенимать зарубежный опыт и активно его внедрять с учетом особенностей отечественной социально-экономической действительности.

Представляется, что при успешном объединении экономических ресурсов и человеческого капитала, распространяя практику социального предпринимательства становится возможным:

- решить массу социальных проблем и противоречий, распределяя часть государственных функций между субъектами предпринимательской деятельности и местными сообществами;

– вовлечь в предпринимательскую деятельность широкий круг слоев населения, что, в итоге, позволит выстроить новую социально-экономическую структуру общества;

– построить социально-ориентированную экономику;

– увеличить темпы экономического роста.

Все вышесказанное свидетельствует о больших преимуществах социального предпринимательства, о его возможности стать драйвером экономического роста в нашей стране.

Список используемых источников:

1. Антонинова Н.А. Использование концепции социального предпринимательства для решения социальных проблем: применимость в российском контексте. М. 2007.

URL: http://www.nb-forum.ru/thanalitic_391_3

2. Баталина М., Московская А., Тарадина Л. Обзор опыта и концепций социального предпринимательства с учетом возможностей его применения в современной России. ГУ-ВШЭ. М., 2008. URL: http://www.hse.ru/data/2012/02/13/1263310346/WP1_2008_02.pdf

3. Грегори Дж. Дис. Значение социального предпринимательства. М., 2001. Р.4.

URL: <http://www.fuqua.duke.edu/centers/case/documents>

4. В Госдуму внесен новый законопроект о поддержке соцпредпринимательства - Портал «Новый бизнес: социальное предпринимательство».

URL: <http://www.nb-forum.ru/social/laws/v-gd-vnesen-proekc-ob-sp.html>

5. Предпринимательство в социальной сфере. Агентство стратегических инициатив.

URL: <http://asi.ru/social/business/#>

© 2016, Семенова Д.А.

Социальное предпринимательство как драйвер
экономического роста России

© 2016, Semenova D.A.

Social entrepreneurship as a driver of economic
growth in Russia