

УДК 338.242

Семенова Юлия Александровна

доцент,

Саратовский национальный исследовательский
государственный университет имени Н.Г. Чернышевского
semenofa@gmail.com

Мохнаткина Ксения Владимировна

доцент,

Саратовский национальный исследовательский
государственный университет имени Н.Г. Чернышевского
kse339@yandex.ru

Julia A. Semenova

Associated Professor,

Saratov National Research
State University named after N.G. Chernyshevsky
semenofa@gmail.com

Kseniya V. Mokhatkina

Associated Professor,

Saratov National Research
State University named after N.G. Chernyshevsky
kse339@yandex.ru

Развитие социального предпринимательства в современных условиях

Development of social entrepreneurship in modern conditions

***Аннотация.** В статье рассмотрены подходы к развитию социального предпринимательства в современных условиях. Установлено, что социальное предпринимательство является актуальным как в экономике, так и в социальной сфере, поскольку совмещает коммерческую и социальную цель. Определено, что социальное предпринимательство в полной мере является революцией бизнеса, ибо одновременно решает социальные проблемы и доходность в предпринимательстве. Доказано, что развитие социального предпринимательства идет намного медленнее и характеризуется рядом проблем. В основном, эти проблемы связаны с государственным регулированием. Выяснено, что создание социальных предприятий может являться важным не только для социальных предпринимателей или потребителей их услуг, но и для самого государства. Предложено сформировать четкий механизм социального предпринимательства и содействовать его развитию путем создания надлежащей среды, в которой смогут развиваться социальные предприятия.*

Ключевые слова: социальное предпринимательство, государство, эффективность, развитие, бизнес.

Annotation. *The article considers approaches to the development of social entrepreneurship in modern conditions. It is established that social entrepreneurship is relevant both in the economy and in the social sphere, since it combines commercial and social goals. It is determined that social entrepreneurship is fully a business revolution, because it simultaneously solves social problems and profitability in entrepreneurship. It is proved that the development of social entrepreneurship is much slower and is characterized by a number of problems. These problems are mainly related to government regulation. It was found out that the creation of social enterprises can be important not only for social entrepreneurs or consumers of their services, but also for the state itself. It is proposed to form a clear mechanism of social entrepreneurship and promote its development by creating an appropriate environment in which social enterprises can develop.*

Key words: social entrepreneurship, state, efficiency, development, business.

В последние годы в Российской Федерации все большую популярность приобретает социальное предпринимательство в рамках нового бизнеса, который может не только делать значительный вклад в развитие экономики страны, но и обеспечивать решение социальных проблем. Актуальность социального предпринимательства усиливается в контексте внедрения административно-территориальной реформы, поскольку оно может выступать инструментом решения социальных проблем общества.

При этом социальное предпринимательство играет важную роль в социально-экономическом развитии страны. Предприниматели выступают агентами изменений в обществе, благодаря использованию новых подходов при решении социальных проблем. Система социального предпринимательства вызывает много дискуссий в научных и экономических кругах, так как данное понятие и социальный предприниматель по-разному трактуется учеными и практиками.

Чтобы в полной мере осознать потенциал социального предпринимательства как силы экономического развития необходимо изменение понимания концепции социального предприятия. Отсутствие понимания такого явления тормозит его развитие в нашей стране и снижает шансы на решение назревших социальных проблем, которые не решаются традиционным частным бизнесом и правительством.

Изучению вопросов, связанных с развитием системы предпринимательства, посвящены работы А. Атанасовой [1], Е.В. Мезенцевой [8], А.Ю. Москвиной [9], К.В. Мохнаткиной [10], О.А. Пястолова [11], Я.В. Шимановской [15], Е.Е. Юдашкиной [16] и др. Но вопрос социального предпринимательства и его роль в

решении экономических проблем является не достаточно исследованным, а потому представляет научный интерес.

Понять популярность социального предпринимательства обеспечивает осознание того, что государственный и частный сектор не могут справиться с проблемами общества. Во время возникновения социальной деятельности во всем мире было выявлено три решающие макродинамики: замедление публичного предложения социальных услуг; существующее неравновесие в распределении уровня доходов, которое увеличило потребность в новых бизнес-стратегиях; усиление конкуренции в некоммерческом секторе за получение грантов.

Добровольный сектор уже давно является свидетелем предпринимательской динамики, которая привела к инновационным решениям для предоставления услуг или товаров лицам или сообществам, потребности которых не были удовлетворены ни частными компаниями, ни государством. В Европе понятие «социальное предприятие» впервые появилось в Италии, когда возникли новые инициативы, подобные кооперативам, чтобы реагировать на неудовлетворенные потребности. После этого, парламент Италии принял закон о создании новой правовой формы «социального кооператива», который оказался очень хорошо адаптированным для новаторских социальных предприятий. Это вдохновило другие страны. Правительство Великобритании ввело юридическую форму для социальных предприятий. Однако в Европе доминировал один из основных типов социальных предприятий - «социальные предприятия интеграции труда» (WISEs), основной целью которых была помощь низко квалифицированным безработным, которые находятся в группе риска, и привлечение этих людей к работе [2; 5; 7].

Социальное предпринимательство можно представить в виде инновационного подхода, благодаря которому индивиды могут решить серьезные социальные проблемы, с которыми сталкивается их сообщество. В отличие от бизнес-предпринимателей у социально ориентированных предпринимателей имеется социальная миссия, означающая улучшение мира.

В этих условиях они оценивают успех по двум позициям: получить прибыль и решить некоторые социальные проблемы. Но получение прибыли является средством для достижения цели - социальный предприниматель участвует в коммерческих предприятиях, направленных на получение прибыли только для того, чтобы использовать полученную прибыль для создания ценных социальных программ для всей общины.

Кроме того, социальные предприниматели имеют общие характеристики с классическими бизнесменами. Они также сосредоточены на наилучшем способе использования возможностей, имеют цель и упорно движутся к ней. Но, в отличие от традиционного бизнеса, социальные предприниматели измеряют результативность деятельности не прибылью, а позитивными изменениями в обществе. Для социального предпринимателя коммерческая составляющая выполняет второстепенную роль.

Социальные предприниматели несут ответственность за свою деятельность не только перед собой, но и перед общинами и обществом. Они сосредотачиваются на первопричинах бедности, маргинализации, а не устраняют последствия. Поэтому для отражения экономических и предпринимательских аспектов нами выдвинуты четыре критерия:

- непрерывная деятельность по производству товаров;
- значительная степень автономии;
- высокий уровень экономического риска;
- минимальный объем оплачиваемой работы.

Чтобы отразить социальные аспекты инициативы, нами было предложено пять критериев:

- явная цель принести пользу обществу;
- инициатива группы граждан;
- право на принятие решений, основанное на владении капиталом;
- партисипативный характер, в котором участвуют различные стороны;
- ограниченное распределение прибыли.

Социальные предприятия могут распределять прибыль, но только в ограниченной степени, что позволяет избежать поведения, направленного на максимизацию прибыли.

При этом идея социального проекта не может считаться жизнеспособной, если она не осуществляет трансформацию - глубинную и длительную социальную смену. Под социальным предпринимательством следует понимать систематическую, в том числе, инновационную деятельность. Социальное предпринимательство может отличаться от корпоративной социальной ответственности и благотворительных организаций.

Корпоративная социальная ответственность частного бизнеса является второстепенной целью после принесения акционерам финансовой выгоды [3; 6; 14]. Благотворительные организации существуют за счет пожертвований, а социальные предприятия осуществляют самостоятельную деятельность и стараются обеспечить устойчивость своих проектов. Социальное предпринимательство катализирует социальные трансформации с целью обеспечения социальных потребностей.

Основное внимание, в этом случае, уделяется социальной ценности, в то время как создание экономической ценности рассматривается как необходимое условие для обеспечения финансовой жизнеспособности. Можно подчеркнуть также некоммерческий характер социальной деятельности как отличительной черты в рамках социального предпринимательства.

При этом социальное предпринимательство может осуществляться и на коммерческой основе. В социальном предпринимательстве создание общественного благосостояния является основной целью. Отличительная черта

социального предпринимательства заключается в том, что рынок здесь представлен целевыми социальными группами (рис. 1).

Одной из важных целей организаций социального сектора является достижение устойчивости, которая определяется, как способность проекта поддерживать влияние на окружающие общины в долгосрочной перспективе. Влияние социальных предпринимательских проектов на сообщества оценивается с точки зрения четырех выявленных аспектов влияния: изменение отношения и поведения; расширение идеи; создание новых рабочих мест и влияние на национальную политику.

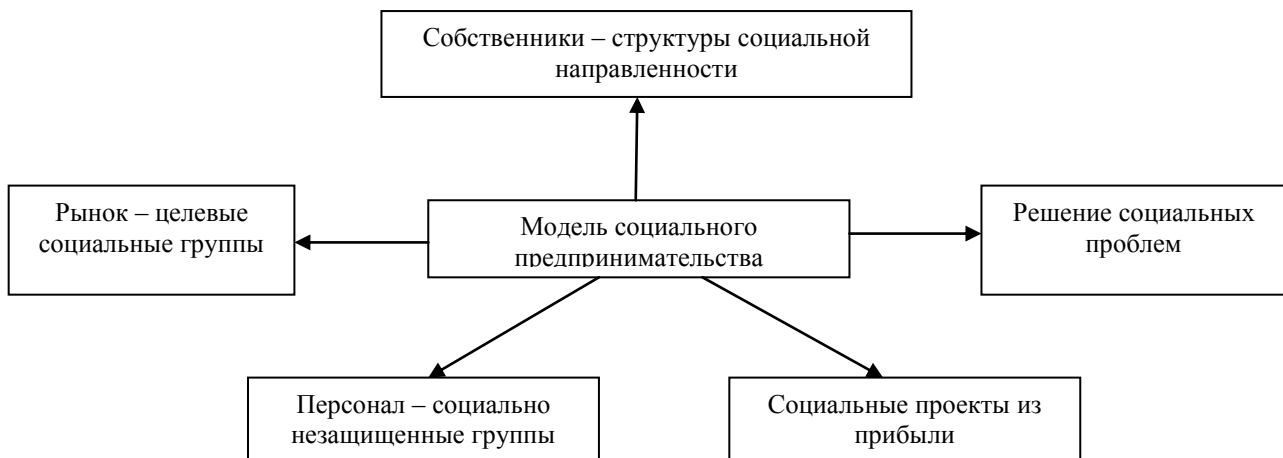


Рис. 1. Модель социального предпринимательства.

Определение ключевых факторов успеха социальных предприятий должно быть одной из основополагающих задач их управления. Эти вопросы особенно важны для социальных предприятий, которые сталкиваются со значительными трудностями в своей деятельности. Поэтому можно выделить несколько факторов, способствующих успеху социальных предприятий: сильное руководство; мотивация и преданность занятых людей; обеспечение правовой среды; привлекательность и ясность инновационной концепции; управленческий опыт; личные качества для предоставления услуг первой линии; эффективное сотрудничество с государственным сектором; социальный капитал; привлечение местного сообщества; ведение и распространение финансовой отчетности.

Кроме того, факторы, способствующие влиянию социальных предпринимательских проектов, можно разделить на две категории: характеристики социального предпринимательства и используемые ресурсы. Относительно мобилизованных ресурсов, важными факторами являются: знания, полученные человеком или группой; модели поведения, как самих социальных предпринимателей, так и лиц, на которые направлено социальное предпринимательство; сети и коммуникации, то есть умение взаимодействовать с соответствующими партнерами и донорами также является важным фактором.

Как и любой другой фирме, социальным предпринимателям для существования нужны финансы [4; 12; 13]. Исследования показали, что они в значительной степени полагаются на государственные средства и поддержку, личные ресурсы и капитал, генерируемый внутри страны. Социальные предприниматели должны надеяться на улучшение отношения к социальному предпринимательству в целом, увеличение финансирования и расширение сотрудничества с муниципалитетами.

Эффективным путем стимулирования социального предпринимательства может быть наджинг. В современных условиях человеческий потенциал с ее моделями поведения является весомым фактором социально-экономических вопросов общества. Формирование социально-психологических качеств человеческого потенциала с учетом традиций, культурных ценностей и ожидаемой реакции может иметь значительный эффект на социальное предпринимательство. Наджинг является инновационным методом воздействия на поведение людей и должен активнее использоваться в нашем обществе. Осведомленность общества может свидетельствовать о том, что необходимо задуматься о ценностных ориентациях и возможностях помочь обездоленным.

Именно изменение системы ценностей и психологии членов общества может стать одним из составляющих механизма социального предпринимательства. Практика показала, что в Российской Федерации наблюдается усложнение общественных отношений. С одной стороны, это может быть связано с тем, что традиционный подход при решении социальных проблем уже не срабатывает, а с другой - с ухудшением экономического положения.

Учитывая это, возникает необходимость в применении новейших адаптивных инструментов в рамках государственной социальной политики. Одним из таких эффективных инструментов является социальное предприятие, которое приобретает популярность и признание во всем мире. Социальное предпринимательство наиболее полно соответствует элементам устойчивой экономики. Поэтому его применение в современных условиях хозяйствования на территории Российской Федерации является необходимыми целесообразным.

Исследования показали, что социальное предпринимательство является своеобразной революцией бизнеса, следствием генезиса хозяйственной деятельности, новейшим подходом к функционированию не только прибыльных, но и неприбыльных организаций.

Для характеристики категории «социальное предприятие» можно выделить основные признаки:

1. Характеризуется социальной целенаправленностью, то есть это деятельность, которая в конечном результате предполагает достижение социальной цели, а не экономической.

2. Это процесс создания экономической или социальной ценности, которые являются общественно полезной.

3. Социальное предпринимательство может выступать объективным процессом развития предпринимательства согласно системному подходу.

4. Соответствует постулатам устойчивого развития, то есть предпринимательская деятельность учитывает развитие будущих поколений.

5. Базой социального предпринимательства может выступать социальная ответственность, предусматривающая осознание роли экономического субъекта в развитии общественных отношений.

6. Сочетание экономической и социальной направленности предпринимательства стимулирует формирование инновационных подходов.

7. Сочетание экономической и социальной направленности в процессе предпринимательской деятельности приводит к получению синергетического эффекта созданию позитивной репутации, получению дополнительных как экономических, так и других выгод.

8. Социальное предпринимательство улучшает механизм ведения предпринимательской деятельности во всех сферах: в планировании, финансировании, маркетинге и производстве продукции.

Согласно системного подхода, социальное предприятие является комплексной категорией, которая включает в себя все названные признаки. Определение категории «социальное предприятие» как проявление «социального предпринимательства» является диссоциативным, поэтому можно выделить четыре основных подхода.

1. «Школа социально ориентированного бизнеса», то есть, социально предприятие можно представить как бизнес организации, осуществляющей производство и реализацию товаров, работ, услуг в целях удовлетворения социальных запросов.

2. «Школа заработанного дохода». Определяет социальное предприятие как неприбыльную организацию, в структуре источников финансирования которой увеличивается доля самофинансирования.

3. «Школа социальных инноваций». Определение понятия «социальное предприятие» похоже на определение социального предпринимательства, поэтому социальным предприятием считается организация, которая ориентирована на инновации в рамках социальной сферы.

4. EMES-подход. «Социальное предприятие - организация, привлекающая средства из внешних источников для осуществления неприбыльной деятельности.

Подводя итоги, можно отметить, что социальное предпринимательство является актуальным как в экономике, так и в социальной сфере, поскольку совмещает коммерческую и социальную цель. Социальное предпринимательство в полной мере является революцией бизнеса, ибо одновременно решает социальные проблемы и обеспечивает ВВП и доходность в предпринимательстве.

Однако развитие социального предпринимательства в Российской Федерации идет намного медленнее, чем в странах Европы, и характеризуется рядом проблем. В основном, эти проблемы связаны с государственным

регулируемым. Поэтому создание социальных предприятий может являться важным не только для социальных предпринимателей или потребителей их услуг, но и для самого государства.

Ввиду этого, мы считаем необходимым сформировать четкий механизм социального предпринимательства и содействовать его развитию путем создания надлежащей среды, в которой смогут развиваться социальные предприятия, а проблемы учета и формирования механизма социальной мотивации должны стать перспективами дальнейших исследований.

Литература

1. Атанасова, А. Социальное предпринимательство в природоохранной деятельности: «Что есть такого в человечестве, что стоит сохранить?» [Текст] / А. Атанасова, М. Георгиев // *Society and Security Insights*. - 2019. - Т. 2. - № 3. - С. 203-213.

2. Лебедев, К.А. Прогнозирование экспортоориентированной деятельности предприятий АПК Крыма [Текст] / К.А. Лебедев // *Экономика Крыма*. - 2006. - № 17. - С. 69-72.

3. Лебедева, О.Е. Проблемы и перспективы рынка земли в Украине [Текст] / О.Е. Лебедева // *Материалы Вторых годовых сборов Всеукраинского конгресса ученых экономистов-аграрников южного региона Украины "Трансформация земельных отношений к рыночным условиям хозяйствования"*. - 2009. - С. 97-100.

4. Лебедева, О.Е. Реализация культурно-образовательной деятельности в туризме [Текст] / О.Е. Лебедева, К.А. Лебедев, Н.А. Луканова // *Сервис в России и за рубежом*. - 2016. - Т. 10. - № 4 (65). - С. 71-82.

5. Лебедева, О.Е. Совершенствование взаимосвязей производителей и переработчиков молока [Текст] / О.Е. Лебедева // *Культура народов Причерноморья*. - 2010. - № 192. - С. 74-77.

6. Лебедева, О.Е. Совершенствование государственного регулирования рынка молока [Текст] / О.Е. Лебедева // *Культура народов Причерноморья*. - 2010. - № 193. - С. 168-171.

7. Лебедева, О.Е. Теоретические аспекты формирования продовольственного рынка [Текст] / О.Е. Лебедева // *Научные труды Южного филиала Национального университета биоресурсов и природопользования Украины "Крымский агротехнологический университет"*. Серия: *Экономические науки*. - 2010. - № 128. - С. 238-245.

8. Мезенцева, Е.В. Социальное предпринимательство как инструмент социально-экономического развития территорий [Текст] / Е.В. Мезенцева, Е.В. Королук // *Наука и бизнес: пути развития*. - 2020. - № 3 (105). - С. 62-65.

9. Москвина, А.Ю. Участие людей старшего возраста в социальном предпринимательстве на примере социального акселератора (Санкт-Петербург)

[Текст] / А.Ю. Москвина, Д.В. Должикова // Журнал исследований социальной политики. - 2018. - Т. 16. - № 1. - С. 169-176.

10. Мохнаткина, К.В. Корреляционный анализ влияния депривации на социальную активность россиян [Текст] / К.В. Мохнаткина // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. - 2018. -Т. 18. - № 1. - С. 55-59.

11. Пястолов, О.А. Пути снижения предпринимательских рисков на примере развития малого бизнеса Подмоскovie [Текст] / О.А. Пястолов, А.И. Лембей, Е.И. Макарова, Д.М. Паршиков // Товаровед продовольственных товаров. - 2022. - № 1. - С. 34-43.

12. Семенова, Ю.А. Взаимодействие институтов власти и предпринимательских структур [Текст] / Ю.А. Семенова // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. - 2015. - № 3 (35). - С. 86-96.

13. Силка, Д.Н. Совершенствование системы ценообразования в строительстве [Текст] / Д.Н. Силка, К.А. Лебедев // Экономика и предпринимательство. - 2016. - № 4-2 (69). - С. 431-436.

14. Шадская, И.Г. Прогнозирование развития туристского рынка на основе социально-экономического мониторинга [Текст] / И.Г. Шадская, Н.А. Яковлева // Сервис в России и за рубежом. - 2013. - № 8 (46). - С. 207-214.

15. Шимановская, Я.В. Социальное предпринимательство в сфере оказания социальных услуг [Текст] / Я.В. Шимановская // Отечественный журнал социальной работы. - 2018. - № 4 (75). - С. 35-45.

16. Юдашкина, Е.Е. Стратегическое планирование социально-экономических процессов на основу когнитивного подхода [Текст] / Е.Е. Юдашкина, А.Л. Никазаченко, К.А. Лебедев // Экономика и предпринимательство. - 2017. -№ 8-2 (85). - С. 1062-1065.

References

1. Atanasova, A. Social entrepreneurship in environmental protection: "What is there in humanity that is worth preserving?" [Text] / A. Atanasova, M. Georgiev // Society and Security Insights. - 2019. - Vol. 2. - No. 3. - pp. 203-213.

2. Lebedev, K.A. Forecasting export-oriented activities of agricultural enterprises of the Crimea [Text] / K.A. Lebedev // The economy of Crimea. - 2006. -No. 17. - pp. 69-72.

3. Lebedeva, O.E. Problems and prospects of the land market in Ukraine [Text] / O.E. Lebedeva // Materials of the Second annual meetings of the All-Ukrainian Congress of Agricultural Economists of the southern region of Ukraine "Transformation of land relations to market conditions of management". - 2009. - pp. 97-100.

4. Lebedeva, O.E. Implementation of cultural and educational activities in tourism [Text] / O.E. Lebedeva, K.A. Lebedev, N.A. Lukanova // Service in Russia and abroad. - 2016. - Т. 10. - № 4 (65). - Pp. 71-82.

5. Lebedeva, O.E. Improvement of interrelations of producers and processors of milk [Text] / O.E. Lebedeva // Culture of the peoples of the Black Sea region. - 2010. - No. 192. - pp. 74-77.

6. Lebedeva, O.E. Improvement of state regulation of the milk market [Text] / O.E. Lebedeva // Culture of the peoples of the Black Sea region. - 2010. - No. 193. - pp. 168-171.

7. Lebedeva, O.E. Theoretical aspects of the formation of the food market [Text] / O.E. Lebedeva // Scientific works of the Southern branch of the National University of Bioresources and Environmental Management of Ukraine "Crimean Agrotechnological University". Series: Economic Sciences. - 2010. - No. 128. - pp. 238-245.

8. Mezentseva, E.V. Social entrepreneurship as an instrument of socio-economic development of territories [Text] / E.V. Mezentseva, E.V. Korolyuk // Science and business: ways of development. - 2020. - № 3 (105). - Pp. 62-65.

9. Moskvina, A.Yu. Participation of older people in social entrepreneurship on the example of a social accelerator (St. Petersburg) [Text] / A.Yu. Moskvina, D.V. Dolzhikova // Journal of Social Policy Research. - 2018. - Vol. 16. - No. 1. - pp. 169-176.

10. Mokhnatkina, K.V. Correlation analysis of the impact of deprivation on the social activity of Russians [Text] / K.V. Mokhnatkina // News of Saratov University. A new series. Series: Sociology. Political science. - 2018. - Vol. 18. - No. 1. - pp. 55-59.

11. Pyastolov, O.A. Ways to reduce entrepreneurial risks on the example of small business development in the Moscow region [Text] / O.A. Pyastolov, A.I. Lembey, E.I. Makarova, D.M. Parshikov // Commodity specialist of food products. - 2022. - No. 1. - pp. 34-43.

12. Semenova, Yu.A. Interaction of institutes authorities and business structures [Text] / Yu.A. Semenova // News of higher educational institutions. Volga region. Social sciences. - 2015. - № 3 (35). - Pp. 86-96.

13. Silka, D.N. Improving the pricing system in construction [Text] / D.N. Silka, K.A. Lebedev // Economics and entrepreneurship. - 2016. - № 4-2 (69). - Pp. 431-436.

14. Shadskaya, I.G. Forecasting the development of the tourist market on the basis of socio-economic monitoring [Text] / I.G. Shadskaya, N.A. Yakovleva // Service in Russia and abroad. - 2013. - № 8 (46). - Pp. 207-214.

15. Shimanovskaya, Ya.V. Social entrepreneurship in the provision of social services [Text] / Ya.V. Shimanovskaya // Domestic Journal of Social Work. - 2018. - № 4 (75). - Pp. 35-45.

16. Yudashkina, E.E. Strategic planning of socio-economic processes on the basis of a cognitive approach [Text] / E.E. Yudashkina, A.L. Nikazachenko, K.A. Lebedev // Economics and entrepreneurship. - 2017. - № 8-2 (85). - Pp. 1062-1065.