СОЦИАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА

DOI: 10.22394/2070-8378-2020-22-2-92-96

Социальное предпринимательство в России: проблемы и перспективы

ДМИТРИЙ ВАЛЕРЬЕВИЧ ИСАЕВ, **старший специалист по работе с докладчиками программно-экспертной дирекции**

Фонд Росконгресс (123610, Российская Федерация, Москва, Краснопресненская наб., 12). E-mail: dmitry.isaev@roscongress.org

Аннотация: Статья посвящена проблемам и перспективам развития социального предпринимательства в России. Автор отмечает необходимость стимулирования такого рода деятельности и создания соответствующей институциональной и нормативной правовой базы. Однако единое понимание и определение «социального предпринимательства» отсутствует, что придает существующему опыту и научным исследованиям фрагментарный характер. На практике широко распространено представление о социальном предпринимательстве как о деятельности, нацеленной на извлечение коммерческой прибыли, а не на создание социальной ценности и решение социальных проблем. В статье дана попытка выявления причин такого состояния, проанализированы существующие научно-исследовательские подходы и практический опыт, а также сделаны соответствующие выводы и предложены рекомендации. Проанализированы существующие традиционные и современные подходы к толкованию предпринимательства как особого вида человеческой деятельности. Анализ показал, что предпринимательская деятельность традиционно ассоциируется с инновационной деятельностью, риском, неопределенностью и предпринимательской прибылью. Уделено особое внимание существующим научно-исследовательским подходам к изучению социального предпринимательства как современного феномена. Выявлены характерные черты социального предпринимательства, отличающие его от других типов предпринимательской деятельности, выделены существующие в российской научной среде определения, которые наиболее распространены при попытках составить теоретические и концептуальные основы социального предпринимательства. В качестве российского опыта рассмотрена деятельность некоммерческого партнерства «Мир старшего поколения», которая не только объединяет социальных предпринимателей, но и осуществляет свою деятельность в качестве института развития социальной сферы. Сделаны выводы о научно-исследовательских перспективах в данной области и предложены направления для дальнейшего изучения социального предпринимательства. Автором предложено рассматривать опыт социального предпринимательства, накопленный в России, при формировании рекомендаций к дальнейшему развитию нормативной правовой базы.

Ключевые слова: государственно-частное партнерство, инвестиционная привлекательность регионов, социальное партнерство, социальное предпринимательство, социальные инновации

Статья поступила в редакцию 3 апреля 2020 года.

Исаев Д.В. Социальное предпринимательство в России: проблемы и перспективы. *Государственная служба.* 2020. № 2. С. 92–96.

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN RUSSIA: PROBLEMS AND PROSPECTS

DMITRY V. ISAEV, **Senior Specialist for Work with Speakers of the Program and Expert Directorate**

Roscongress Foundation (12, Krasnopresnenskaya nab., Moscow, Russian Federation, 123610). E-mail: dmitry.isaev@roscongress.org

Abstract: The article is devoted to the problems and prospects of the development of social entrepreneurship in Russia. The author notes the need to stimulate this kind of activity and create an appropriate institutional and regulatory legal framework. However, there is no common understanding and definition of 'social entrepreneurship', which gives the existing experience and scientific research a fragmented character. In practice, the concept of social entrepreneurship as an activity aimed at generating commercial profit, rather than creating social value and solving social problems, is widespread. The article gives an attempt to identify the causes of this condition, analyzes existing research approaches and practical experience, as well as draws the appropriate conclusions and offers recommendations. The existing traditional and modern approaches to the interpretation of entrepreneurship as a special type of human activity are analyzed. The analysis showed that entrepreneurial activity is traditionally associated with innovation, risk, uncertainty and entrepreneurial profit. Particular attention is paid to existing research approaches to the study of 'social entrepreneurship' as a modern phenomenon. The characteristic features of 'social entrepreneurship' that distinguish it from other types of entrepreneurial activity are identified, the definitions existing in the Russian scientific environment that are most common when trying to draw up the theoretical and conceptual foundations of social entrepreneurship are highlighted. As a Russian experience, the activities of the non-profit partnership 'The World of the Older Generation', which not only unites social entrepreneurs, but also operates as an institution for the development of the social sphere, are considered. Conclusions are made about the research prospects in this area and directions for further study of social entrepreneurship are proposed. The author suggests examining the experience of social entrepreneurship accumulated in Russia when formulating recommendations for the further development of the regulatory framework.

Keywords: public-private partnership, investment attractiveness of the regions, social partnership, social entrepreneurship, social innovations

The article was received on April 3, 2020.

Isaev D.V. Social Entrepreneurship in Russia: problems and prospects. In: *Gosudarstvennaya sluzhba*. 2020. № 2. P. 92–96. In Russian

Введение

Инновации выступают как драйвер развития общества. В книге «Теория экономического роста» Йозеф Шумпетер рассматривает инновационную деятельность предпринимателей как новую, отличную от всех существующих в хозяйственной системе деятельность по комбинации факторов производства [Шумпетер, 1982]. При этом с практической точки зрения иногда становится достаточно трудным выделить и описать различные виды предпринимательской деятельности, несмотря на интуитивное понимание того, что предприниматели существуют не только в коммерческой сфере, но и в социальной, институциональной, культурной.

В России в продолжение исторических сложившихся традиций и законодательно закрепленных обязательств роль государства в проведении социальной политики остается основополагающей. По данным Министерства финансов Российской Федерации, на 2017 год доля расходов на проведение государственной политики в социальной сфере составила 38,29% от общего объема расходов федерального бюджета[1].

Государство вынуждено искать возможности сохранять баланс между эффективным выполнением своей социальной функции, которая обеспечивает достойный образ жизни людей, и снижением социального бремени. Следствием недофинансированности, отсутствия эффективных механизмов по использованию бюджетных средств и ограниченности в принятии решений бюджетных организаций становятся появление системных проблем. В социальной сфере наблюдается высокий износ материально-технической базы, снижение доступности и качества услуг, а также наличие теневых и коррупционных схем оплаты оказываемых услуг [Волкова, 2013. С. 5–15].

В последние годы распространение получила теория нового государственного управления, она отражает современную тенденцию реформаторов к децентрализации функций государства, где множество различных действующих лиц вносят свой вклад в предоставление общественных услуг и систему принятия политически важных решений [Dickenson, 2016. P. 42–60]. Важным направлением совершенствования государственного управления в социальной сфере становится развитие моделей и форм сотрудничества между государством, бизнесом и некоммерческим сектором, а также стимулирование предпринимательства в социальной сфере.

Однако единого представления о социальном предпринимательстве в России еще не сформировано, а соответствующее предложение по закреплению такого понятия на федеральном уровне продолжает обсуждаться и дорабатываться с 2017 года. В научной литературе также существуют различные точки зрения относительно того, является ли социальное предпринимательство отдельным видом предпринимательской деятельности и требует ли теоретического осмысления [Dacin, Dacin, Matear, 2010. P. 38–57]. До сих пор предпринимательство в социальной сфере воспринимается не столько как деятельность, ориентированная на решение социальных проблем, сколько как деятельность, направленная в первую очередь на извлечение прибыли. Сложности в формировании единого понимания социального предпринимательства отмечались российскими исследователями [Буянова, 2015. С. 92–94; Баринова, 2018; Жохова, 2015. С. 86–98; Московская, Баталина, Тарадина, 2008; Арай, Бурмистрова, 2014. С. 55–77].

Развитие теоретических взглядов на предпринимательство

Во времена Адама Смита, в момент зарождения классической экономической мысли, промышленники и торговцы были основными объектами изучения экономистов. Как правило, эти люди сочетали в себе сразу функции и капиталистов, и предпринимателей, и менеджеров. Однако по мере развития общества и экономической науки, специализации труда все три функции стали ярче выделяться в теории и на практике. Дж.Б. Сэй в своей работе «Трактат о политической экономии», опубликованной в 1803 году, сравнивал предпринимателя с авантюристом, который берет на себя ответственность, риск и заботу о предприятии [Say, 1971].

Наиболее известным подходом к пониманию предпринимательской деятельности являются основополагающие идеи экономиста Йозефа Шумпетера, изложенные им в работе «Капитализм, социализм и демократия». Он выделял особую роль предпринимателя как субъекта, чья деятельность направлена на «творческое разрушение» действительности. Автор характеризовал эту деятельность как процесс индустриальной мутации, который непрерывно реконструирует экономическую структуру изнутри, разрушая старую структуру и создавая новую [Shumpeter, 1976. P. 82–83].

Разрушение старой и создание новой структуры осуществляется путем комбинации факторов производства в иной, отличной от уже существующих, форме. Эта комбинация и есть инновационная деятельность предпринимателя, которая носит дискретный характер и потому обладает высокой степенью риска.

Возможность распределить риски и ответственность между несколькими членами компании, инвесторами, банками и финансовыми институтами приводят к тому, что предприниматель в теории и на практике – это два разных человека. Редлих Фитц провел параллель между идеализированным типом предпринимателя, функцией которого является определение цели, духа и места предприятия на рынке и в национальной экономике, и его реальным воплощением, которое всегда сочетает в себе управленческие функции менеджера [Redlich, 1949. P. 224–237]. В наиболее чистом и приближенном к теории виде предпринимательскую деятельность можно наблюдать на малых и средних пред-

1 Федеральный закон Российской Федерации от 19 декабря 2016 года № 415-ФЗ «О федеральном бюджете на 2017 год и на плановый период 2018 и 2019 годов»: http://www.consultant.ru

приятиях, где предприниматель имеет возможность принимать политически важные решения без влияния со стороны акционеров и инвесторов.

Сформированные в первой половине XX века Йозефом Шумпетером предпосылки для дальнейшего анализа предпринимательской деятельности позволили обрисовать важную концепцию, которая приближает к объяснению процессов не только индустриальной, но и социальной «мутации» в обществе.

Предпринимательство в социальной сфере

По мере того как экономика и общество «мутировали» под воздействием инновационной деятельности предпринимателей, и сама теория, и концепция предпринимательской деятельности постоянно развивались. С середины XX века на практике стали чаще появляться примеры предпринимателей, чья деятельность была направленна в большей степени не на извлечение прибыли, а на решение острых социальных проблем. Наиболее популярным примером можно считать деятельность банка «Грамин» в Бангладеш, основанного в 1976 году профессором Мухаммадом Юнусом. Банк предоставляет финансовую поддержку в форме микрозаймов для бедных женщин и малоимущих семей на организацию собственного доходного дела. К 2004 году банк имел уже 1 200 отделений по всей стране, дал работу двенадцати тысячам человек. В этом же году общий объем займов в рамках микрокредитных операций составил 4,2 млрд долл. Деятельность банка оказала колоссальный социальный и экономический эффект. В 2006 году за свою деятельность Мухаммад Юнус был удостоен Нобелевской премии мира.

Появление таких примеров сформировало противоречия между традиционным преставлением о предпринимательстве и его современным практическим разнообразием. Это побудило некоторых зарубежных исследователей к попыткам понять, является ли социальное предпринимательство отдельным видом предпринимательской деятельности и имеет ли эта сфера собственную научную теорию.

В существующей литературе социальное предпринимательство не перестает быть сферой пересечения междисциплинарных интересов. В попытке понять, необходима ли новая теория для социального предпринимательства, группа авторов проанализировала 37 определений этого явления [Dacin, Dacin, Matear, 2010]. Наиболее часто социальное предпринимательство связывают в литературе с возможностью использовать ресурсы на решение социальной проблемы, использованием бизнес-принципов в деятельности государственных или некоммерческих организаций, корпоративной социальной ответственностью бизнеса, целенаправленной благотворительной деятельностью коммерческой компании, экономически устойчивыми предприятиями, которые генерируют социальную ценность.

В России такие исследования, как и практический опыт в сфере социального предпринимательства, только появляются. В большинстве случаев взгляды российских исследователей на социальное предпринимательство схожи между собой, поскольку находят свое начало у одних и тех же зарубежных авторов. При описании проблем, сущности, типологии, ключевых понятий, используемых бизнес-моделей точкой отсчета российские авторы признают работы Грегори Диза, который одним из первых начал исследования в данной области и выделил пять ключевых характеристик социальных предпринимателей, которые различают их с коммерческим сектором[2]:

– 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.

По мнению исследователей, особенности формулирования миссии и целей, направленных на создание социальной ценности, являются одним из центральных отличий социального предпринимательства от коммерческого[3]. Прибыль в такой парадигме рассматривается всего лишь как средство достижения цели. Целью социальных предпринимателей является решение социальных проблем, устойчивое развитие и глобальные изменения в их сферах деятельности через системные преобразования с помощью инноваций. Для социальных предпринимателей социальная ценность имеет первостепенное значение и находит свое отражение в повышении ценности общественного блага. Различия в создаваемых ценностях сказываются на оценке потребности в ресурсах и способах их привлечения, а также реакции рынка на деятельность организации.

Г. Диз в качестве одних из ключевых проблем социального предпринимательства называет проблемы, связанные с оценкой эффективности создаваемой предпринимателями ценности для общества[4]. Доход от вложенных инвестиций социальными предпринимателями рассматривается в ином контексте, а характер таких инвестиций имеет долгосрочную основу. Сложность в измерении результатов усугубляется неоднородностью источников поступления финансовых средств, которые идут на создание социальной ценности.

Кроме того, часто отмечается, что социальные и коммерческие предприниматели имеют существенные различия в возможностях доступа к трудовым и финансовым ресурсам, что является одним из ключевых раз-

2 *Dees J.G.* The meaning of "social entrepreneurship." Comments and suggestions contributed from the Social Entrepreneurship Founders Working Group. 2001: https://entrepreneurship.duke.edu

3 Там же.

4 Там же.

личий между ними [Dacin, Dacin, Matear, 2010]. Очень часто социальные предприниматели испытывают значительные трудности в привлечении и удержании ресурсов, необходимых им для выполнения своей социальной миссии. Наличие измеримых экономических показателей эффективности коммерческих предприятий позволяет предпринимателям проще находить потенциальных инвесторов. Поэтому социальным предпринимателям жизненно важно обладать компетенциями в сфере построения и управления взаимоотношениями с инвесторами. Социальный предприниматель должен уметь создавать ценность, которая будет разделена всеми участниками: инвесторами, финансовыми институтами, волонтерами, обществом.

Сложность в привлечении необходимых финансовых ресурсов усугубляется невозможностью конкурировать с коммерческим сектором за талантливых специалистов. Коммерческие предприятия всегда имеют возможность предложить значительно более высокое материальное вознаграждения за труд, чем это может сделать некоммерческая социально ориентированная организация. Наиболее высокая заработная плата наблюдается в тех отраслях народного хозяйства, где традиционно преобладает коммерческий сектор. Например, по данным Федеральной службы государственной статистики, в России средняя ежемесячная заработная плата работников, занятых в сфере добычи полезных ископаемых, в 2017 году составила 74 474 руб., в финансовой и страховой сферах – 84 904 руб. В то же время в отраслях, где преобладают государственные или некоммерческие учреждения, заработная плата значительно ниже. Сотрудники, занятые в сфере образования, в среднем каждый месяц получали заработную плату в 2017 году в размере 30 258 руб., в области здравоохранения и социальных услуг – 31 980 руб., в области культуры, спорта и организации досуга и развлечений – 38 200 руб., в области обеспечения электрической энергией, газом и паром, кондиционирования воздуха – 44 631 руб., водоснабжения, водоотведения, организации сбора и утилизации отходов, деятельности по ликвидации загрязнений – 29 097 руб.[5]

Несмотря на то, что между социальными предпринимателями, как и в коммерческом секторе, также существует конкуренция за лучших специалистов, различную финансовую поддержку (гранты, субсидии, донорские пожертвования и пр.), тем не менее, социальным предпринимателям в большей степени свойственны наличие широкой сети партнеров и стремление к объединению в различные ассоциации и союзы.

Российские примеры социального предпринимательства

Возможность объединить усилия позволяет компенсировать нехватку необходимых ресурсов и сформировать необходимую инфраструктуру, социальную сеть, которая стимулирует обмен знаниями, профессиональными компетенциями, способствует накоплению социального капитала и увеличивает ценность создаваемого предпринимателем блага. Например, российское некоммерческое партнерство «Мир старшего поколения»[6] было создано в 2015 году и объединяет представителей индустрии по уходу за пожилыми людьми: это девять организаций, представляющих собой пансионаты, которые оказывают различные услуги по патронажу, реабилитации, лечению пожилых людей, страдающих различными видами возрастных заболеваний.

Основной целью партнерства является создание саморегулируемого института негосударственных поставщиков услуг для пожилых людей в Российской Федерации для достижения максимального качества и доступности услуг, выработки стандартов обслуживания, системного представления интересов участников рынка при взаимодействии с органами государственной власти и финансовыми институтами.

Некоммерческое партнерство представляет собой один из примеров того, как организации, обслуживающие один и тот же сегмент, объединяют усилия для достижения совместных интересов; от объединения усилий выигрывает не только отрасль, но и общество, и государство. В рамках развития целой отрасли такие объединения играют очень важную роль носителей не только опыта, но и инновационной культуры. Американский социолог и экономист Эверет Роджерс в своей книге «Диффузия инноваций» отмечал, что процесс распространения инноваций играет не менее важную роль, чем само их изобретение, и может пройти несколько лет, прежде чем новация будет принята или отвергнута обществом [Rogers, 1983].

Выводы

Развитие и популяризация таких идей, как устойчивое развитие, welfare mix и новое государственное управление, подчеркивают растущую важность социальной ответственности бизнеса и предпринимательской деятельности перед обществом и необходимость баланса между социально-экономическими выгодами и ценой, которую приходится за это платить. Формирование новых взглядов на развитие общества приводит к изменению традиционных представлений и научных подходов к предпринимательской деятельности и ее роли в обществе.

Сегодня все больше примеров организации предпринимательской деятельности в социальной, институциональной и культурной сферах, характеризующихся иной природой, нежели коммерческая. Это открывает новые возможности для исследований роли и места предпринимательской деятельности в современном обществе.

Современная тенденция в системе оценки деятельности компаний и их стоимости на рынке включает уровень соблюдения компаниями экологических, социальных стандартов и нормативов, а не только показате-

5 http://www.gks.ru

6 http://www.mspokolenie.ru

ли экономической эффективности. Это приводит к формированию новых ценностных ориентиров. Ценность, создаваемая коммерческими предприятиями для своих акционеров и владельцев, должна также включать социальную выгоду, которую получает общество.

Результатом включения социальной составляющей в деятельность организаций становятся особые дивиденды, которые получает общество в виде здоровой экологической среды, равноправия и справедливости в системе трудовых взаимоотношений, отсутствия любого вида дискриминации, высокой ответственности бизнеса за свои действия перед законом, корпоративных инвестиций в развитие социальной инфраструктуры. Создание социальной ценности очень тесно связано с существующей концепцией «разделяемой ценности», которая была сформирована М. Портером и Марком Р. Крамером в 2006 году и описывает зависимость роста конкурентоспособности компании от роста социально-экономического состояния окружающих ее сообществ [Porter, Kramer, 2006. P. 79–92].

Познание феноменов «социального предпринимательства» и «социальной прибыли» представляется перспективным направлением развития научного знания о предпринимательстве. На уровне правительств существует понимание необходимости развития такого типа деятельности. Например, в России уже сформирована законодательная инициатива, которая позволила бы выделить социальное предпринимательство как отдельный тип предпринимательской деятельности. Принятие нормативно-правового акта позволит государству сделать важный шаг в развитии социальной сферы, продумать меры поддержки, сделать их адресными и эффективными, а регулирование и контроль – более системными.

Литература

Арай Ю.Н., Бурмистрова Т.А. Специфика бизнес-моделей в социальном предпринимательстве. *Российский журнал менеджмента*. 2014. № 4. С. 55–78.

Баринова В.А. Зарубежный опыт развития социального предпринимательства и возможность его применения в России. М.: Изд-во Института Гайдара, 2018.

Буянова А.В. Проблемы социального предпринимательства. *Социально-политические науки*. 2015. № 4. С. 92–95.

Волкова Н.С. Государственное управление социальной сферой: состояние и модернизация. *Журнал российского права.* 2013. № 7. С. 5–16.

Жохова В.В. Социальное предпринимательство: сущность и понятие. *Известия ДВФУ. Экономика и управление*. 2015. № 1. С. 85–98.

Московская А.А., Баталина М.Л., Тарадина Л.Д. Обзор опыта и концепций социального предпринимательства с учетом возможностей его применения в современной России. М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2008.

Шумпетер Й.А. Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1982.

Dacin P.A., Dacin T.M., Matear M. Social Entrepreneurship: Why We Don't Need a New Theory and How We Move Forward From Here. *Academy of Management Perspectives.* 2010. № 3. P. 37–57.

Dickenson H. From New Public Management to New Public Governance: The implications for a 'new public service'. Acton, Australia: ANU Press, 2016.

Porter M.E., Kramer M.R. Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantages and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review*. 2006. № 12. P. 78–92.

Redlich F. The Business Leader in Theory and Reality. *The American Journal of Economics and Sociology*. 1949. № 3. P. 223–237.

Rogers E. M. Diffusion of innovations. New York, 1983.

Say J.-B. A Treatise on Political Economy. New York, 1971.

Schumpeter J. A. Capitalism, Socialism, and Democracy (5th ed.). London and New York: George Allen & Unwin, 1976.

References

Araj J.N., Burmistrova T.A. Specifics of business models in social entrepreneurship. In: *Rossijskij zhurnal menedzhmenta*. 2014. № 4. P. 55–78. In Russian

Barinova V.A. Foreign experience in the development of social entrepreneurship and the possibility of its application in Russia. M.: Gaidar Institute Publishing House, 2018. In Russian

Bujanova A.V. Problems of social entrepreneurship. In: *Social-no-politicheskie nauki.* 2015. № 4. P. 92–95. In Russian

Dacin P.A., Dacin T.M., Matear M. Social Entrepreneurship: Why We Don't Need a New Theory and How We Move Forward From Here. In: *Academy of Management Perspectives.* 2010. № 3. P. 37–57. In English

Dickenson H. From New Public Management to New Public Governance: The implications for a 'new public service'. Acton, Australia: ANU Press, 2016. In English

Moskovskaja A.A., Batalina M.L., Taradina L.D. Review of the experience and concepts of social entrepreneurship, taking into account the possibilities of its application in modern Russia. M.: HSE Publishing House, 2008. In Russian

Porter M.E., Kramer M.R. Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantages and Corporate Social Responsibility. In: *Harvard Business Review*. 2006. № 12. P. 78–92. In English

Redlich F. The Business Leader in Theory and Reality. In: *The American Journal of Economics and Sociology*. 1949. № 3. P. 223–237. In English

Rogers E.M. Diffusion of innovations. New York, 1983. In English

Say J.-B. A Treatise on Political Economy. New York, 1971. In English

Schumpeter J.A. Capitalism, Socialism, and Democracy (5th ed.). London and New York: George Allen & Unwin, 1976. In English

Schumpeter J.A. Theory of Economic Development. M.: Progress, 1982. In Russian

Volkova N.S. Public administration of the social sphere: state and modernization. In: *Zhurnal rossijskogo prava*. 2013. № 7. P. 5–16. In Russian

Zhokhova V.V. Social entrepreneurship: essence and concept. In: *Izvestija DVFU. Ekonomika i upravlenie*. 2015. № 1. P. 85–98. In Russian