

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ ОСНОВНЫХ ФАКТОРОВ, СДЕРЖИВАЮЩИХ РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ

Павлов Руслан Николаевич

### Введение

Изначально с момента своего зарождения социальное предпринимательство воспринималось как один из способов повышения уровня благосостояния беднейших слоев населения. Однако со временем в процессе своей эволюции определение данного явления модифицировалось, и под ним стали воспринимать практически любые способы коммерциализации предприятий социальной сферы, в том числе и такие, которые представляют собой превращения некоммерческих организаций в коммерческие предприятия в тот момент, когда НКО начинают обслуживать социальную сферу и получать при этом дополнительный доход [1]. Такие исследователи, как У. Стефан и Л. Уланер видят цель социально-ориентированной деятельности в удовлетворении интересов общества и делают вывод о том, что эффективность существования подобных организаций затруднена [2]. Согласно точке зрения представителей английской научной школы социального предпринимательства (Д. Тернер, К. Лиминг, С. Диксон, А. Клиффорд, Л. Дарби и Х. Дженкинс) социальное предпринимательство представляет собой такую ситуацию, когда решение социальных проблем полностью возлагается на бизнес, при этом получаемый доход направляется, прежде всего, на удовлетворение социальных нужд [3]. В современных условиях, когда актуальной становится задача разгосударствления предприятий, работающих в социальном секторе, данный вид предпринимательства можно вполне рассматривать как субститут государства, поскольку он обладает свойствами эффективного решения социальных проблем с применением инновационных подходов. В качестве примера можно привести глобальную интернет-платформу [www.Kiva.org](http://www.Kiva.org), которая представляет собой платформу для микрокредитования мелких предпринимателей в беднейших странах мира. Данное социальное предприятие направлено на решение двух социальных проблем: с одной стороны, существуют миллионы людей, живущих в экономически неблагополучных странах, которые располагают потенциалом вырваться из экономических трудностей, но не имеют для этого финансовых ресурсов, а с другой – существуют миллионы других, желающих им помочь, но не располагающих способом, как это сделать [4]. В целом, социальное предпринимательство рассматривается как решение социальных проблем инновационными методами. По крайней мере, так его характеризуют представители социально-инновационной школы Дж. Томпсон, С. Элворд, Дж. Маир и И. Марти [5].

В России в настоящий момент уровень развития социального предпринимательства достаточно низок, если сравнивать его с другими странами по индексу социально-предпринимательской активности на ранней стадии формирования предприятия (см. рис. 1). Данный индекс рассчитывается как процентная доля лиц, которые в течение 3,5 лет создали социальные предприятия, от всего трудоспособного населения страны. Для того, чтобы понять причину подобного положения дел, необходимо выявить факторы, сдерживающие развитие социального предпринимательства в России. Данная задача представляется актуальной также в связи с тем, что от ее решения зависит возможность выработки стратегии эффективного развития данного явления в России.

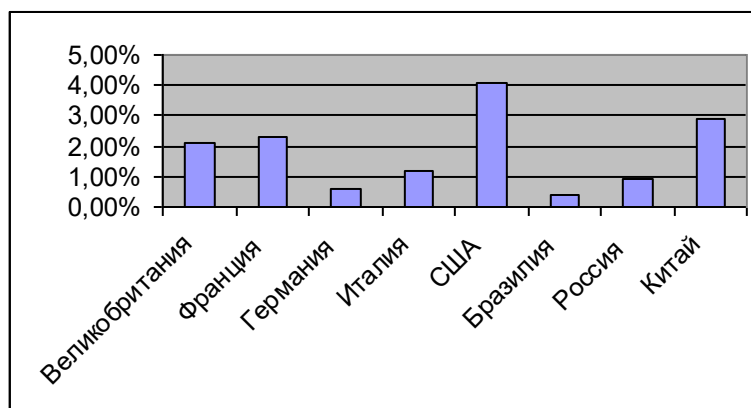


Рис. 1. Индекс социально-предпринимательской активности на ранней стадии формирования предприятия.

Источник: [6].

Для определения факторов, оказывающих влияние на процесс развития социального предпринимательства, уже проводились различные исследования. В основном, рассматривалось влияние формальных институтов на социальное предпринимательство [7, 8, 9], но наряду с этим постепенно интерес к влиянию неформальных

институтов начал нарастать. Так, например, К. Пумалайненом, Х. Сьегреном и др. проводилось исследование неформальных институтов социального предпринимательства на основе таких критериев, как избегание неопределенности [10]. Согласно исследованию Г. Хофстеде, страны, демонстрирующие высокие показатели избегания неопределенности, поддерживают жесткие кодексы убеждений и поведения, а также нетерпимы к неортодоксальным идеям [11]. Одним из важнейших внутренних факторов принятия решения в пользу социально-предпринимательской деятельности выделяется приоритетность социальной миссии над иными целями, что отмечалось в исследовании Диза [12]. Другим фактором, способствующим развитию социального предпринимательства, по мнению С. Элворда, Л. Брауна и К. Леттса, является предшествующий социальный опыт предпринимателей, способствующий созданию поддерживающих сетей [13]. В исследовании Е.В. Попова, А.Ю. Веретенниковой, И.В. Наумова и К.М. Козинской [14] проводится попытка определить влияние неформальных институтов на эволюцию социального предпринимательства. В результате данного исследования выявлено два фактора, оказывающих существенное влияние на развитие социального предпринимательства. Это гендерное равенство и автономность членов в обществе. В настоящей работе будет продолжено исследование подобных факторов, однако они будут исследоваться не с точки зрения содействия развитию социального предпринимательства, а с точки зрения препятствия развитию данного феномена. Подобное исследование представляет несомненный интерес в связи с тем, что для успешного развития социального предпринимательства необходимо избавляться от факторов, сдерживающих данный процесс.

#### **Фактор представления о невмешательстве государства в процесс развития социального предпринимательства**

Учитывая сложившуюся конъюнктуру, мы можем сделать вывод, что одним из факторов, сдерживающих развитие социального предпринимательства в России, является господство неолиберальной идеологии, выражающейся, в частности, в представлении о том, что государство не должно участвовать в процессе формирования и развития социального предпринимательства, представители неолиберального направления отводят государству роль стороннего наблюдателя, безучастного по отношению к процессу развития социальных предприятий. В действительности, если смотреть на опыт других стран, в частности, таких, как Великобритания и США, государство нередко выполняет роль своеобразного мецената, выделяя средства на развитие социального предпринимательства в различных формах – в форме грантов, полученных от государственно-частных структур и в форме государственных закупок. Так, например, в США администрация Б. Обамы предпринимала различные попытки создать систему частно-государственного партнерства для того, чтобы поддерживать развитие социального предпринимательства и импакт-инвестинга в США. Одним из важнейших направлений в этом отношении было создание Фонда социальных инноваций, который предоставлял гранты социальным предприятиям и некоммерческим организациям на конкурсной основе. При этом соотношение между частным капиталом и государственным бюджетом составляло примерно 3/1. На сегодняшний день фонд выдал более 175 миллионов долларов в виде грантов. Более 200 организаций получили деньги. Фонд и его инновационная финансовая модель пользуется поддержкой обеих партий в Сенате, что отразилось в факте того, что в совокупном бюджете 2014 г. был увеличен размер финансовых средств для фонда до 70 миллионов долларов, что стало наивысшим уровнем за пять лет его существования [15]. При этом система выдачи гранта предполагала постепенное финансирование, в зависимости от успешности проекта, что таким образом исключало проникновение недобросовестных участников. Другой попыткой создать эффективную модель частно-государственного партнерства явилась программа, получившая название «Выплата за успех» (Pay for success). В контракте, заключаемом с инициатором социального проекта, правительство устанавливало особую измеримую цель таким образом, чтобы она относилась к конкретному социальному проекту – например, снижению уровня рецидивизма среди малолетних правонарушителей или предоставления возможности для обучения в раннем детстве для малообеспеченных групп населения и привлекало частного инвестора для того, чтобы оплачивать реализацию данного проекта. Стимулом для инвестора участвовать в данном проекте являлось обещание, что ему будет компенсирована основная сумма, которую он вложил в реализацию проекта, если цель проекта будет выполнена, и обещание получить прибыль, если цель проекта будет превышена. Однако существует риск: инвестор не получает никакого возмещения, если проект завершился безрезультатно. Что касается практики государственных закупок, то здесь наибольшая активность в этом плане проявляется в Великобритании. Согласно данным, которые приводит П. Холбрук, около 140 млрд. фунтов стерлингов ежегодно задействовано в практике государственных закупок для социальных предприятий в Великобритании [16]. Другим аргументом в пользу признания активного участия государства в развитии социального предпринимательства может являться пример Сенегала, который имеет относительно высокий показатель по развитию социального предпринимательства, который обусловлен вовлеченностью власти в процесс привлечения иностранных инвестиций и упрощение легализации бизнеса. Так, упрощен доступ к недвижимости, а также созданы гарантийные фонды, покрывающие риски, связанные с сельским хозяйством и социальным предпринимательством [17].

#### **Фактор утверждения неверного определения социального предпринимательства в экономической литературе**

В последнее время в экономической литературе появилось довольно много различных попыток свести социальное предпринимательство к традиционному бизнесу, максимизирующему прибыль и потому самокупаемому и не зависящему от внешних источников финансирования. Акцент на самодостаточность социальных предприятий характерен для неолиберальной модели социальной политики, для которой свойственен минимум государственных обязательств, распространяющихся лишь на беднейшую часть населения. В частности, в книге А. Московской, М. Аларичевой и др. делается акцент на самокупаемость социальных предприятий [4], хотя в книге приведены примеры социальных предприятий, зависящих от внешних источников финансирования. В частности, музей детской игрушки «Забавушка» в свое время получал грант от фонда Дж. Сороса. Таким образом, игнорирование таких явлений, как внешние источники финансирования приводит к поистине недопустимой оценке данного явления, сводящейся к самокупаемой деятельности вопреки имеющимся фактам. Другие примеры, опровергающие наличие самокупаемости связаны с деятельностью таких довольно хорошо известных социальных предприятий, как Benetech и АРОРО. Компания Benetech, которая первоначально называлась Arkenstone, специализировалась на производстве машин для чтения с голосовым устройством для людей с ослабленным зрением. Социальная направленность ее деятельности проявилась не только в том, что производилась продукция для особых социальных групп, но и также в снижении цены данного товара до 2,5 тысяч долларов, то есть вчетверо дешевле аналогичного товара, производимого компанией Xerox. Впоследствии данной компании удалось продать право на производство этой продукции коммерческому дистрибьютору и сосредоточиться на других проектах, но даже в этих условиях финансового благополучия ее трудно назвать устойчиво самокупаемой, поскольку по данным на 2017 год в структуре ее источников финансирования доля пожертвований составила 7 %, а все остальное (93%) составил заработанный доход [18]. Что касается компании АРОРО, социального предприятия, специализирующегося на проведении работ по разминированию территорий, находящихся в районах боевых действий, то она имела в 2016 г. долю пожертвований и субсидий в размере 95% от совокупного объема активов, что абсолютно не говорит о ее самокупаемости [19]. Кроме того, для того, чтобы быть самокупаемым, предприятие должно быть прибыльным, но большинство социальных предприятий являются производственными кооперативами, и порядка 90% таких кооперативов являются «неприбыльными» по закону, а 10% производственных кооперативов дано право сделать выбор: быть неприбыльными или прибыльными [20]. Учитывая данное обстоятельство, все заявления о самокупаемости социальных предприятий становятся необоснованными.

#### **Утверждение ложных критериев оценки экспертами фонда «Наше будущее»**

В настоящее время происходит утверждение ложных критериев оценки социальных проектов экспертами фонда региональных социальных программ «Наше будущее». Ложность в данном случае заключается в том, что, в основном, оценка проекта формируется на базе двух критериев - самокупаемости и новизны проекта. Что это означает на практике? Фактически это означает, что многие проекты с относительно более высокой социальной значимостью, но имеющие большую вероятность не быть самокупаемыми, в отличие от проекта, который имеет наибольшую вероятность быть самокупаемым, но с более низкой социальной значимостью, окажутся отвергнутыми, что естественно не является справедливым. Так, например, социальное предприятие «Орто-Люкс», занимающееся производством специальной ортопедической обуви для детей, страдающих ДЦП, не может участвовать в конкурсах подобного рода, поскольку слишком велика вероятность невозврата данного кредита, в силу того, что производство данного предприятия является убыточным, и его дохода не хватает для того, чтобы вернуть полученную сумму кредита. Кроме того, критерий новизны фактически исключает возможность участия в конкурсе повторно для участников проекта, уже получившего поддержку в определенном году, даже если его социальная значимость окажется выше тех проектов, которые обладают более высокой оригинальностью. Соответственно, проекты с наибольшей социальной значимостью, но с меньшей новизной не могут участвовать повторно, даже если социальный запрос на их продукцию выше, чем на продукцию с большей новизной.

#### **Отсутствие необходимой инфраструктуры для развития социального предпринимательства**

Четвертый фактор связан с тем, что в России отсутствует инфраструктура для развития социального предпринимательства. Значительные успехи в области развития социального предпринимательства в США и Великобритании можно объяснить наличием в этих странах системы институтов, которые являются основными финансовыми источниками социального предпринимательства. Так, например, в США довольно значительно развит рынок микрокредитования, а в Великобритании довольно хорошо развит социальный фондовый рынок, который представляет собой альтернативу традиционному фондовому рынку, поскольку предоставляет определенные льготные условия для доступа социальных предприятий к инвестициям, благодаря появившимся возможностям для эмиссии акций на регулярной основе.

Что касается микрофинансовых институтов, то здесь ситуация гораздо более сложная. Вроде бы он функционирует, но в значительной степени этот рынок теневой, то есть не регулируется законодательством. Скорее, наоборот, депутаты Государственной думы не раз инициировали запрет деятельности микрофинансовых организаций, мотивируя это тем, что зачастую микрофинансовые организации загоняют граждан в долговую кабалу, поскольку устанавливают непомерно высокие ставки по кредитам, в силу того, что у них, как правило, высок риск невозврата кредитов среди недобросовестных клиентов, и, они, таким образом, перекладывают

финансовые риски на добросовестных заемщиков. В такой форме данный рынок оказывается совершенно невыгоден для социальных предпринимателей, поскольку вместо облегчения их участи создает для них массу проблем, связанных с уплатой высокой процентной ставки по кредитам.

#### **Отсутствие законодательно утвержденных форм поддержки социального предпринимательства**

К настоящему моменту в Государственной думе уже принят в первом чтении законопроект о социальном предпринимательстве в виде поправок к закону о развитии малого и среднего предпринимательства в РФ. К сожалению, в данном законопроекте отсутствуют положения о мерах государственной поддержки социального предпринимательства. Несмотря на то, что за рубежом государство нередко выступает в качестве одного из основных инвесторов социального предпринимательства, если рассматривать, например, опыт Великобритании и США, в России данный опыт полностью игнорируется, и считается, что государство должно выступать лишь в роли координатора взаимодействия между социальным предпринимательством и частным бизнесом. Последний, кстати говоря, не имеет никакой мотивации участия в этом процессе, поскольку ему не предоставляется никаких налоговых льгот в случае участия в этом взаимодействии. Одной из острейших проблем социальных предпринимателей в настоящее время является проблема, связанная с высокой арендной платой за используемые производственные помещения. Долгое время в период правления Ю.М. Лужкова в Москве действовало положение, согласно которому, лицам, занимающимся социальным предпринимательством, предоставлялись в аренду помещения по льготным ставкам. В настоящее время данное положение отменено усилиями нынешней городской администрации Москвы. Социальные предприниматели, таким образом, вынуждены платить колоссальные средства по коммерческой арендной ставке. В этих условиях упущенные возможности по государственной поддержке в законе о социальном предпринимательстве говорят о том, что в России в настоящий момент становится абсолютно невыгодным делом заниматься социальным предпринимательством, поскольку эта деятельность превращается в убыточную. Для устранения данной проблемы, следует пересмотреть закон о социальном предпринимательстве и внести в него соответствующие коррективы, как с точки зрения арендной платы, так и с точки зрения налоговых льгот. Кроме того, необходимо также выделение грантов Президента РФ для наиболее достойных социальных предпринимателей и расширить возможности российского социального предпринимательства по участию в государственных закупках, опираясь на положительный опыт Великобритании. В нынешнем виде закон о социальном предпринимательстве скорее напоминает учебник, а не закон, поскольку в нем прописано определение, определены основные формы социального предпринимательства и на этом в сущности все и ограничивается. У закона, в отличие от учебника, есть определенное функциональное назначение – оказывать помощь тем социальным категориям, на которые он направлен. В нынешнем виде он такой помощи не оказывает, и это следует иметь в виду его разработчикам, которым следует пересмотреть его и сделать его максимально полезным, с точки зрения его функционального назначения.

#### **Заключение**

В результате анализа процессов развития социального предпринимательства в России и в мире выявлено пять основных факторов, которые сдерживают развитие социального предпринимательства в России. Первый фактор – распространяемое исследователями из Высшей школы экономики убеждение о том, что государство не должно вмешиваться в процесс развития социального предпринимательства, поскольку оно якобы способно только наносить вред, действуя таким образом. Второй фактор - наличие неверного определения данного явления, в котором подчеркиваются самокупаемость и независимость от внешних источников в качестве основных критериев отличия социального предпринимательства от остальных видов предприятий. На самом деле реальная практика показывает, что это не так. Третий фактор – отсутствие необходимой инфраструктуры для развития социального предпринимательства в виде уважаемых микрофинансовых организаций и социального фондового рынка. Четвертый фактор – наличие ложных критериев оценки, применяемых экспертами фонда «Наше будущее», сводящихся к таким аспектам, как самокупаемость и оригинальность в ущерб социальной значимости. И, наконец, пятый фактор – отсутствие законодательных мер государственной поддержки социальных предприятий на ранних стадиях его формирования и развития. В совокупности, все эти факторы являются основными сдерживающими механизмами, препятствующими успешному развитию социального предпринимательства в России.

#### **Список литературы:**

1. Dees J., Anderson B. Framing a theory of social entrepreneurship: building on two schools of practice and thought. [Электронный ресурс]. URL: [https://centers.fuqua.duke.edu/case/wp-content/uploads/sites/7/2015/02/BookChapter\\_Deese\\_FramingTheoryofSE\\_2006.pdf](https://centers.fuqua.duke.edu/case/wp-content/uploads/sites/7/2015/02/BookChapter_Deese_FramingTheoryofSE_2006.pdf)
2. Stephan U., Uhlaner L., Stride C. Institutions and social entrepreneurship: the role of institutional voids, institutional support and institutional configurations. Journal of International Business Studies, 2015, vol. 46, no. 3, pp. 308-331. DOI: 10.1057/jibs.2014.38
3. Hoogerdoorn Br. What do we know about social entrepreneurship? An analysis of empirical research. Erasmus University Rotterdam, 2009.

4. Московская А.А. (ред.) (2011) Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования. М.: ВШЭ.
5. Mair, J., Marti J. Social entrepreneurship research: a source of explanation, prediction and delight. *Journal of World Business*, 2006, Vol. 41, no. 1, pp. 36-44.
6. GEM (2009) "United Kingdom 2009 Monitoring Report" [online] *Global Entrepreneurship Monitor*. Режим доступа: [http://strath.ac.uk/media/departments/huntercentre/research/gem/GEM\\_UK\\_2009.pdf](http://strath.ac.uk/media/departments/huntercentre/research/gem/GEM_UK_2009.pdf)
7. Попов Е.В., Веретенникова А.Ю., Козинская К.М. Социальное предпринимательство как объект институционального анализа // *Вестник Пермского университета. Серия «Экономика» = Perm University Herald. Economy*. 2017. Том 12. № 3. С. 360-374. DOI: 10.17072/1994-9960-2017-3-360-374.
8. Dacin M.T., Goodstein J., Scott W.R. Institutional theory and institutional changes. *The Academy of Management Journal*, 2002, vol. 45, no. 1, pp. 45-47. DOI: 10.2307/3069284.
9. Zahra S., Gedajlovic E., Neubaum D., Shulman J. A typology of social entrepreneurs: motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 2009, no. 24, pp. 519-532. DOI: 10.1016/j.jbusvent.2008.04.007.
10. Puumalainen K., Sjögrén H., Syrijä P., Barraket J. Comparing social entrepreneurship across nations: An exploratory study of institutional effects. *Canadian Journal of Administrative Science*, 2015, no. 32, pp. 276-287. DOI: 10.1002/cjas.1356.
11. Hofstede G. *Culture Consequences: 2nd edition*. Sage Publications, 2001.
12. Dees J.G. *The Meaning of Social Entrepreneurship*. Draft Report for the Kauffman Center for Entrepreneurial leadership. Stanford, CA: Stanford University, 1998.
13. Alvord S., Brown L., Letts C. Social entrepreneurship and societal transformation. *Journal of Applied Behavioral Science*, 2004, no. 40 (3), pp. 260-282.
14. Попов Е.В., Веретенникова А.Ю., Наумов И.В., Козинская К.М. Неформальная институциональная среда социального предпринимательства // *Экономические и социальные переменные: факты, тенденции, прогноз*. 2018. Т. 11. № 4. С. 217-234. DOI: 10.15838/esc.2018.4.58.14
15. Tyson L.D., Greenblatt J. (2014) *Opportunity for All and Social Innovation: Obama's Policy Agenda / Economix. Explaining the Science of Everyday Life* [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.economix.blogs.nytimes.com/2014/04/14/equal-opportunity-and-social-innovation-obamas-policy-agenda>
16. Holbrook P. (2018) *Social Enterprise UK* [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.anglia.ac.uk%2F-%2Fmedia%2FFiles%2F3rd-sector-futures%2FTrading-aces%2FSocial-Enterprise-UK.pdf>
17. Sara C., Minard L. Valuing entrepreneurship in the informal economy in Senegal. *Social Enterprise Journal*, 2009, vol. 5, no. 3, pp. 186-209.
18. Fruchterman J. *Developing Information Technology to Meet Social Needs // Innovation: Technology, Governance, Globalization*. 2008. no. 3(3), Cambridge: MIT Press, pp. 83-99.
19. АРОРО Annual Report 2016 [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://www.aporo.org/annual-reports/АРОРО\\_annual\\_report\\_2016.pdf](https://www.aporo.org/annual-reports/АРОРО_annual_report_2016.pdf)
20. Рудык Э.Н. Социальное государство и социальное предприятие // *Человек и экономика: справедливость и базисная демократия против тоталитаризма рынка и капитала / Под общ. ред. А.В. Бугалина и М.И. Воейкова*. М.: Экономика. 2011