

УДК 316+349.2

© А. О. Зубова^{1,2}, В. А. Рожицкая², 2019

¹ Самарский университет государственного управления
«Международный институт рынка»
(Университет «МИР»), Россия

² Самарский национальный исследовательский
университет им. академика С. П. Королева
(Самарский университет), Россия

E-mail ^{1,2}: zubovaalya@mail.ru

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПРОБЛЕМ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ

В статье представлен сравнительный анализ проблем, с которыми сталкивались социальные предприниматели, начавшие свою деятельность в 2009-2010 гг. и в 2019 г. Основываясь на разделении проблем на две группы: зависящие от социального предпринимателя и не зависящие от него, авторы исследуют нормы российского права в отношении данной категории лиц в связи с существенным изменением российского законодательства.

Ключевые слова: социальное партнерство, предприниматели, правовые нормы, бизнес, социальное предпринимательство.

Социальное предпринимательство в России набирает свою популярность как особый вид социально ориентированной экономической деятельности. С одной стороны, от традиционного предпринимательства социальное отличается своими целями, ориентированными на социальные изменения и решение социальных проблем общества и государства. С другой стороны, имея социальную направленность, назвать социальное предпринимательство благотворительностью нельзя, так как присутствует предпринимательский характер, т.е. извлечение прибыли.

Еще недавно на законодательном уровне отсутствовало определение социального предпринимательства, существовало лишь понятие «социально ориентированная деятельность», закрепленное в Федеральном законе Российской Федерации от 12.01.1996 г. № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях» [1]. Однако в июле 2019 года в силу вступил законодательный акт «О внесении изменений в Федеральный закон РФ «О развитии малого и среднего предприни-

мательства в Российской Федерации» [2], который закрепил нормативно понятие «социальное предпринимательство». В силу вышеуказанного акта можно определить, что социальный предприниматель – это субъект, который соответствует одному или нескольким из следующих условий:

1) деятельность направлена на оказание общественно полезных услуг (экология, образование, культурно-просветительская деятельность);

2) трудоустраивает социально уязвимые категории граждан (инвалидов, пенсионеров, людей предпенсионного возраста, многодетных родителей, выпускников детских домов и некоторые другие категории);

3) производит товары или услуги, которые помогают в жизни отдельным категориям граждан, по тем или иным причинам нуждающимся в такой поддержке;

4) обеспечивает доступ товаров, которые были произведены социально уязвимыми категориями граждан, к рынку сбыта.

В России, как и в других странах, повышается роль гражданских инициатив, некоммерческих и коммерческих организаций с отчетливо выраженной социальной функцией. Однако социальное предпринимательство в нашей стране, в отличие от большинства стран западной Европы и СНГ, много лет находится в стадии становления. По данным Агентства стратегических инициатив, социальным предпринимательством в России занимается лишь 1% компаний из числа малого и среднего бизнеса, в то время как в Европе этот показатель достигает 25% [3].

В связи с вышесказанным *цель работы* заключается в сравнительном анализе проблем, с которыми сталкивались социальные предприниматели, начавшие свою деятельность в 2009-2010 гг. и в 2019 г. для оценки перспектив развития социального бизнеса в России.

Предметом исследования являются нормы российского права, регламентирующие социальное партнерство, и их влияние на общественные отношения, возникающие при осуществлении социального предпринимательства, которые и определяют *объект данного исследования*.

На предварительном этапе работы авторами были изучены точки зрения различных исследователей по данному направлению [4, 5, 6, 7, 8], в результате чего был выявлен комплекс проблем, с которыми столкнулись социальные предприниматели в своей деятельности.

Все выявленные проблемы можно условно разделить на две категории:

- 1) проблемы, зависящие от социального предпринимателя;
- 2) проблемы, не зависящие от социального предпринимателя.

Первую категорию представляют все те трудности, которые возникают на различных этапах развития социального предпринимательства: от формирования миссии предприятия вплоть до прекращения его деятельности.

К ним можно отнести:

- проблему выбора между созданием социальной пользы и обеспечением финансовой устойчивости предприятия;
- нехватку бизнес-компетенций, знания и опыта ведения предприятия;
- отсутствие уникальности нового предприятия;
- непонимание правовых вопросов;
- отсутствие знаний при формировании организационной структуры социального предприятия;
- трудность привлечения работников и формирования профессиональной команды;
- проблему привлечения финансовых средств (гранты, инвестиции, займы и т.д.);
- недостаточное количество мер по повышению спроса на предоставляемые услуги и продукцию социальных предпринимателей.

Вторая категория имеет более широкий диапазон проблем, обусловленных географическими, экономическими, социальными и демографическими причинами. Социальные предприниматели, работая в различных сферах деятельности, создают возможности для социально-экономического развития, повышают уровень стабильности общества. Поэтому обеспечение постоянного и эффективного развития данного направления бизнеса невозможно без решения следующих проблем:

- отсутствие обширной законодательной базы, регулирующей социальное предпринимательство;
- нехватка государственной поддержки на федеральном и региональном уровне;
- чувство недоверия населения к социальным предприятиям;
- высокий уровень налоговой нагрузки;
- конкурентная среда;
- отсутствие гарантированного устойчивого спроса на данный вид услуг;
- экономическая и политическая нестабильность в стране.

После структурирования проблем в социальном предпринимательстве авторы в качестве методологической основы исследо-

вания использовали методы опроса, сравнения, логического анализа теоретического и практического материала.

Для исследования был выбран дистанционный вид опроса социальных предпринимателей – онлайн-опрос. Выборка испытуемых строилась на основе доступных данных различных интернет-ресурсов, групп и сообществ в социальных сетях, посвященных теме социального предпринимательства. Были охвачены организации, производящие разного рода продукты и услуги, с разными целями создания, различными правовыми формами. Ограничивающим параметром выборки была дата основания предприятия: в число потенциальных респондентов попадали организации с датой основания не позже 2009-2010 гг. и датой не раньше 2019 г. Итоговый объем выборочной совокупности составил 52 респондента. Основными способами привлечения предпринимателей к опросу были адресное почтовое приглашение с приложенным опросом в электронном виде и общее приглашение, распространяемое в социальных сетях.

Выявленные проблемы позволили составить два опросника, ориентированных на аудиторию предпринимателей, которые начали свою деятельность в 2009-2010 гг. и в 2019 г., в каждый из которых входили два листа с вопросами идентичного содержания. Задача, стоящая перед опрашиваемыми, заключалась в том, чтобы они, основываясь на своем опыте, присваивали ранги перечисленным проблемам, где 1 – имеет наибольшую степень важности, 6 – наименьшую (исключалось присвоение двум и более ответам одного ранга).

Обработка результатов опросов состояла из статистического анализа ответов респондентов и сравнения полученных ранжированных списков проблем за 2009-2010 гг. и 2019 г. Специфика определения конечного ранжированного списка состояла в следующем. Внутри каждого ранга проводился подсчет, с какой частотой та или иная проблема присваивалась к данному рангу. Тот вариант, который был выбран большим процентом респондентов по сравнению с другими проблемами, и «возглавлял» определенный ранг.

Данные первого опроса, нацеленного на аудиторию предпринимателей с датой основания деятельности в 2009 или 2010 годах, показали, что:

а) среди проблем, не зависящих от социальных предпринимателей, первый ранг заняла нехватка государственной поддержки; шестой ранг заняла проблема конкурентной среды;

б) среди проблем, зависящих от социальных предпринимателей, первый ранг заняла проблема выбора между созданием соци-

альной пользы и обеспечением финансовой устойчивости предприятия; шестой ранг – недостаточное количество мер по повышению спроса на предоставляемые услуги и продукцию социальных предпринимателей.

Данные второго опроса, нацеленного на аудиторию предпринимателей, начавших свой бизнес в 2019 году, показали, что:

а) среди проблем, не зависящих от социальных предпринимателей, первый ранг заняла нехватка государственной поддержки; шестой ранг – экономическая и политическая нестабильность в стране.

б) среди проблем, зависящих от социальных предпринимателей, первый ранг заняла проблема выбора между созданием социальной пользы и обеспечением финансовой устойчивости предприятия; шестой ранг – отсутствие уникальности предприятия.

Результаты соотношения остальных рангов и проблем представлены в таблицах 1 и 2.

Таблица 1

Проблемы социальных предпринимателей, которые начали свою деятельность в 2009-2010 гг.

<i>Ранг</i>	<i>Проблема</i>
<i>Проблемы, не зависящие от социальных предпринимателей</i>	
1	Нехватка государственной поддержки
2	Чувство недоверия к социальным предпринимателям
3	Высокий уровень налоговой нагрузки
4	Отсутствие гарантированного спроса
5	Экономическая и политическая нестабильность в стране
6	Конкурентная среда
<i>Проблемы, зависящие от социальных предпринимателей</i>	
1	Проблема выбора между созданием социальной пользы и обеспечением финансовой устойчивости предприятия
2	Проблема привлечения финансовой поддержки (гранты, инвестиции, займы и т.д.)
3	Нехватка бизнес-компетенций, знания и опыта ведения предприятия
4	Трудность привлечения работников и формирования профессиональной команды
5	Отсутствие уникальности предприятия
6	Недостаточное количество мер по повышению спроса на предоставляемые услуги и продукцию социальных предпринимателей

**Проблемы социальных предпринимателей,
которые начали свою деятельность в 2019 г.**

<i>Ранг</i>	<i>Проблема</i>
<i>Проблемы, не зависящие от социальных предпринимателей</i>	
1	Нехватка государственной поддержки
2	Высокий уровень налоговой нагрузки
3	Чувство недоверия к социальным предпринимателям
4	Конкурентная среда
5	Отсутствие гарантированного спроса
6	Экономическая и политическая нестабильность в стране
<i>Проблемы, зависящие от социальных предпринимателей</i>	
1	Проблема выбора между созданием социальной пользы и обеспечением финансовой устойчивости предприятия
2	Недостаточное количество мер по повышению спроса на предоставляемые услуги и продукцию социальных предпринимателей
3	Трудность привлечения работников и формирования профессиональной команды
4	Проблема привлечения финансовой поддержки (гранты, инвестиции, займы и т.д.)
5	Нехватка бизнес-компетенций, знания и опыта ведения предприятия
6	Отсутствие уникальности предприятия

Сравнение результатов ранговых таблиц, сформированных в ходе эксперимента, дало возможность проследить изменения актуальности проблем, возникающих у российских социальных предпринимателей с 2009(10)гг. по 2019 г.

Как видно из таблиц 1 и 2, среди проблем, зависящих от предпринимателя, и в 2009-2010 гг., и в 2019 г. ранг с наибольшей степенью важности был присвоен проблеме выбора между осуществлением социальной пользы и обеспечением финансовой устойчивости предприятия, которую можно отнести к числу проблем, чья актуальность, скорее всего, не будет понижаться с годами, т.к. социальные предприниматели в России в большинстве случаев не имеют стабильной финансовой поддержки извне, особенно на начальном этапе становления предприятия, а следовательно, не смогут избежать наступления такой ситуации.

Проблема привлечения финансовой поддержки (гранты, инвестиции, займы и т.д.) в 2009-2010 гг. имела 2-ой по важности ранг, и

к нынешнему году он понизился до 4 позиции. За десятилетний период социальное предпринимательство смогло обратить на себя внимание крупных корпораций, частных микрофинансовых организаций, инвесторов, краудфандинговых коллективов, которые облегчили получение финансовой поддержки в виде грантов, льготных и беспроцентных кредитов. Также большое влияние оказала работа специализированных фондов по предоставлению беспроцентных займов на конкурсной основе.

Проблема нехватки бизнес-компетенций, знания и опыта ведения предприятия с третьего опустилась до пятого ранга. 5-7 лет назад в самые короткие сроки в России появилась уже вполне работоспособная отечественная сфера профессионального образования для социального бизнеса. В настоящее время существует множество разноплановых образовательных инструментов. Платные и бесплатные программы вузов и фондов, онлайн-курсы, тренинги и вебинары различной длительности позволяют начинающим предпринимателям разобраться в специфике темы и приобрести компетенции, необходимые для работы в сфере социального предпринимательства.

Трудность привлечения работников и формирования профессиональной команды с 4 ранга поднялась на 3 ранг. Повышение актуальности данной проблемы объясняется ростом спроса со стороны социальных предпринимателей на узконаправленных специалистов в сфере здравоохранения, производства медицинской техники и других технических средств, в сфере оказания образовательных услуг и т.д. Привлечь таких работников крайне трудно, ведь большинство социальных предприятий не в состоянии назначить сотруднику зарплату в размере, не уступающей зарплате, предлагаемой конкурентами.

Проблема недостаточного количества мер по повышению спроса на предоставляемые услуги и продукцию социальных предпринимателей с последней позиции поднялась на 2 ранг. Эта проблема тесно связана с конкурентоспособностью предприятия. Иногда даже при грамотно составленном маркетинговом плане, при пущенной по всем возможным каналам рекламе спрос на продукцию социального предприятия будет меньше в силу того, что она менее привлекательна, чем продукция конкурента.

Отсутствие уникальности предприятия с 5 ранга опустилась на самый меньший по степени важности ранг — 6.

Среди проблем, не зависящих от предпринимателя, и в 2009-2010 гг. и в 2019 г. неизменную позицию заняла проблема нехватки государственной поддержки. Несмотря на принятый недавно закон,

который предусматривает возможность адресной финансовой, имущественной, информационной, консультационной господдержки для предприятий, включенных в единый реестр социальных предпринимателей, ситуация социального предпринимательства в России не претерпела существенных изменений в лучшую сторону. Возможно, одной из причин такого положения может быть еще не налаженная система оказания поддержки. Другая причина может быть обусловлена плохой информированностью предпринимателей о действиях властей по поддержке социальных организаций. Размытость представлений о федеральной и региональной политике в отношении социального бизнеса.

Проблема чувства недоверия к социальным предпринимателям со 2 ранга опустилась на 3 ранг. Пропаганда через СМИ информации об успешных социальных проектах, обращение внимания к социальному сектору со стороны законодателя, вовлеченность и активная деятельность молодежи немного сглаживают негативное отношение населения к социальным предприятиям. По сравнению с 2009-2010 гг., процент граждан, знающих о социальном предпринимательстве и пользующихся его услугами, стал значительно больше, однако не настолько, чтобы проблема недоверия потеряла свою остроту.

Высокий уровень налоговой нагрузки с 3 ранга поднялся на 2 ранг, а отсутствие гарантированного спроса с 4 ранга опустилось до 5 ранга.

Конкурентная среда с 6 ранга поднялась на 4 ранг: за десять лет конкуренция на российском рынке значительно возросла, так как стали появляться недобросовестные конкуренты, которые оказывают некачественные услуги по более низким ценам.

Проблема экономической и политической нестабильности в стране с 5 ранга опустилась на 6 ранг. Социальные предприниматели все так же причисляют нестабильное положение в РФ к проблеме, имеющей самую низкую степень оказываемого влияния.

Решение перечисленных проблем позволит стимулировать становление гражданского общества с более высоким уровнем зрелости и качеством жизни, а также будет способствовать развитию социального предпринимательства и его выходу на совершенно новый уровень в России.

Таким образом, можно отметить, что за десять лет (2009-2019гг.), безусловно, наметились положительные сдвиги при осуществлении социального предпринимательства. Это касается и нормативного закрепления данного вида деятельности, и отноше-

ния к социальному бизнесу со стороны потребителей. Однако для того, чтобы в России социальное предпринимательство заняло свою достойную нишу, необходима поддержка государства, ведь именно социальное предпринимательство способно решить многие общественные проблемы (содействовать более полной занятости трудовых ресурсов, расширению спектра и качества социальных услуг и их большей доступности всем слоям населения и др.).

Литература

1. Федеральный закон Российской Федерации от 24.07.2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (ред. от 02.08.2019 г.) // СПС «КонсультантПлюс». URL: <http://www.consultant.ru/>.

2. Федеральный закон Российской Федерации от 26.07.2019 г. № 245-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (в части закрепления понятий «социальное предпринимательство», «социальное предприятие») // СПС «КонсультантПлюс». URL: <http://www.consultant.ru/>.

3. Агентство стратегических инициатив: информационный портал. URL: <https://asi.ru/>.

4. Качко Д. С. Социальное предпринимательство: проблемы и перспективы развития в России // Российское предпринимательство. 2017. Т. 18. № 3. С. 215-221.

5. Сафаров С. М. Основы социального предпринимательства Иваново: Роща, 2014. 294 с.

6. Плюхина А. А. Условия развития социального предпринимательства в России // Вестник РГГУ. Сер.: Экономика, управление, право. 2014. № 21 (144). С. 114-119.

7. Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования / отв. ред. А. А. Московская; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: Высшая школа экономики, 2011. 284с.

8. Неद्याлкова А. Социальное предпринимательство в современной России: как сочетать создание социальной пользы и обеспечение финансовой устойчивости? // 2016. № 3-4 (122). С. 109-129 // Вестник общественного мнения. Вестник общественного мнения. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnoe-predprinimatelstvo-v-sovremennoy-rossii-kak-sochetat-sozdanie-sotsialnoy-polzy-i-obespechenie-finansovoy-ustoychivosti>.

*Статья поступила в редакцию 30.08.19 г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. социол. наук, доцентом Т. П. Карповой*