

© Харченко А. А., 2018

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В данной работе описаны основные аспекты развития социального предпринимательства, охарактеризовано понятие социального предпринимательства, обозначена необходимость поддержки и развития данного вида предпринимательства, а также описана текущая ситуация, связанная с развитием данного вида предпринимательской деятельности в России.

Ключевые слова: предпринимательство, социальное предпринимательство, развитие социального предпринимательства, социальное предпринимательство в России

Развитие малого и среднего предпринимательства (далее МСП) в стране, является необходимостью в современной экономике. Говоря о роли малых и средних предприятий, для развития внутренней экономики страны, можно выделить следующие факторы [1, с. 34]:

- МСП создаёт рабочие места для населения;
- МСП за счет налоговых отчислений пополняет государственную казну;
- Развитие МСП противодействует развитию монополизма в стране;
- МСП способствует развитию инновационной политики в стране;

- МСП способствует расширению потребительского рынка, за счет вывода на рынок новых товаров и услуг.

Правовая основа деятельности субъектов МСП в Российской Федерации регулируется Федеральным законом № 209-ФЗ от 24.02.2007 г. «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации». Согласно данному закону, субъекты МСП по определенным критериям разделены на три категории: микропредприятия, малые предприятия, средние предприятия [2]. К малым предприятиям относятся предприятия с численностью работников до 100 человек, и предельным значением дохода до 800 млн. рублей за отчетный календарный год (в

т.ч. категория микропредприятий, к которой относят предприятия с численностью работников до 15 человек, и предельным значением дохода до 400 млн. рублей за отчетный календарный год). К средним же предприятиям, согласно данному закону, относят предприятия с численностью работников до 250 человек, и предельным значением дохода до 2 млрд. рублей за отчетный календарный год [3].

Малое и среднее предпринимательство в России сегодня в большинстве своем представлено именно микропредприятиями (более 95 % предприятий от общего числа субъектов МСП в стране). При этом, количество средних предприятий в России сравнительно невелико, и составляет около 0,6 % от общего числа субъектов МСП в стране [4].

Одним из основных направлений развития предпринимательства в России, является развитие социального предпринимательства. По определению, к социальному предпринимательству можно отнести формы ведения бизнеса, направленные на решение социальных, культурных или экологических проблем населения. В этом аспекте, социальное предпринимательство сближается с работой добровольного (волонтерского) сектора деятельности трудоспособного населения [5, с.101].

Директор центра развития социального предпринимательства Дюкского университета Грегори Диз, выделил пять признаков, которые свойственны социальному бизнесу:

- следование миссии создания и содержания социальных благ;
- использование новых технологий для реализации проектов;
- осуществление непрерывного процесса инноваций;
- решительность действий вне зависимости от наличия ресурсов;
- высокая ответственность предпринимателя за результат своей деятельности.

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 % [6].

Проведенные социологические исследования показывают, что данным видом предпринимательства в России склонны заниматься именно женщины — 64 % против 36 % мужчин. Средний возраст социального предпринимателя составляет от 30 до 50 лет. С точки зрения образованности, 85 % социальных предпринимателей имеют высшее образование. Если говорить об опыте работы, то заниматься социальным бизнесом более склонны люди, которые уже имеют опыт в бизнесе, или уже ранее имели опыт работы в различных социальных сферах [7].

На сегодняшний день, основными направлениям работы социальных предпринимателей в нашей стране, можно обозначить следующие [8, с. 27]:

Использование методов безотходного производства (переработка отходов), оказание позитивного влияния на экологические условия;

- снижение криминальной составляющей в обществе;
- помощь и поддержка тем, кто оказался в тяжелых жизненных условиях;
- предоставление услуг для малообеспеченных граждан;
- выдача мини-кредитов представителям малого бизнеса, на ведение и развитие своего дела.

Социальное предпринимательство в России, в отличие от большинства стран Евросоюза и СНГ, много лет находится в стадии становления. До сих пор, понятие «социальный предприниматель» не закреплено законом, что затрудняет оказание государственных мер поддержки представителям этого вида бизнеса. Государство заинтересовано поддерживать социальный бизнес, и использовать его функционал для решения общественных проблем, однако для внедрения более эффективных мер поддержки, нужны четкие критерии: что такое социальный бизнес, какие предприятия можно отнести к социальным, как измерять результативность их воздействия на социальную среду. Пример целого ряда стран подтверждает, что для успешного функционирования и развития социального предпринимательства, необходимо обеспечить законодательное регулирование.

По данным опроса ВЦИОМ, который проводился среди населения, на предмет знания направленности действий социального предпринимательства в обществе, можно выделить следующие факты [9]:

- на вопрос «что такое социальное предпринимательство» смогли ответить только 28 % опрошенных;
- уровень доверия опрошенных к социальному бизнесу, составил 22 %, при этом 73 % опрошенных считают, что услуги социального характера лучше получать от государства, нежели от малого бизнеса.

В то же время, отмечается тенденция роста числа людей, допускающих наличие или появление в скором времени предпринимателей, которые будут вести свой бизнес не столько с целью получения прибыли, сколько с целью решения социальных проблем.

Основной вывод, который делают эксперты ВЦИОМ, исходя из результатов опроса, можно выразить в виде того, что в настоящее время развитие социального бизнеса сдерживается во многом недостаточностью социального капитала, и низким уровнем деловой репутации социальных предпринимателей [9].

Специфика нашей страны заключается в том, что оказанием социальных услуг и решением социальных проблем преимущественно занимаются государственные структуры, в рамках действующих компетенций, и действующего законодательства. При этом, в России есть устойчивые ниши для социальных предпринимателей, которые создаются в результате медленного реагирования, несовершенств законодательства, и неповоротливости государственных органов на возникающие общественные проблемы, что часто свойственно муниципальным структурам, поэтому необходимость и спрос на подобные виды деятельности малого бизнеса, направленного на решение социальных проблем, остаются актуальными.

Социальным предпринимателям сегодня необходима серьезная информационная поддержка, массовая популяризация социального предпринимательства среди населения, стимулирование общества решать социальные проблемы путем работы бизнеса, формирования позитивного имиджа социального предпринимателя в обществе, а также четкое законодательное регулирование данных форм предпринимательской деятельности. Также главным критерием развития, является стимулирование потребительского спроса населения на продукцию социальных предпринимателей, что, по сути, является одним из главных критериев развития выбранной формы предпринимательской деятельности. ■

Тютюнин В. В., Зелинская Е. В., Конюхов В. Ю., Кочнева Е. В., Пивоварова В. О., Холодилова Е. В. Разработка Стратегии Развития Инжинирингового Предприятия. Молодежный вестник ИрГТУ.- 2015.- № 2. - С. 32 - 36

Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 N 209-ФЗ

Постановление Правительства РФ от 04.04.2016 N 265 «О предельных значениях дохода, полученного от осуществления предпринимательской деятельности, для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства»

Распоряжение Правительства Российской Федерации № 1083-р от 02.06.2016 г. об утверждении «Стратегии развития малого и среднего предпринимательства до 2030 года»

Урбанаева Е. Г., Илтакова Н. В. Исторические и социальные корни предпринимательства (В. З. Омбарт, М. Вебер). Социальная компетентность ИрГТУ. – 2016. - №2 (2). – С. 97 – 104

Агентство стратегических инициатив : [Электронный ресурс] // Информационный портал – URL: <https://asi.ru/> (Дата обращения: 29.09.2018)

Технологическая компания SAP [Электронный ресурс] // Информационный портал – URL: <https://www.sap.com> (Дата обращения: 29.09.2018)

Харченко А. А., Конюхов В. Ю. Поддержка малого и среднего предпринимательства в Иркутской области. Материалы научно – практической конференции с международным участием «Технико – экономические проблемы развития регионов». – ИрНИТУ – 2017. С. 25 – 30

Всероссийский центр изучения общественного мнения [Электронный ресурс] // Информационный портал – URL: <https://wciom.ru> (Дата обращения: 29.09.2018)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Агентство стратегических инициатив : [Электронный ресурс] // Информационный портал – URL: <https://asi.ru/> (Дата обращения: 29.09.2018)

2. Всероссийский центр изучения общественного мнения [Электронный ресурс] // Информационный портал – URL: <https://wciom.ru> (Дата обращения: 29.09.2018)

3. Постановление Правительства РФ от 04.04.2016 N 265 «О предельных значениях дохода, полученного от осуществления предпринимательской деятельности, для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства»

4. Распоряжение Правительства Российской Федерации № 1083-р от 02.06.2016 г. об утверждении «Стратегии развития малого и среднего предпринимательства до 2030 года»

5. Технологическая компания SAP [Электронный ресурс] // Информационный портал – URL: <https://www.sap.com> (Дата обращения: 29.09.2018)

6. Тютюнин В. В., Зелинская Е. В., Конюхов В. Ю., Кочнева Е. В., Пивоварова В. О., Холодилова Е. В. Разработка Стратегии Развития Инжинирингового Предприятия. Молодежный вестник ИрГТУ.- 2015.- № 2. - С. 32 - 36

7. Урбанаева Е. Г., Илтакова Н. В. Исторические и социальные корни предпринимательства (В. З. Омбарт, М. Вебер). Социальная компетентность ИрГТУ. – 2016. - №2 (2). – С. 97 – 104

8. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 N 209-ФЗ

9. Харченко А. А., Конюхов В. Ю. Поддержка малого и среднего предпринимательства в Иркутской области. Материалы научно – практической конференции с международным участием «Технико – экономические проблемы развития регионов». – ИрНИТУ – 2017. С. 25 – 30

Social business in Russia

© Kharchenko A., 2018

This paper describes the main aspects of the development of social entrepreneurship, characterized by the concept of social entrepreneurship, the need to support and develop this type of entrepreneurship, as well as the current situation

associated with the development of this type of business in Russia.

Keywords: business, social business, development social business, social business in Russia
