

DOI: 10.35854/2219-6242-2019-3-6-12

УДК 334.7:316

В. Н. Келасьев, И. Л. Первова, А. В. Харламова

Анализ становления социального предпринимательства в Санкт-Петербурге и регионах России

***V. N. Kelasev, I. L. Pervova, A. V. Kharlamova. Analysis of Social
Entrepreneurship Formation in St. Petersburg and Russian Regions***

Статья основана на результатах эмпирического исследования вопроса о становлении социального предпринимательства в Санкт-Петербурге и регионах Российской Федерации (РФ). Исследование направлено на анализ и изучение динамики формирования социального бизнеса, определение факторов, препятствующих его развитию. Авторами выявлены трудности, с которыми сталкиваются предприниматели, занимающиеся развитием соответствующей формы бизнеса, и сформулированы рекомендации по устранению возникающих препятствий. Рассмотрены также необходимые меры поддержки социальных предпринимателей.

Ключевые слова: социальное предпринимательство, социальные проблемы, целевая группа, клиент, государственная поддержка.

Контактные данные: 191124, Санкт-Петербург, ул. Смольного, д. 1/3, 9-й подъезд; (812) 274-61-46; nastya_20.1996@mail.ru.

This article is based on the results of an empirical study of social entrepreneurship development in St. Petersburg and the Russian Federation regions. The study was aimed at analyzing the dynamics of social business, and identifying obstacles and barriers of its development. The difficulties faced by entrepreneurs in the development of this form of business are clarified; the necessary measures to support social entrepreneurs are identified; recommendations on elimination of obstacles to its development are formulated.

Keywords: social entrepreneurship, social problems, target group, client, government support.

Contact Details: Smol'nogo St. 1/3, the 9th entrance, St. Petersburg, Russian Federation, 191124; (812) 274-61-46; nastya_20.1996@mail.ru.

Вячеслав Николаевич Келасьев — заведующий кафедрой теории и практики социальной работы Санкт-Петербургского государственного университета, доктор философских наук, профессор.

Ирина Леонидовна Первова — профессор кафедры теории и практики социальной работы Санкт-Петербургского государственного университета, доктор социологических наук, профессор.

Анастасия Владимировна Харламова — магистр социальной работы Санкт-Петербургского государственного университета.

© Келасьев В. Н., Первова И. Л., Харламова А. В., 2019

Благодарности: работа выполнена в рамках гранта РФФИ № 17-03-00859 «Социальная компетентность как фактор интеграции уязвимых групп населения в общество в современной России».

Acknowledgements: the study is conducted within the framework of the RFBR grant No. 17-03-00859 "Social competence as a factor of integration of vulnerable population groups into the modern Russian society".

Социальное предпринимательство стало активно развиваться с 1970–1980-х гг. XX в. К началу нового столетия оно являлось предметом определенных общественных ожиданий и оживленных дискуссий. Социальное предпринимательство признается перспективным направлением третьего сектора, важной составляющей социальной политики государства [1; 2], а в России относительно новым форматом бизнеса, ориентированным на инновационный подход к решению социальных проблем.

По данным Агентства стратегических инициатив, только 1 % компаний в стране занимается социальным бизнесом [3]. Это так называемый спасательный круг. С его помощью реализуются те задачи общества, которые государство не может решить самостоятельно. В настоящее время социальное предпринимательство в России находится на начальной стадии развития. В связи с этим присутствует неопределенность и размытость в трактовке рассматриваемого понятия, определения его сущности и критериев.

Авторами *социальное предпринимательство* понимается как бизнес, в основе которого находится определенная социальная цель, ориентированная на позитивные перемены в общественной жизни, и доходы от деятельности которого преимущественно реинвестируются обратно в социальный бизнес в соответствии с поставленными целями [4; 5]. Главная проблема социального предпринимательства в России заключается в том, что законодательно оно не закреплено. Социальные предприниматели не имеют юридического статуса, что не позволяет им получить необходимую поддержку от государства [6]. Ввиду отсутствия достаточной эмпирической базы исследования, основанной на обобщении опыта существующих российских социальных предприятий, очевидна необходимость более детального изучения данной сферы бизнеса [7].

Цель нашего исследования — изучение сложившихся практик социального предпринимательства и обобщение накопленного в соответствующей сфере опыта. В связи с этим проведено 14 интервью с социальными предпринимателями (руководителями социальных предприятий), выступившими в качестве экспертов по данной проблематике. В опросе приняли участие семь социальных предпринимателей, осуществлявших свою деятельность в Санкт-Петербурге, и столько же — из других городов России (Москвы, Калининграда, Сыктывкара, Ярославля, Якутска).

Обобщив результаты опроса, социального предпринимателя можно охарактеризовать следующим образом. В гендерном аспекте среди социальных предпринимателей преобладают женщины. Чаще представлены респонденты среднего возраста — от 30 до 50 лет. Социальные предприниматели, как правило, имеют высшее образование в области экономики, менеджмента, управления, педагогики. Некоторые в ходе развития бизнеса повышают квалификацию. Чаще всего социальный предприниматель — человек с активной жизненной позицией, обладающий определенным опытом благотворительной деятельности, а также знаниями в сферах менеджмента и экономики, что позволяет ему эффективно развивать бизнес.

Возглавляемые экспертами организации и предприятия сосредоточены в сферах трудоустройства людей, оказавшихся в сложной жизненной ситуации; социального

обслуживания населения; дошкольного образования; предоставления туристических услуг для социально незащищенных категорий населения; развития сельского хозяйства в регионах России; торговли (оказания услуг).

В основном социальные предприятия в указанных выше сферах деятельности функционируют в течение продолжительного периода: самые 'молодые' из исследованных — четыре социальных предприятия, работающие более двух лет; 'подростками' в социальном бизнесе из 14 изученных можно назвать пять социальных предприятий (период действия — от четырех до восьми лет); 'старичками' — пять социальных предприятий, осуществляющих деятельность более десяти лет.

Соответствующими социальными предприятиями оказывается помощь таким категориям граждан, как многодетные и одинокие матери; пожилые люди, нуждающиеся в опеке; выпускники детских домов и интернатов; лица с ограниченными возможностями; дети дошкольного возраста.

Все руководители из опрошенных отмечают направленность социального предпринимательства на решение социальных проблем. В частности, об этом свидетельствует мнение эксперта В.: *«Социальное предпринимательство — в первую очередь, конечно, бизнес, т. е. хозяйственная деятельность, которая существует и функционирует за счет финансовой устойчивости, направленная на решение определенной социальной проблемы. Прибыль от деятельности идет на развитие организации, могут добавляться новые услуги, открываться новые отделения или филиалы в других регионах в зависимости от потребности организации и целевой группы, с которой она работает»*. Мотивационная составляющая предпринимательской деятельности у опрошенных чаще всего основана на достижении социально полезных целей, а не на материальном благополучии. Некоторые (два человека) строили бизнес исходя из личной заинтересованности в решении той или иной социальной проблемы. Мотив повышения личного благосостояния не является для них приоритетным, напротив, доминируют мотивы стремления реализовать определенную идею, что поможет решить социальную проблему; самореализации, а также желания быть полезным обществу.

Большинство социальных предпринимателей (11 человек), развивая бизнес, вкладывали собственные денежные средства. Так, эксперт В. рассказывает: *«После появления идеи последовала ее практическая реализация, т. е. был составлен бизнес-план, все расписано. Кредит получить не удалось, потому что у организации, которая только начинает свою деятельность, нет кредитного опыта, а значит, давать деньги рискованно. На собственный, так сказать, стартовый капитал были проведены подготовительные работы: снято помещение, оборудовано, и мы включились в работу»*.

Только трое из респондентов помимо собственных вложений при старте бизнеса получили финансовую поддержку от государства (на обустройство помещения для работы). Показателен опыт эксперта Г.: *«При старте бизнеса мы получили безвозвратную субсидию от городского комитета по труду и занятости в размере 6, 81 млн руб. Эта субсидия была существенным подспорьем в начале бизнеса. На полученные деньги арендовали производственные площадки в Красном Селе и закупили оборудование с материалами»*. В процессе развития бизнеса у многих, как правило, возникали трудности с финансированием деятельности организации. В подтверждение приведем слова эксперта Ж.: *«В первые пару лет было трудно выйти на самоокупаемость. Для стабилизации положения необходимо было найти крупных и, самое главное, постоянных клиентов, которые будут делать заказы и тем самым поддерживать нас на плаву»*.

Названы специфические трудности, связанные с определенной категорией граждан, которой помогает социальное предприятие. Так, руководитель детских центров «Светлый город» в Санкт-Петербурге отметила, что было сложно проинформировать потенциальных клиентов: *«Нашей целевой аудиторией являются семьи с особенными детьми, т. е. детками, у которых есть особенности развития или какие-то заболевания, требующие особого ухода. Простая реклама на них не работает. Такие семьи — это очень эмоциональная и ранимая аудитория, язык маркетинга на них не работает»*.

Анализируя ответы на вопрос об обратной связи с клиентами, можно сделать вывод о том, что практически все социальные предприниматели поддерживают эту связь, особенно осуществляющие деятельность в сфере дошкольного образования. Эксперт А. объясняет: *«После того как ребенок получил у нас необходимую помощь, мы даем родителям заполнить анкету, в которой просим их оценить качество оказанных услуг»*. По словам эксперта М., *«иногда родители, проходя небольшой опрос о качестве оказанных услуг, просят что-то добавить, какую-то методiku или занятие, которое было бы полезно для ребенка»*. При этом у руководителей социальных предприятий формируется представление об эффективности той или иной услуги, появляется возможность оценить работу организации в целом.

По сведениям всех опрошенных, в штат организации (социального предприятия) входят и представители социально незащищенных групп населения: люди с ограниченными возможностями, пожилые граждане, одинокие матери и т. д. На вопрос «Есть ли у Вас возможность тиражировать опыт своей организации на другие регионы?» большинство ответили, что такая возможность существует. Эксперт Е. сообщил: *«Конечно, мы можем тиражировать опыт своей организации на другие регионы. С прошлого года работаем в Орловской области, сейчас готовимся начать работать еще в четырех—пяти регионах»*. Для социального предпринимателя тиражировать успешную и устойчивую бизнес-модель в других регионах — это уникальная возможность, а для потребителей франшизы — это возможность получить вариант социального бизнеса с четко прописанными бизнес-процессами, подтвержденной доходностью и вполне ожидаемым социальным эффектом. Однако некоторые из респондентов отметили, что потребность в тиражируемости опыта организации не всегда оправдана. Интерес представляет точка зрения эксперта М.: *«Для начала, конечно, социальный предприниматель должен проанализировать ситуацию в том регионе, где он хочет открыть филиал, чтобы понимать, а нужно ли это делать. Ведь у каждого региона нашей страны — свои проблемы. В Петербурге, например, несколько организаций занимаются трудоустройством инвалидов, работают с ними, в этом городе нет смысла открывать филиал наших мастерских»*. Указывали и на факт недостаточной масштабности тиражирования.

Рассматривая вопрос о государственной поддержке, важно подчеркнуть, что при старте бизнеса только трое из социальных предпринимателей получили существенную финансовую помощь от государства. Вместе с тем многим в целях развития организаций частично оказана поддержка от государства в той или иной форме, а именно — субсидия для компенсации затрат на запуск социального бизнеса (двум социальным предприятиям); субсидия на обустройство помещения для работы по результатам конкурсного отбора (трем социальным предприятиям); участие в бесплатных программах акселерации, обучение и сопровождение с помощью опытных экспертов и предпринимателей (участвовали большинство руководителей социальных предприятий).

Поддержку от Фонда «Наше будущее» в виде беспроцентных займов получили шесть социальных предприятий; информационное обеспечение и продвижение, в том числе посредством портала «Новый бизнес: социальное предпринимательство» — десять таких объектов, т. е. практически все, помощь в реализации продукции под знаком «Больше, чем покупка!» — два предприятия.

Однако социальные предприниматели из регионов отмечали, что по сравнению с Санкт-Петербургом и Москвой они практически не получают поддержку от местной власти. Эксперт И., например, сообщает: *«Мы несколько раз просили помочь с арендой помещения, его оснащением, но так все и оставалось. Если сравнивать с Москвой или Санкт-Петербургом, то у нас помощи от власти мало или, можно сказать, вообще никакой. Помогают только тем, кто потом может принести финансовую выгоду, а остальные вынуждены справляться самостоятельно»*. Ряд социальных предпринимателей поделились информацией о том, что получают поддержку от спонсоров, частных и корпоративных, и это позволяет им решить в первую очередь финансовые трудности организации.

Итак, с учетом изложенного можно сделать вывод, что сегодня для социальных предпринимателей предусмотрены определенные формы государственной поддержки, которые помогают и начинать бизнес, и развивать его. Между тем опрошенные обратили внимание на дефицит некоторых видов помощи. Большинству респондентов (десяти) не хватает имущественной формы поддержки. В частности, эксперт Л. утверждает: *«Если город и дает помещение для работы, то чаще всего оно требует капитального ремонта, а значит, приходится тратить огромную сумму на ремонт, чтобы можно было работать. Было бы неплохо, если бы городские власти предоставляли помещения для социального бизнеса не такие разрушенные, а более качественные, в которых можно сделать небольшой косметический ремонт и начать работать»*. Четверо среди социальных предпринимателей выделили такой вид, как помощь в доступе к сбыту. Эксперт Д. отметил: *«Сейчас сложно найти крупного заказчика и рынок сбыта для продукции. У властей города возможностей больше: они могут организовывать выставки, где мы можем продавать свою продукцию, могут помочь найти крупных заказчиков»*.

Респонденты не забыли и об информационной поддержке. Эксперт Б. уточнил: *«...Большинство людей не понимают, чем мы занимаемся и с какой целью, поэтому важно, чтобы о нас рассказывали. Чем больше опыт социальных предприятий будет мелькать в повседневной жизни людей, тем больше помощи мы сможем получить. Ведь есть люди, которые не знают, но очень хотят помочь. Услышав о нас и узнав всю необходимую информацию, они придут и окажутся полезными. Позднее эти же люди по сарафанному радио разнесут о нас вести и т. д.»*. Важной формой помощи социальные предприниматели считают создание инфраструктурного подразделения, где они смогут получить комплексную поддержку, необходимую для успешного развития их социального бизнеса. Так, эксперт З. подчеркнул: *«Отлично будет, если в городе создадут подразделение, в котором можно будет получить комплексную поддержку, обучение пройти, с юристом проконсультироваться по некоторым аспектам и рассмотреть возможности сотрудничества с зарубежными организациями. Сейчас это все разбросано — одно там, другое здесь, а это весьма неудобно»*. Актуальным для опрошенных стал вопрос о законодательном статусе социального предпринимательства: Эксперт Л. резюмировал: *«Юридический статус социальных предпринимателей очень важен. Мы сможем понять, к кому мы относимся, кто мы вообще такие (смеется), на какую поддержку можем рассчитывать и от кого»*.

Таким образом, в Российской Федерации социальное предпринимательство находится на этапе формирования, его полноценному и активному развитию препятствуют следующие барьеры. Во-первых, отсутствие нормативно-правовой базы. Сегодня понятие *социального предпринимательства* не закреплено законодательно. Соответственно, социальные предприниматели не могут получить правовую поддержку и льготы, предусмотренные в процессе развития бизнеса, что создает помехи в их деятельности, направленной на решение социальных проблем. Разработка социально-правовой базы возможна, на наш взгляд, во взаимодействии юристов, экономистов, социальных предпринимателей и органов власти. Во-вторых, *дефицит развитой информационной поддержки социального предпринимательства*. Речь идет о масштабной ретрансляции накопленного позитивного опыта социального предпринимательства в различных регионах России. В настоящее время лишь в некоторых регионах накоплен небольшой опыт трансляции. Масштабная трансляция могла бы служить мощным мотивирующим механизмом воздействия на общественность и потенциальных социальных предпринимателей. Активное информационное сопровождение обеспечило бы социальным предпринимателям популярность, а также стало бы источником информирования общества о специфике социального предпринимательства, возможной успешной реализации его моделей в разных сферах деятельности. Сегодня по-прежнему не налажена ретрансляция наиболее удачного позитивного опыта социального предпринимательства, что резко снижает динамику его роста. В-третьих, создание инфраструктурных подразделений поддержки социальных предпринимателей. Повышение роли государства в финансировании социальных проектов на начальной стадии их развития и этапах роста увеличит, по нашему мнению, количество социальных предприятий, а также привлечет представителей крупного бизнеса и государственной власти к процессу поддержки.

Тем не менее, несмотря на не слишком благоприятные условия среды, в России социальное предпринимательство активно развивается, практически не уступая зарубежным аналогам. Наряду с тем, что государственная поддержка социального предпринимательства расширяется и постепенно формируется законодательная база, социальный бизнес и самостоятельно стремится к активному развитию на территории Российской Федерации. Об этом свидетельствуют инициативы его представителями форумы, официальные встречи, конференции, посвященные социальной проблематике. Данные мероприятия направлены не только на налаживание взаимодействия социальных предприятий, но и на поиск инвесторов, популяризацию социальных предприятий в масштабах региона и страны в целом.

Огромную роль в развитии социального предпринимательства играет и негосударственная поддержка. Ее социальным предприятиям оказывает Фонд «Наше будущее», целью которого являются социальные изменения за счет вложения ресурсов и знаний в продвижение социального бизнеса как относительно нового явления в социальной и экономической жизни страны. Участники проведенного опроса указывают на достаточно выраженную поддержку своей деятельности со стороны Фонда. К тому же, если социальное предприятие было ранее замечено Фондом, он не теряет с ним связь и по окончании проекта.

Мотивационная составляющая у социальных предпринимателей не ограничивается получением прибыли, а предполагает наличие позитивного социального эффекта. Вместе с тем руководители социальных предприятий стремятся ограничить взаимодействие с федеральными и региональными органами власти или с органами местного самоуправления, поскольку от них, как указывают предприниматели, редко удастся получить помощь. Однако необходимость в

такой поддержке со стороны властей очевидна. По словам эксперта М., *«если будет хорошая поддержка со стороны властей, будет намного проще осуществлять свою деятельность»*. Эксперт Ж. также считает, что *«было бы неплохо, если бы власти города помогли создать связи с крупным бизнесом»*. Судя по итогам опроса, немало сделано для того, чтобы были внесены изменения в законодательство, направленные на упрочение статуса социального предпринимателя. Соответствующие внесенные изменения порождают оптимизм у представителей этой категории граждан.

Таким образом, полученные в результате исследования данные, показывают, что, несмотря на проблемы и трудности, социальное предпринимательство активно развивается, опираясь на сложившиеся практики и значительный опыт функционирования в Санкт-Петербурге и регионах РФ. При условии преодоления (разрешения) существующих помех и препятствий социальное предпринимательство могло бы в течение нескольких лет выйти на новый уровень, который отвечал бы возросшему объему потребностей населения в социальных услугах.

Литература

1. *Московская А. А.* Потенциал третьего сектора: инновационные подходы для развития территорий (социальное предпринимательство). М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2011. 108 с.
2. *Качко Д. С.* Социальное предпринимательство: проблемы и перспективы развития в России // Российское предпринимательство. 2017. Т. 18, № 3. С. 215–221.
3. *Зверева Н.* Социальное предпринимательство: взгляд в будущее [Электронный ресурс] // Новый бизнес. Социальное предпринимательство. 2011. 25 янв. URL: <http://www.nb-forum.ru/interesting/experts/sotsialnoe-predprinimatelstvo-vzglyad-v-budushee.html> (дата обращения: 18.05.2019).
4. *Клепикова Т. В.* Развитие социального бизнеса в России // Вестник Иркутского государственного технического университета. 2015. № 4. С. 282–286.
5. *Неклюдов В. С., Ключева Ю. С.* Особенности развития социального предпринимательства в России [Электронный ресурс] // Вестник Нижегородского института управления РАНХиГС. 2016. № 1. С. 41–44. URL: http://services.niu.ranepa.ru/nauka/wp-content/uploads/2016/03/2016_1_z04_Nekludov.pdf (дата обращения: 18.05.2019).
6. *Усикова Ю. А., Зленко А. Н., Купоросов Ю. И.* Особенности государственной поддержки в сфере социального предпринимательства // Экономика и предпринимательство. 2016. № 12, ч. 4. С. 263–267.
7. *Хаматуллина А. Р.* Сущность социального предпринимательства и его функции // Вестник УГУЭС. Наука, образование, экономика. Серия: Экономика. 2015. № 4. С. 86–89.