

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(Н И У « Б е л Г У »)

СОЦИАЛЬНО-ТЕОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

КАФЕДРА СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЫ

**СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК РЕСУРС
РЕШЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНЫХ
ОТНОШЕНИЙ**

Выпускная квалификационная работа
студентки очного отделения 4 курса группы 87001202
Габелко Юлии Владимировны

Научный руководитель:
к. пед. н., доцент кафедры
социальной работы,
М.Е. Поленова

Рецензент:
первый заместитель начальника
департамента здравоохранения
и социальной защиты населения
Белгородской области, начальник
управления социальной защиты
населения Белгородской области
С.В. Степанов

БЕЛГОРОД 2016

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА КАК РЕСУРСА РЕШЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ	8
1.1. Ресурсный потенциал социального предпринимательства в социальном развитии общества: задачи и функции	8
1.2. Отечественный и зарубежный опыт социального предпринимательства в решении социальных проблем	17
2. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ (НА ПРИМЕРЕ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ)	31
2.1. Анализ практики социального предпринимательства в решении социальных проблем	31
2.2. Социальный проект «Развитие молодежного социального предпринимательства на территории Белгородской области»	37
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	45
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	48
ПРИЛОЖЕНИЕ	59

Актуальность темы исследования. Социальное предпринимательство занимает определенное место в экономической системе многих стран, являясь балансом социальных целей и коммерческой составляющей. Находясь на стыке традиционного предпринимательства и благотворительности, оно призвано помочь государству силами бизнеса решить или смягчить возникающие социальные проблемы, ориентируясь не только на получение прибыли, но и на позитивный социальный эффект от результатов этой деятельности на условиях самоокупаемости и финансовой устойчивости. Современная ситуация в России (экономический кризис, нарастание социальной и политической напряженности, растущая материальная и социальная поляризация общества и т.д.) обострила социальные проблемы населения. Одним из основополагающих ресурсов для решения существующих проблем в сложившихся условиях рыночных отношений выступает социальное предпринимательство.

В Российской Федерации в настоящее время социальные предприятия оказывают услуги в таких сферах, как содействие трудоустройству незащищенных слоев населения, социальное обслуживание граждан, услуги в сфере здравоохранения, образования, физической культуры и массового спорта, проведение занятий в детских и молодежных кружках, секциях, студиях и т.д. Руководствуясь такими критериями, как социальная миссия, новаторство и поиск новых комбинаций ресурсов в решении социальных проблем, в Российской Федерации, начиная с 2007 года, Фондом региональных социальных программ «Наше будущее» поддержано более 140 социально-экономических проектов, призванных решать конкретные проблемы общества.

Таким образом, тема представляет теоретический и практический интерес в контексте развития системы социальной поддержки, оказываемой как на федеральном, так и на региональном, местном уровнях, привлечения дополнительных денежных ресурсов в отрасли социальной сферы,

содействия их оптимизации и распределения в условиях рыночных отношений.

Степень научной разработанности проблемы исследования. Среди зарубежных исследователей вклад в разработку проблем развития социального предпринимательства внесли ученые Дж. Боше, Г. Дис, И. Марти, Дж. Мэйр, Г. Шульер. Огромное значение для осмысления сущности социального предпринимательства имеют научные труды отечественных ученых Ю.М. Беспаловой, А.Ф. Векслер, О.В. Карамовой, М.Б. Орлова, Е.В. Орловой, Р.Н. Павлова, А.В. Савина, Л.А. Темниковой, Г.Л. Тульчинского и др., посвященные проблеме социальной ответственности представителей бизнеса. И.Д. Афанасенко рассматривает перспективы развития социального предпринимательства, сопоставляя российский и зарубежный опыт.

Но, несмотря на многочисленные исследования в данной области, необходимо отметить, что исследованию социального предпринимательства как ресурса в решении социальных проблем на региональном уровне уделено недостаточно внимания.

Объект исследования: социальное предпринимательство как социальный феномен. *Предмет исследования:* специфика социального предпринимательства как ресурса в решении социальных проблем общества.

Цель исследования: раскрыть сущность и специфику социального предпринимательства как ресурса в решении социальных проблем общества в условиях рыночных отношений и разработать проект, направленный на совершенствование деятельности в сфере социального предпринимательства на региональном уровне.

Задачи исследования:

1. Раскрыть теоретико-методологические основы исследования социального предпринимательства как ресурса в решении социальных проблем.
2. Охарактеризовать проблемы и перспективы социального

предпринимательства в условиях рыночных отношений на примере Белгородской области.

3. Разработать проект «Развитие молодежного социального предпринимательства на территории Белгородской области».

Теоретико-методологические основы исследования. Методологической базой для исследования послужил подход к социальному предпринимательству в рамках экономической теории Й. Шумпетера. По его мнению, социальное предпринимательство – это процесс создания чего-то нового, обладающего ценностью, тип хозяйствования, основанный на инновационном поведении собственников предприятия, а социальный предприниматель является самоорганизующимся субъектом экономической активности. Экономическое содержание социального предпринимательства охватывает его характеристику как экономической категории, как метода хозяйствования и как типа экономического мышления.

В социологической теории объектом изучения является предпринимательство как социально-экономический феномен, а предметом – закономерности формирования и воспроизводства предпринимательского типа экономического поведения в конкретно-исторических условиях.

Методы исследования. В дипломном исследовании использовался комплекс теоретических (метод дедукции, позволяющий делать заключения о предмете исследования на основании множества частных признаков; анализ отечественной и зарубежной литературы по исследуемой проблеме; метод обобщения, при помощи которого делается вывод о предмете и явлении социального предпринимательства и др.) и эмпирических (анализ документов, нормативно-правовой базы, анкетирование, экспертный опрос) методов.

Эмпирическая база исследования: результаты анализа специальной литературы, нормативно-правовых актов по проблеме исследования: Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», Федеральный закон от

28.12.2013 №442-ФЗ «Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации», Постановление Правительства Белгородской области от 20.10.2008 № 250-пп «О мерах по финансовой поддержке малого и среднего предпринимательства области», а также отчетная документация ОГБУ «Белгородский региональный ресурсный инновационный центр», Центра инноваций социальной сферы Белгородской области, Управления социальной защиты населения Белгородской области, результаты собственного авторского исследования, проведенного на базе Центра инноваций социальной сферы Белгородской области и Управления социальной защиты населения Белгородской области.

Теоретико-практическая значимость исследования. Изучены теоретико-методологические основы исследования социального предпринимательства как ресурса решения социальных проблем; проблемы и перспективы социального предпринимательства в условиях рыночных отношений. Уточнено понятие социального предпринимательства. Разработан проект, направленный на совершенствование деятельности в сфере социального предпринимательства на региональном уровне, который может быть использован муниципальными органами власти, практиками учреждений социально-предпринимательской сферы.

Апробация результатов. Результаты, полученные путем проведения исследования, были апробированы в ходе производственной и преддипломной практики на базе Центра инноваций социальной сферы Белгородской области и Управления социальной защиты населения Белгородской области. Отдельные положения представлены в статье «Социальное предпринимательство как ресурс социальной поддержки населения», опубликованной в сборнике материалов конференции «Социальная работа в современном мире: взаимодействие науки, образования и практики», в выступлениях автора на научно-практической конференции «Социальная работа в современном мире: взаимодействие науки, образования и практики», в Международной молодежной школе

проектного управления «Пегас-2015», проходившей в НИУ «БелГУ» 30.06.-5.07.2015 г.

Структура исследования. Дипломная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы, приложения.

1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ
СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА КАК РЕСУРСА
РЕШЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ
- 1.1. Ресурсный потенциал социального предпринимательства в
социальном развитии общества: задачи и функции

В настоящее время в России бурно развивается такое явление, как социальное предпринимательство. Определяющий смысл получают устойчивость и измеримость достигнутых социальных результатов. Социальный предприниматель способен повлиять на процесс изменения инфраструктуры общественной системы. Что касается социального предпринимательства, оно рассматривается как фактор создания новой экономической и социальной инфраструктуры. В настоящее время социальное предпринимательство призвано для решения социальных проблем на базе бизнеса, которые зачастую невозможно решить стандартными механизмами вмешательства государства или же через некоммерческие организации [6].

Понятие социального предпринимательства многогранно и отображает широкий спектр задач, функций и особенностей, свойственных ему. Даже название указывает на то, что именно решение или смягчение существующих социальных проблем приоритетно для данного вида бизнеса. Извлечение прибыли в этом случае не является основополагающим. Позитивность, устойчивость и измеримость достигнутых социальных результатов выступают основой для благоприятного социального развития общества, а социальный предприниматель ставит перед собой цель – внести положительные изменения в инфраструктуру общественной системы, имеющие долгосрочный эффект [8].

Можно обозначить следующие функции социально-предпринимательской деятельности, в которых она проявляется.

Так, общеэкономическая функция реализуется посредством производства товаров и услуг, а также их доведения до конкретного покупателя. Развитие социального предпринимательства считается одним из определяющих условий финансового подъема и социального развития общества. Население и государство являются потребителями тех товаров и услуг, на которые направлена социально-предпринимательская деятельность. Текущее положение и степень развития социального предпринимательства –

характеризующий критерий экономического роста, увеличения объемов валового внутреннего продукта (ВВП) и национального дохода.

Инновационная функция имеет наибольшее значение для социального предпринимательства. Она связана не только с внедрением инноваций в процесс социально-предпринимательской деятельности, но и с выработкой новейших средств и факторов для решения поставленных задач.

Данная функция имеет возможность реализовываться по следующим направлениям:

- изготовление нового, ранее неизвестного покупателям блага, либо создание нового качества того или иного блага;
- внедрение новой, еще неизвестной в предоставленной отрасли технологии производства;
- освоение нового рынка сбыта, где такая продукция еще не была представлена, независимо от того, существовал этот рынок прежде или нет;
- получение нового источника сырья независимо от того, существовал ли этот источник прежде, но не принимался во внимание или считался недоступным или его только предстоит создать;
- создание собственного монопольного положения или подрыв монополии конкурентов, что может способствовать изменению существующей рыночной ситуации [14].

В свою очередь, под ресурсной функцией предполагается эффективное использование имеющихся воспроизводимых и ограниченных ресурсов. Она противоречива и имеет двойственное значение. Мировая и общественная практика широко свидетельствует о том, что современный социальный предприниматель, являющийся владельцем имеющихся ресурсов, заинтересован в их разумном использовании. Но, к сожалению, это не всегда возможно. Так, например, использование общественных ресурсов, а именно природных, может быть не совсем рациональным. Между эффективной комбинацией факторов производства, экономическими и другими ресурсами и данной функцией можно проследить тесную взаимосвязь. Социальному

предпринимателю необходимо в ходе своей деятельности применять различные методы соединения факторов производства. Собственно, это и является одной из главных отличительных его черт от обыкновенного хозяйственника. Возникающие новаторские идеи, осознание риска в результате социально-предпринимательской деятельности, принятие ответственности за любые решения, проекты, направленные на получение максимально возможной прибыли предполагают разумное использование воспроизводимых и невозпроизводимых ресурсов. Государство вправе устанавливать различные формы ответственности социального предпринимателя за нецелесообразное осуществление ресурсной функции [18].

Принимая самостоятельное решение о создании и организации своего собственного дела, формируя стратегию социально-предпринимательской деятельности, подбирая методы управления, социальный предприниматель осуществляет организаторскую функцию. Она отражается в умении собрать команду, свободном выборе того или иного вида коммерческой деятельности, независимости, самостоятельности субъектов.

Возможность каждого дееспособного гражданина проявлять свои таланты является отражением социальной функции. Ее реализация заключается в формировании ранее не существовавшего социального слоя. Предприимчивые, способные рисковать, с легкостью преодолевать сопротивление внешней среды, добивающиеся поставленных целей социальные предприниматели заполняют этот слой. Данная функция выражается в увеличении числа рабочих мест для наемных работников, которые находятся в социально-экономической зависимости от того, насколько эффективна социально-предпринимательская деятельность [53].

Что касается творческой функции, она отвечает за реализацию уникальных подходов по принимаемым решениям, инновациям. Для проявления социально-предпринимательских способностей необходимы затраты высококвалифицированного труда, задатки способностей

человеческого капитала. Желание бороться, самореализация, самоутверждение, финансовое и духовное удовлетворение – все это движет социальным предпринимателем в ходе его работы.

Помимо вышеназванных функций одной из основополагающих также выступает политическая функция, т.к. кроме имущественного и правового аспекта отношения по поводу владения, пользования, распоряжения всеми имеющимися продуктами труда и средствами производства также выражают и социальный, политический, этический аспекты [7].

Определение целей социально-предпринимательской деятельности является главной проблемой для каждого социального предпринимателя, требующей немедленного решения. Для облегчения в управлении социально-предпринимательской деятельностью необходимо целеполагание – постановка целей [86].

Одна из главных целей социально-предпринимательской деятельности заключается в удовлетворении спроса общества на конкретные потребности всей страны или отдельно взятого региона.

Помимо масштабных целей возможны и более реальные, суженные, относящиеся к конкретным сферам, осуществляющие социально-экономические проекты и программы.

Все цели подразделяются на краткосрочные и долгосрочные.

Цель, которая реализуется в течение продолжительного времени, является долгосрочной. Она, как правило, направлена на поддержание и увеличение рентабельности. Очень важным выступает тот факт, что долгосрочная цель должна устанавливаться по окончании краткосрочного периода развития. В противном случае, различного рода затраты будут неоправданны.

Любая цель выражается как критерий успеха или неудачи. Составляющими целей являются такие компоненты, как проверка выполнения заданного критерия, способы измерения масштаба, оценка решаемых задач.

Оценкой успеха, показателем эффективности использования имеющихся ресурсов и истоком развития социального предпринимательства в итоге выступает получение прибыли.

Для достижения поставленных целей свойственно определение и решение конкретных задач социально-предпринимательской деятельности. Их условно можно разделить на три направления.

В первом направлении речь идет о комплексе тех задач, решение которых может обеспечить успех новаторской деятельности социального предпринимателя.

Во втором направлении основополагающим является комплекс задач, формирующих социально-экономическую эффективность зарождающейся либо уже осуществившейся социально-предпринимательской деятельности.

Третье направление заключается в справедливости и эффективности социально-предпринимательской деятельности. Но есть один нюанс – оно возможно только тогда, когда реализуется второе направление.

Получение прибыли – это показатель, определяющий, насколько хорошо социальные предприниматели ведут деятельность, соответствующую потребностям клиента. Существует правило: чем больше размер получаемой прибыли, тем в наибольшей степени удовлетворены запросы потребителя, и наоборот, чем меньше размер получаемой прибыли, тем в меньшей степени доволен покупатель.

Для того чтобы увеличить норму прибыли, необходимо обеспечить процесс производства соответствующими факторами производства, найти источники финансирования, проанализировать успешность фирмы в условиях рыночной конкуренции, проследить за удовлетворенностью потребностей покупателей. Кроме того, целесообразно увеличить объемы продаж, оптимизировать использование всех имеющихся ресурсов, разработать маркетинговую стратегию и выбрать партнеров по бизнесу [12].

Перед грамотной постановкой разумных целей социальному предпринимателю необходимо изучение и оценка собственных сил и

способностей, определение более эффективного направления социально-предпринимательской деятельности.

Сегодня в России социальное предпринимательство расширяет границы бизнес-структур с целью решения социальных задач в сложившихся условиях рыночных отношений.

Можно выделить следующие признаки социального предпринимательства:

- 1) социальный характер – решение социальных проблем;
- 2) инновационный подход в создании продукта;
- 3) масштаб деятельности – возможность расширения границ предпринимательской деятельности;
- 4) финансовая устойчивость – решение социальных проблем за счет получения прибыли от социально-предпринимательской деятельности [95].

Социальное предпринимательство является фактором социального развития общества и повышает экономическую эффективность, подключает еще не использовавшиеся ресурсы. Это свойственно не только материальным, но и человеческим ресурсам, например, социально исключенным группам. Работая с нуждающимися категориями граждан, социально незащищенными слоями населения бизнес направлен не только лишь на получение материальной выгоды, но также и на расширение рынка и создание огромного числа новых потребителей.

В контексте социального развития общества социальное предпринимательство имеет ряд особенностей.

Так, социальное назначение организации заключается в том, что получение социального эффекта (создание новых рабочих мест, переквалификация и обучение сотрудников и т.д.) – заведомо запланированный и ожидаемый результат деятельности.

Что касается предпринимательского новаторства, оно может быть реализовано путем использования новаторской идеи или новой комбинации ресурсов для решения возникшей социальной проблемы.

Кроме того, еще одной особенностью можно считать достижение устойчивой самоокупаемости в условиях рыночных отношений за счет получения прибыли от результатов социально-предпринимательской деятельности, также за счет грантовой поддержки и благотворительных пожертвований [63].

В настоящее время социальные инициативы бизнеса рассчитаны на реализацию, в основном, за счет государственных ресурсов. Хотя существует и корпоративная социальная ответственность. Федеральный закон от 5 апреля 2010 г. № 40-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросу поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций» под «социальным предпринимательством» понимает исключительно некоммерческие организации, и государственная поддержка направлена только на такие организации [2].

Экономическая эффективность частного бизнеса с ориентацией на решение наиболее острых проблем клиента – основная характеристика деятельности социального предприятия.

В настоящее время некоммерческие организации, фонды, правительство, частные лица могут оказать поддержку социальным предпринимателям. Однако, несмотря на все это, существует множество барьеров, связанных с развитием социального предпринимательства. До сих пор не существует единого мнения о том, что же является «социальным предприятием» и кого можно назвать социальным предпринимателем. Одни считают, что термин «социальный предприниматель» должен относиться только к основателям организаций, основным источником дохода которых является плата их клиентов. Другие полагают, что социальный предприниматель это тот, кто выполняет работу по государственным контрактам, а третьи считают социальным предпринимателем тех, кто рассчитывает, прежде всего, на гранты и пожертвования. Споры между учёными, экспертами и практиками социального предпринимательства не

умолкают [99].

Построение социальных предприятий осуществляется на принципе самокупаемости, финансовой устойчивости и инновациях применяемых подходов к деятельности. Ключевым преимуществом социального предпринимательства является способность привлечения к решению конкретной проблемы новых, уникальных инструментов. Социальное предпринимательство, в отличие от благотворительности, ограниченной в объеме ресурсов, предполагает масштабируемость и тиражируемость. В итоге происходит постановка цели – достижение нового уровня в решении социально значимых проблем [65].

Встроенные механизмы, контролирующие эффективность социально-предпринимательской деятельности, выступают сильной стороной в этом бизнесе. Для снижения вероятности неразумного расходования имеющихся ресурсов целесообразно решение общественно значимых вопросов. В этом случае социальное предпринимательство обладает наивысшим уровнем отдачи на единицу вложенных средств.

Как и любому другому бизнесмену, социальному предпринимателю необходима бизнес-стратегия. Она должна основываться на изучении сильных и слабых сторон продукта, поиске инновационных возможностей рынка и своевременном выявлении угроз.

В настоящее время в России большую роль играет развитие малого предпринимательства. Способность достаточно быстро и экономно решить проблему, связанную с формированием и насыщением рынка товарами в условиях рыночных отношений, при учете ограниченности экономических ресурсов, принадлежит малым предприятиям. Как правило, они не требуют крупных стартовых вложений и могут гарантировать высокую скорость оборота ресурсов.

Развитие малого бизнеса имеет большое значение в связи с тем, что оно несет в себе ряд преимуществ. Например, таковыми выступают увеличение числа собственников, увеличение числа экономически активных граждан;

выполнение роли крупного работодателя, который использует рабочую силу социально уязвимых слоев населения.

Основываясь на опыт мировой практики можно говорить о том, что без свободы рыночной экономики и социально-предпринимательской активности социально-экономическое благополучие невозможно.

Именно динамичное, инициативное социальное предпринимательство способно воплотить в реальность интересные, новаторские идеи, способствующие социально-экономическому прогрессу. Для экономического роста любой страны необходимо создание благоприятных условий для функционирования и развития социально-предпринимательской деятельности. Социально-предпринимательская деятельность довольно мощно стимулирует к получению прибыли, высокой производительности труда и удовлетворению потребностей общества.

Развитие социального предпринимательства определяется состоянием и уровнем рыночных отношений и, прежде всего, наличием необходимых условий для свободы частного сектора в экономике. Таким образом, неотъемлемым атрибутом рыночных отношений является социальное предпринимательство, где главной отличительной чертой предпринимательской деятельности выступает свободная конкуренция [32].

1.2. Отечественный и зарубежный опыт социального предпринимательства в решении социальных проблем

Феномен социального предпринимательства начал активно обсуждаться лишь в 70-х годах XX века, однако уже успел стать в экономике отдельной предметной областью, в которой работает значительное число исследователей. Разумеется, социальные предприниматели существовали и раньше, однако это явление не было распространенным настолько, чтобы привлечь внимание экономистов и исследователей предпринимательства в частности.

Директор Центра развития социального предпринимательства Университета Дюка (США) Грегори Диз утверждает, что в последнее время социальное предпринимательство стремительно получило известность, т.к. очень свойственно нашему времени. Он убежден, что наше общество созрело для того, чтобы решать социальные проблемы «социально-предпринимательскими» методами. Социальные предприниматели нужны для того, чтобы создать новые модели социально значимой деятельности «для нового века» [9].

Что касается самого термина «предпринимательство» («entrepreneur»), то он возник во Франции в XVII-XVIII вв. Его введение в оборот связано с именем французского экономиста шотландского происхождения XVIII в. Р. Кантильона. Он считает, что предпринимательство взаимосвязано с рискованым характером получения прибыли. Но, несмотря на это, оно способно к стимулированию экономического прогресса при помощи поиска различного рода инноваций. Ж.-Б. Сэй указывал на экономическую эффективность предпринимателя, переводящего экономические ресурсы из сферы низкой в сферу высокой производительности. Настоящим классиком теории предпринимательства считается Йозеф Шумпетер. В его книге «Теория экономического развития», написанной в 1911 г., главная функция предпринимателя состоит в том, чтобы быть инноватором, осуществлять

нововведения и тем самым быть проводником экономического развития. «Производить – значит комбинировать имеющиеся в нашей сфере вещи и силы... Производить... – значит создавать другие комбинации из этих вещей и сил» [20]. Жан-Батист Сэй рассматривает социальное предпринимательство как некоммерческую инициативу в поиске альтернативных стратегий финансирования, либо как схемы управления для получения социального блага [11].

Ричард Стивенсон исходит из понимания того, что социальное предпринимательство является социально ответственной практикой коммерческого бизнеса, вовлеченного в межсекторные партнерские отношения [43].

Слабую связь доходности от предпринимательской деятельности с личной выгодой предпринимателя отмечал Шумпетер. Именно поэтому, по его мнению, предпринимательство не находилось в тесной взаимосвязи с доходом и прибылью.

Подход Шумпетера получил развитие в работах Питера Друкера. Он утверждал, что «предпринимательство предполагает управление, отличное от существующего». Сам же Друкер не считал всякое развитие бизнеса предпринимательством. Питер Фердинанд Друкер рассматривает социальное предпринимательство как средство смягчения социальных проблем и ускорения социальной трансформации. Особо важна роль социальных предпринимателей, нацеленных на максимальную практическую пользу в отличие от коммерческой выгоды. Расширять коммерческую деятельность можно и рутинно, не подключая инновации и новаторство. Он говорил о том, что не существует лучшей темы для иллюстрации истории предпринимательства, чем создание современного Американского университета, считая при этом важной характеристикой предпринимательства доходность этой деятельности.

По наблюдениям профессора Джона Лоуга (John Lough) из Кентского государственного университета штата Огайо, США (как и

большинство западных стран) всегда были плюралистическим обществом с десятками тысяч организаций местных сообществ, которые были не связаны с властями штатов или правящей партией. Широкое участие населения в добровольных гражданских организациях наблюдалось еще в колониальные времена, до 1776 года (за исключением юга с его нефеодальной плантационной системой). Тогда в стране не существовало социальной иерархии. Прослеживалась экономическая независимость, способствовавшая стремительному развитию гражданского самосознания и самоорганизации в ряде направлений социальной сферы. Это дало толчок уникальному развитию общественного сектора в США за рамками влияния государства. Среди таких современных авторов, например, как Роберт Путман, популярно мнение, что американское население уже не принимает активного участия в добровольческих гражданских организациях.

Родоначальниками, преобразующими социальную сферу среди коммун и сообществ, считались церкви и связанные с ними группы. Различные торговые организации, братства, соседские общины, клубы и т.д. также относились к их числу.

В настоящее время действует более 23 000 некоммерческих организаций национального масштаба и сотни тысяч местных некоммерческих организаций. Практически все американское население состоит в какой-либо одной добровольческой организации, а большая часть даже принимает участие сразу в нескольких.

Исследователи из Университета Наварры в Барселоне Дж.Мэйр и И.Марти находят, что отдельные проявления социального предпринимательства можно было наблюдать в Европе XIX и в Азии первой половины XX века.

Активное проявление социального предпринимательства как практической деятельности, осуществляющей процесс получения социально-экономической выгоды, стало прослеживаться во второй половине XX века.

Профессор, заведующий отделом политических наук, директор Центра собственности работников штата Огайо Кентского государственного университета, Джон Лоуг, в свою очередь, изучил проблематику межсекторного взаимодействия государства, бизнеса и некоммерческих организаций [24].

Большинство авторов не согласны с тем, что социальное предпринимательство является формой межсекторного взаимодействия бизнеса, НКО и государства [13]. Кроме того, еще одно высказывание принадлежит одному из руководителей крупного английского бизнеса, он говорит о «социальных предпринимателях в США, которые находят новые увлекательные пути привлечения пожертвований и государственной поддержки своих предприятий» [19].

Данный подход очень противоречив. С одной стороны, противоречие заключается в незавершенных теоретических разработках социального предпринимательства. С другой стороны, в многообразии институтов и организационных формах взаимодействия государства, социально-предпринимательской деятельности, некоммерческих организаций по инициации и реализации социально-экономических проектов.

Опыт США, связанный с развитием межсекторного взаимодействия и создания коалиций с ориентацией социального развития регионов, заслуживает тщательного и всестороннего изучения.

Межсекторное сотрудничество более целесообразно в отраслях, которые не приносят доходов. Как правило, это непривлекательные сферы для экономики в сложившихся условиях рыночных отношений.

Если рассматривать развитие местных сообществ, то можно сделать вывод о том, что современная ситуация в России сопоставима с той ситуацией в США, которая была на ранних стадиях развития капитализма.

Олигархи Джон Рокфеллер, Генри Форд и Эндрю Карнеги занимались благотворительностью. Финансирование на развитие микрорайонов и сообществ в то время поступало через их благотворительные фонды.

Сегодня в США функционирует созданная в течение столетия развитая инфраструктура фондов и некоммерческих организаций, поддерживающих развитие микрорайонов.

В их число входят:

- организации при церквях, предоставляющие различные социальные услуги нуждающемуся населению;
- бизнес-организации, которые ориентируют свою деятельность на цели развития экономического сектора;
- фонды местного сообщества, поддерживающие учреждения культуры, социальные службы и развитие экономического сектора;
- местные некоммерческие организации, которые занимаются строительством доступного жилья для нуждающихся категорий граждан;
- партнерские отношения между профсоюзами и менеджментом;
- уникальные учреждения местной благотворительности, которые оказывают поддержку вдовам, работникам железных дорог или же выделяют финансовые средства на обучение детей, оставшихся сиротами в семьях пожарных, погибших при исполнении служебного долга [94].

Налаживание сотрудничества между частным и государственным секторами осуществилось в США достаточно давно. Что касается трехсекторного сотрудничества, заключающегося во взаимодействии частного, государственного и некоммерческого сектора, оно стало более весомым в решении социальных проблем, с которыми сталкивается население, и смогло активизироваться лишь в дальнейшем.

Это связано с тем, что общественность стала осознавать неспособность рынка покрыть различные потребности населения, а вера в то, что государственный сектор сможет справиться с «провалами рынка» посредством прямого предоставления товаров и услуг, либо регулирования работы бизнеса, со временем уменьшилась [25].

В настоящее время и частный, и государственный сектор осознают, что отличный способ для структурирования инициатив, лежащих за

пределами их собственных основных функций, это создание новых некоммерческих организаций.

Межсекторное сотрудничество в США прошло несколько этапов становления.

В начале XX века федеральные власти направляли все свои усилия на оказание поддержки для создания общей сети фермерских семейных некоммерческих организаций: местных и на уровне штата фермерских бюро для сотрудничества с Министерством сельского хозяйства и его сетью, местных сельскохозяйственных центров и агентств. По прогнозам, это должно было способствовать улучшению производительности и технологий, а также обеспечению агентам сельскохозяйственных центров открытого доступа к фермерскому сообществу.

В истории был период, когда большинство внутригосударственных противоречий между классами, этническими и национальными группами, религиозными взглядами, регионами смогли временно отступить на второй план. В это время межсекторное сотрудничество, как правило, было обязательным и велось под руководством существовавшего национального законодательства.

Период «Войны с нищетой» в 1960-е годы характеризовался появлением корпораций развития местных сообществ (Community Development Corporations). В это время местные некоммерческие организации ориентировали свою деятельность на реконструкцию и строительство на месте трущоб и бедных кварталов. На сегодняшний день по всей стране подобных корпораций насчитывается более 3600. Затем начали создаваться аналогичные некоммерческие местные финансовые институты (Community Development Financial Institutions). В настоящее время все они держатся на межсекторном сотрудничестве. Они завязаны на конкретные финансовые каналы в тех местах, где заметно слабое обеспечение местными банками [34].

В начале 1980-х годов некоторые штаты опирались на практический

опыт сознательного инициирования межсекторного сотрудничества и вели активную и целенаправленную работу по развитию местных сообществ и микрорайонов. Лидерами этого процесса стали штаты Огайо, Мичиган и Нью-Йорк.

Социальное предпринимательство можно назвать неким механизмом, способным стать социальным измерением модернизации современной России. Учитывая тиражируемость опыта, изначально заложенную в концепции социального предпринимательства, можно наблюдать быстрое и эффективное расширение числа предприятий, переносящих подходы и идеи. Прежде всего, это сопровождается повышением компетентности социальных предпринимателей, их профессиональным ростом и вносит вклад в развитие человеческого капитала нашей страны. Предпринимателей, решающихся посвятить свою деятельность такой сложной области бизнеса, можно считать новаторами. Именно они способны сплотить вокруг себя команду единомышленников, найти необходимые ресурсы для решения имеющихся социальных проблем, объединить собственные знания с самыми современными инновационными технологиями. Формированием не только новых предприятий, но и особых общественных отношений также занимаются социальные предприниматели.

Очень ценным является опыт взаимодействия россиян с социальными компаниями. На сегодняшний день, согласно опросу Левада-Центра, 60% жителей России способны позитивно оценить вклад малого и среднего бизнеса в социально-экономическое развитие нашей страны. Но, к сожалению, остается еще достаточно высоким уровень недоверия к представителям бизнес-сообщества и их деятельности в социальной сфере [74].

Справедливость этих оценок подтверждают сами социальные предприниматели. Так, исследование ВЦИОМ, проведенное в 2015 году, показало, что более половины бизнесменов уверены в том, что уровень социальной ответственности российского бизнеса является достаточно

низким. Отсюда можно сделать вывод о том, что существует проблема кризиса доверия. С одной стороны, бизнес в целом воспринимается положительно. С другой – в нем не находят активного агента социальных преобразований. Однозначно, расширив сеть социальных предприятий, увеличив темпы роста социальной ответственности традиционного бизнеса, коренным образом можно будет изменить отношение к социальному предпринимательству.

Говоря о функции реинтеграции отдельных социальных групп в общество, например, инвалидов, зачастую исключенных из повседневной жизни, необходимо отметить возможность создание условий для их трудоустройства, повышения материального благосостояния и морального благополучия, являющихся ключевыми задачами социального предпринимательства.

Взаимодействие с государственными и муниципальными органами власти в сфере социального предпринимательства не ограничивается фискальной сферой. Достаточно широкое распространение получают специальные фонды развития. Это всевозможные партнерские организации, создающиеся с целью социально-экономического развития территорий муниципалитетами, бизнесом и некоммерческими организациями. Такие трехсторонние коалиции позволяют эффективно решать проблемы местного уровня. Кроме того, реализация трехсторонних соглашений способна сформировать устойчивые партнерские связи и выстроить коммуникационные сети, составляющие фундамент дальнейшего сотрудничества.

Упрочение взаимоотношений государства, бизнеса и общества в рамках социально-предпринимательской деятельности даст новый импульс к формированию институтов гражданского общества в России. Ориентация на комплексное решение острых социальных проблем, сетевой принцип распространения, способность к активной интеграции в существующие проекты делают социальное предпринимательство мощным источником

гражданских инициатив. Позитивно то, что все без исключения начинания в рамках данного подхода преследуют исключительно конструктивные цели.

В процессе социального предпринимательства можно выделить пять основных этапов.

Первый этап заключается в поиске новых возможностей, удовлетворении потребностей населения и решении социальных проблем.

На втором этапе происходит определение концепции развития. Определяются новые продукты или рынок и социальные выгоды.

Третий этап характеризуется определением и приобретением опыта, навыков, компетенций, необходимых финансовых, человеческих ресурсов.

На четвертом этапе происходит запуск и рост предприятия, измеряется результат и расширяется компания.

Последний, пятый этап, заключается в достижении поставленной цели. Происходит слияние с другими компаниями, компания расширяется, изменяется миссия, затем она выполняется и компания закрывается [44].

Весь бизнес-процесс компании, работающей в сфере социального предпринимательства, структурируется двумя доминирующими векторами. В первую очередь это решение общественно значимой проблемы, во вторую – получение прибыли. Баланс этих векторов определяет сущность социального предпринимательства. Оно становится источником стабилизации и упрочения общественных связей, двигателем устойчивого и поступательного развития.

Российское социальное предпринимательство возникло в конце XIX в. Прообразом можно считать Дом трудолюбия, основанный отцом Иоанном Кронштадтским. Это был центр трудоустройства, учебно-воспитательной работы и благотворительности. Впоследствии такие дома – биржи труда стали особенно популярны, но после революции 1917 г. были закрыты [10].

Приоритетными направлениями для социального предпринимательства в России принято считать следующие:

– профилактика социального сиротства;

- поддержка материнства и детства;
- социальная адаптация инвалидов и их семей;
- повышение качества жизни людей пожилого возраста;
- развитие дополнительного образования, научно-технического и художественного творчества, массового спорта, деятельности детей и молодежи в сфере краеведения и экологии;
- развитие межнационального сотрудничества.

Формами поддержки социальных предпринимателей со стороны государства являются:

1) субсидии (в размере 600 тыс. руб. – это максимальный размер субсидии федерального бюджета на одного субъекта социального предпринимательства, обеспечившего софинансирование расходов в размере не менее 15 % от суммы получаемой субсидии; в размере 300 тыс. руб. – это максимальный размер гранта начинающим субъектам малого предпринимательства, относящимся к социальному предпринимательству, на одного получателя поддержки, обеспечивающего софинансирование расходов в размере не менее 15 % от размера получаемого гранта;

2) образовательные услуги субъектам социального предпринимательства;

3) предоставление инфраструктуры;

4) центры инноваций социальной сферы, т. е. самостоятельное юридическое лицо, которые относятся к инфраструктуре поддержки субъектов социального предпринимательства, одним из учредителей которых является субъект РФ или муниципальное образование [42].

В России выделяют следующие модели социального предпринимательства:

1) производство товаров;

2) предоставление социально значимых услуг и работ, в т. ч. для отдельных категорий граждан [23].

В настоящее время социальное предпринимательство на территории

Российской Федерации на постоянной основе поддерживается достаточно ограниченным числом некоммерческих организаций и фондов. Наиболее существенный вклад в его развитие вносит Фонд региональных социальных программ «Наше будущее». Он занимается обеспечением финансирования программ социального предпринимательства. Комплексная поддержка Фондом начинающих социальных предпринимателей включает в себя:

- финансовую поддержку в виде грантов, займов и участия в уставном капитале;
- обучение и консультирование по актуальным вопросам их деятельности;
- информационное обеспечение и продвижение;
- иные формы поддержки.

Каждый проект, поддержанный Фондом, в обязательном порядке оценивается по ряду показателей эффективности, среди которых:

- количество трудоустроенных человек;
- количество обученных человек;
- количество оказанных социальных услуг;
- количество произведенной продукции.

С 2008 года Фонд проводит Региональный конкурс проектов в сфере социального предпринимательства. Наиболее активно участвуют в конкурсах коммерческие организации. Вместе с тем растет доля индивидуальных предпринимателей, предлагающих к рассмотрению свои проекты [33].

Можно с уверенностью говорить о том, что и рост общего числа заявок, и повышение равномерности их распределения внутри категорий свидетельствует об эффективности проводимой Фондом информационной кампании. Социальное предпринимательство включает в свою орбиту все большее число россиян.

Самую высокую активность в подаче заявок на участие проявили жители Пермского края, Волгоградской, Челябинской, Калининградской и Астраханской областей. Широкая география уже рассмотренных проектов и

активная экспансия в регионы позволяют утверждать, что в течение ближайших нескольких лет осведомленность о социальном предпринимательстве достигнет уровня, когда заявители будут представлять все без исключения субъекты Федерации.

Особенно показательна ситуация с проектами, ориентированными на инвалидов, пенсионеров и других категорий малообеспеченных граждан. В последнем случае имеет место десятикратный рост, наглядно показывающий взрыв интереса к решению сложных социальных проблем в данной сфере.

Перенос акцентов в сторону обеспечения потребностей социально незащищенных групп непосредственно связан с увеличением числа индивидуальных предпринимателей, занявшихся социальным бизнесом. Очевидно, что это направление имеет наибольший потенциал роста, и поддержке инициатив индивидуальных предпринимателей следует уделять повышенное внимание.

Среди проектов в сфере социального предпринимательства, получивших поддержку Фонда «Наше будущее», можно особо выделить три.

Это проект «Доспехи» (ООО «Новые реабилитационные технологии «Доспехи»). «Доспехи» представляют собой ортопедическую систему, позволяющую человеку с повреждениями спинного мозга передвигаться, стоять, вставать и садиться без посторонней помощи. Она была разработана и запатентована Алексеем Налоговым. Проект «Доспехи» стал первым социальным предприятием, которое поддержал Фонд. Общий объем инвестиций составил 9,5 млн рублей, из них 5,5 млн – в форме беспроцентного займа. На сегодня Фонду возвращены 50% инвестированных средств. Производство ортопедических систем было организовано на базе медицинского центра Российского государственного медицинского университета, в штате «Доспехов» – 11 человек.

Творческая мастерская «Веселый войлок» (НП «Женская организация социальной поддержки «Женщина, Личность, Общество»). Целью проекта

«Веселый Войлок» стало создание творческой мастерской по изготовлению дизайнерских игрушек-сувениров и бижутерии из войлока. Социальная ориентация проекта заключается в том, что в его реализации участвуют многодетные матери из малообеспеченных семей, не имеющие возможности работать с полной занятостью и нуждающиеся в надомной работе. Финансирование предприятия со стороны Фонда составило 400 тыс. рублей, из них 100 тыс. – в виде беспроцентного займа. Сегодня «Веселый войлок» дает работу 15 женщинам. Предприятие досрочно погасило заем, выданный Фондом в 2008 году, и успешно сотрудничает с производителями и продавцами игрушек из России и зарубежных стран.

«Школа фермеров». Данный проект направлен на подготовку сельских предпринимателей из числа выпускников детских домов Перми. Участие в «Школе фермеров» предоставляет возможность выпускникам детских домов зарабатывать средства, овладевать профессией, чувствовать себя социально защищенными. Особенно важно то, что вовлеченность в такой проект помогает сформировать позитивные ценности, включает сирот в общественные отношения. Кроме того, «Школа фермеров» привлекает молодежь к работе на селе и воспитывает самостоятельных молодых фермеров, способных вести доходный бизнес. Фонд вложил в реализацию инициативы 1 млн рублей, причем полученный заем автор проекта Вячеслав Горелов погасил досрочно. Сегодня проект развивается и трансформируется в Молодежную деревню. Это предприятие сможет готовить будущих фермеров в еще больших масштабах, попутно решая важную социальную задачу [100].

Краткий обзор лишь небольшой доли проектов, получивших поддержку Фонда, позволяет сделать ряд выводов. Все профинансированные проекты нацелены на решение острейших социальных проблем, стоящих перед современной Россией. Для достижения устойчивых, самокупаемых результатов необходимы минимальные начальные инвестиции и серьезная организационная поддержка проектов. Принципиальным становится

создание инфраструктуры развития, опора на которую позволяет быстро выходить на устойчивые финансовые показатели. Это, в свою очередь, делает проекты самостоятельными и дает средства на поддержку новых инициатив. Все социальные предприниматели активно развивают бизнес, расширяют его географию. Движимые идеей решения проблемы, они охотно делятся опытом и наработанными технологиями с теми, кто готов последовать их примеру.

Таким образом, социальные предприятия становятся точками роста, активно формируя институты гражданского общества.

2. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ (НА ПРИМЕРЕ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ)

2.1. Анализ практики социального предпринимательства в решении социальных проблем

Органами исполнительной власти Белгородской области социальным предпринимателям и некоммерческим организациям оказывается как методологическая, так и финансовая поддержка.

В 2013 году Белгородская область была одной из пилотных областей, где открыли Центр инноваций социальной сферы (ЦИСС), основной задачей которого является поддержка и развитие социального предпринимательства.

Для анализа социального предпринимательства как ресурса решения социальных проблем общества на муниципальном уровне автором было проведено исследование, призванное изучить особенности социального предпринимательства как ресурса решения социальных проблем общества. Основным методом исследования стал письменный опрос, в котором приняли участие 35 социальных предпринимателей – выпускников Школы социального предпринимательства на базе ОГБУ «Белгородский региональный ресурсный инновационный центр». Половозрастной состав респондентов: 14 женщин и 21 мужчина в возрасте от 25 до 30 лет (9%), от 30 до 39 лет (77%), от 40 до 49 лет (14%) (Диаграмма 1).

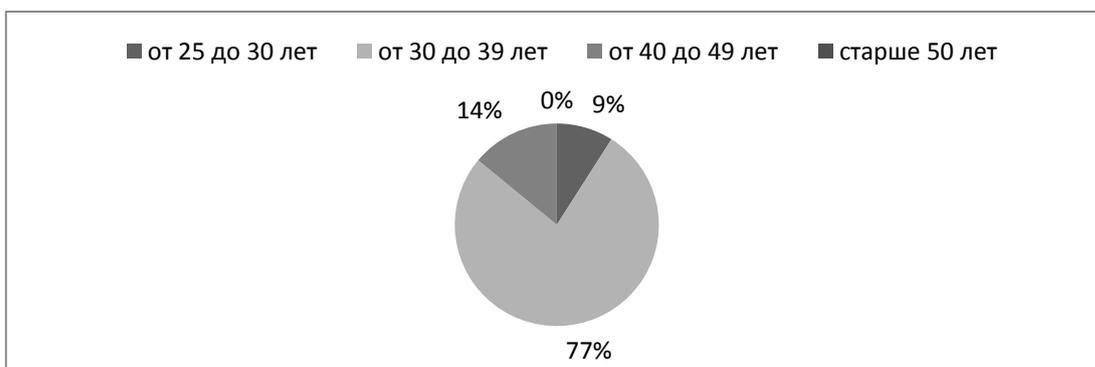


Диаграмма 1. Возраст респондентов.

Выпускники Школы социального предпринимательства имеют свои предприятия. Из числа опрошенных владельцами средних предприятий являются 8% из общего числа респондентов, малых предприятий – 10%, микро предприятий – 3%, индивидуальных предприятий – 33%, крупных предприятий – 46% (Диаграмма 2).

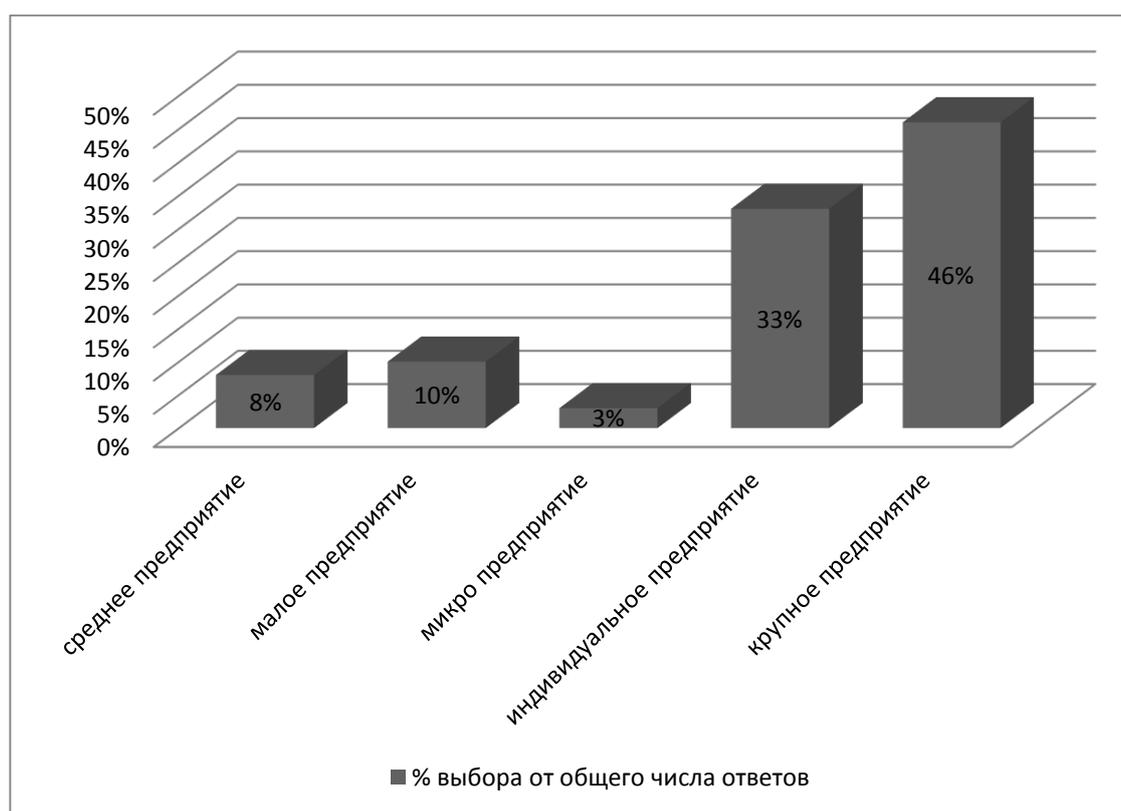


Диаграмма 2. Статус предприятия.

У выпускников Школы социального предпринимательства сформированы различные понятия о социальном предпринимательстве как деятельности.

Так, 11% из общего числа респондентов считают, что социальное предпринимательство – это коммерческая деятельность, направленная на снижение социальных проблем, достижения общественного блага путем оказания социальных услуг. Но 89% из общего числа опрошенных сошлись во мнении, что социальное предпринимательство – это коммерческая деятельность, решающая одновременно задачи получения прибыли и решения социальных проблем (Диаграмма 3).

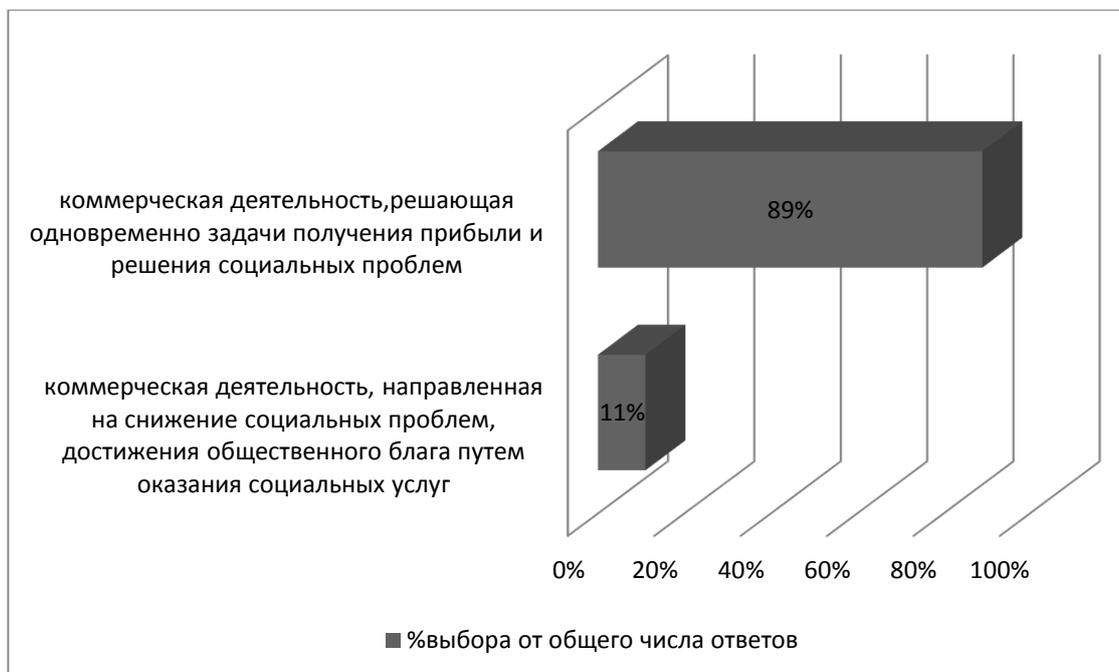


Диаграмма 3. Понятие социального предпринимательства.

Все 100% опрошенных относят свой бизнес к социальному предпринимательству.

Предприятия выпускников Школы социального предпринимательства оказывают различные услуги нуждающимся категориям граждан. Так, например, финансовые услуги предоставляют предприятия 42% от общего числа респондентов, 58% предоставляют бытовые услуги населению (Диаграмма 4).

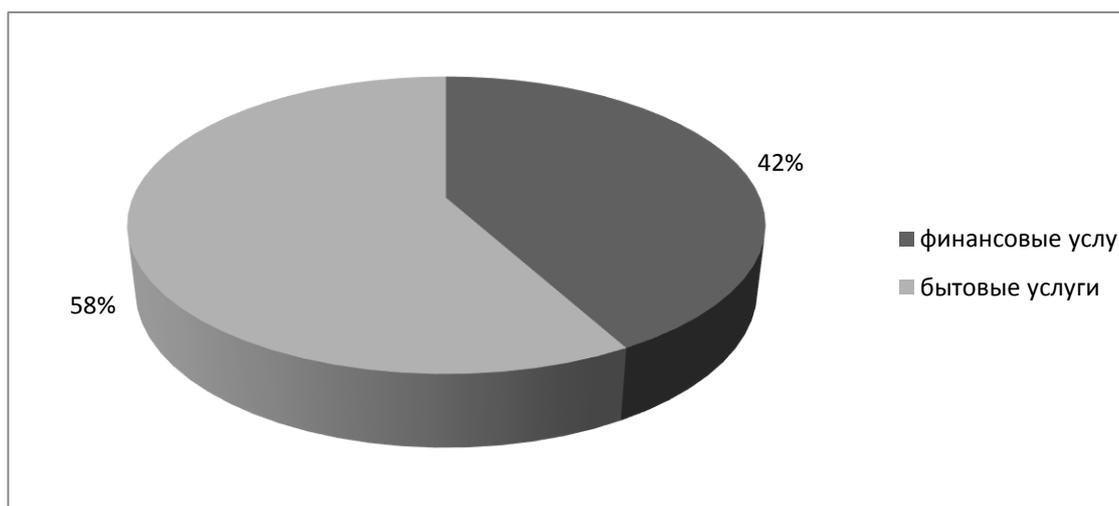


Диаграмма 4. Оказание услуг населению.

Что касается основной аудитории, для которой осуществляется социально-предпринимательская деятельность, то 25% из общего числа

респондентов считают, что социально-предпринимательская деятельность направлена на инвалидов и безработных, а 50% опрошенных – на малообеспеченные категории граждан (Диаграмма 5).

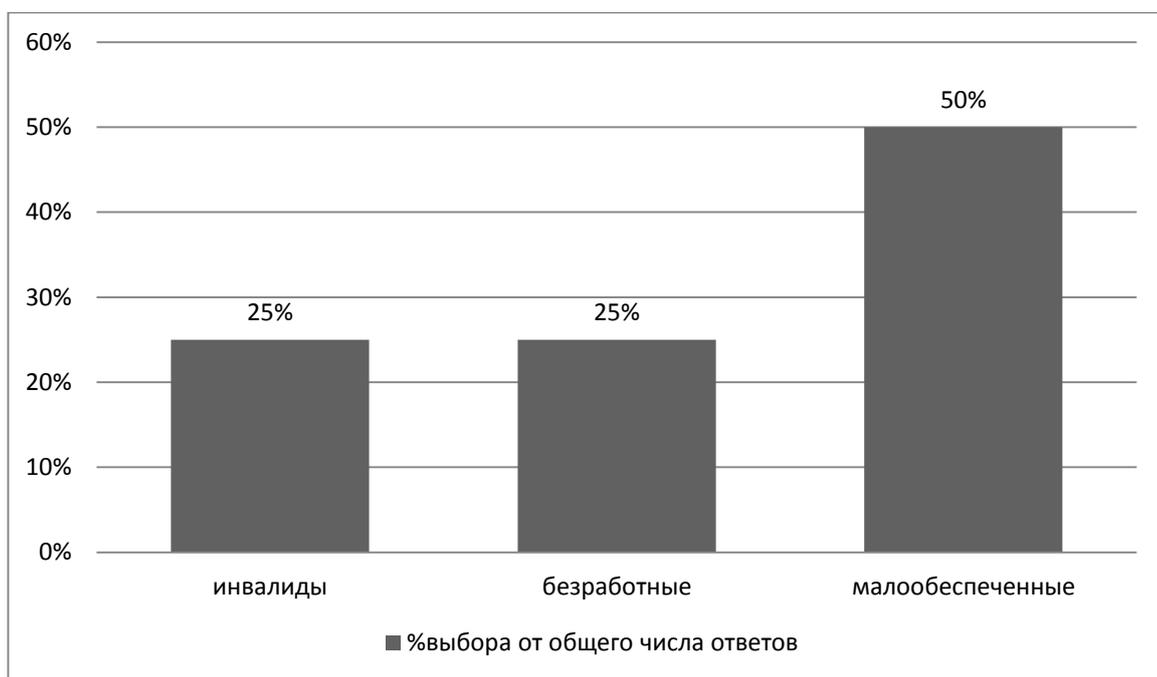


Диаграмма 5. Основная аудитория.

Все 100% опрошенных уверены, что социальное предпринимательство необходимо развивать как приоритетное направление в условиях рыночных отношений.

Респондентам было предложено выделить предпосылки развития социального предпринимательства на территории Белгородской области. Так, 41% опрошенных считают, что таковыми являются возможность сглаживания острых вопросов общества, ускорение их решения путем повышения количества заинтересованных лиц. О необходимости повышения уровня сознательности, развития чувства ответственности у людей путем приобщения их к сфере деятельности через действия социальных организаций на коммерческой основе, заявляют 26% респондентов. 22% из числа опрошенных говорят о создании конкурентной среды для повышения качества оказываемых услуг со стороны организаций, заинтересованных в этом своим непосредственным участием. Низкую эффективность решения

социальных проблем со стороны уполномоченных органов в лице различных социальных и благотворительных фондов как предпосылкой развития социального предпринимательства на территории нашего региона считают лишь 7% респондентов. И 4% утверждают, что таковой является возможность создания систем, регулирующих и компенсирующих разницу в возможностях и благополучии людей, в различных сферах общества на основе организаций в сфере социального предпринимательства, тем самым позволяя регулировать решение социальных проблем на самоподдерживающейся основе под контролем государства за качеством предоставляемых услуг (Диаграмма 6).



Диаграмма 6. Предпосылки развития социального предпринимательства.

Среди проблем социального предпринимательства в сложившихся условиях рыночных отношений на территории Белгородской области 91% выпускников Школы социального предпринимательства отметили такие, как

потребность в помещениях для реализации социально-предпринимательской деятельности. 39% из числа опрошенных отметили налоговую нагрузку, 37% указали на малоэффективный маркетинг, 34% нуждаются в кадрах (Диаграмма 7).

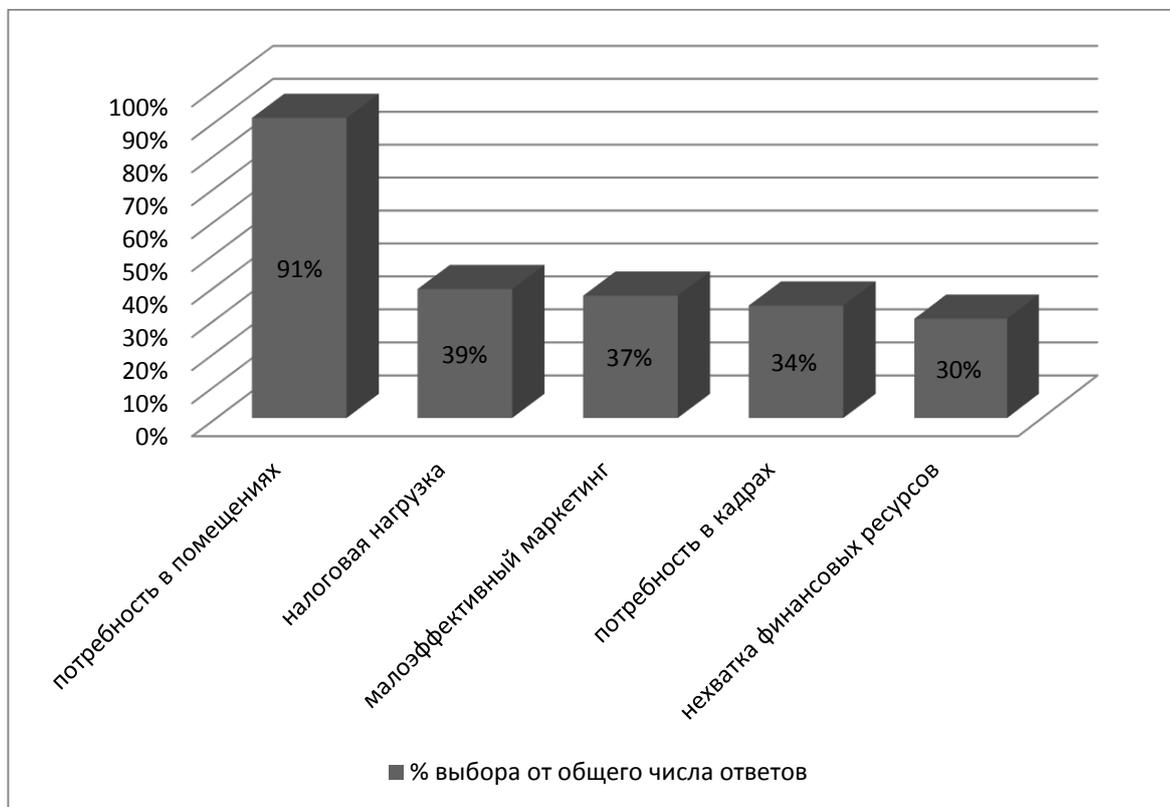


Диаграмма 7. Проблемы социального предпринимательства.

Одними из самых острых проблем современного социального предпринимательства 81% респондентов обозначили такие, как проблема кредитования, 69% опрошенных заявили о несовершенном существующем законодательстве, 20% говорят о несформированном престиже профессии социального предпринимателя в Белгородской области, 14% сталкиваются с административными барьерами и 8% респондентов считают низким уровень инновационной активности малых предприятий (Диаграмма 8).

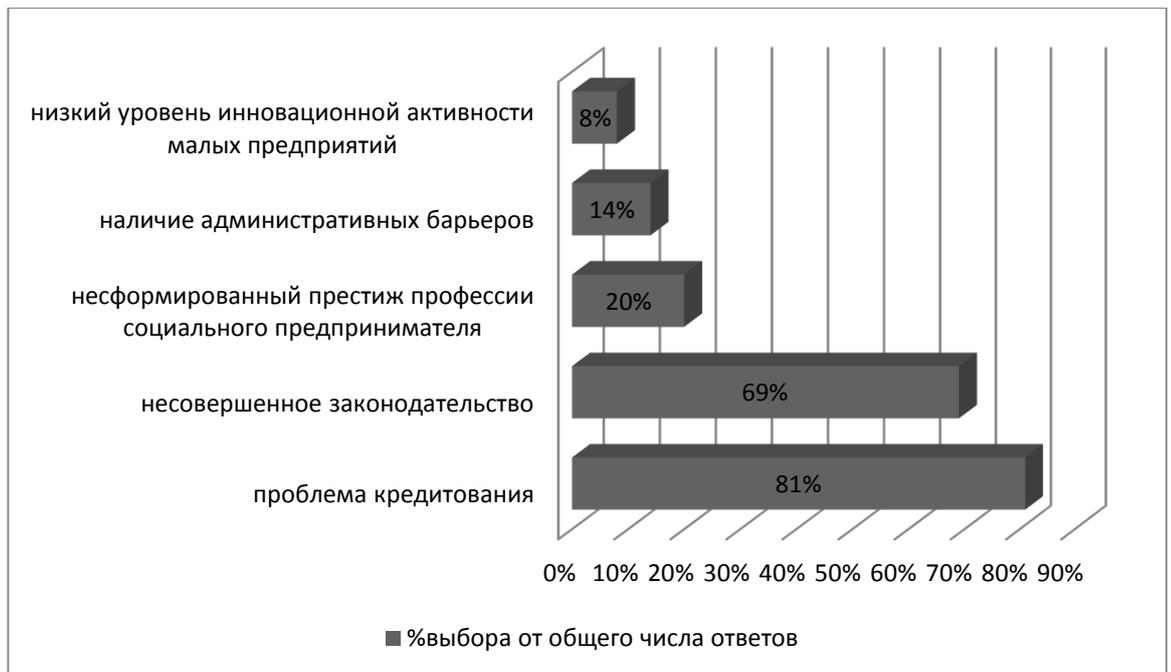


Диаграмма 8. Проблемы социального предпринимательства.

Таким образом, деятельность социальных предпринимателей будет развиваться и становиться эффективнее для решения социальных проблем общества, т.к. социальные предприниматели готовы принимать участие в реализации социальных бизнес-проектов, решающих конкретные проблемы населения в условиях рыночных отношений.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Социальное предпринимательство является частью любой социально-экономической системы, основанной на началах частной собственности и конкуренции. Понятие социального предпринимательства многогранно и отображает широкий спектр задач, функций и особенностей, свойственных ему. Даже название указывает на то, что именно решение или смягчение существующих социальных проблем приоритетно для данного вида бизнеса. Извлечение прибыли в этом случае не является основополагающим. Позитивность, устойчивость и измеримость достигнутых социальных результатов выступают основой для благоприятного социального развития общества, а социальный предприниматель ставит перед собой цель – внести положительные изменения в инфраструктуру общественной системы, имеющие долгосрочный эффект.

Предприниматель-собственник – центральная фигура в гражданском и торговом обороте, он – главное действующее лицо рынка, гарант стабильности гражданского общества. По сути, социальное предпринимательство – это бизнес-решение социальной проблемы. Социальная проблема, которую пытается решить социальный предприниматель, является отправной точкой его бизнеса.

Социальное предпринимательство – это не просто бизнес, в котором возможны пожертвования процентов от прибыли в пользу благотворительности, а бизнес, который является ресурсом социальной поддержки населения, где социальная цель является основополагающей. Экономическая эффективность частного бизнеса с ориентацией на решение наиболее острых проблем клиента – основная характеристика деятельности социального предприятия.

В современных условиях социальное предпринимательство является важнейшим структурным элементом не только рыночной экономики, но и гражданского общества в целом, затрагивающим все его сферы.

Развитие социального предпринимательства сталкивается с рядом трудностей. Возможными направлениями преодоления препятствий могут выступать укрепление стабильности социально-экономического развития; совершенствование правового воздействия и повышения правовой культуры населения; создание современного законодательства о социальном предпринимательстве; неукоснительное выполнение законов и иных правовых актов; активизация деятельности самих социальных предпринимателей и ряд других.

Однако, несмотря ни на что, российские предприниматели стремятся постепенно завоевать твердые позиции на мировой арене, и, наверняка через какой-то промежуток времени они будут лидировать, так как по своим качествам они не только не отстают, но и во многом опережают западных коллег.

Развитие социального предпринимательства определяется состоянием и уровнем рыночных отношений и, прежде всего, наличием необходимых условий для свободы частного сектора в экономике. Таким образом, неотъемлемым атрибутом рыночных отношений является социальное предпринимательство, где главной отличительной чертой предпринимательской деятельности выступает свободная конкуренция

Сейчас от социальных предпринимателей зависит во многом возрождение России, улучшение качества жизни нуждающихся категорий граждан, но для этого они должны заботиться не только о получении прибыли, но и о достижении социального эффекта путем решения социальных проблем населения.

Несмотря на наличие серьезных примеров, для дальнейшего развития социального предпринимательства, по мнению экспертов, необходимо разработать отдельный закон о социальном предпринимательстве, а также доработать и расширить законодательные акты. Например, разработать и прописать в законодательстве субъекты социального предпринимательства, включая коммерческие и некоммерческие организации, индивидуальных

предпринимателей, обозначить требования и ограничения для такого рода деятельности, а также установить налоговые льготы, на которые они могут рассчитывать. Следующим шагом могло бы стать создание отдельных корпоративных форм или типов компаний для субъектов социального предпринимательства.

Таким образом, деятельность социальных предпринимателей на сегодняшний день находится на стадии своего развития, способна эффективно решать социальные проблемы общества. Кроме того, все больший охват приобретает целевая аудитория, для которой осуществляется социально-предпринимательская деятельность, активно расширяется спектр оказываемых услуг населению.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации [Текст]: [федер. закон: принят Гос. Думой 6 июля 2007 г.: по состоянию на 3 марта 2016 г.]. – М.: Московский филиал ЛГУ им. А.С. Пушкина, 2014. – 94 с.

2. О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросу поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций [Текст]: [федер. закон: принят Гос. Думой 24 марта 2010 г.: по состоянию на 21 ноября 2015 г.]. – М.: Юстинциформ, 2015. – 81 с.

3. Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации [Текст]: [федер. закон: принят Гос. Думой 23 дек. 2013 г.: по состоянию на 30 дек. 2015 г.]. – СПб.: Victory: Стаун-кантри, 2014. – 97 с.

4. Социальный кодекс Белгородской области [Текст]: [закон: принят Обл. Думой 28 дек. 2004 г.]. — Белгород: Преображение, 2015. – 62 с.

5. О мерах по финансовой поддержке малого и среднего предпринимательства области [Текст]: [постановление: принято Обл. Думой 20 окт. 2008 г.]. — Белгород: Преображение, 2014. – 46 с.

6. Андрианов, А.Ю. Социальное предпринимательство как эффективный инструмент управления [Текст]/ А.Ю. Андрианов, Д.А. Грехова // Креативная экономика. – 2013. – № 11. – С. 83-87

7. Антонова, М. Некоммерческий сектор: литература и другие источники информации [Текст]/ М. Антонова. – М.: САР, 2012. – 50 с.

8. Арай, Ю.Н. Социальное предпринимательство в начале XXI века: основные понятия и особенности [Текст]/ Ю.Н. Арай // Российский журнал менеджмента. – 2013. – № 1. – С. 111-130

9. Арионеску, С. Третий сектор и его роль в реформировании социальной сферы [Текст]/ С. Арионеску. – М.: Центр соц. предпр-ва и исслед., 2015. – 20 с.

10. Афанасьев, Д.В. Инструмент для оценки социальной ответственности бизнеса [Текст] / Д.В.Афанасьев. – Управленческие науки. – 2012. – № 1 (2). – С. 57-60
11. Байрактар, Ю.А. Понятие социальной ответственности предприятий и ее эволюция [Текст]/ Ю.А. Байрактар // 2014. – № 1 (19). – С. 92-100
12. Банкет, А.Н. Социальная ориентированность как основа формирования и развития культуры предпринимательства [Текст]/ А.Н. Банкет // Омский научный вестник. – 2014.– № 2 (126). – С. 69-72
13. Беспалова, Ю.М. Ценностные ориентации предпринимательства России [Текст]/ Ю. М. Беспалова // СПб.: СПбГУЭФ, 2013. – 199 с.
14. Богатенкова, Е.Ю. Социальная ответственность бизнеса в контексте задач повышения качества жизни населения [Текст]/ Е.Ю. Богатенкова // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2011. – № 4. – С. 113-116
15. Борнштейн, Д. Как изменить мир: социальное предпринимательство и сила новых идей [Текст]/ Д. Борнштейн. – М.: Альпина Паблишер, 2012. – 497 с.
16. Векслер, А. Ф. Зачем бизнесу спонсорство и благотворительность [Текст]/ А Ф. Векслер, А. Г. Тульчинский. – Н. Новгород: PR-эксперт, 2012. – 106 с.
17. Ветрова, Е.А. Социальное предпринимательство как фактор социально-экономического развития общества [Текст]/ Е.А. Ветрова // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2015. – № 1 (141). – С. 20-24
18. Вишневский, Я. Проблематика социальной ответственности в процессе экономического развития [Текст] / Я. Вишневский // Управление экономическими системами: научн. журнал – № 2. – 2014. – С. 61-68
19. Владыко, А.К. Роль социальной ответственности бизнеса в современной деловой практике [Текст] / А.К. Владыко // Управление

человеческими ресурсами – основа развития инновационной экономики. – 2014. – № 5. – С. 295-298

20. Власов, Е. Социальное предпринимательство: эволюция взглядов и подходов [Текст]/ Е. Власов // РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция. – 2013. – № 3. – С. 129–131

21. Гаврилова, Н.М. Третий сектор: механизм некоммерческого хозяйствования [Текст]/ Н.М. Гаврилова, Е. В. Пономаренко. – М., 2013. – 190 с.

22. Гамольский, П. Ю. Финансовые механизмы деятельности неправительственных некоммерческих организаций [Текст]/ П.Ю. Гамольский. – М.: ГУУ, 2011. – 60 с.

23. Глазырин, М.В. Инновационный социально-производственный комплекс на уровне муниципального образования [Текст]/ М.В. Глазырин // Центр, эконом.-математ. ин-т РАН. М.: Наука, 2014. – 307 с.

24. Городецкая, И. Благотворительные и другие добровольческие организации Великобритании [Текст]/ И. Городецкая // МЭМО. – 2011. – № 11. – С. 147-161

25. Государство и негосударственные некоммерческие организации: формы поддержки и сотрудничества. – М.: Сигналь, 2012. – 176 с.

26. Грехова, Д.А. Социальные аспекты предпринимательства [Текст]/ Д.А. Грехова // Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 2 55). – С. 941-943

27. Гришина, Я.С. Правовая регламентация государственно-частного партнерства в условиях формирования правовой модели социального предпринимательства [Текст]/ Я.С. Гришина // Вестник Поволжской академии государственной службы. – 2013. – № 3. – С. 35-42

28. Гришина, Я.С. Публично-правовые средства государственной поддержки социальных предприятий малого и среднего бизнеса [Текст]/ Я.С. Гришина // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2012. – № 5. – С. 102-106

29. Гришина, Я.С. Социальное предпринимательство как правовая модель реформирования социально-правовой политики государства [Текст]/ Я.С. Гришина // Правовая политика и правовая жизнь. – 2012. – № 4. – С. 52-55

30. Грищенко, И. О благотворительной деятельности коммерческих и финансовых организаций [Текст]/ И. Грищенко // Деньги и благотворительность. 2013. – № 5. – С. 6-8

31. Грищенко, Ю.И. Тенденции и направления развития социального предпринимательства в России [Текст] / Ю.И. Грищенко // Некоммерческие организации в России. – 2013. – № 4. – С. 38-44

32. Давыденко, В. А. Предпринимательское поведение в России как объект социального управления [Текст]/ В. А. Давыденко. – М., 2013. – 120 с.

33. Дарден-Филлипс, К. Ваш шанс изменить мир: практическое пособие по социальному предпринимательству [Текст] / К. Дарден-Филлипс; Фонд регион. соц. программ «Наше будущее», 2-е изд. – М.: Альпина Паблишер, 2013. – 279 с.

34. Дрокин, О. Г. Некоммерческие фонды и организации. Правовые аспекты [Текст]/ О. Г. Дрокин и др. – М.: Филинь, 2011. – 331 с.

35. Емельянов, С.В. Социально ориентированная концепция развития предпринимательства [Текст]/ С.В. Емельянов // Экономика и управление. – 2015. – № 1 (123). – С. 24-27

36. Жданова, Д.М. Практика реализации социальной ответственности бизнеса в России [Текст]/ Д.М. Жданова // Интеллектуальный потенциал XXI века: ступени познания. – 2012. – № 9-2. – С. 109-113

37. Жильцов, Е.Н. Экономика общественного сектора и некоммерческих организаций [Текст]/ Е. Н. Жильцов. М.: МГУ. – 2014. – 185 с.

38. Забродин, В.Ю. Социальная ответственность бизнеса и социальный контроль [Текст]/ В.Ю. Забродин // Креативная экономика. – 2013. – № 3 (75). – С. 108-114

39. Заславская, Т. И. Бизнес-слой российского общества: сущность, структура, статус [Текст]/ Т.И. Заславская //СОЦИС. – 2015. – № 3. – С. 23-26
40. Заславская, Т. И. Предпринимательство как особый вид деятельности [Текст]/ Т. И. Заславская // СОЦИС. – 2013. – № 2. – С. 15-19
41. Заславская, Т. И. Социальная структура современного Российского общества [Текст]/ Т.И. Заславская // Общественные науки и современность. — 2014. – № 2. – С. 5-23
42. Заславская, Т.И. Социальный механизм трансформации российского общества [Текст]/ Т.И. Заславская // Социологические исследования. – 2012. – №7. – С. 7-11
43. Захарченко, О.А. От благотворительности к социальному предпринимательству [Текст]/ О.А. Захарченко // Вестник Иркутского Государственного Технического Университета. – 2012. – № 3. – С. 296-298
44. Захарченко, О.А. Социальное предпринимательство – новый инструмент трудоустройства людей с ограниченными возможностями [Текст]/ О.А. Захарченко // Вестник Иркутского Государственного Технического Университета. – 2012. – № 2. – С. 216-218
45. Зверева, Н. Социальное предпринимательство: новые веяния и пути развития [Текст]/ Н. Зверева // Эксперт. – 2014. – № 26. – С. 38-42
46. Зубарева, Л.В. Анализ категорий сущности социальной ответственности бизнеса [Текст] / Л.В. Зубарева. – М.: МИЭМ, 2014. – С. 59-73.
47. Иванов, Н. Ю. Социально-экономические функции малого бизнеса в российской экономике [Текст] / Н. Ю. Иванов. – М.: Высш. школа, 2013. – 96 с.
48. Иванова, Д.Е. Инновационный потенциал социального предпринимательства: зарубежный опыт и российские реалии [Текст]/ Д.Е. Иванова // Экономика: теория и практика. – 2015. – № 1 (37). – С. 74-78

49. Кадол, Н. Ф. Концептуальные основы развития социального предпринимательства [Текст] / Н. Ф. Кадол // Известия Гомельского гос. ун-та им. Ф. Скорины. – 2011. – № 1. – С. 84-90

50. Кадол, Н. Ф. Малое предпринимательство как фактор социального развития общества [Текст]/ Н.Ф. Кадол // Становление цивилизованного рынка как доминанта социально-экономического развития общества: сб. науч. ст. М.: МИЭМ, 2015. – С. 49-52.

51. Кадол, Н.Ф. Социальное предпринимательство в рыночной экономике [Текст]/ Н. Ф. Кадол. – Брянск: Дельта, 2011. – 148 с.

52. Кадол, Н.Ф. Экономические факторы и стимулы социального предпринимателя [Текст]/ Н. Ф. Кадол // Общество в условиях трансформации социально-экономической системы: проблемы экономики и права: сб. науч. ст. – М.: ИПЭ, 2014. – Ч. 12. – С. 48-52

53. Калугина, Т. Феномен социального предпринимательства и региональное развитие [Текст]/ Т. Калугина // Власть. – 2013. – № 10. – С. 32-35.

54. Карамова, О.В. Социальная ответственность российского предпринимательства [Текст]/ О.В. Карамова // Традиции и опыт российского предпринимательства: История и современность: сб. науч. тр. Волгоград, 2015. – С. 67-71

55. Каратеева, П. Социальный бизнес: благородные побуждения, приносящие прибыль [Текст] / П. Каратеева // Служба кадров и персонал. – 2013. – № 8. – С. 12-14

56. Карпочева, О.Е. Влияние социальной ответственности бизнеса на жизнь современного общества [Текст]/ Теоретические и прикладные аспекты современной науки. – 2014. – № 5-2. – С. 211-213

57. Киварина, М.В. Особенности становления российской модели социальной ответственности бизнеса [Текст]/ Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2011. – № 4. – С. 126-130

58. Кикал, Д. Социальное предпринимательство. Миссия – сделать мир лучше [Текст]/ Д. Кикал, Т. Лайонс; пер. с англ. [П. Миронов]. – М.: Альпина Паблишер, 2014. – 303 с.

59. Крючкова, О.М. Коммерческий сектор в решении социальных проблем [Текст]/ О.М. Крючкова // Социальные науки. – 2015. – Т. 1. – № 2-1 (5). – С. 12-15

60. Крючкова, О.М. Социальное предпринимательство как феномен современной экономики [Текст]/ О.М. Крючкова, Е.В. Бережная // Социальные науки. – 2015. – Т. 1. – № 2-1 (5). – С. 50-54

61. Кудрявцева, Г. А. Предпринимательская деятельность некоммерческих организаций [Текст]/ Г. А. Кудрявцева // Юридический мир. № 3. – 2012. – С. 57

62. Лапина, Г. Социальное измерение развития третьего сектора/ Г. Лапина [Текст] // Рос. экон. журн. – 2011. – № 7. – С. 87-90

63. Лескова, Ю. Г. Саморегулируемая организация как правовая модель внедрения и развития социального предпринимательства [Текст]/ Ю.Г. Лескова // Юрист. – 2013. – № 11. – С. 13-17

64. Мамонова, А.В. Зарубежные модели социального предпринимательства [Текст]/ А.В. Мамонова // Высшая школа экономики. – 2015. – № 5. – С. 61-63

65. Мамонова, А.В. Становление социального предпринимательства в России [Текст]/ А.В. Мамонова // Научная перспектива. – 2015. – № 2. – С. 28-30.

66. Марков, М. Теория социального управления [Текст]/ М. Марков. – М.: Прогресс, 2013. – 447 с.

67. Матакаева, Ф.Ю. Проблемы развития социально ответственного предпринимательства в контексте развития новой социальной экономики [Текст] / Ф.Ю. Матакаева // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. – 2012. – № 1-1.– С. 84-88

68. Михайлова, А.Р. Социальная ответственность бизнеса в России: прошлое и настоящее [Текст]/ А.Р. Михайлова // Известия Московского государственного технического университета МАМИ. Т. 1. – 2013. –№ 4 (18). – С. 40-43

69. Михалёв, И. В. Предпринимательство в современной России: теория и социально-экономическая реальность. Социологический анализ [Текст]/ И. В. Михалёв. – М., 2011. – 127 с.

70. Московская, А.А. Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исслед. [Текст]/ А.А. Московская // Высш. шк. экономики, Нац. исслед. ун-т. – Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2011. – 282 с.

71. Орлов, М. Б. Предпринимательство в современной России: сущность, структура, формы, основные функции [Текст] / М. Б. Орлов// Труд и социальные отношения. – 2012. – № 2. – С. 17-22

72. Орлов, М. Б. Тенденции развития социальных функций предпринимательства в современном российском обществе [Текст] / М. Б. Орлов. – М., 2013. – 89 с.

73. Орлова, Е.В. Социальная эффективность предпринимательской деятельности в трансформирующемся российском обществе [Текст]/ Е.В. Орлова. – Саратов, 2013. – 144 с.

74. Погорелов, И.З. Социальная ответственность бизнеса в современном российском обществе [Текст]/ И.З. Погорелов // Аграрный вестник Урала. – 2012. – № 11-2 (106). – С. 35-39

75. Попов, Ю.Н. Организации предпринимателей России: становление и борьба за влияние [Текст] / Ю. Н. Попов // Проблемы теории и практики управления. – 2015. – № 3. – С. 22-28

76. Попов, Ю.Н. Российское предпринимательство: социальный портрет [Текст] / Ю. Н. Попов // Человек и труд. – 2015. – № 2. – С. 21-26

77. Радев, В.В. Социология рынков: к формированию нового направления [Текст] / В. В. Радаев. – М.: ГУ-ВШЭ, 2013. – 187 с.

78. Разваляева, Н.В. Маркетинг в социальном предпринимательстве [Текст]/ Н.В. Разваляева // Ученые записки Тамбовского отделения Ро-СМУ. – 2015. – № 3. – С. 107-110

79. Смольков, В. Г. Предпринимательство и бизнес в России [Текст]/ В. Смольков. М.: Луч, 2014. – 118 с.

80. Смольков, В. Г. Предпринимательство как особый вид деятельности [Текст]/ В. Г. Смольков // Социологические исследования. – 2014. – № 2. – С. 34-41

81. Стагниева, Ю.И. Государственная поддержка развития социального предпринимательства в России [Текст] / Ю.И. Стагниева // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2015. – № 1. – С. 323-325

82. Стиглиц, Дж. Ю. Экономика государственного сектора [Текст] / Дж. Ю. Стиглиц; пер. с англ. М.: МГУ, ИНФРА. – М., 2014. – 720 с.

83. Темникова, Л. А. Благотворительность в контексте духовного развития общества [Текст]/ Л. А. Темникова. Калуга: КГПУ, 2015. – 135 с.

84. Хайек, Ф. Конкуренция как процедура открытия [Текст]/ Ф. Хайек // Мировая экономика и международные отношения. – 2011. – № 12. – С. 12-19

85. Ходов, Л.О. О структуре малого бизнеса и особенностях его мотивации [Текст]/ Л. О. Ходов // Вопросы экономики. – 2012. – № 7. – С. 147-151.

86. Чепуренко, А. Ю. Малое предпринимательство в социальном контексте [Текст]/ А. Ю. Чепуренко. – М.: Наука, 2014. – 134 с.

87. Чернышева, Н.И. Социальная ответственность бизнеса в решении социальных проблем [Текст]/ Н.И. Чернышева // Вестник Международной академии системных исследований. Информатика, экология, экономика. Т. 15. – 2013. – № 2. – С. 187-192

88. Чхутиашвили, Н.В. Принцип социальной ответственности и развитие этики бизнеса [Текст] / Н.В. Чхутиашвили // Управление экономическими системами: научн. журнал – № 6. – 2012. – С. 23-27
89. Шейман, И. М. Коммерческая и некоммерческая деятельность в социальной сфере [Текст] / под ред. И. М. Шеймана и др.; РАН, ИМЭМО. – М.: Наука, 2012. – 156 с.
90. Шекова, Е. Л. Экономика и менеджмент некоммерческих организаций [Текст] / Е. Л. Шекова. СПб.: Лань, 2014. – 192 с.
91. Шубина, Л. Портрет социального предпринимателя: ключевые характеристики [Текст]/ Л. Шубина // Городское управление. – 2013. – № 6. – С. 76-92.
92. Шумпетер, И. Теория экономического развития [Текст]/ И. Шумпетер. – М., Прогресс, 2012. – 182 с.
93. Юрьева, Т. В. Некоммерческая организация. Экономика и управление [Текст] / Т. В. Юрьева. М., 2011. – 134 с.
94. Юрьева, Т. В. Экономика некоммерческих организаций [Текст] / Т. В. Юрьева. – М.: Юрист, 2012. – 320 с.
95. Белгородский региональный ресурсный инновационный центр [Электронный ресурс]. – <http://www.brric.ru/h/subdivisions/ciss.html>
96. Департамент экономического развития Белгородской области [Электронный ресурс]. – <http://www.derbo.ru/>
97. Новый бизнес: социальное предпринимательство: портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nb-forum.ru/>
98. Правительство Белгородской области [Электронный ресурс]. – <http://www.belregion.ru/>
99. Управление социальной защиты населения Белгородской области [Электронный ресурс]. – <http://xn--31-slcysl.xn--p1ai/>
100. Фонд региональных социальных программ «Наше будущее» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nb-fund.ru/>

101. Центр инноваций социальной сферы Белгородской области [Электронный ресурс]. – <http://www.ciiss31.ru/index.php/ru/>

102. Центр межфинансовых отношений Белфинанс [Электронный ресурс]. – <http://belfinance.ru/>