



ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

АНАЛИЗ ПРОБЛЕМ И ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ПРИМОРСКОМ КРАЕ

К.В. Смицких,

доцент кафедры экономики и управления Владивостокского государственного университета экономики и сервиса,
кандидат экономических наук
smitskikh89@mail.ru

В условиях кризисных тенденций, обусловленных последствиями пандемии, социальный бизнес является наиболее уязвимым сектором, и требует системной и непрерывной работы со стороны властных структур по созданию максимально благоприятной экосистемы для его развития. В статье проведен анализ результатов социологического опроса предпринимателей и представителей местного предпринимательского сообщества, на предмет выявления стимулов и барьеров по ведению социального предпринимательства в Приморском крае. Низкая популяризация, а также имеющиеся проблемные зоны, не позволяют социальному предпринимательству в полной мере раскрыть свой потенциал и генерировать синергетический эффект его развития, в связи с чем, авторами были предложены основные направления его комплексной поддержки.

Ключевые слова: социальное предпринимательство, Приморский край, экосистема, инструменты поддержки социального предпринимательства, популяризация социального предпринимательства

УДК 332.14 ББК 65.04

В настоящее время сфера социального предпринимательства имеет низкую популяризацию среди представителей бизнеса. Текущие тенденции активно обсуждаются на уровне органов власти, однако существующая финансовая поддержка и низкий уровень воздействия инструментов государственного регулирования не позволяют в полной мере раскрыть потенциал социальных предприятий.

Социальное предпринимательство занимается решением острых социальных проблем при помощи бизнес-схем. Воздействие данного вида предпринимательства на социальную сферу общества специфично тем, что осуществляется не с помощью традиционных предпринимательских способов, а с помощью социального капитала, доверия и сотрудничества, поощрения инициативы.

Обобщив мнения отечественных ученых, авторы пришли к мнению, что социальное предпринимательство представляет собой гибридную деятельность, которой присущи черты инновационной и коммерческой, направленную на решение или смягчение социальных проблем в обществе [1; 2; 3; 4]. Основные характеристики социального предпринимательства представлены на рис. 1.

В соответствии с действующим законодательством, под социальным предпринимательством понимается «предпринимательская деятельность, направленная на достижение общественно полезных целей, способствующая решению острых социальных проблем граждан и общества и осуществляемая в соответствии с условиями, предусмотренными частью 1 статьи 24.1 ФЗ № 245 от 26 июля 2019 г.: 1) предприятия, где более 50% сотрудников из социально уязвимых категорий населения; 2) предприятие реализовывает продукцию, произведенную социально уязвимыми гражданами; 3) производит товары для социально уязвимых граждан; 4) более 50% прибыли направлено на общественно-полезные цели» [5].

В экосистеме социального предпринимательства выделяют следующие группы сторон, взаимодействующих между собой (рис. 2). В данном контексте, под экосистемой социаль-

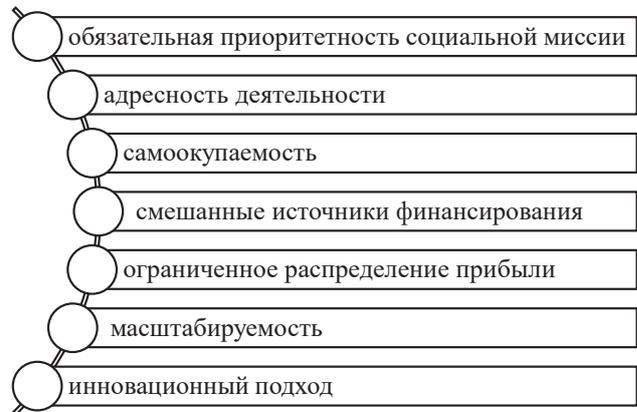


Рис. 1. Основные характеристики социального предпринимательства

ного предпринимательства, следует понимать экономическое сообщество взаимосвязанных субъектов и институтов, выступающих катализатором взаимодействия участников через материальную и нематериальную составляющую, с целью создания благоприятной среды для работы и жизнедеятельности социально незащищенных слоев населения [6].

Развитие экосистемы социального предпринимательства в Приморском крае — соответствует направлениям государственной политики в области социально-экономического развития России, утвержденных Указом Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 года № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года».

Нестабильные условия внешней среды пагубно влияют на развитие социального бизнеса, что обуславливает необходимость системной и непрерывной работы со стороны органов власти по созданию благоприятной экосистемы для его разви-

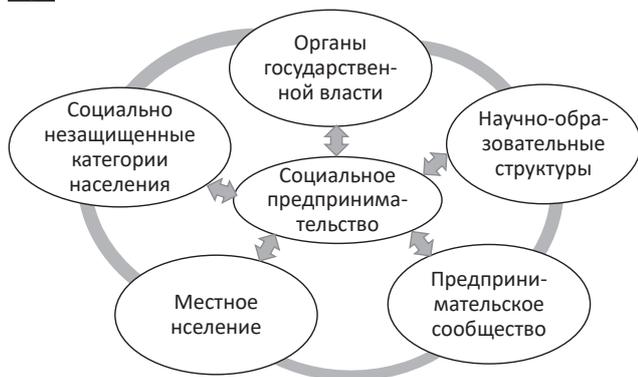


Рис. 2. Экосистема социального предпринимательства

тия. Результаты исследований развития предпринимательских экосистем в России, свидетельствуют о ее стихийном формировании с начала 1990-х годов.

Процесс взаимодействия государства и бизнеса чаще всего сопровождается отсутствием слаженности. Действующие финансовые инструменты поддержки социального бизнеса, в том числе выделение грантов, осуществление финансовой поддержки, предоставление налоговых льгот, компенсация затрат, связанных с трудоустройством инвалидов, внедрение системы квотирования рабочих мест, на практике не реализуются в полной мере.

По данным официального сайта субъекта РФ, на начало 2021 года в Приморском крае числится более 40 социальных предприятий [7]. Основные направления социального бизнеса представлены на рис. 3.

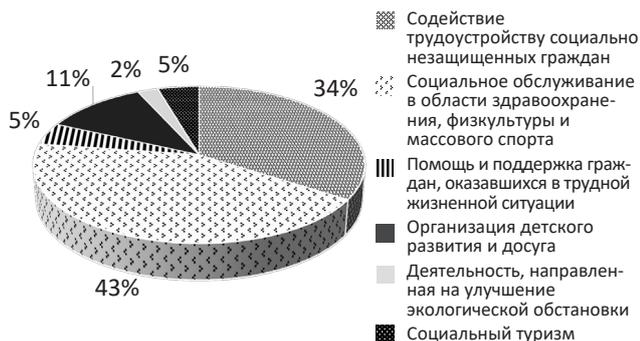


Рис. 3. Основные направления социального предпринимательства в Приморском крае

Проанализировав данные, представленные на рис. 3, отмечается, что 43% социальных предприятий Приморского края нацелены на социальное обслуживание в области здравоохранения. Еще одним значимым направлением считается содействие трудоустройству социально незащищенных граждан, что составляет 34%. Только 11% предприятий уделяет внимание организации детского развития и досуга.

Меньше всего в Приморском крае развиты следующие виды деятельности:

- помощь и поддержка граждан, оказавшихся в трудной жизненной ситуации;
- социальный туризм;
- деятельность, направленная на улучшение экологической обстановки.

В рамках настоящего исследования, автором был проведен социологический опрос предпринимателей и представителей местного предпринимательского сообщества для выявления стимулов и барьеров по ведению социального бизнеса в Приморском крае. В исследовании приняли участие 150 предпринимателей. При статистическом анализе было выявлено, что 39% опрошиваемых составили индивидуальные предприниматели, 51% опрошиваемых имели правовую форму бизнеса ООО.

Исходя из рис.4 следует, что предприниматели отмечают неразвитую инфраструктуру поддержки социального предпринимательства как одну из наиболее значимых проблем, также



Рис. 4. Барьеры, препятствующие развитию социального предпринимательства

35% респондентов отмечают дефицит доступных финансовых ресурсов, 19% малый опыт продвижения проектов социального предпринимательства на публичных площадках и в СМИ. Низкий потенциал масштабируемости — одна из ключевых проблем по мнению респондентов, препятствующая росту социальных предприятий.



Рис. 5. Меры, необходимые для популяризации социального предпринимательства по мнению респондентов

Для популяризации социального предпринимательства, большинство респондентов (74%) предлагают ввести поощрения компаний, деятельность которых способствует созданию сетевого социального предпринимательства; за распространение информации о социальном предпринимательстве в СМИ проголосовало 19% опрошиваемых.

Отмечается, что многие предприниматели, не имеющие статус социального предприятия на момент проведения опроса, хотели бы заниматься социальным предпринимательством, но находят что ближайшее будущее не лучшее время для этого (рис. 6).

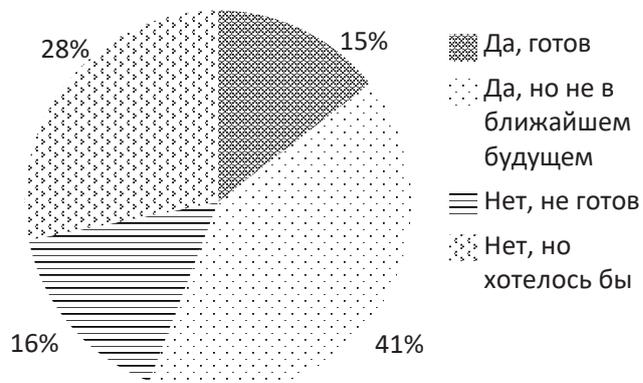


Рис. 6. Готовность респондентов заниматься социальным предпринимательством

По мнению респондентов, были определены три самых привлекательных способа ведения социального предпринимательства

тельства: 29% опрошиваемых выбрали обеспечение культурно-просветительной деятельности, 18% предоставление образовательных услуг группам граждан, имеющим ограниченный доступ к образовательным услугам, и 15% выбрали содействие профессиональной ориентации и трудоустройству, включая содействие самозанятости.

На основе результатов автором были предложены основные направления комплексной поддержки социального предпринимательства:

- создание соответствующих нормам настоящего времени институтов сопровождения и обеспечения эффективности социального бизнеса (университеты, акселерация, специальные центры, институты);

- расширение источников финансирования проектов социального бизнеса, использование негосударственных источников финансирования;

- развитие финансовой и юридической инфраструктуры поддержки;

- введение инноваций в социальный бизнес;

- содействие в адаптации к специфике конкретного региона.

Это может стать одной из основных опор экосистемы социального предпринимательства.

Из всего этого следует, что благоприятная экосистема будет способствовать динамичному развитию социального предпринимательства. Необходимо на законодательном уровне закрепить отдельные элементы поддержки: стратегии, программы, концепции развития предпринимательства, которые задают тон дальнейшему взаимодействию составляющих предпринимательской экосистемы.

Социальное предпринимательство рассматривается как важный механизм рыночной экономики для решения острых социальных проблем. На сегодняшний день популярность социального предпринимательства только набирает обороты. С точки зрения законодательного акта социальное предпринимательство идет в правильном направлении, но необходимо сформировать комплексную поддержку, чтобы данный вид предпринимательства стал более привлекательным как для предпринимателей, так и для населения. Эффективное использование информационной инфраструктуры позволит осуществлять взаимодействие органов власти, представителей предпринимательства и населения.

Список использованных источников:

1. Игнатова И.В. Социальные аспекты российского предпринимательства // Теория и практика общественного развития. — 2010. — № 2. — С. 171–178.
2. Волчек Д., Хенттонен К., Эдельманн Дж. Изучение роли институциональной среды страны в интернационализации: Стратегические ответные меры МСП в России // Журнал бизнеса Восток-Запад. — 2013. — № 19(4). — С. 317–350.
3. Грозин А.Н., Третьяк Н.В., Саруханян Х.С. Мобильные экосистемы — разновидность инновационных экосистем // Проблемы современного педагогического образования. — 2016. — № 52–5. — С. 178–185.
4. Дубина И.Н., Кожевина О.В., Чуб А.А. Инновационно-предпринимательские экосистемы как фактор устойчивости регионального развития // Экономический анализ: теория и практика. — 2018. — № 4. — С. 4–19.
5. Федеральный закон «О внесении изменений в Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» в части закрепления понятий «социальное предпринимательство» от 26.07.2019 № 245-ФЗ // Официальный интернет-портал правовой информации
6. Краенкова К.И. Развитие социального предпринимательства: статистическое измерение и институциональная поддержка // Вестник витебского государственного технологического университета. — 2020. — № 2. — С. 39.
7. Каталог социальных предпринимателей Приморья // Портал МСП Приморского края URL: <https://mb.primorsky.ru/socialenterprise> (дата обращения: 10.10.2021).
8. Московская А.А., Аларичева М.А., Албутова А.И., Лыткина Т.С., Мамута М.В., Попова И.П., Силаева, В.Л., Сорокина О.С., Сыкалов И.А., Шлыкова О.В. Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования / отв. ред. А.А. Московская. — М.: НИУ ВШЭ, 2011. — 286 с. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=25821932>
9. Арай Ю.Н. Социальное предпринимательство в начале XXI века: основные понятия и страновые особенности // Российский журнал менеджмента. — 2013. — № 1. — С.111–130. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=18870211>