

УДК 338.22: 005.35(470+571)  
DOI: 10.34020/1993-4386-2023-4-179-189

## СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В РОССИИ: ТЕНДЕНЦИИ И ПРИОРИТЕТЫ

**Н. В. Брюханова**

Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ),  
Москва, Россия

**Н. В. Фадейкина**

Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»,  
Новосибирск, Россия

*Статья посвящена теоретическим и практическим вопросам развития социального предпринимательства, рассмотрен процесс формирования этого типа предпринимательства как экономической категории, приведены отличительные критерии социального предпринимательства, сделан краткий обзор нормативно-правового регулирования в России. На основе статистических данных по количеству и структуре социальных предприятий в стране в разрезе федеральных округов определены основные проблемы и сформулированы приоритеты развития.*

**Ключевые слова:** социальное предпринимательство, социальные предприятия, социально направленная миссия, субъекты малого и среднего предпринимательства.

### Введение

В конце прошлого века весь мир заговорил о новом явлении в предпринимательстве, назвав его социальным предпринимательством. Идея быстро захватила все ведущие мировые экономические державы, став не только новым трендом в экономике, но предметом научных исследований в разных странах. Но несмотря на обширный научный интерес, социальное предпринимательство не получило четкого определения и критериев, как экономическое и бизнес-явление. Научные дискуссии о сути данного типа предпринимательства и его сущности активно ведутся во всех странах. В качестве основных критериев, выделяющих социальных предпринимателей среди всех субъектов предпринимательской деятельности, большинство исследователей называют социально направленную миссию и цели, соответствующие этой миссии, а также способы получения и распределения прибыли, соответствующие социальным интересам. Критерии получились недостаточно четкими как для научно-практических целей, так и для законодательного регулирования этой деятельности. В этой связи по-прежнему остается много вопросов в части отличия социального предпринимательства не только от других видов предпринимательства, но и от деятельности некоммерческих организаций, большинство из которых также созданы для решения социальных проблем. Эти вопросы требуют серьезного изучения с учетом не только накопленного опыта и лучших практик, но и социально-культурных и экономических традиций стран, в которых развива-

ется данный тип предпринимательства. Важно создать надежную основу для такого развития, включающую эффективные регулятивные инструменты и благоприятную экосистему, разветвленную инфраструктуру, финансовую и социальную поддержку.

### Описание исследования

В научной и публицистической литературе встречаются разные определения социального предпринимательства. Нередко под социальным предпринимательством понимается деятельность, приносящая какую-либо социальную пользу, создающая социальное благо. Как отмечали Р. Мартин и С. Осберг, «... если термин "социальное предпринимательство" применять для любых действий, которые ведут к общественной выгоде, то он будет значить одновременно все и ничего» [1]. Эти же авторы указывают на необходимость формирования четких критериев социального предпринимательства: «Если мы сможем достичь строгого определения, то те, кто поддерживает социальное предпринимательство, смогут сосредоточить свои ресурсы на создании и укреплении конкретной и идентифицируемой сферы. В отсутствие этой дисциплины сторонники социального предпринимательства рискуют дать скептикам постоянно расширяющуюся мишень для стрельбы, а циникам – еще больше оснований обесценивать социальные инновации и тех, кто ими управляет» [2].

Исследователи социального предпринимательства наиболее часто приводят слова основателя и генерального директора Ассоциации «Ашока»<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Ассоциация «Ашока» (Ashoka) является первой организацией, системно занявшейся поддержкой предпринимательских социальных инициатив, популяризацией социального предпринимательства. Подробнее об этой организации и ее создателе Б. Дрейтоне см. [3, с. 3, 6], а также публикацию «Ашока: лучшие практики последних лет». URL: <https://nb-forum.ru/stories/ashoka-luchshie-praktiki-poslednih-let?ysclid=ls3er09d4b690622293> (дата обращения: 17.12.2023)

Билла Дрейтона: «Социальные предприниматели не довольствуются тем, чтобы дать человеку рыбу или обучить, как ее ловить. Они не успокоятся до тех пор, пока не революционизируют саму рыбную отрасль»<sup>2</sup>. Также широко известны его слова о роли социальных предпринимателей: «Работа социального предпринимателя заключается в том, чтобы распознать, когда какая-то часть общества застряла, и предложить новые способы вытащить ее из тупика»<sup>3</sup> [3].

Наиболее признанными на современном этапе являются критерии социального предпринимательства, предложенные Грегори Дизом, который утверждал, что «...для социального предпринимателя, социальная миссия является основополагающей. Это миссия социального улучшения, которая не может быть сведена к созданию частных выгод. Получение прибыли, создание богатства или удовлетворение желаний клиентов может быть частью модели, но это средства для достижения социальной цели, а не самоцель» [4].

Грегори Дизом было предложено пять основных отличий между традиционным (ориентированным, в первую очередь, на получение экономических выгод) и социальным предпринимательством:

- 1) наличие миссии по созданию социальных благ;
- 2) использование новых технологий для социального проекта;
- 3) использование инноваций;
- 4) решительность действий, не ограничиваемая располагаемыми ресурсами;
- 5) ответственность предпринимателя за результаты своей деятельности [4].

В части теоретических исследований, наиболее понятно отличия социального предпринимательства от предпринимательства в целом и деятельности некоммерческих организаций сформулировал широко известный во всем мире предприниматель из Бангладеш, основатель Grameen Bank, профессор экономики и Нобелевский лауреат – Мухаммад Юнус, отметив предел эффективности некоммерческих организаций, вызванный «усталостью от сострадания», и подчеркнув, что «...социальный бизнес – не благотворительная организация. Это бизнес в прямом смысле этого слова. Он должен полностью окупать свои расходы, выполняя при этом свои социальные задачи. Когда вы управляете бизнесом, вы мыслите и работаете иначе, чем когда руководите благотворительной организацией. А это играет решающую роль в определении социального бизнеса и его влияния на общество» [5].

Айвен Ван (Aiwen Wang) и Чок Хуэй Йи (Cheok Hui Yee) отмечают в своем исследовании следующее: «Усилия профессора Юнуса считаются началом социального предпринимательства. Ледбейтер (Leadbeater, 1997) предположил, что социальное предпринимательство – это рыночная деятель-

ность, направленная на достижение социальных, а не коммерческих целей. Джонсон (Johnson, 2000) считает, что социальное предпринимательство, как инновационное средство решения сложных социальных проблем, ломает традиционную границу между государственным, частным и некоммерческим секторами. Фаулер (Fowler, 2000) выдвигает практическую концепцию о том, что социальное предпринимательство – это творческая деятельность, которая производит и поддерживает социальные блага посредством практических социально-экономических структур, отношений, институтов, организаций и опыта. Померанц (Pomerantz, 2003) определяет социальное предпринимательство с точки зрения функционирования организации, утверждая, что социальное предпринимательство заключается в улучшении и внедрении инноваций в социальные услуги путем использования коммерческих принципов и методов для создания социальной ценности» [6].

Сара Х. Алворд, Дэвид Л. Браун и Кристин У. Леттс выделяют три подхода к определению социального предпринимательства. Они отмечают, что первая группа исследователей сосредоточилась на социальном предпринимательстве как на сочетании коммерческих организаций с социальным воздействием. С этой точки зрения, предприниматели использовали деловые навыки и знания для создания организаций, которые достигают социальных целей, в дополнение к тому, что они являются коммерчески жизнеспособными. Вторая группа исследователей определяет социальное предпринимательство как инновации, направленные на социальное воздействие. С этой точки зрения внимание сосредоточено на инновациях и социальных механизмах, которые имеют последствия для решения социальных проблем, часто с относительно небольшим вниманием к экономической жизнеспособности по обычным критериям бизнеса. Третья группа исследователей рассматривает социальное предпринимательство как способ катализировать социальные преобразования, выходящие далеко за рамки решения социальных проблем, которые изначально находятся в центре внимания. С этой точки зрения, социальное предпринимательство в своих лучших проявлениях приводит к небольшим изменениям в краткосрочной перспективе, которые отражаются на существующих системах, катализируя большие изменения в долгосрочной перспективе [7].

Дж. Мэйр и Ол. Шоен выделили три элемента бизнес-моделей успешных социальных предпринимателей: «Во-первых, успешные организации социального предпринимательства не просто позиционируют себя в определенной точке отраслевой цепочки создания стоимости, но и активно создают свою собственную сеть ценностей из компаний, которые разделяют их социальное видение. Во-вто-

<sup>2</sup> URL: <https://www.inspiringquotes.us/author/2706-bill-drayton> (дата обращения: 20.04.2023).

<sup>3</sup> Там же.

рых, эти организации обеспечили то, чтобы ресурсная стратегия была неотъемлемой частью их бизнес-модели. И, в-третьих, все компании использовали особый подход к передаче ценности группам, на которые они ориентировались: они интегрировали целевую группу в сеть социальных ценностей на самой ранней стадии, так что целевая группа играла жизненно важную роль в создании ценности и в то же время могла захватить значительную часть этой ценности» [8].

Российские ученые и практики также активно занимаются исследованием теоретических и практических аспектов социального предпринимательства. В 2007 г. была опубликована совместная работа группы ученых Государственного университета – Высшей школы экономики М. Баталиной, А. Московской, Л. Тарадиной «Обзор опыта и концепций социального предпринимательства с учетом возможностей его применения в современной России» [3]. В данной работе было представлено первое в России обширное исследование теоретических, исторических и практических аспектов социального предпринимательства в мире с учетом возможностей применения данного опыта в российской практике.

И. Савельев и А. Турабаева отмечают, что исходя из предпосылок новой институциональной экономической теории, социальное предпринимательство возникает в связи с существованием провалов рынка, когда рыночные силы не способны удовлетворить социальные потребности, такие как производство общественных благ, а также из-за наличия «сбоев» системы государственного обеспечения, когда общественные потребности в достаточной мере не удовлетворяются усилиями государства [9].

Г. Колодняя утверждает, что работа социальных предпринимателей позволяет смягчать остроту имеющихся и не решаемых государством в полной мере в течение ряда лет социальных проблем [10].

Т. Пирогова отмечает, что в мировой практике социальное предпринимательство воспринимается как мощный механизм противодействия бедности, повышения занятости социально уязвимых групп общества, как катализатор социальных преобразований и осуществления институциональных изменений. Зачастую социально сознательные граждане перенимают и применяют инновационные бизнес-модели для решения широкого спектра социальных проблем, которые ранее игнорировались государственными (муниципальными) и частными организациями [11].

По мнению Н. Иващенко и Н. Булыгиной, необходимо уточнить определение социального предпринимательства следующим образом: социальное предпринимательство – это инновационный способ решения социальных, экономических или экологических проблем, направленный на достижение нового, более эффективного социального равнове-

сия и воплощенный путем создания самоокупаемого предпринимательского проекта, не зависящего от внешних источников финансирования [12].

П. Баттахов считает, что социальное предприятие – это самостоятельный (обособленный) хозяйствующий субъект, который должен: 1) вести предпринимательскую деятельность; 2) решать государственные социальные вопросы в целях развития российского общества; 3) способствовать изменению в лучшую сторону демографической ситуации [13].

Э. Шаманина отмечает, что «социальное предпринимательство ставит ... своей задачей повышение общественного благосостояния, путем создания социальной ценности, вследствие решения социальных проблем, сочетая их с целью получения прибыли» [14].

Как видим, большинство концепций и исследователей определяют сущность социального предпринимательства через призму реализации предпринимательской и социальной функций, и создания социальных благ. По мнению авторов настоящей статьи, такой подход охватывает не все аспекты социального предпринимательства. Одним из важных направлений социального предпринимательства является реализация предпринимательских инициатив и развитие предпринимательского потенциала у людей, имеющих низкий уровень доходов и принадлежащих к социально незащищенным слоям населения.

Еще в 2007 г. в своем первом исследовании социального предпринимательства [7] его авторы отмечали, что в соответствии с концепцией К. Прахалада и С. Харта, изложенной в работе «Богатство Дна Пирамиды» (The Fortune at the Bottom of the Pyramid) [15], одним из главных подходов в развитии социального предпринимательства является изменение взглядов на бедных людей с оценки их как «жертвы или бремени» на осознание их предпринимательского потенциала, что откроет «целый мир возможностей», «развитие рынка на Дне Пирамиды способно создать миллионы предпринимателей на уровне простых людей» [7, с. 46]. Такой подход позволяет существенно расширить рамки социального предпринимательства, вовлекая в него все большее количество людей из малообеспеченных и социально уязвимых слоев населения, решая не только социальные проблемы, но создавая огромный потенциал для экономического роста страны.

Для легализации статуса социального предпринимательства и обозначения юридических границ этого вида деятельности необходимо было ввести на законодательном уровне нормы и критерии, определяющие социальное предприятие. В Российской Федерации это было сделано в 2019 году в рамках изменений федерального закона от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (далее – Федеральный закон 209-ФЗ)<sup>4</sup>.

<sup>4</sup> Федеральный закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» действует в редакции от 29 мая 2023 г.

В ст. 3 данного закона были внесены два ключевых понятия «социальное предпринимательство» и «социальное предприятие»<sup>5</sup>, а в ст. 24.1 – требования для получения субъектом малого и среднего предпринимательства (МСП) статуса социального предприятия. Фактически на законодательном уровне были введены критерии и ограничения для признания социального предпринимательства. Социальным предприятием может стать только тот субъект МСП, который отвечает определенным критериям (достаточно одного) в части видов деятельности и экономических показателей:

1) по критерию занятости определенной социальной категории граждан в части обеспечения им рабочих мест;

2) по критерию реализации товаров (работ, услуг) в части получения доходов от реализации производимых этими социальными категориями граждан товаров (работ, услуг);

3) по критерию производства товаров (работ, услуг) для указанных в законе социальных категорий граждан с целью повышения их качества жизни и преодоления ограничений жизнедеятельности;

4) по критерию осуществления деятельности, направленной на достижение общественно полезных целей и способствующих решению социальных проблем общества в части деятельности, прямо определенной в рассматриваемом законе.

Экономическим критерием в большинстве случаев выступает доля доходов от этих видов деятельности (не менее 50 % в общем объеме доходов), дополнительно по первому критерию – фонд оплаты труда (не менее 25 % в общем объеме должна быть доля оплаты труда социально уязвимых категорий граждан), а также для критериев, связанных с производством и реализацией товаров (работ, услуг) – доля прибыли, направленной на осуществление такой деятельности, которая должна составлять не менее 50 %<sup>6</sup>.

Законодательное закрепление этих критериев, на наш взгляд, ограничило доступ к получению статуса социального предприятия многим экономическим субъектам, которые отвечают общим принципам и целям социального предпринимательства, но не попадают в границы законодательных норм. В первую очередь, это объясняется достаточно небольшим перечнем социальных категорий граждан и социально значимых товаров (работ, услуг), которые закреплены в законе. За очерченными

границами осталось достаточно много социально ориентированных предпринимателей, которые вынуждены заниматься этой деятельностью, не получив никаких преференций и льгот, либо осуществлять это в рамках некоммерческой организации (НКО)<sup>7</sup> или используя упрощенный режим налогообложения<sup>8</sup>.

Что же дает предпринимателям статус социального предприятия? Федеральным законом № 209-ФЗ предусмотрено достаточно много форм поддержки, в том числе:

1) обеспечение наличия инфраструктуры поддержки социальных предприятий;

2) оказание финансовой поддержки (в т.ч. в рамках предоставления субсидий);

3) оказание имущественной поддержки (в т.ч. путем предоставления во владение и (или) в пользование государственного и муниципального имущества на льготных условиях);

4) оказание информационной поддержки;

5) оказание консультационной и методической поддержки социальным предприятиям (в т.ч. по вопросам привлечения финансирования и участия в закупках товаров, работ, услуг);

6) содействие в развитии межрегионального сотрудничества, поиске деловых партнеров, в том числе путем проведения ярмарок, деловых конгрессов, выставок, а также обеспечения участия социальных предприятий в указанных мероприятиях на территориях субъектов Российской Федерации и на территориях муниципальных образований;

7) организация профессионального обучения, профессионального образования, дополнительного профессионального образования и содействия в прохождении независимой оценки квалификации работников социальных предприятий в соответствии с законодательством Российской Федерации;

8) реализация иных мер (мероприятий) по поддержке социальных предприятий, которые предусмотрены федеральными законами, принимаемыми в соответствии с ними иными нормативными правовыми актами Российской Федерации, а также законами и иными нормативными правовыми актами субъектов Российской Федерации, муниципальными правовыми актами<sup>9</sup>.

Объемы и виды поддержки во многом определяются возможностями субъекта Российской Федерации. Однако, на примере финансовой поддержки (субсидий), сразу стоит отметить, что объем явно

<sup>5</sup> Согласно ст. 3 Федерального закона № 209-ФЗ, *социальное предпринимательство* представляет собой «предпринимательскую деятельность, направленную на достижение общественно полезных целей, способствующую решению социальных проблем граждан и общества и осуществляемую в соответствии с условиями, предусмотренными ч. 1 статьи 24.1 закона», именуемой «Поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляющих деятельность в сфере социального предпринимательства», а *социальное предприятие* трактуется как субъект МСП, «осуществляющий деятельность в сфере социального предпринимательства».

<sup>6</sup> Там же.

<sup>7</sup> См. Федеральный закон от 12 января 1996 г. № 7-ФЗ (ред. от 31.07.2023) «О некоммерческих организациях».

<sup>8</sup> См. Путеводитель «Упрощенная система налогообложения» СПС «КонсультантПлюс» (Актуально на 01.12.2023).

<sup>9</sup> Федеральный закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ (ред. от 29.05.2023) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации».



недостаточны для развития более или менее серьезного бизнеса: во многих регионах размер субсидии не превышает 1 млн руб. На это же и указывают результаты проведенного анализа состава и структуры социальных предприятий, который представлен ниже (табл. 1).

В Едином реестре субъектов малого и среднего предпринимательства на 10 апреля 2023 г. зарегистрировано 6 119 803 субъекта МСП (без учета Запорожской и Херсонской областей, Донецкой и Луганской республик)<sup>10</sup>. Лидирующее положение среди федеральных округов по доле субъектов МСП в общем количестве по стране занимают Центральный и Приволжский федеральные округа, на который приходится 3 057 095 или 50 % от общего количества МСП по стране (33 % и 17 %, соответственно). Меньше всего субъектов МСП в Северо-Кавказском и Дальневосточном федеральных округах. На их долю приходится менее 9 % от всех субъектов МСП по России или 529 961 субъект МСП.

Внутри федеральных округов выделяются регионы-лидеры по развитию МСП, на долю которых приходится значительная часть всего малого и среднего бизнеса в округе. В Центральном ФО – это г. Москва (почти 44 % от всех МСП округа), в Северо-Западном ФО – г. Санкт-Петербург (больше 53 % от МСП округа), в Южном ФО – Краснодарский край (более 41 % от МСП округа), в Северо-Кавказском ФО – Ставропольский край (более 44 % от МСП округа), в Приволжском ФО – Республика Татарстан (почти 16 % от всех МСП округа), в Уральском ФО – Свердловская область (почти 40 % от всех МСП округа), в Сибирском ФО – Новосибирская область (более 23 % от МСП округа), в Дальневосточном ФО – Приморский край (больше 27 % от всех МСП округа). Таким образом, наблюдаем не только существенную дифференциацию между федеральными округами в части развития МСП, но и внутри федеральных округов существует достаточно сильная дифференциация по регионам.

Таблица 1

**Состав субъектов малого и среднего предпринимательства (в том числе социальных предприятий) в Российской Федерации (в разрезе федеральных округов)\***

Наименование федеральных округов (ФО)	Количество субъектов МСП	в том числе социальных предприятий	
		всего	доля от общего количества субъектов МСП в РФ, %
Российская Федерация, всего (без учета Юго-Западных субъектов)	6 119 803	8 575	0,140 %
Центральный ФО	1 990 290	2 066	0,034 %
в т.ч. г.Москва	868 004	304	0,005 %
Северо-Западный ФО	696 007	1 177	0,019 %
в т.ч. г.Санкт-Петербург	365 004	176	0,003 %
Южный ФО	697 980	643	0,011 %
в т.ч. Краснодарский край	286 548	99	0,002 %
Северо-Кавказский ФО	216 894	162	0,003 %
в т.ч. Ставропольский край	95 832	60	0,001 %
Приволжский ФО	1 066 805	1 835	0,030 %
в т.ч. Республика Татарстан	169 898	165	0,003 %
Уральский ФО	513 929	729	0,012 %
в т.ч. Свердловская область	205 140	147	0,002 %
Сибирский ФО	624 831	883	0,014 %
в т.ч. Новосибирская область	147 301	110	0,002 %
Дальневосточный ФО	313 067	1 080	0,018 %
в т.ч. Приморский край	86 304	382	0,006 %

\* Составлено авторами по данным Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства на 10 апреля 2023 г. URL: <https://rmsp.nalog.ru/> (дата обращения: 19.04.2023).

<sup>10</sup> Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства / Федеральная налоговая служба: официальный сайт. URL: <https://rmsp-pp.nalog.ru> (дата обращения: 20.04.2023).

Анализ количества субъектов, относящихся к социальному предпринимательству, по стране показал, что их количество составляет всего 8 575 социальных предприятий или 0,14 % от всех субъектов МСП! Это не просто мало, это ничтожно малая величина, которую мы достигли за более чем три года законодательного утверждения статуса социальных предприятий и применения различных форм поддержки.

Среди федеральных округов по количеству социальных предприятий по-прежнему лидируют Центральный и Приволжский федеральные округа, на которые приходится 3 901 социальное предприятие, что составляет больше 45 % от общего количества по стране. Еще три федеральных округа (Северо-Западный, Сибирский и Дальневосточный) в совокупности составили более 36 % от странового количества социальных предприятий.

Внутри федеральных округов лидерами по количеству социальных предприятий не всегда становятся те же субъекты Федерации, что и по развитию МСП. Так по Центральному ФО лидером по развитию социального предпринимательства является Московская область, на которую приходится 830 социальных предприятий или больше 40 % от всех социальных предприятий округа. В Москве – почти в три раза меньше – 304 социальных предприятия. В Северо-Западном федеральном округе лидером по развитию социального предпринимательства выступает Ленинградская область – 314 социальных предприятий (26,7 % от всех социальных предприятий округа). На г. Санкт-Петербург приходится 176 социальных предприятий или 15 %. В Южном ФО с существенным опережением лидируют по социальному предпринимательству два региона: Волгоградская область и Республика Крым. На них в совокупности приходится почти половина всех социальных предприятий округа (168 и 153, соответственно). В Северо-Кавказском ФО лидером по социальному предпринимательству остался Ставропольский край, который лидировал и по развитию МСП. На его долю приходится 60 социальных предприятий округа, или 37 %. В Приволжском ФО по социальному предпринимательству лидируют также два региона: Республика Башкортостан и Нижегородская область (448 и 375 социальных предприятий, соответственно), в совокупности их доля в округе по социальным предприятиям составляет почти 45 %. В Уральском ФО абсолютное лидерство принадлежит Ханты-Мансийскому АО (336 социальных предприятий, или 46,1 % от общего количества по округу). В Сибирском ФО определилось три лидирующих по социальному предпринимательству региона: Кемеровская, Томская и Омская области (соответственно 19,8 %, 16,6 % и 15,4 % от общего количества по округу).

В Дальневосточном ФО более 35 % социальных предприятий приходится на Приморский край, который также является лидером по развитию МСП.

Таким образом, наблюдаем не только существенные различия в развитии социального предпринимательства по федеральным округам, но также и внутри самих федеральных округов выделяются регионы-лидеры, на которые приходится наибольшая доля социальных предприятий. При этом только в двух федеральных округах (Дальневосточном и Северо-Кавказском) лидерство по социальному предпринимательству принадлежит тем же регионам, что и являются лидерами по развитию МСП.

Для малого и среднего предпринимательства в России характерно преобладание индивидуальных предпринимателей, как организационно-правовой формы ведения бизнеса. По стране среди 6 184 495 субъектов МСП индивидуальные предприниматели составляют 3 830 652 или почти 62 %<sup>11</sup>.

Среди общего количества социальных предприятий на индивидуальных предпринимателей приходится 5 822, а на юридические лица – 2 753. Проанализировав организационно-правовую структуру социальных предприятий, отмечаем, что подавляющее большинство составляют индивидуальные предприниматели. Их доля среди социальных предприятий – 68 %, что в целом соответствует структуре МСП в стране.

Для понимания масштабирования социальных предприятий среди малого и среднего бизнеса России было проанализировано количество средних и микропредприятий среди социальных предприятий, а также количество вновь созданных среди них (табл. 2).

Общее количество социальных предприятий в стране, подпадающих под категорию среднего бизнеса, составило всего 38, или 0,44 %. На всю Россию! Из них почти половина – 18 предприятий – приходится на Центральный федеральный округ!

Также вполне предсказуемыми оказались результаты анализа количества и доли микропредприятий в составе социальных предприятий. Это в среднем по стране 87 % с небольшими отклонениями в большую или меньшую сторону в различных округах и субъектах страны.

При этом необходимо обратить внимание на тот важный факт, что в целом среди МСП по стране количество микропредприятий составляет 5 955 165, или 96 %, а средних – 17 992, или 0,29 %<sup>12</sup>. То есть такая структура с абсолютным преобладанием микропредприятий и индивидуальных предпринимателей характерна не только для социального предпринимательства, но и для всего МСП России.

<sup>11</sup> Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства / Федеральная налоговая служба: официальный сайт. URL: <https://rmsp-pp.nalog.ru> (дата обращения: 20.04.2023).

<sup>12</sup> Там же.

Таблица 2

**Анализ количества микро- и средних предприятий, а также вновь созданных  
среди социальных предприятий Российской Федерации  
в разрезе федеральных округов на 10.04.2023 г.\***

Наименование федеральных округов (ФО)	Количество социальных предприятий			
	всего	из них		
		средних предприятий	микропредприятий	вновь созданных
Российская Федерация	8 575	38	7 461	55
Центральный ФО	2 066	18	1 763	7
Северо-Западный ФО	1 177	2	1 045	16
Южный ФО	643	6	566	4
Северо-Кавказский ФО	162	2	140	0
Приволжский ФО	1 835	8	1 573	17
Уральский ФО	729	1	648	0
Сибирский ФО	883	1	768	5
Дальневосточный ФО	1 080	0	958	6

\* Составлено авторами по данным Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства. URL: <https://rmsp.nalog.ru/> (дата обращения: 20.04.2023).

Для Развития социального предпринимательства в России в 2007 г. был создан Фонд региональных социальных программ «Наше будущее»<sup>13</sup>. Подводя итоги по развитию социального предпринимательства за 2022 год, руководством Фонда было отмечено следующее: «Число социальных предприятий в России выросло за год на 27 %<sup>14</sup>, в Реестр социальных предприятий вошли 8 100 субъектов, при этом Топ-5 регионов остался неизменным – это Московская область, Ханты-Мансийский автономный округ, Нижегородская область, Приморский край и Республика Башкортостан... В 2022 г. в 65 регионах прошел курс "Бизнес-спринт", направленный на помощь социальным предпринимателям в составлении заявки на грант от Минэкономразвития РФ. Количество его участников увеличилось на 36 % по сравнению с преды-

дущим годом... Совместно с ГУ ВШЭ обучили второй поток слушателей программы профессиональной переподготовки "Мастер управления в социальном предпринимательстве "Социальные инновации и предпринимательство"... 2022 год доказал, что запрос на добрые дела растет, а значит, направление социального предпринимательства продолжит развиваться».

По мнению авторов настоящей работы, относящихся к прогнозам достаточно осторожно, рост субъектов социального предпринимательства в 2022 г. в большей степени обусловлен легализацией регионального бизнеса в форме социальных предприятий. Говорить о масштабировании социального предпринимательства и каком-либо серьезном его вкладе в решение социальных проблем еще рановато.

<sup>13</sup> Фонд региональных социальных программ «Наше будущее» (далее – Фонд) – «некоммерческая организация, чья цель – способствовать качественным социальным изменениям, вкладывая ресурсы и знания в развитие социального предпринимательства. Фонд создан в 2007 г. для реализации долгосрочных социально значимых программ и проектов, где могут быть применимы принципы социального предпринимательства». Фонд взаимодействует с ведущими российскими и зарубежными организациями, влияющими на развитие социального предпринимательства в мире. Цель Фонда: развитие социального предпринимательства на территории России, а миссия – выступать в качестве катализатора позитивных социальных изменений в российском обществе путем оказания разносторонней поддержки предприятиям, деятельность которых направлена на решение проблем общества» URL: <https://nb-fund.ru/about-the-fund/> (дата обращения: 17.12.2023).

<sup>14</sup> Фонд «Наше будущее» (далее – Фонд): официальный сайт. URL: [https://nb-fund.ru/press-center/news/chislo-sotsialnykh-predprinimateley-v-rossii-vyroslo-na-27-za-2022-god/?sphrase\\_id=57054](https://nb-fund.ru/press-center/news/chislo-sotsialnykh-predprinimateley-v-rossii-vyroslo-na-27-za-2022-god/?sphrase_id=57054) (дата обращения: 23.12.2023). Интерес также представляют Спецвыпуск «Ведомостей» от 5 октября 2018 г. № 12 (32) о социальном предпринимательстве (URL: <https://nb-fund.ru/upload/iblock/dd6/dd6f3de8b19f585b9867f807188851f2.pdf>) и другие издания (материалы), представленные на сайте Фонда (URL: <https://nb-fund.ru/press-center/materials-about-the-fund/> (дата обращения: 17.12.2023)), а также отчеты о деятельности Фонда за 2015-2022 годы (URL: <https://nb-fund.ru/press-center/annual-report/> (дата обращения: 17.12.2023)).

Результаты проведенного анализа демонстрируют явную недостаточность мер поддержки социальных предприятий. Не отработаны на должном уровне механизмы их кредитования микрофинансовыми организациями, хотя зарубежный опыт в этом направлении уже давно демонстрирует положительный опыт. Во многих регионах России микропредприятия (а это, как отмечалось выше, подавляющее большинство социальных предприятий) заняли те рыночные ниши в части социально значимых товаров (работ, услуг), которые мало интересны более крупным игрокам рынка в силу низкой платежеспособности потребителей этих товаров (работ, услуг), которые относятся к социально незащищенным слоям населения. В подтверждение этой гипотезы можем привести результаты анализа социальных предприятий по критерию «вновь созданные». Начиная с января 2022 г., их зарегистрировалось только 55 по всей России! Подавляющее большинство вновь созданных социальных предприятий приходится на Северо-Западный и Приволжский федеральные округа – 33 из 55 (см. табл. 2). Немаловажен тот факт, что только в 25 субъектах страны вновь созданы социальные предприятия. Хотя, например, по всей стране количество вновь созданных предприятий среди микропредприятий составляет 1 293 543<sup>15</sup>. А это значит, что социальное предпринимательство не является сегодня популярным направлением для развития бизнеса. Недостаточно предпринимательской инициативы и созданной инфраструктуры для того, чтобы социальное предпринимательство развивалось активно, заполняя те ниши в производстве и реализации социально значимых товаров (работ, услуг), в которых так нуждается общество и государство.

### Заключение

На сегодняшний день абсолютно очевиден вывод, что развитие социального предпринимательства пока идет по пути его легализации и вывода из теневого сектора. В силу ряда причин: от несовершенства законодательства до непонимания роли этого явления самими социальными предпринимателями и обществом, механизм регулирования и поддержки не дает нужный результат. Это совершенно не означает, что у социального предпринимательства нет перспективы и будущего. Очевиден ряд факторов, которые говорят о необходимости его дальнейшего развития, а именно:

- Россия (впрочем, как и другие государства в мире) не может решить все социальные задачи, стоящие на сегодня перед государством и обществом;

- спрос со стороны общества на социально значимые товары (работы, услуги) постоянно растет;

- социально-демографическая ситуация способствует расширению спектра и росту спроса на социально значимые товары (работы, услуги);

- возрастает общий уровень социальной осознанности в части решения проблем бедности, экологии и др.

И это далеко не полный перечень факторов, которые обуславливают перспективы дальнейшего развития социального предпринимательства.

При этом необходимо выделить и основные приоритеты этого развития. Их также достаточно много, но остановимся только на ключевых (по мнению авторов).

В законодательном плане должен быть существенно расширен перечень видов деятельности и критерии, позволяющие получить статус социального предпринимателя и соответствующую экономическую и законодательную поддержку. В первую очередь, это касается разграничений с НКО. Необходимо сделать детальный и четкий анализ деятельности, которую ведут НКО, чтобы понять, что из этой деятельности может быть отнесено к категории социальных предприятий (например, частные приюты для бездомных животных). При этом необходимо учитывать, что НКО и социальные предприятия – это не конкурирующие, а взаимодополняющие субъекты, взаимодействие которых позволит гораздо эффективнее решать социальные задачи. Как отмечают в своей работе И. Дудина и Д. Простова: «Социальное предпринимательство – это смена парадигмы для НКО с традиционных способов сбора средств для выполнения социальной миссии на участие в предпринимательских инициативах по привлечению ресурсов для выполнения той же миссии» [16].

Меры поддержки социального предпринимательства должны быть дифференцированы по видам экономической деятельности, регионам, целям и задачам, а также быть адресными. Как видим, на сегодняшний момент созданной системы мер явно недостаточно. Часть из них носит декларативный характер, часть из них просто неинтересна большинству социальных предприятий. Существенную роль, на наш взгляд, может сыграть упрощенный доступ социальных предприятий к финансовым и нефинансовым ресурсам, инвестициям и рынкам, технологиям, ноу-хау, инновационным продуктам.

Но главное, чего сегодня не хватает – это хорошо продуманной национальной стратегии по поддержке и развитию социального предпринимательства! Понимание целей и направлений движения на уровне государства могло бы дать существенное ускорение в развитии социального предпринимательства и решения проблемы бедности в стране.

<sup>15</sup> Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства / Федеральная налоговая служба: официальный сайт. URL: <https://rmsp-pp.nalog.ru> (дата обращения: 20.04.2023).



## Литература

1. *Мартин Роджер Л.* Выходя за рамки лучшего: Как работает социальное предпринимательство / Пер. с англ. Н. Инглиш]. – М.: Эксмо, 2017. – 240 с.
2. *Martin R. L., Osberg S.* Social Entrepreneurship: the Case for Definition. Stanford Social Innovation Review. – Leland Stanford Jr. University, 2007. – 13 p. URL: [https://web.mit.edu/sloan2/dese/readings/week01/Martin\\_Osberg\\_SocialEntrepreneurship.pdf](https://web.mit.edu/sloan2/dese/readings/week01/Martin_Osberg_SocialEntrepreneurship.pdf) (дата обращения: 22.04.2023).
3. *Баталина М., Московская А., Тарадина Л.* Обзор опыта и концепций социального предпринимательства с учетом возможностей его применения в современной России / Препринт WP1/2008/02. – М.: ГУ ВШЭ, 2008. – 81 с. URL: <https://www.hse.ru/data/502/962/1236/report.pdf> (дата обращения: 22.04.2023).
4. *Dees J. G.* The meaning of social entrepreneurship. Center for the Advancement of Social Entrepreneurship, Duke University's Fuqua School of Business, 2001 (revised vers.). URL: [https://centers.fuqua.duke.edu/case/wp-content/uploads/sites/7/2015/03/Article\\_Deess\\_MeaningofSocialEntrepreneurship\\_2001.pdf](https://centers.fuqua.duke.edu/case/wp-content/uploads/sites/7/2015/03/Article_Deess_MeaningofSocialEntrepreneurship_2001.pdf) (дата обращения: 23.04.2023).
5. *Юнус М., Жолы А.* Создавая мир без бедности. Социальный бизнес и будущее капитализма / Пер. с англ. И. В. Савельева. – М.: Альпина Паблишерз, 2010. – 306 с.
6. *Aiwen Wang, Cheok Mui Yee.* Literature Review of Social Entrepreneurship // Open Journal of Business and Management. 2023. Vol. 11, No. 5. PP. 2232–2246. DOI: 10.4236/ojbm. 2023.115123
7. *Alvord S. H., Brown D. L., Letts C. W.* View all authors and affiliations. Social Entrepreneurship and Societal Transformation: An Exploratory Study // The Journal of Applied Behavioral Science. 2004. Vol. 40, Issue 3. PP. 260–282. DOI:10.1177/0021886304266847
8. *Mair J., Schoen O.* Social Entrepreneurial Business Models: An Exploratory Study / University of Navarra, ESE Business School, Working Paper WP No 610. October 2005. 22 p. DOI: 10.2139/ssrn.875816
9. *Савельев И. И., Турабаева А. М.* Сетевой подход в социальном предпринимательстве: предварительные результаты эмпирического исследования // Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика. 2023. № 4. С. 147–164. DOI: 10.55959/MSU0130-0105-6-58-4-7
10. *Колодная Г. В.* Социальное предпринимательство: вклад в преодоление социально-экономического неравенства в современной России. // Экономика. Налоги. Право. 2022. Т. 15. № 5. С. 47–56. DOI: 10.26794/1999-849X–2022-15-5-47-56
11. *Пирогова Т. В.* Социальное предпринимательство в России: становление и показатели развития // Сибирская финансовая школа. 2023. № 2 (150). С. 166–177. DOI: 10.34020/1993-4386-2023-2-166-177
12. *Иващенко Н. П., Булыгина Н. И.* Социальное предпринимательство в России: текущее состояние и особенности развития // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2019. Т. 10, № 1. С. 114–132. DOI: 10.18184/2079-4665.2019.10.1.114-132
13. *Баттахов П. П.* Развитие правового регулирования предпринимательства в передовых зарубежных странах и в России // Право и государство: теория и практика. 2021. № 3 (95). С. 84–88. DOI: 10.47643/1815-1337\_2021\_3\_84
14. *Шаманина Э. А.* Социальное предпринимательство и инклюзивный бизнес: социальное направление развития частного сектора // Экономика и управление: проблемы и решения. 2019. Т. 2., № 4. С. 11–21.
15. *Prahalad C. K., Hart S. L.* The Fortune at the Bottom of the Pyramid // Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios. 2002. No. 26. PP. 54–67. DOI: 10.19177/reen.v1e220081-23. URL: [https://www.uhu.es/alfonso\\_vargas/archivos/PRAHALAD%20Y%20HART-THE%20BOTTOM%20OF%20THE%20PYRAMID.pdf](https://www.uhu.es/alfonso_vargas/archivos/PRAHALAD%20Y%20HART-THE%20BOTTOM%20OF%20THE%20PYRAMID.pdf) (дата обращения: 24.04.2023).
16. *Дудина И. М., Простова Д. М.* Социальное предпринимательство: устойчивость и социальное воздействие некоммерческих организаций (зарубежный опыт) // Экономические исследования и разработки. 2022. № 12. С. 79–89. DOI: 10.54092/25420208\_2022\_12\_79

## Сведения об авторах

**Брюханова Наталья Владимировна** – доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры управления ФГБОУ ВО «Российский государственный гуманитарный университет», Москва, Россия.

ORCID: 0000-0001-8186-5214

E-mail: bnv3004@gmail.com

**Фадеекина Наталья Васильевна** – доктор экономических наук, профессор, Заслуженный деятель науки и Заслуженный экономист Новосибирской области, главный редактор научного журнала «Сибирская финансовая школа», ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», Новосибирск, Россия.

ORCID: 0000-0002-5864-9668

E-mail: fadeikinav@yandex.ru

## SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN RUSSIA: TRENDS AND PRIORITIES

**N. Bryukhanova**

*Russian state university for the humanities,  
Moscow, Russia*

**N. Fadeikina**

*Novosibirsk State University of Economics and Management,  
Novosibirsk, Russia*

*The article is devoted to theoretical and practical issues of the development of social entrepreneurship, the process of formation of this type of entrepreneurship as an economic category is considered, the distinctive criteria of social entrepreneurship are given, and a brief overview of legal regulation in Russia is made. On the basis of statistical data on the number and structure of social enterprises in the country in the context of regions, the main problems are identified and development priorities are formulated.*

**Keywords:** social entrepreneurship, social enterprises, socially oriented mission, small and medium-sized businesses.

### References

1. Martin Rodzher L. *Vykhodya za ramki luchshego: Kak rabotaet sotsial'noe predprinimatel'stvo* [Going beyond the best: How social entrepreneurship works], Moscow: Eksmo, 2017, 240 p.
2. Martin R. L., Osberg S. Social Entrepreneurship: the Case for Definition. Stanford Social Innovation Review. Leland Stanford Jr. University, 2007, 13 p. Available at: [https://web.mit.edu/sloan2/dese/readings/week01/Martin\\_Osberg\\_SocialEntrepreneurship.pdf](https://web.mit.edu/sloan2/dese/readings/week01/Martin_Osberg_SocialEntrepreneurship.pdf) (date of application: 04/22/2023).
3. Batalina M., Moskovskaya A., Taradina L. *Obzor opyta i kontseptsii sotsial'nogo predprinimatel'stva s uchetom vozmozhnostei ego primeneniya v sovremennoi Rossii* [An overview of the experience and concepts of social entrepreneurship, taking into account the possibilities of its application in modern Russia], Moscow: GU VShE, 2008, 81 p. Available at: <https://www.hse.ru/data/502/962/1236/report.pdf> (date of application: 04/22/2023).
4. Dees J. G. The meaning of social entrepreneurship. Center for the Advancement of Social Entrepreneurship, Duke University's Fuqua School of Business, 2001 (revised vers.). Available at: [https://centers.fuqua.duke.edu/case/wp-content/uploads/sites/7/2015/03/Article\\_Deess\\_MeaningofSocialEntrepreneurship\\_2001.pdf](https://centers.fuqua.duke.edu/case/wp-content/uploads/sites/7/2015/03/Article_Deess_MeaningofSocialEntrepreneurship_2001.pdf) (date of application: 04/23/2023).
5. Yunus M., Zholi A. *Sozdavaya mir bez bednosti. Sotsial'nyi biznes i budushchee kapitalizma* [Creating a world without poverty. Social Business and the Future of Capitalism], Moscow: Al'pina Publisherz, 2010, 306 p.
6. Aiwen Wang, Cheok Mui Yee. Literature Review of Social Entrepreneurship // *Open Journal of Business and Management*. 2023. Vol. 11, No. 5. pp. 2232–2246. DOI: 10.4236/ojbm.2023.115123
7. Alvord S. H., Brown D. L., Letts C. W. View all authors and affiliations. *Social Entrepreneurship and Societal Transformation: An Exploratory Study*, The Journal of Applied Behavioral Science, 2004, Vol. 40, Issue 3, PP. 260–282. DOI: 10.1177/0021886304266847
8. Mair J., Schoen O. Social Entrepreneurial Business Models: An Exploratory Study, University of Navarra, ESE Business School, Working Paper WP No 610, October 2005, 22 p. DOI: 10.2139/ssrn.875816
9. Savel'ev I. I., Turabaeva A. M. The network approach in social entrepreneurship: preliminary results of an empirical study, *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 6: Ekonomika*, 2023, No. 4, pp. 147–164. DOI: 10.55959/MSU0130-0105-6-58-4-7
10. Kolodnyaya G. V. Social entrepreneurship: contribution to overcoming socio-economic inequality in modern Russia, *Ekonomika. Nalogi. Pravo*, 2022, Vol. 15, No. 5, pp. 47–56. DOI: 10.26794/1999-849X-2022-15-5-47-56
11. Pirogova T. V. Social entrepreneurship in Russia: formation and development indicators, *Sibirskaya finansovaya shkola*, 2023, No. 2 (150), pp. 166–177. DOI: 10.34020/1993-4386-2023-2-166-177
12. Ivashchenko N. P., Bulygina N. I. Social entrepreneurship in Russia: current status and development features, *MIR (Modernizatsiya. Innovatsii. Razvitie)*, 2019, Vol. 10, No. 1, pp. 114–132. DOI: 10.18184/2079-4665.2019.10.1.114-132
13. Battakhov P. P. Development of legal regulation of entrepreneurship in advanced foreign countries and in Russia, *Pravo i gosudarstvo: teoriya i praktika*, 2021, No. 3 (95), pp. 84–88. DOI: 10.47643/1815-1337\_2021\_3\_84
14. Shamanina E. A. Social entrepreneurship and inclusive business: the social direction of private sector development, *Ekonomika i upravlenie: problemy i resheniya*, 2019, Vol. 2, No. 4, pp. 11–21.
15. Prahalad C. K., Hart S. L. The Fortune at the Bottom of the Pyramid, *Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios*, 2002, No. 26, PP. 54–67.

DOI: 10.19177/reen.v1e220081-23. Available at: [https://www.uhu.es/alfonso\\_vargas/archivos/PRAHA-LAD%20Y%20HART-THE%20BOTTOM%20OF%20THE%20PYRAMID.pdf](https://www.uhu.es/alfonso_vargas/archivos/PRAHA-LAD%20Y%20HART-THE%20BOTTOM%20OF%20THE%20PYRAMID.pdf) (date of application: 04/24/2023).

16. Dudina I. M., Prostova D. M. Social entrepreneurship: sustainability and social impact of non-profit organizations (foreign experience), *Ekonomicheskie issledovaniya i razrabotki*, 2022, No. 12, pp. 79–89. DOI: 10.54092/25420208\_2022\_12\_79

#### About the authors

**Natal'ya V. Bryukhanova**— Doctor of Economics, Associate Professor, Professor of the Department of Management of the Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia.

ORCID: 0000-0001-8186-5214

E-mail: bnv3004@gmail.com

**Natal'ya V. Fadeikina** – Doctor of Economics, Professor, Honored Scientist and Honored Economist of the Novosibirsk Region, Editor-in-Chief of the journal "Sibirskaya finansovaya shkola", Novosibirsk State University of Economics and Management, Novosibirsk, Russia.

ORCID: 0000-0002-5864-9668

E-mail: fadeikinav@yandex.ru

### Вниманию специалистов!

**Брюханова Н. В.**

**Теоретические и практические аспекты использования бюджетирования в финансовом планировании инвестиционной деятельности организаций** / Н. В. Брюханова, Н. В. Фадейкина, М. М. Фридрих: учеб. пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. ; Новосибир. гос. ун-т экономики и управления. – Новосибирск : НГУЭУ, 2023. – 164 с.

Рассматриваются вопросы использования организациями метода бюджетирования в финансовом планировании инвестиционной деятельности с целью формирования многофакторной модели результатов, повышения качества управления инвестиционными процессами, снижения уровня неопределенности и риска. На теоретическом уровне обоснована целесообразность применения бюджетирования как одного из основных методов финансового планирования инвестиционной деятельности организаций.

Пособие адресовано студентам (магистрантам), аспирантам, научно-педагогическим работникам вузов, а также специалистам, занимающимся вопросами финансового управления и планирования, инвестиционной деятельности и инвестиционного проектирования.

