

Факты. Комментарии. Заметки

© 2022 г.

И.Б. НАЗАРОВА

СОЦИАЛЬНЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ: ЗАПРОС НА ПОДДЕРЖКУ

НАЗАРОВА Инна Борисовна – кандидат социологических наук, доктор экономических наук, заведующая лабораторией исследований здоровья населения и системы здравоохранения Института социально-экономических проблем народонаселения ФНИСЦ РАН, Москва, Россия (inna-nazarova@mail.ru).

Аннотация. На данных опроса 359 руководителей социальных предприятий (2022) анализируются потребности предпринимателей во внешней поддержке. Установлено, что в 2021–2022 гг. более 4/5 из них получали какую-либо поддержку от крупных бизнес-организаций, государственных и негосударственных некоммерческих фондов и т.д. Наиболее значимой для руководителей социальных предприятий представляется помощь государства – безвозмездные финансовые ресурсы на осуществление основной деятельности организации, налоговые льготы и субсидии отдельных социально-значимых программ. Социальные предприниматели сильно нуждаются также в поддержке крупного бизнеса (почти 2/3 респондентов): они хотели бы получить инвестиции в свои проекты, помощь в продвижении продукции на рынок, льготные кредиты. Факторный анализ подтвердил важность всех видов государственной поддержки, и только социальные предприятия, связанные с инноватикой, больше заинтересованы в поддержке крупного бизнеса и некоммерческих фондов.

Ключевые слова: социальное предпринимательство • социальные предприниматели • государственная поддержка

DOI:

Постановка исследовательской задачи. Социальное предпринимательство в отличие от обычного бизнеса ориентировано не на прибыль, а на социальный эффект, на оказание помощи людям [Thompson, 2002]. Социальные предприятия решают социально-значимые проблемы, которые не решают другие участники рынка или государство [Mair, Marti, 2006], в некоторых случаях точнее и эффективнее, чем государство [Кригер, Алекперов, 2014].

Социальные предприятия (СП) начали создаваться в России относительно недавно: в соответствии с Реестром МСП¹, в начале 2022 г. функционировали 6594 СП, половина которых открыты в 2016 г., остальные позже. Лидером по числу социальных предприятий является Московская область (8,6% от всех по России), но по соотношению числа этих предприятий и численности населения (всего лишь 4 предприятия на 100 тыс. населения) этот регион относится скорее к отстающим, а наиболее активными по их созданию являются Ненецкий АО (на 100 тыс.– 63,8 предприятий) и Камчатский край (соответственно 42,3 предприятия). Социальные инициативы характерны в первую очередь для городов, лишь 12,6% СП действуют в сельских поселениях. Наиболее распространена

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и БРФФИ в рамках научного проекта № 20-511-00047.

¹ Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства АО «Корпорация «МСП». URL: <https://ofd.nalog.ru/index.html> (дата обращения: 20.12.2021).

образовательная деятельность СП (26,4% всех зарегистрированных СП), а также их деятельность в сфере здравоохранения и социальных услуг (26,0%).

Поскольку СП функционируют в рыночной экономике, в их деятельности необходимо соединение социального назначения организации с характеристиками обычного бизнеса – с предпринимательским новаторством и с достижением, как минимум, устойчивой самоокупаемости [Московская, Соболева, 2016; Социальное предпринимательство, 2011]. Поскольку СП генерируют положительные экстерналии (как и, например, обычные образовательные и медицинские организации), они вправе рассчитывать на поддержку других социальных субъектов. К сожалению, получают ее они далеко не всегда.

В 2019 г. Россия поднялась по характеристикам развития социального предпринимательства на 23-е место в рейтинге стран мира. Эксперты установили, что социальным предпринимателям России стало несколько легче продавать свою продукцию или услуги обществу и бизнесу, однако сложнее получить финансовую и нефинансовую поддержку. В целом условия развития СП в современной России были оценены как недостаточные [The best countries, 2019]. Только в 2019 г. в России были приняты поправки к Закону о развитии малого и среднего предпринимательства, впервые вводящие в законодательное поле понятия «социальное предпринимательство» и «социальное предприятие» (ФЗ № 245 от 26.07.2019), что дает возможность организовать поддержку социальных предпринимателей и оптимизировать их налогообложение. Для этого необходимо узнать потребности социальных предпринимателей во внешней поддержке. Именно это и будет далее анализироваться на материалах проведенного в начале 2022 г. онлайн-опроса 359 руководителей социальных предприятий из разных российских регионов².

Поддержка социального предпринимательства. Большинство опрошенных социальных предпринимателей (79,7%) считали, что СП – это, прежде всего, бизнес, хотя и особого рода. Вместе с тем руководители отмечали необходимость поддержки для социального предпринимательства. Речь идет, прежде всего, о финансовой поддержке и взаимовыгодном партнерстве: наиболее важным считается доступ к благотворительным средствам (87,3%) и к финансированию со стороны государства (65,8%). Большинство (80,6%) подчеркнули важность партнерства с крупным бизнесом. Только половина опрошенных считали, что социальные предприятия должны сами зарабатывать средства для своей деятельности.

За последние два года тот или иной вид поддержки от государства, бизнеса или специальных фондов³ получили подавляющее большинство (81,6%) вошедших в выборку СП. В частности, от Центра «Мой бизнес» финансовую и/или нефинансовую поддержку в 2021 г. получили 54,3% социальных предпринимателей, от центров инноваций социальной сферы – 40,9%. Почти каждый пятый (18,7%) из руководителей пользовался поддержкой государственных или негосударственных некоммерческих фондов. В то же время более половины предпринимателей не пользовались поддержкой некоммерческих фондов, поскольку не знают об их работе в своем регионе (52,7%), 20,9% опрошенных не удалось

² Поскольку социальные предприниматели (как и предприниматели вообще) – труднодоступные респонденты, изучаемая выборка не репрезентативна, но в ней присутствуют СП в соответствии со структурой их видов деятельности и распространенности в регионах России (согласно Реестру МСП в Едином реестре Федеральной налоговой службы по состоянию на февраль 2022 г.). Среди респондентов – 31,5% мужчин и 68,5% женщин, большинство (86,4%) имеет высшее образование, 5% – ученую степень. Почти половина руководителей (45,4%) оформлены в качестве индивидуальных предпринимателей, другая часть предприятий (48,2%) являются обществами с ограниченной ответственностью. Исследования проведены Центром социального предпринимательства и социальных инноваций Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики».

³ Например, к государственным фондам относятся Президентский фонд культурных инициатив, а также региональные фонды, учрежденные органами власти, и др. К негосударственным некоммерческим фондам относятся Фонд региональных социальных программ «Наше будущее», Фонд «Навстречу переменам», другие региональные общественные и частные некоммерческие фонды, оказывающие поддержку коммерческим и некоммерческим организациям.

Таблица 1

Значимость разных видов помощи для руководителей СП
(наивысшая оценка – 5 баллов)

Формы поддержки	Доля получателей, %	Средняя оценка
<i>Поддержка со стороны государства</i>		
– субсидии, гранты, другие безвозмездные финансовые ресурсы на осуществление основной деятельности организации	73,3	4,61
– налоговые льготы	63,5	4,39
– субсидирование отдельных социально значимых программ	56,8	4,35
– безвозмездная помощь в продвижении продукции /услуг на рынок, субсидирование затрат на рекламу	52,4	4,19
– льготы или гарантии возврата средств крупному бизнесу, направляющему инвестиции в социальное предпринимательство	40,4	3,85
– бесплатные консультации	39,6	3,77
– профессиональное обучение /тренинги сотрудников	36,8	3,81
– содействие поиску партнеров в коммерческом секторе	36,5	3,79
– инвестиции в инновационные проекты	33,7	3,76
– содействие поиску партнеров в некоммерческом секторе, среди фондов	32,3	3,69
– льготные кредиты	38,2	3,65
<i>Поддержка/сотрудничества с крупным бизнесом</i>	45,1	4,46
<i>Поддержка со стороны некоммерческих фондов</i>	33,7	4,50

добиться поддержки этих фондов, а 16,8% отмечали, что им доступна только возмездная помощь фондов, в которой они не заинтересованы.

За последние два года поддержку от какой-либо более крупной бизнес-организации получали только 23,4% обследованных предпринимателей. Одни из них смогли получить от крупного бизнеса финансовую поддержку (10,6%), другие – помощь в продвижении продукции на рынок (7,0%). В то же время треть (30,8%) даже не обращались за помощью к крупному бизнесу, поскольку он не присутствует в их регионе или не доступен (17,0%), либо потому, что крупный бизнес, по их мнению, вообще не заинтересован сотрудничать с социальными предпринимателями (29,1%). При этом очень многие социальные предприниматели нуждаются в поддержке крупного бизнеса (65,2%): они хотели бы получить от него инвестиции в новые проекты (40,2%), помощь в продвижении продукции на рынок (38,4%), возможность арендовать помещение со скидкой (31,7%), льготные кредиты (21,1%).

Наиболее высоко руководители оценивали такие виды помощи от государства, как финансовую помощь (73,3%), налоговые льготы (63,5%) и субсидирование отдельных социально значимых программ (56,8) (табл. 1). В то же время сотрудничество с крупным бизнесом и поддержка некоммерческих фондов получили более высокие средние оценки значимости, чем почти все виды госпомощи.

Для лучшего понимания взаимосвязи характеристик-переменных, описывающих разные виды помощи, необходимой социальным предпринимателям, предпринят факторный анализ (табл. 2). В результате получены три новые переменные (факторы), которые были использованы в последующем корреляционном анализе⁴. Первые два фактора демонстрируют потребность социального предпринимателя в поддержке только государством, третий – в поддержке в основном со стороны крупного бизнеса и некоммерческих фондов.

⁴ В описании результатов использованы значения коэффициентов более 0,3 и на уровне значимости 0,001.

⁵ Повернутая матрица компонентов (метод выделения факторов: метод главных компонент). Метод вращения: варимакс с нормализацией Кайзера. Вращение сошлось за 5 итераций. Три фактора объясняют 53,3% информации.

Таблица 2

Факторная структура оценок видов помощи социальным предприятиям⁵

Переменные: типы поддержки	Факторы		
	1	2	3
<i>Поддержка со стороны государства</i>			
– субсидии, гранты, другие безвозмездные финансовые ресурсы на осуществление основной деятельности организации		0,833	
– налоговые льготы		0,736	
– субсидирование отдельных социально значимых программ		0,650	
– безвозмездная помощь в продвижении продукции /услуг на рынок, субсидирование затрат на рекламу	0,508		
– льготы или гарантии возврата средств крупному бизнесу, направляющему инвестиции в социальное предпринимательство	0,498	0,404	
– бесплатные консультации	0,711		
– профессиональное обучение /тренинги сотрудников	0,632		
– содействие поиску партнеров в коммерческом секторе	0,704	0,339	
– инвестиции в инновационные проекты	0,534		0,316
– содействие поиску партнеров в некоммерческом секторе, среди фондов	0,751	0,308	
– льготные кредиты	0,618		
<i>Поддержка/сотрудничество с крупным бизнесом</i>			0,731
<i>Поддержка со стороны некоммерческих фондов</i>			0,691

Фактор 1 – «Потребность во всех видах поддержки от государства». Ось данного фактора объединяет переменные, описывающие важность трех основных видов поддержки со стороны государства: финансовую, консультационную и поиск партнеров. У данного фактора нет связи с основными характеристиками предприятия или руководителя социального предприятия. Виды поддержки, проявившие себя в этом факторе, важны всем типам СП независимо от вида их экономической деятельности.

Фактор 2 – «Потребность в выборочной поддержке государства» – демонстрирует ориентацию на более выборочную поддержку со стороны государства. Корреляция данного фактора с другими переменными показывает связь СП с городами-миллионниками, с наличием опыта работы с крупным бизнесом и другими организациями.

Фактор 3 – «Потребность в сотрудничестве с крупным бизнесом и некоммерческими фондами». Основную нагрузку здесь несут переменные, показывающие высокую оценку сотрудничества с крупным бизнесом и некоммерческими фондами, в то время как со стороны государства руководителю СП важно получать поддержку только в качестве инвестиций в инновационные проекты. Корреляционный анализ позволяет говорить о наличии у таких предпринимателей опыта работы с бизнесом. Присутствует также связь работы предприятий с социальной группой «семья с детьми».

Выводы. Вошедшие в выборку руководители СП почти единодушно отмечают важность и недостаток поддержки со стороны государства, прежде всего финансовой. Им необходима интеллектуальная и консультационная поддержка, доступ к новым знаниям и технологиям. Для российского социального предпринимательства важна также поддержка и сотрудничество с крупным бизнесом, который мог бы привлекать инициативных предпринимателей к участию в собственных социальных проектах.

Как показал факторный анализ, в современной России действует три основные группы СП:

1) предприятия, руководители которых нуждаются главным образом в финансовой поддержке и обучении, пока мало знают о возможных видах поддержки и партнерствах;

2) предприятия, имеющие опыт поучения множества видов поддержки и работы с крупным бизнесом, для них важна партнерская поддержка, они готовы участвовать в конкурсных мероприятиях за поддержку социально-значимых проектов;

3) инновационные предприятия, работающие преимущественно с крупным бизнесом и некоммерческими фондами, нацеленные на выпуск инновационного продукта и инновационных услуг.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ [REFERENCES]

- Кригер М., Алекперов В. Социальные предприниматели – инновационная опора государства // Эксперт. 2014. № 26. С. 8–10. [Kriger M., Alekperov V. (2014) Social entrepreneurs – innovative support of the state. *Ekspert* [Expert]. No. 26: 8–10. (In Russ.)]
- Московская А.А., Соболева И.В. Социальное предпринимательство в системе социальной политики: мировой опыт и перспективы России // *Forecasting problems*. 2016. Т. 27. № 6. С. 103–111. [Moskovskaya A.A., Soboleva I.V. (2016) Social entrepreneurship in the system of social policy: world experience and prospects for Russia. *Forecasting problems*. Vol. 27. No. 6: 103–111. (In Russ.)]
- Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования / Отв. ред. А.А. Москвская. М.: НИУ ВШЭ, 2011. [Social entrepreneurship in Russia and in the world: practice and research. (2011) Ed. by A.A. Moskovskaya. Moscow: NIU VSHE. (In Russ.)]
- Mair J., Marti I. (2006) Social entrepreneurship research: a source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*. Vol. 41. No. 1: 36–44.
- The best countries to be a social entrepreneur. Thomson Reuters Foundation. URL: <https://poll2019.trust.org/> (accessed: 10.05.2022).
- Thompson J.L. (2002) The world of the social entrepreneur. *The International Journal of Public Sector Management*. Vol. 15 (2): 412–431.

Статья поступила: 30.05.22. Финальная версия: 02.10.22. Принята к публикации: 03.10.22.

SOCIAL ENTERPRISES IN RUSSIA: DESCRIPTION AND DEMAND FOR SUPPORT

NAZAROVA I.B.

Institute of Socio-Economic Studies of Population of FCTAS RAS, Russia

Inna B. NAZAROVA, Dr. Sci. (Econ.), Institute of Socio-Economic Studies of Population of FCTAS RAS, Moscow, Russia (inna-nazarova@mail.ru).

Acknowledgements. The reported study was funded by RFBR and BRFR, project number 20-511-00047.

Abstract. The study is based on a survey of 359 social entrepreneurs. In 2021–2022, 81,6% of social entrepreneurs received some kind of support, including from a large business organization (23,4%), state or non-state non-profit foundations (18,7%). The most significant for social enterprises is the assistance that the state can provide; first, these are subsidies, grants, other gratuitous financial resources for implementing the main activities of the organization (73,3%), tax benefits (63,5%), and subsidies for socially significant programs (56,8%). Social entrepreneurs need the support of large businesses (65,2%), would like to receive investments in new projects (40,2%), assistance in promoting products to the market (38,4%), preferential loans (21,1%). Only 10,6% of social enterprises were able to receive financial support from large businesses 7.0 – assistance in promoting products to the market. Also, to receive investments in new projects, rent premises at a discount, use the property of a large organization (14,8%). The reasons why social enterprises do not enjoy business support differ: 30,9% of social entrepreneurs explain this by the absence of large companies in their region; 17% consider large companies inaccessible to contacts; 29,1% of social entrepreneurs are sure that big business is not interested in cooperation with them, because they have nothing to offer. Factor analysis showed importance for most enterprises of all types of support from the state. For social entrepreneurship, producing an innovative product and providing innovative services, support from large businesses and non-profit foundations is more important.

Keywords: social entrepreneurship, social entrepreneurs, state support.

Received: 30.05.22. Final version: 02.10.22. Accepted: 03.10.22.