

Учредитель: федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Пермский государственный национальный исследовательский университет». Журнал включает в себя авторские статьи по вопросам теории, истории и практики государственного и муниципального управления.

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Сухих В.А., д.экон.н. (гл. редактор)

Красильников Д.Г., д.полит.н., доц. (зам. гл. редактора)

Троицкая Е.А., к.полит.н. (отв. редактор)

Блусь П.И., к.геогр.н., *Будалин Е.П.*, к.юрид.н.,

Булахтин М.А., д.ист.н., *Зуева Е.Л.*, к.экон.н., доц.,

Мохов В.П., д.ист.н., проф., *Новикова К.В.*, д.экон.н., проф.,

Прудский В.Г., д.экон.н., проф., *Пыткин А.Н.*, д.экон.н., проф.,

Суслов М.Г., д.ист.н., проф.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Алтухов А.И., академик РАН, д.экон.н., проф., зав. отделом территориально-отраслевого разделения труда в АПК ФГБНУ «Всероссийский научно-исследовательского институт экономики сельского хозяйства», Москва

Анимица Е.Г., член-корр. РАЕ, д.геогр.н., проф., зав. кафедрой региональной и муниципальной экономики ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет», Екатеринбург

Запольский С.В., д.юрид.н., проф., зав. сектором административного и бюджетного права ФГБНУ «Институт государства и права Российской академии наук», Москва

Ирхин Ю.В., д.филос.н., проф., проф. кафедры политологии и политического управления ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства и государственного управления при Президенте Российской Федерации», проф. кафедры теоретической и прикладной политологии ФГБОУ ВПО «Российский государственный гуманитарный университет», Москва

Красильников Д.Г., д.полит.н., доц., проректор по стратегическому развитию, экономике и правовым вопросам, зав. кафедрой государственного и муниципального управления ФГБОУ ВПО «Пермский государственный национальный исследовательский университет», председатель Общественной палаты Пермского края, Пермь

Мельник М.В., д.экон.н., проф., заслуженный деятель науки РФ, профессор кафедры «Аудит и контроль» ФГБОУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», Москва

Силин Я.П., д.экон.н., заместитель председателя Правительства Свердловской области, Екатеринбург

Сухих В.А., д.экон.н., председатель Законодательного Собрания Пермского края, Пермь

Татаркин А.И., академик РАН, д.экон.н., проф., заслуженный деятель науки РФ, директор ФГБНУ «Институт экономики Уральского отделения Российской академии наук», Екатеринбург

Шляхта Б., д.юрид.н., проф., декан факультета международных и политических наук, зав. кафедрой политической философии в Институте политических наук и международных отношений Ягеллонского университета в Кракове, Польша

Щерский К., проф., проф. кафедры современных политических систем Института политических наук и международных отношений Ягеллонского университета в Кракове, Польша

Журнал входит в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук

Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор), свидетельство о регистрации СМИ ПИ № ФС77-44084 от 04.03.2011 г. Перерегистрирован в связи со сменой наименования учредителя, свидетельство о регистрации СМИ ПИ № ФС77-53170 от 14.03.2013 г.

Издается на кафедре государственного и муниципального управления историко-политологического факультета Пермского государственного национального исследовательского университета.

Территория распространения –
Российская Федерация,
зарубежные страны

Подписной индекс
в Объединенном каталоге
«Пресса России» – 41047.

Адрес
учредителя, издателя
и редакционной коллегии
614990, Россия, г. Пермь,
ул. Букирева, 15

Тел. (342) 239-68-30
Сайт: ars-administrandi.com
E-mail: arsadmag@yandex.ru

Publisher: Perm State University.

The journal is devoted to the problems of theory, history and practice of public administration.

INTERNATIONAL EDITORIAL COUNCIL

Anatoly I. Altukhov, member of the Russian Academy of Sciences, Doctor of Economics, Professor, Head of department of territorial and sectoral division of labor in the agricultural sector of the Russian Research Institute of Agricultural Economics, Moscow

Evgeny G. Animitsa, corresponding member of Russian Academy of Natural History, Doctor of Geography, Professor, Head of department of Regional and municipal economy of Ural State Economic University, Yekaterinburg

Yury V. Irhin, Doctor of Philosophy, Professor, Professor of department of Political science of The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Professor of department of Theoretical and applied political science of Russian State University for the Humanities, Moscow

Dmitry G. Krasilnikov, Doctor of Political Science, Assistant Professor, Vice-rector for strategic development, economy and law issues, Head of department of State and municipal government of Perm State University, Chairman of the Civic Chamber of Perm Krai, Perm

Margarita V. Melnik, Doctor of Economics, Professor, Honored scientist of Russia, Professor of department of Audit and control of Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow

Bogdan Shlyakhta, Doctor of Law, Professor, Dean of faculty of International and political studies, Head of department of Political philosophy at the Institute of Political science and international relations, the Jagiellonian University in Krakow, Poland

Yakov P. Silin, Doctor of Economics, Deputy Prime Minister of Sverdlovsk Oblast, Ekaterinburg

Valery A. Sukhikh, Doctor of Economics, Chairman of Legislative Assembly of Perm Krai, Perm

Ksystof Szczerski, Doctor of Political Science, Professor, Professor of department of Modern political systems at the Institute of Political science and international relations, the Jagiellonian University in Krakow, Poland

Alexander I. Tatarkin, member of the Russian Academy of Sciences, Doctor of Economics, Professor, Honored scientist of Russia, Director of the Institute of Economics, Ural Branch of the Russian Academy of Sciences, Ekaterinburg

Sergey V. Zapolsky, Doctor of Law, Professor, Head of department of Financial and Budget law of Institute of State and Law of the Russian Academy of Sciences, Moscow

EDITORIAL BOARD

Valery A. Sukhikh, Doctor of Economics, Legislative Assembly of Perm Krai – **Head Editor**

Dmitry G. Krasilnikov, Doctor of Political Science, Associate Professor, Perm State University – **Deputy Head Editor**

Elizaveta A. Troitskaya, PhD (Political Science), Perm State University – **Editor-in-Chief**

Pavel I. Blus, PhD (Geography), Perm State University

Evgeny P. Budalin, PhD (Law), West-Ural Institute of Legal Studies

Maksim A. Bulakhtin, Doctor of History, Perm State University

Viktor P. Mokhov, Doctor of History, Professor, State National Research Politechnical University of Perm

Kseniya V. Novikova, Doctor of Economics, Professor, Perm State University

Vladimir G. Prudsky, Doctor of Economics, Professor, Perm State University

Aleksandr N. Pytkin, Doctor of Economics, Professor, Perm Branch of Institute of Economics, Ural Branch of the Russian Academy of Sciences

Mikhail G. Suslov, Doctor of History, Professor, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (Perm Branch)

Elena L. Zueva, PhD (Economics), Associate Professor, Higher School of Economics (Perm Branch)

Journal is indexed by the list of the leading peer reviewed scientific publications of the Higher Attestation Commission of the Russian Ministry of Education and Science.

Published by department of State and municipal government of Perm State University.

Distributed in Russian Federation, foreign countries.

Subscription index in the common catalogue «Press of Russia» (<http://www.pressa-rf.ru>) – 41047.

Address of Publisher and Editorial Board: Perm State University, 15 Bukirev str., Perm, 614990, Russia. Tel. +7(342)239-68-30. Web-site: ars-administrandi.com. E-mail: arsadmag@yandex.ru

© Редакционная коллегия, 2015

СОДЕРЖАНИЕ

I. ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА

- Блусь П.И., Вагина А.В.** Информатизация общества как фактор
повышения качества жизни населения 5
- Николаева М.А.** К вопросу о профессиональной подготовке
кадров государственной службы: вызовы новой реальности 19

II. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА И УПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ

- Ромодина И.В., Силин М.В., Мерзлов И.Ю.** Институциональная
среда государственно-частного партнерства: опыт Пермского края 28
- Зуева Е.Л., Ховаев С.Ю.** Возможности развития института
социального предпринимательства в России 46
- Пиньковецкая Ю.С.** Малое предпринимательство в России:
основные виды экономической деятельности 60
- Загороднова Е.П., Хворостухина О.В.** Оценка уровня
зрелости проектного управления при регламентации его процессов
в организациях строительной отрасли 76

III. МЕСТНОЕ САМОУПРАВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ТЕРРИТОРИЙ

- Магданов П.В.** Проблемы организации стратегического
планирования в муниципальных образованиях 91

IV. ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ

- Капогузов Е.А., Кабижан Н.Н.** Методологические оценки
качества и эффективности государственного управления в контексте
реформ в России и Казахстане 99
- Шарков А.В.** Социальная функция Китайского государства
VII- нач. XX в. 113

УДК 338.22

Е.Л. ЗУЕВА, к.экон.н., доцент департамента менеджмента
Пермский филиал ФГАОУ ВПО «Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики», г. Пермь, ул. Студенческая, 38
Электронный адрес: zuevael-0404@yandex.ru

С.Ю. ХОВАЕВ, преподаватель департамента менеджмента
Пермский филиал ФГАОУ ВПО «Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики», г. Пермь, ул. Студенческая, 38
Электронный адрес: skhovaev@hse.ru

ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ ИНСТИТУТА СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ

В данной статье рассматривается проблема развития института социального предпринимательства в России. Авторы изучают феномен социального предпринимательства, определяют его характеристики, исследуют государственную политику в данной сфере, деятельность частных фондов, поддерживающих социальных предпринимателей. В работе представлена попытка систематизации подходов к феномену; использованы качественные методы исследования, такие как интервью и анализ кейсов, позволившие выявить препятствия для развития социального предпринимательства в Пермском крае, а также опрос, показавший отношение общества к данному институту.

Ключевые слова: социальное предпринимательство; социальные услуги; предпринимательство

Значение и определение социального предпринимательства

Социальное предпринимательство является относительно новой областью в современной экономической науке. Впервые о нем заговорили в научной литературе в конце прошлого века, а серьезное развитие данного института началось в 2000-х гг.

Под социальным предпринимательством понимается новый подход к ведению организационной деятельности, предусматривающий сочетание экономической устойчивости с социальной направленностью. Применение новых идей, инноваций и качественного менеджмента дает возможность организациям воздействовать на множество социальных проблем: от создания рабочих мест для незащищенных слоев населения и оказания услуг нуждающимся людям до решения проблем экологии [8]. Во многих западных странах (США, Франция, Италия и др.) можно наблюдать положительный результат подобного влияния.

В России институт социального предпринимательства переживает стадию становления, однако оценить его влияние на решение социальных проблем уже представляется возможным [1; 2; 15]. Однако в настоящее время пока нет научных исследований, направленных на выявление всего спектра возможностей использования данного института для развития сферы социальных услуг в российских условиях. В связи с этим актуальным является исследование действующих социальных предприятий, позволяющее определить принципы их функционирования, модель финансирования, а также барьеры, которые препятствуют дальнейшему развитию социального предпринимательства в России.

В настоящей работе, в отсутствие специальных оговорок, понятия «социальное предпринимательство», «социальные организации» и «социальное предприятие» рассматриваются как сопряженные, где социальное предпринимательство означает процесс, деятельность, а социальное предприятие (организация) – организационную структуру, в рамках и через посредство которой соответствующая деятельность воспроизводится и достигает социального и экономического результата.

Целью работы является определение факторов, влияющих на успешное развитие социального предпринимательства в российских условиях.

Научная новизна выражается в созданном гибридном подходе, позволившем систематизировать существующие научные труды как российских, так и зарубежных авторов и определить четкие критерии социального предпринимательства. Этот подход может быть использован в дальнейших исследованиях института социального предпринимательства, поскольку позволяет идентифицировать представителей данной категории предпринимателей.

Данная работа посвящена изучению российского опыта развития социального предпринимательства и основных препятствий для развития этого института. Практическая значимость исследования заключается в возможности использования его результатов в государственном и региональном управлении для преодоления барьеров к развитию социального предпринимательства.

Понятие «социальное предпринимательство»

Анализ научной литературы по проблеме показал значительное разнообразие подходов к толкованию исследуемого понятия. Для того чтобы выработать собственное определение понятия социального предпринимательства, подходящее для целей нашего эмпирического исследования, мы сопоставили формулировки, предложенные зарубежными авторами.

В определении понятия социального предпринимательства часть авторов исходит из принципов создания социальной организации [16]. Другие фокусируют внимание на деятельности, которую ведут социальные предприниматели [34]. Еще одна группа ученых рассматривает социальные предприятия через призму ценности, которую создают данные организации [24; 25]. Кроме того, многие авторы определяют социальное предпринимательство через совокупность мотивов, целей и вызовов, стоящих перед социальным предпринимательством [10; 21].

В ходе анализа существующих исследований в области социального предпринимательства было выявлено несколько характеристик данного феномена. Первая характеристика: социальное предпринимательство направлено на решение каких-либо социальных проблем [9; 11; 18; 22; 25; 30; 32]. Вторая: социальное предпринимательство находится на стыке некоммерческого и коммерческого секторов экономики, следовательно, может иметь как форму НКО, так и коммерческую организационно-правовую форму [10; 14; 19; 21; 23; 31]. Третья характеристика: финансовая самостоятельность социальных предприятий [12; 17; 19; 20; 32; 33]. Организации получают прибыль и используют ее в основном для дальнейшего развития. Четвертая характеристика: использование инноваций для решения социальных проблем, т.е. применение

предпринимательского подхода в некоммерческой сфере [14; 23; 24; 27; 28; 29]. Если первые две характеристики являются общепринятыми, то последние встречаются не во всех определениях. Стоит отметить, что ни одно из представленных определений не может провести четкую границу между социальными предпринимателями и другими экономическими агентами.

Исходя из частоты упоминания характеристик, присущих социальному предпринимательству, их можно разделить на три основные группы: обязательные, желательные и дополнительные. Обязательные характеристики социального предпринимательства присутствуют практически во всех определениях различных авторов. Желательные характеристики в формулировках встречаются достаточно часто, но не всегда проявляются в деятельности социальных предпринимателей и их организаций. Последние – дополнительные характеристики, которые помогают совершенствовать деятельность социальных организаций. Каждой из характеристик соответствует набор критериев, позволяющих идентифицировать социальное предпринимательство.

Характеристики социального предпринимательства	Критерии социального предпринимательства
Характеристики 1-го порядка (обязательные характеристики социального предпринимательства)	<ul style="list-style-type: none"> • Постоянное производство товаров или предоставление услуг; • высокая степень автономии; • наличие бизнес модели; • высокий уровень экономического риска; • ясная социальная цель.
Характеристики 2-го порядка (желательные характеристики социального предпринимательства)	<ul style="list-style-type: none"> • Инициатива, исходящая от общества; • социальное участие групп, на которые влияет деятельность предприятия; • ограниченное распределение прибыли; • инновационность.
Характеристики 3-го порядка (дополнительные характеристики социального предпринимательства)	<ul style="list-style-type: none"> • Минимальная доля оплачиваемой работы; • власть принятия решений, не основанная на собственности.

Как показано выше, нами были выделены базовые характеристики социального предпринимательства, которые являются обязательными. К таким критериям относятся несколько параметров:

- Постоянное производство товаров и услуг, это означает, что деятельность ведется не в проектном режиме, а на постоянной основе. Постоянное производство обеспечивает стабильность в предложении социальных услуг для достижения равновесного состояния в долгосрочном периоде. В то же время разовое производство или оказание товаров и услуг приводит к краткосрочному результату, но не дает продолжительного эффекта.

- Под высокой степенью автономии подразумевается, что социальная организация имеет достаточно собственных финансовых средств для того, чтобы вести свою деятельность без внешней поддержки. Можно выделить

два уровня автономности: краткосрочную и долгосрочную. При краткосрочной автономности собственных доходов организации хватает на покрытие переменных издержек, но при этом компания не является жизнеспособной в долгосрочном периоде. В то время как долгосрочная автономность – это ситуация, при которой организация может обеспечить покрытие всех издержек без внешней поддержки.

- Наличие бизнес-модели связано с предыдущим параметром и определяет, имеет ли компания собственные источники дохода от продажи товаров или услуг. Также бизнес-модель позволяет рассмотреть, каким образом функционирует организация.

- Высокий уровень риска является неотъемлемой характеристикой любого предпринимательства. То есть при организации своего дела социальные предприниматели не имеют каких-либо гарантий на успех по сравнению с другими игроками.

- У организации должна быть ясная социальная цель, с которой она создавалась. Данная цель может быть выражена в установлении миссии компании, а также в ее организационных документах.

На основе описанных критериев можно говорить о гибридном характере социального предпринимательства, сочетающем в себе черты как традиционного бизнеса, так и некоммерческих организаций. Некоторые критерии социального предпринимательства пришли из коммерческой сферы (постоянное производство товаров и услуг, наличие бизнес-модели и т.п.), тогда как остальные отражают социальную направленность данного типа предпринимательства.

Поддержка социального предпринимательства в России

В российской практике можно выделить два источника поддержки социального предпринимательства: государственный и частный. Государственная поддержка выражается в юридических нормах и государственной политике по отношению к данному институту. Частная поддержка осуществляется негосударственными фондами, чья основная или дополнительная деятельность сопряжена с поддержкой социальных предпринимателей.

Государственная политика поддержки социальных предпринимателей

Единственное упоминание термина «социальное предпринимательство» в нормативно-правовом поле содержится в приказе Минэкономразвития России [3; 7]. Согласно этому документу под социальным предпринимательством понимается организация, функционирующая на низкомаржинальном рынке, или организация, предоставляющая рабочие места незащищенным слоям населения (инвалидам, матерям, имеющим детей в возрасте до 3 лет и др.). Однако, несмотря на выделение этой категории предпринимательства, в приказе не предусмотрены специализированные меры ее поддержки и стимулирования. Министерство предлагает регионам создавать институты поддержки социального предпринимательства, но не создает показатели оценки, определяющие результативность регионов.

Также стоит отметить, что подобные программы по поддержке малого и среднего предпринимательства сами по себе имеют неопределенную

результативность. К примеру, программа поддержки предпринимательства была реализована в 2008–2011 гг. в Пермском крае [4]. По ее результатам Контрольно-счетной палатой была проведена проверка, в ходе которой был выявлен ряд нарушений: несоблюдение сроков строительства бизнес-инкубаторов, нарушение договоров о предоставлении субсидий, а также нецелевое и непропорциональное расходование бюджетных средств. Поскольку проверка носила выборочный характер, то общая сумма нарушений не превысила 20 тыс. руб.

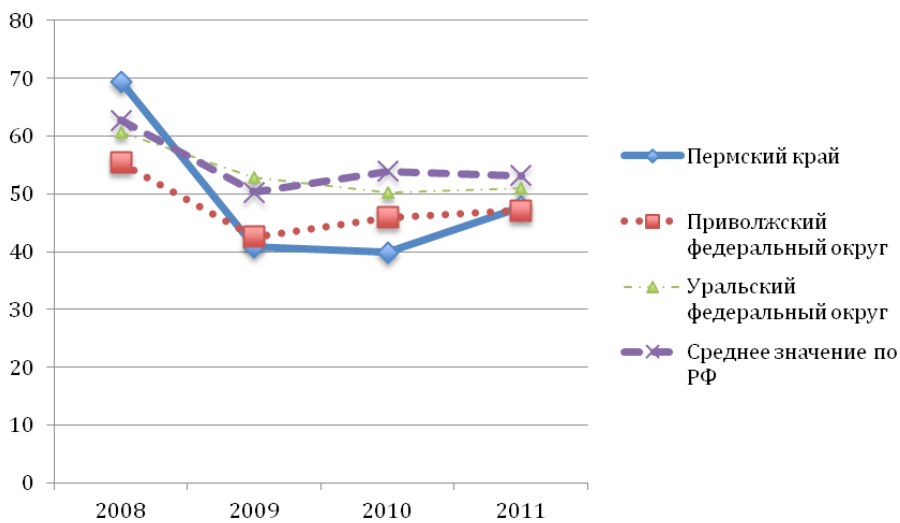


Рис. Среднегодовой оборот малых предприятий в расчете на 1 жителя [4]

За время реализации программы оборот малых предприятий в Пермском крае был ниже среднего уровня по Приволжскому федеральному округу и существенно ниже, чем средний уровень по России (рис.). Следовательно, результативность данной программы оказалась ниже, чем в других регионах того же федерального округа, что также было отмечено Счетной палатой [5]. Значит, данной программы недостаточно для развития предпринимательства в целом и социального предпринимательства в частности.

Негосударственные институты поддержки социальных предпринимателей

Вследствие недостаточного внимания со стороны государственных структур большое влияние на институт предпринимательства оказывается частными фондами. В настоящее время, как минимум, три организации занимаются изучением и развитием института социального предпринимательства на территории России.

Среди негосударственных инициатив по развитию социального предпринимательства в России следует отметить Центр социального предпринимательства в Новосибирске, который создан и существует при Институте дополнительного образования Новосибирского государственного технического университета. В действительности это первый пример институционализиро-

ванной практики, которая не только указала на свою связь с социальным предпринимательством, но и предложила механизм его продвижения: посредством обучения заинтересованных студентов, имеющих инновационные идеи в социальной области, и содействия воплощению этих идей в жизнь. Центр создал специализированный бизнес-инкубатор, помогающий реализовать идеи социального предпринимательства.

Организация, которая изучает и поддерживает социальное предпринимательство в Пермском крае, – это Фонд «Центр гражданского анализа и независимых исследований» (Центр ГРАНИ). Центр проводит семинары для социальных предпринимателей, где они могут проконсультироваться со специалистами и выработать пути решения проблем.

Также существует частный фонд «Наше будущее» [7], который был создан в 2007 г. для поддержки социального предпринимательства в России. Фонд ставит перед собой следующие задачи: выявление социальных предпринимателей, предоставление необходимой поддержки (финансовой и консультационной) и распространение идеи социального предпринимательства в обществе. Фонд «Наше будущее» определяет социальных предпринимателей по следующим критериям: социальная миссия, предпринимательский подход, инновационность, тиражируемость, самокупаемость.

За семь лет своей деятельности организация поддержала 108 проектов на территории 45 регионов России и выдала 231 млн рублей в виде беспроцентных займов. Таким образом, на сегодняшний день данный фонд является крупнейшей частной организацией по поддержке социального предпринимательства. Стоит отметить, что ключевым недостатком поддержки фондом «Наше будущее» является ограничение средств. По сравнению с государственными программами частный фонд не имеет достаточно ресурсов для поддержки всех социальных предпринимателей.

Еще одна организация, которая занимается поддержкой социальных предпринимателей, – это автономная некоммерческая организация «Агентство стратегических инициатив». По ее оценкам, социальное предпринимательство может создать более 500 000 рабочих мест за 5 лет. Организация начала поддерживать социальные организации, предоставляя образовательные услуги и ресурсное сопровождение.

Таким образом, на сегодняшний день в России не существует инструментов государственной поддержки социального предпринимательства, поддержка оказывается со стороны частных фондов. При этом частные фонды имеют ограничения в ресурсах, соответственно предлагают меньший объем финансовой помощи. Это обуславливает необходимость разработки каких-то дополнительных специальных мер, сфокусированных на развитии социального предпринимательства со стороны государства.

Методология исследования

Для определения возможных перспектив развития социального предпринимательства в российских условиях было проведено исследование, состоящее из трех этапов:

- Первый этап: экспертные полуструктурированные интервью с руководителями и работниками фондов, поддерживающих социальных предпринимателей (фонд «Наше Будущее» и центр ГРАНИ). Интервью состоит из двух частей: общая информация о социальном предпринимательстве в России и о социальных предпринимателях как личностях (их личные качества, компетенции, опыт).
- Второй этап: анализ кейсов работы социальных предпринимателей Пермского края. Необходимая информация была получена из полуструктурированных интервью с самими социальными предпринимателями, а также в ходе анализа документов и общедоступных сведений об их организациях.
- Третий этап: изучение общественного мнения жителей Перми о социальном предпринимательстве. Опрос позволяет выявить отношение широких слоев населения, которые, кроме того, являются потенциальными потребителями услуг к социальному предпринимательству, а также их предположения относительно развития данной сферы в будущем. Опрос базировался на случайной выборке из 205 человек.

Результаты исследования перспектив развития социального предпринимательства в России

В ходе первого этапа исследования эксперты положительно оценивали перспективы развития социального предпринимательства. Каждый отметил, что социальное предпринимательство “объединяет” преимущества некоммерческих и коммерческих предприятий, т.е. оказывает социальные услуги, но при этом не зависит от внешней поддержки. В качестве одного из аргументов того, что социальное предпринимательство имеет большие перспективы, приводились примеры из практики других стран, где социальное предпринимательство уже сейчас играет важную роль в оказании социальных услуг.

Отдельный блок интервью был посвящен качествам, необходимым социальным предпринимателям. Эксперты сошлись во мнении, что социальный предприниматель должен быть настойчивым и трудолюбивым, так как в социальном предпринимательстве, как и в традиционном, успех не достигается быстро – необходимо пройти через череду неудач. Также в ходе интервью было выяснено, что социальным предпринимателям требуются специализированные знания из области менеджмента и экономики для грамотного ведения собственного дела. В частности, один из экспертов привел пример организации, которая из-за недостаточно грамотного маркетингового исследования не смогла найти целевую аудиторию и выйти на рентабельный уровень.

Кроме того, в рамках интервью были выделены две важные движущие силы, которые определяют успех социального предпринимательства как общественного института. Во-первых, важную роль играет государство, от политики которого любой бизнес, в том числе и социальный, зависит очень сильно. Государственная и региональная политика может играть как положительную роль, приветствуя и поддерживая новые инициативы и новые формы ведения деятельности, так и существенно замедлять и препятствовать развитию социального предпринимательства при вводе законодательных ограничений.

Во-вторых, движущей силой в развитии социального предпринимательства является общество. От общественного мнения о социальном предпринимательстве во многом будет зависеть судьба данного института. Положительное отношение в обществе будет способствовать быстрому росту и развитию социального предпринимательства.

На втором этапе исследования были изучены кейсы социального предпринимательства в Пермском крае. В результате анализа мы пришли к выводу о значительном (существенном) разнообразии форм и бизнес-моделей социальных предприятий региона. Одни организации являются некоммерческими, другие зарегистрированы как индивидуальные предприниматели и общества с ограниченной ответственностью. Они занимаются решением различных проблем: социализация выпускников детских домов, работа с детьми с ограниченными возможностями, досуговые услуги для больных детей и т.д. Также разнятся и способы их финансирования: одни организации продают товары, а вся выручка идет на выполнение социальной функции, другие взимают плату за свои услуги с получателей, при этом дополняя эти ресурсы альтернативными источниками финансирования. Кроме того, различаются и проблемы, с которыми сталкиваются данные организации: одним необходим специализированный персонал, другим не хватает финансовых ресурсов для организации деятельности и дальнейшего развития и т.д.

На заключительном этапе исследования был проведен опрос общественного мнения о социальном предпринимательстве. Его результаты свидетельствуют о том, что в целом респонденты положительно относятся к инициативе частных организаций заниматься решением социальных проблем. Так, большинство опрошенных (81%) согласны, что социальные услуги должно оказывать не только государство, как это было в исторической перспективе, но и частные организации. 61% респондентов положительно оценивают перспективы социального предпринимательства. Участникам опроса также было предложено указать сферы, решением вопросов в которых могли бы заниматься социальные предприниматели. Наиболее часто упоминаются проблемы в сфере здравоохранения, бедность и безработица. В той или иной формулировке они фигурировали в ответах более трети опрошенных.

Поскольку социальное предпринимательство во многом опирается на общественную поддержку, следовательно, положительное отношение общества является базой для дальнейшего развития института социального предпринимательства. Таким образом, региональная политика по поддержке социального предпринимательства будет положительно воспринята обществом, что является немаловажным фактором при ее реализации.

В результате исследования также были выявлены барьеры, которые замедляют развитие института социального предпринимательства:

1. Нехватка государственной поддержки на этапе становления или расширения социальной организации. Этап становления социальной организации, как и любой другой, несет в себе наибольшее количество рисков. Именно на первоначальном этапе происходят банкротства большинства социальных организаций. Следовательно, требуется государственная поддержка для развития подобных организаций на начальном этапе. К тому же в рамках

исследования было выявлено, что в связи с низкой маржинальностью социальным предпринимателям сложно расширять свои организации, вследствие чего они нуждаются в государственной поддержке и на этапе масштабирования.

2. Отсутствие стимулов к самоидентификации в роли социального предпринимателя. В настоящее время социальное предпринимательство не имеет никаких привилегий по сравнению с традиционными коммерческими и некоммерческими организациями. Во-первых, это ведет к невозможности определить количество социальных предпринимателей в России в целом или в каком-либо регионе в частности. Во-вторых, при одинаковых условиях социальные предприниматели проигрывают традиционным в связи с меньшей рентабельностью и социальными целями, что существенно затрудняет развитие данного института.

3. Большое разнообразие форм, функций и проблем социального предпринимательства в Пермском крае. В России социальное предпринимательство имеет множество разнообразных форм, они выполняют широкий набор функций и работают во многих сферах экономики. Пермский край не является исключением из общероссийской тенденции, так как все организации, подвергшиеся анализу, отличаются по многим характеристикам, что, безусловно, затрудняет выявление и поддержку данной категории предпринимателей.

4. Нехватка бизнес-компетенций у социальных предпринимателей. В рамках анализа кейсов, а также при экспертном интервью была выявлена проблема нехватки бизнес-компетенций у социальных предпринимателей, несмотря на реализацию региональных программ по их обучению. Это говорит о низкой результативности данных программ, следовательно, региональная политика в сфере социального предпринимательства должна быть направлена на обучение как действующих, так и потенциальных социальных предпринимателей.

В результате исследования можно сделать следующие выводы. Во-первых, наиболее перспективным подходом к определению социального предпринимательства является гибридный подход, подразумевающий наличие коммерческих и некоммерческих характеристик у социальных предприятий. Рассмотрение социального предпринимательства через призму гибридного подхода представляется продуктивным для дальнейшего изучения. Во-вторых, социальное предпринимательство в России находится на этапе зарождения, в связи с чем нет единого отношения к социальному предпринимательству и, соответственно, не существует целенаправленной государственной политики по данному вопросу. Поскольку государство оказывает серьезное влияние на большинство явлений российской экономики, то отсутствие положительного воздействия со стороны государства замедляет развитие института социального предпринимательства в нашей стране. В-третьих, социальное предпринимательство поддерживается обществом и частными фондами. Деятельность фондов позволяет социальным предпринимателям получить необходимую финансовую поддержку на наиболее чувствительных этапах (создание организации и ее расширение), если их проекты являются перспективными. В целом, общество положительно относится к социальному предпринимательству, респонденты, участвующие в опросе, поддерживают инициативы социальных

предпринимателей, которые стараются найти новые способы решения имеющихся социальных проблем. Таким образом, развитие института социального предпринимательства в России идет за счет общественных инициатив, данный институт решения социальных проблем поддерживается людьми и частными фондами. В-четвертых, судя по всему, в нестабильных экономических условиях социальное предпринимательство могло бы стать наиболее адекватной формой оказания социальных услуг, так как оно не требует внешнего финансирования и может решать социальные проблемы самостоятельно. Тем не менее для развития социального предпринимательства требуется снижение барьеров и стимулирование к развитию данного института. Это направление может стать одним из приоритетов государственной и региональной политики в области социально-экономического развития.

Список литературы

1. *Максимова Л.* Бизнес для людей // Новый компаньон. 2015. № 4 (817).
2. *Московская А.А.* Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования. М.: Изд. дом высшей школы экономики, 2011.
3. *Об организации* проведения конкурсного отбора субъектов Российской Федерации, бюджетам которых в 2013 году предоставляются субсидии из федерального бюджета на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства субъектами Российской Федерации: приказ Минэкономразвития России от 24 апр. 2013 г. № 220. URL: <http://docs.pravo.ru/document/view/38065401/45881521/> (дата обращения: 14.06.2015).
4. *Об утверждении* долгосрочной целевой программы «Развитие малого и среднего предпринимательства в Пермском крае на 2012–2014 годы» [Электронный ресурс]: постановление Правительства Перм. края от 4 мая 2012 г. № 282-п. URL: <http://docs.cntd.ru/document/911536068> (дата обращения: 14.06.2015).
5. *Счетная палата* Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: <http://audit.gov.ru> (дата обращения: 14.06.2015).
6. *Федеральный портал* малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс]. URL: <http://smb.gov.ru/measuresupport/programs/> (дата обращения: 23.06.2015).
7. *Фонд «Наше будущее»* [Электронный ресурс]. URL: <http://www.nb-fund.ru/> (дата обращения: 23.06.2015).
8. *Alter S.K.* Social Enterprise Typology. Virtue Ventures LLC, 2007.
9. *Alvord S.H., Brown D.L., Letts C.W.* Social Entrepreneurship and Societal Transformation: An Exploratory Study // Journal of Applied Behavioural Science. 2004. Vol. 40. P. 260–282.
10. *Austin J., Stevenson H., Wei-Skillern J.* Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both? // Entrepreneurship Theory & Practice. 2006. Vol. 30. P. 1–22.
11. *Bornstein D.* How to Change the World: Social Entrepreneurs and the Power of New Ideas. Oxford, UK: Oxford University Press, 2004.

12. *Cho A.H.* Politics, Values and Social Entrepreneurship: A Critical Appraisal // Mair J., Robinson J. & Hockerts K. (Eds.). *Social Entrepreneurship*. Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan, 2006. P. 34–56.
13. *Dacin P.A., Dacin T.M., Mater M.* Social Entrepreneurship: Why We Don't Need a New Theory and How We Move Forward from Here // *Academy of Management Perspectives*. 2010. Vol. 24 (3). P. 37–57.
14. *Dart R.* The Legitimacy of Social Enterprise // *Nonprofit Management & Leadership*. 2004. Vol. 14 (4). P. 411–424.
15. *Defourny J., Nyssens M.* The EMES Approach of Social Entrepreneurship in a Comparative Perspective // *EMES European Research Network*. 2012. Vol. 12 (3).
16. *Dorado S.* Social Entrepreneurial Ventures: Different Values So Different Process of Creation, No? // *Journal of Developmental Entrepreneurship*. 2006. Vol. 11 (4). P. 319–343.
17. *Harding R.* Social Enterprise: the New Economic Engine? // *Business and Strategy Review*. 2004. Vol. 15 (4). P. 39–43.
18. *Hartigan P.* It's About People, Not Profits // *Business Strategy Review*. 2006. Vol. 17 (4). P. 42–45.
19. *Haugh H.* Social Enterprise: Beyond Economic Outcomes and Individual Returns // Mair J., Robinson J. & K. Hockerts (Eds.). *Social Entrepreneurship*. Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan, 2006.
20. *Hibbert S., Hogg G., Quinn T.* Social Entrepreneurship: Understanding Consumer Motives for Buying The Big Issue // *Journal of Consumer Behaviour*. 2005. Vol. 4 (3). P. 159–172.
21. *Hockerts K.* Entrepreneurial Opportunity in Social Purpose Business Ventures // Mair J., Robinson J. & Hockerts K. (Eds.). *Social Entrepreneurship*. Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan, 2006.
22. *Korosec R.L., Berman E.M.* Municipal Support for Social Entrepreneurship // *Public Administration Review*. 2006. Vol. 66 (3). P. 448–462.
23. *Light P.C.* Reshaping Social Entrepreneurship // *Stanford Social Innovation Review*. 2006. Vol. Fall. P. 46–51.
24. *Mair J., Marti I.* Social Entrepreneurship Research: a Source of Explanation, Prediction, and Delight // *Journal of World Business*. 2006. Vol. 41 (1). P. 36–44.
25. *Martin R.J., Osberg S.* Social Entrepreneurship: The Case for a Definition // *Stanford Social Innovation Review*, 2007. Vol. Spring. P. 29–39.
26. *Nicholls A.* *Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change*. N.Y.: Oxford University Press, 2006. 475 p.
27. *Peredo A.M., McLean M.* Social Entrepreneurship: A Critical Review of the Concept // *Journal of World Business*. 2006. Vol. 41. P. 56–65.
28. *Perrini F., Vurro C.* Social Entrepreneurship: Innovation and Social Change Across Theory and Practice // Mair J., Robinson J. & Hockerts K. (Eds.). *Social Entrepreneurship*. Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan, 2006.
29. *Prabhu G.N.* Social Entrepreneurship Leadership // *Career Development International*. 1999. Vol. 4 (3). P. 140–145.
30. *Robinson J.* Navigating Social and Institutional Barriers to Markets: How Social Entrepreneurs Identify and Evaluate Opportunities // Mair J., Robinson J.

& Hockerts K. (Eds.). *Social Entrepreneurship*. Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan, 2006.

31. *Seelos C., Mair J.* *Social Entrepreneurship: Creating New Business Models to Serve the Poor* // *Business Horizons*. 2005. Vol. 48. P. 241–246.

32. *Sharir M., Lerner M.* Gauging the Success of Social Ventures Initiated by Individual Social Entrepreneurs // *Journal of World Business*. 2006. Vol. 41. P. 6–20.

33. *Thompson J.L.* The World of the Social Entrepreneur // *The International Journal of Public Sector Management*. 2002. Vol. 15. P. 412–431.

34. *Zahra S.E., Gedajlovic E., Neubaum D.O., Shulman J.M.* A Typology of Social Entrepreneurs: Motives, Search Processes and Ethical Challenges // *Journal of Business Venturing*. 2009. Vol. 24 (5). P. 519–532.

Получено 27.07.2015

References

1. Maksimova, L. (2015), “Business for people”, *Noviy kompanion*, no. 4 (817).
2. Moskovskaya, A.A. (2015), *Social entrepreneurship in Russia and in the world practice and research*, Publishing House School of Economics, Moscow, Russia.

3. Pravo.ru (2013), *Ob organizacii provedeniya konkursnogo otbora sub”ektov Rossijskoj Federacii, byudzheta kotoryx v 2013 godu predostavlyayutsya subsidii iz federal’nogo byudzheta na gosudarstvennyu podderzhku malogo i srednego predprinimatel’stva sub”ektami Rossijskoj Federacii* [On the organization of the competitive selection of subjects of the Russian Federation, with a budget in 2013 provided subsidies from the federal budget for state support of small and medium business entities of the Russian Federation], Resolution of the Ministry of Economic Development of Russia no. 220 dated 24 April 2013, available at: <http://docs.pravo.ru/document/view/38065401/45881521/> (Accessed 14 June 2015).

4. Codex (2012), *Ob utverzhenii dolgosrochnoj celevoj programmy “Razvitie malogo i srednego predprinimatel’stva v Permskom krae na 2012–2014 gody”* [On approval of the long-term target program “Development of small and medium-sized enterprises in the Perm region for 2012–2014 years”], Resolution of the Government of Perm Krai no. 282-p dated 04 May 2012, available at: <http://docs.cntd.ru/document/911536068> (Accessed 14 June 2015).

5. The Accounts Chamber of the Russian Federation, (2015), available at: <http://audit.gov.ru> (Accessed 14 June 2015).

6. Federal portal for small and medium-sized businesses, (2015), available at: <http://smb.gov.ru/measuresupport/programs/> (Accessed 23 June 2015).

7. Foundation “Nache buduchee”, (2015), available at: <http://www.nb-fund.ru/> (Accessed 23 June 2015).

8. Alter, S.K. (2007), *Social Enterprise Typology*, Virtue Ventures LLC.

9. Alvord, S.H., Brown, D.L. and Letts, C.W. (2004), “Social entrepreneurship and societal transformation: An exploratory study”, *Journal of Applied Behavioural Science*, no. 40, pp. 260–282.

10. Austin, J., Stevenson, H. and Wei-Skillern, J. (2006), "Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both?", *Entrepreneurship Theory & Practice*, no. 30, pp. 1–22.
11. Bornstein, D. (2004), *How to change the world: Social entrepreneurs and the power of new ideas*, Oxford University Press, Oxford, UK.
12. Cho, A.H. (2006), "Politics, values and social entrepreneurship: A critical appraisal", in Mair, J., Robinson, J., and Hockerts, K. (ed.), *Social entrepreneurship*, Palgrave Macmillan, Basingstoke, UK, pp. 34–56.
13. Dacin, P.A., Dacin, T.M. and Mater, M. (2010), "Social entrepreneurship: why we don't need a New Theory and how we move forward from here", *Academy of Management Perspectives*, no. 24(3), pp. 37–57.
14. Dart, R. (2004), "The legitimacy of social enterprise", *Nonprofit Management & Leadership*, no. 14 (4), pp. 411–424.
15. Defourny J. and Nyssens M. (2012), "The EMES approach of social entrepreneurship in a comparative perspective", *EMES European Research Network*, no. 12(3).
16. Dorado, S. (2006), "Social entrepreneurial ventures: different values so different process of creation, no?", *Journal of Developmental Entrepreneurship*, no. 11(4), pp. 319–343.
17. Harding, R. (2004), "Social enterprise: The new economic engine?", *Business and Strategy Review*, no. 15 (4), pp. 39–43.
18. Hartigan, P. (2006), "It's about people, not profits", *Business Strategy Review*, no. 17 (4), pp. 42–45.
19. Haugh, H. (2006), "Social enterprise: Beyond economic outcomes and individual returns", in Mair, J., Robinson, J., and Hockerts, K. (ed.), *Social entrepreneurship*, Palgrave Macmillan, Basingstoke, UK.
20. Hibbert, S., Hogg, G. and Quinn, T. (2005), "Social entrepreneurship: Understanding consumer motives for buying The Big Issue", *Journal of Consumer Behaviour*, no. 4 (3), pp. 159–172.
21. Hockerts, K. (2006), "Entrepreneurial opportunity in social purpose business ventures", in Mair, J., Robinson, J., and Hockerts, K. (ed.), *Social entrepreneurship*, Palgrave Macmillan, Basingstoke, UK.
22. Korosec, R.L. and Berman, E.M. (2006), "Municipal support for social entrepreneurship", *Public Administration Review*, no. 66 (3), pp. 448–462.
23. Light, P.C. (2006), "Reshaping social entrepreneurship", *Stanford Social Innovation Review*, vol. Fall, pp. 46–51.
24. Mair, J. and Marti', I. (2006), "Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight", *Journal of World Business*, no. 41 (1), pp. 36–44.
25. Martin, R.J. and Osberg, S. (2007), "Social entrepreneurship: The case for a definition", *Stanford Social Innovation Review*, vol. Spring, pp. 29–39.
26. Nicholls, A. (2006), *Social Entrepreneurship: new Models of Sustainable Social Change*, Oxford University Press, N.Y., USA, 475 p.
27. Peredo, A.M. and McLean, M. (2006), "Social entrepreneurship: A critical review of the concept", *Journal of World Business*, no. 41, pp. 56–65.

28. Perrini, F. and Vurro C. (2006), “Social entrepreneurship: Innovation and social change across theory and practice”, in Mair, J., Robinson, J., and Hockerts, K. (ed.), *Social entrepreneurship*, Palgrave Macmillan, Basingstoke, UK.
29. Prabhu, G.N. (1999), “Social entrepreneurship leadership”, *Career Development International*, no. 4 (3), pp. 140–145.
30. Robinson, J. (2006), “Navigating social and institutional barriers to markets: How social entrepreneurs identify and evaluate opportunities”, in Mair, J., Robinson, J., and Hockerts, K. (ed.), *Social entrepreneurship*, Palgrave Macmillan, Basingstoke, UK.
31. Seelos, C. and Mair, J. (2005), “Social entrepreneurship: Creating new business models to serve the poor”, *Business Horizons*, no. 48, pp. 241–246.
32. Sharir, M. and Lerner, M. (2006), “Gauging the success of social ventures initiated by individual social entrepreneurs”, *Journal of World Business*, no. 41, pp. 6–20.
33. Thompson, J.L. (2002), “The world of the social entrepreneur”, *The International Journal of Public Sector Management*, no. 15, pp. 412–431.
34. Zahra, S.E., Gedajlovic, E., Neubaum, D.O. and Shulman, J.M. (2009), “A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges”, *Journal of Business Venturing*, no. 24(5), pp. 519–532.

PERSPECTIVES OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT IN RUSSIAN CONTEXT

Elena L. Zueva

*Perm branch of the National Research University Higher School of Economics,
38 Studencheskaya str., Perm, 614070, Russia
E-mail: zuevael-0404@yandex.ru*

Sviatoslav U. Khovaev

*Perm branch of the National Research University Higher School of Economics,
38 Studencheskaya str., Perm, 614070, Russia
E-mail: skhovaev@hse.ru*

The goal of the research is to identify the factors which influence the successful development of social entrepreneurship in Russia. The paper is focused on the social entrepreneurship phenomenon, its definition and characteristics. Different approaches to social entrepreneurship were described and systemized. It gives an analysis of government policy in this particular sphere, complemented by the analysis of private foundations that provide different kind of support for social entrepreneurs. The paper describes double-bottom approach to the social entrepreneurship. The research is based on the qualitative and quantitative research methods, such as survey, interviews and case studies, in order to understand the current position of social entrepreneurship and the main barriers for future development of these firms better.

Key words: social entrepreneurship; social services; entrepreneurship

Научное издание

ARS ADMINISTRANDI (Искусство управления)

2015. № 3

Редактор *Л.В. Хлебникова*
Корректоры *А.А. Урасова, А.С. Ивонин*
Компьютерная верстка *И.Р. Березина, Н.С. Кнутовой*

Дата выхода в свет 30.09.2015. Формат 70x100 1/16.
Усл. печ. л. 12,35. Тираж 500 экз. Заказ № 97829.

Редакция научного журнала «Ars Administrandi» («Искусство управления»)
614990, Пермь, ул. Букирева, 15
Тел. (342) 2396830
ars-administrandi.com
E-mail: arsadmag@yandex.ru

Редакционно-издательский отдел
Пермского государственного национального исследовательского университета
614990, Пермь, ул. Букирева, 15

Отпечатано в ООО «АСТЕР ДИДЖИТАЛЪ»
614000, г. Пермь, ул. Пушкина, 50
тел. (342) 206-06-86

Распространяется бесплатно и по подписке