

*А.А. Московская, И.В. Соболева*

### **СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В СИСТЕМЕ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ: МИРОВОЙ ОПЫТ И ПЕРСПЕКТИВЫ РОССИИ**

*В статье рассматривается относительно новое для России явление социального предпринимательства. На основе анализа международного опыта развития социальных предприятий исследуются их характерные особенности, раскрываются преимущества и риски опоры на социальные предприятия при удовлетворении социальных потребностей, обсуждаются проблемы и перспективы развития социального предпринимательства в России.*

Вопросы социальной защиты уязвимых слоев населения и обеспечения социально значимыми благами ключевых отраслей нематериального производства – образования и здравоохранения, – как правило, относятся к компетенции государства. Наивысшего расцвета моносубъектная социальная политика достигла в 1950-1960 гг. В наиболее развитых зарубежных странах сформировались национальные модели «государства благосостояния». Развитые системы государственной поддержки способствовали смягчению зависимости социально-экономического положения человека и воспроизводства его рабочей силы от рынка. Этот процесс получил название *декоммодификации* труда [1]. Высокая степень декоммодификации способствовала укреплению социально-экономических и политических позиций широких слоев населения, накоплению нематериального богатства в форме человеческого и социального капитала. Причем в мире признано влияние социальной практики социалистических государств не только на содержание программ социал-демократических политических партий, но и на государственную социальную политику ряда развитых европейских стран.

Кризис «государства благосостояния» наметился в 1970-е годы: расширение набора доступных для населения государственных социальных программ сдерживалось ресурсными ограничениями. Новые вызовы в социальной сфере связывались с глобализационными процессами. Расширение межстрановой мобильности капиталов формировало конкурентные преимущества экономик с низким уровнем налогообложения и дешевой рабочей силой. Первой реакцией западноевропейских экономик на ужесточившуюся конкуренцию за привлечение капиталов стали попытки урезать масштабы социальных гарантий, получившие название «гонки по нисходящей» (*race to the bottom*). Однако стремление сэкономить на социальной сфере столкнулось с двумя серьезными препятствиями. Во-первых, оно встретило сопротивление со стороны набравшего силу гражданского общества. Во-вторых, параллельно с обострением финансовых трудностей росло осознание того, что удовлетворение социальных потребностей представляет собой неотъемлемый момент воспроизводственного процесса. В современных условиях «социальность» становится экономическим императивом, без которого невозможно стабильное развитие и который предоставляет преимущества в международной конкуренции [2; 3].

Исследователи отмечают, что «гонка по нисходящей» затронула прежде всего развивающиеся страны, где социальные гарантии и так были низкими. В большинстве развитых европейских стран реальное сокращение государственных социальных расходов имело весьма скромный характер и сопровождалось поиском ком-

пенсационных механизмов, способных препятствовать сокращению достигнутого уровня социальной защищенности населения [4; 5].

Что помогает наиболее развитым западноевропейским экономикам в условиях усиления экономической нестабильности не только сохранить, но и развивать систему социальных гарантий и увеличивать производство доступных для населения социально значимых благ? Анализ исследований, посвященных кризису и направлениям эволюции государства благосостояния под воздействием процессов глобализации и нарастания экономической нестабильности, позволяет выделить два основных фактора: во-первых, особое внимание к повышению эффективности социальных инвестиций, во вторых – возрастающую опору на бизнес и структуры гражданского общества при реализации социальной политики. Государство берет на себя роль стратега, определяющего приоритеты социально-экономического развития, при активном участии некоммерческих организаций и социализации бизнеса. Это означает переход от моносубъектной социальной политики к взаимодействию нескольких равноправных секторов. Одним из «плодов» такого взаимодействия стало развитие социального предпринимательства.

**Отличительные черты и риски социального предпринимательства: мировой опыт.** Задача сохранения сложившегося уровня защищенности населения и удовлетворения социальных потребностей требует инновационных решений, связанных с ростом эффективности социальных инвестиций. В этих условиях идея социального предпринимательства становится как нельзя более востребованной. Эксперты связывают его быстрое распространение в различных странах мира с 1970-1980-х годов (параллельно кризису традиционного государства благосостояния) с тем, что идея такого рода социальной инновации удачно вписалась в потребности современной эпохи [6].

Социальные предприятия могут генерироваться как бизнес-средой по мере развития социальной ответственности бизнеса, так и гражданским обществом, возникая на основе деятельности некоммерческих организаций. С одной стороны, они должны уверенно чувствовать себя в рыночной среде, обладать запасом конкурентоспособности. Это отличает их от некоммерческих организаций, не являющихся субъектами рыночной конкуренции и существующими преимущественно на гранты и пожертвования, предоставляемые без просчета их экономической эффективности. С другой – деятельность таких предприятий направлена на смягчение воздействия рыночной среды на потребителей производимых ими благ и услуг, как правило, относящихся к уязвимым слоям населения, на ослабление их зависимости от рынка, т. е. на декоммодификацию труда.

Вопрос о ключевых признаках и границах, отделяющих социальное предпринимательство от социально ответственного бизнеса, с одной стороны, и традиционной деятельности некоммерческих организаций с другой, остается пока дискуссионным. В многообразии трактовок и определений можно выделить англо-американский и европейский подходы, различие которых связано с особенностями моделей социальной политики и национальных традиций.

В англо-американском варианте истоки социального предпринимательства кроются в глубоко укорененных ценностях частной инициативы, благотворительности и независимости гражданского общества от государства. При этом инициатива социального предпринимательства может исходить как от бизнеса (mission-driven business approach), так и от сектора некоммерческих организаций (earned income school of thought) [7]. Согласно определению Ким Альтер, наиболее полно, на наш взгляд, отражающему англо-американскую традицию, «социальным предприятием является любое венчурное предприятие, созданное с социальной целью, т.е. для смягчения какой-либо социальной проблемы или для компенсации провалов рынка, функционирующее на основе финансовой дисциплины, инноваций и

порядка ведения бизнеса, принятого в частном секторе [8, р. 32-58]. Акцент на самодостаточность социальных предприятий идет в русле либеральной модели социальной политики, для которой характерен минимум государственных обязательств, распространяющихся лишь на беднейшую часть населения [1].

В европейском контексте базой для развития социального предпринимательства послужило кооперативное движение. Возможно поэтому в отличие от американских социальных предприятий, ориентированных на производство «социального продукта», доступного потребителям на бесплатной основе или по ценам ниже рыночных, европейские нацелены на предоставление занятости уязвимым группам со сниженной конкурентоспособностью на рынке труда. Впрочем, и в европейских странах, и в США нередко встречаются предприятия, решающие обе задачи параллельно. Потребители услуг социальных предприятий с течением времени сами становятся их сотрудниками или волонтерами. Во многих случаях это означает их реинтеграцию в общество. Человек из иждивенца превращается в самодостаточного гражданина, способного не только решать собственные проблемы, но и помогать людям, оказавшимся в аналогичной жизненной ситуации.

Еще одно важное различие англо-американского и европейского подходов состоит в том, что в Европе социальное предпринимательство активно поддерживается государством. Результаты исследования Европейской комиссии показали, что в 16-ти из 29-ти обследованных европейских экономик статус социальных предприятий закреплен в национальном законодательстве. Специальные комплексные программы, направленные на их развитие действуют в 14-ти странах, а еще 7 стран находятся в процессе разработки таких программ [9]. Спектр государственных инициатив в этой области довольно многообразен и, как правило, включает: 1) финансовую поддержку, в том числе через специальные фонды социального инвестирования; 2) предоставление консультаций по вопросам развития бизнеса; 3) совместные проекты и содействие в доступе к рынкам; 4) инфраструктурную поддержку, в том числе предоставление помещений, производственных площадей; 5) повышение осведомленности об их деятельности, стимулирование обмена опытом и сотрудничества [9, р. 11].

В 2002 г. законодательную поддержку получили также социальные предприятия Великобритании. Однако в отличие от континентальных экономик, где в фокус законов попадали вовлечение в занятость уязвимых групп и ограничение распределения прибыли социальными целями, британский закон выдвигает на первый план требование финансовой устойчивости: не менее 50% дохода должно быть получено за счет продажи товаров и услуг населению.

В США поддержку развитию социальных предприятий оказывают, прежде всего, негосударственные фонды. Крупнейшим из них является фонд «Ашока», созданный в 1980 г. консультантом по управлению бизнесом компании McKinsey Биллом Дрейтоном. В 1981 г. бюджет фонда составлял 50 тыс. долл. США. Сегодня он превышает 85 млн. долл. Финансовое благополучие фонда обеспечивается инвестиционной поддержкой со стороны частных лиц и негосударственных структур. Никаких финансовых вливаний от государства фонд не принимает. Число поддержанных им предпринимательских социальных инициатив, согласно последнему отчету, достигло трех тысяч. Ключевыми критериями при принятии решения о поддержке проекта являются (в порядке убывания значимости): новизна идеи, креативность, предпринимательские способности, этические ценности и наличие социального эффекта<sup>1</sup> [10].

<sup>1</sup> Несколько по-иному выглядит иерархия критериев социального предприятия в европейском варианте. В соответствии с ней социальное предприятие должно: 1) заниматься экономической деятельностью, связанной с производством и(или) обменом товаров и услуг; 2) преследовать четко выраженную социальную цель; 3) ограничивать распределение прибыли приоритетами, связанными с социальной целью; 4) иметь организационную автономию от государства и от традиционных неприбыльных организаций; 5) иметь «инклюзивное управление», т.е. обеспечивать участие в управлении рядовых работников предприятия [9].

Таким образом, в американской версии социальное предпринимательство находится «на стыке» деятельности бизнес-структур и некоммерческих организаций, а в европейской к ним добавляется третий важный актор – государство. Поэтому в Европе социальное предпринимательство представляет собой наиболее институционально зрелую форму межсекторного партнерства, в которой государство, бизнес и некоммерческие организации находят способы кооперации для решения проблем, выходящих за пределы их непосредственного влияния, либо требующих объединения ресурсов.

Обзор теоретических подходов позволяет выделить следующие критериальные признаки социального предприятия. Во-первых, главной целью его деятельности является не извлечение экономической выгоды, а *удовлетворение социальной потребности* или решение (уменьшение остроты) конкретной социальной проблемы. Во-вторых, *его деятельность экономически устойчива*, т.е. большая часть дохода приобретает за счет продажи товаров или услуг, а не донорских средств. В-третьих, важный, на наш взгляд, признак социального предприятия состоит в инновационном подходе: предлагается качественно новый продукт (услуга) или качественно новая модель его предоставления.

Первый ключевой критерий прямо связан с задачей поддержания в социально-экономической системе определенного уровня декоммодификации труда, обеспечивающего независимость от рынка и тем самым – укрепление социальной защищенности целевой группы населения. Следует подчеркнуть, что это не тождественно производству товара или услуги, традиционно относимых к числу социально значимых. Например, коммерческая поликлиника, предоставляющая на платной основе услуги здравоохранения, хотя и войдет в состав предприятий соответствующей социальной отрасли, но не может быть признана социальным предприятием, поскольку ее деятельность способствует не декоммодификации, а наоборот, рекоммодификации труда. В то же время магазин-фабрика, производящая и реализующая обычные потребительские товары малообеспеченным категориям населения по ценам ниже рыночных (за счет полного или частичного отказа от прибыли и привлечения волонтеров), является социальным предприятием, поскольку строит отношения с потребителями на «смягченной» рыночной основе. К числу социальных предприятий относятся также те, которые предоставляют рабочие места категориям населения, обладающим сниженной конкурентоспособностью на рынке труда (длительно безработным, инвалидам, многодетным родителям и т.д.), поскольку они решают важную социальную проблему расширения области *защищенной занятости*, т.е. зону «ослабленных» рыночных отношений по поводу продажи труда.

Второй критерий – экономическая устойчивость – не предполагает безоговорочного отказа ни от государственного финансирования, ни от получения грантов и субсидий от коммерческих организаций. Не только в наиболее развитых странах, но и в экономиках с развивающимися рынками и государство, и корпорации осуществляют значительные финансовые вложения в сектор социального предпринимательства. Принципиальным отличием от донорской благотворительной помощи некоммерческим организациям, не претендующим на статус социальных предприятий, является в данном случае финансирование деятельности социальных предприятий на взаимовыгодной основе и сопоставление издержек альтернативных вариантов решения тех или иных задач, стоящих на повестке дня социальной политики государства.

Клиенты социальных предприятий, большинство из которых относится к малообеспеченным категориям населения, часто не имеют средств, чтобы предъявить платежеспособный спрос на услуги, в которых остро нуждаются. В этой ситуации

необходимы квазирыночные механизмы, когда посредником между непосредственным потребителем и производителем социального продукта выступает *государство*, предъявляющее платежеспособный спрос в форме размещаемого на конкурсной основе государственного заказа.

Опыт работы социальных предприятий во многих странах показывает, что часто они являются наиболее эффективными пользователями ресурсов, выделяемых на решение проблем уязвимых категорий населения в рамках государственных программ. Морально-психологическая поддержка, предоставление правовой, организационной и медицинской информации, а также практическая помощь, которую социальные предприятия часто оказывают на безвозмездной основе, могут не только вносить значительный вклад в повышение уровня социальной защищенности этих категорий населения, но и способствовать оздоровлению морально-психологического климата на уровне местных сообществ и в стране в целом.

Сегодня для многих развитых стран характерна децентрализация предоставления социальных услуг на местном уровне. Хотя государственный сектор, обладая финансовыми рычагами, часто является заказчиком таких услуг, наряду с государственными учреждениями, субъектами социальной деятельности становятся некоммерческие организации и социальные предприятия, предоставляющие услуги по месту проживания получателей социальной помощи, приближая ее к потребителю.

Здесь вступает в силу третий критерий, подчеркивающий *инновационность как важнейшую характеристику социальных предприятий*, которые в состоянии предложить качественно новый социальный продукт или качественно новую модель его предоставления. Услуги социальных предприятий позволяют решать острые социальные проблемы общества не только за счет бюджета, но и ресурсов, привлеченных из дополнительных внебюджетных источников (благотворительность частных лиц, использование труда волонтеров и др.).

Преимуществом социальных предприятий является их способность гибко реагировать на изменяющиеся потребности социально уязвимых групп, возникновение новых специфических и часто нестандартных зон уязвимости. Их активность распространяется на слои населения, которые часто оказываются вне поля зрения государственных органов, а также на услуги и виды помощи, которые не оказываются государством.

Акцент на социальное предпринимательство в решении социальных проблем не исключают рисков, сопряженных с выбором этой стратегии. Основные из них можно суммировать следующим образом.

Во-первых, популяризация идеи социального предпринимательства может способствовать преждевременному свертыванию государственных социальных программ, самоустранению государства от проведения полноценной социальной политики. Не случайно идеи социального предпринимательства пользуются большой популярностью у сторонников либерализации экономики и минимизации регулирующей роли государства [11; 12].

Во-вторых, социальное предпринимательство легко отождествить с бизнесом в сфере социальных услуг, представляющим собой сугубо коммерческий проект, во главу угла которого ставится получение прибыли от текущей деятельности. Поддержка такого бизнеса открывает дорогу коммерциализации социальной сферы, способствует не расширению, а напротив, свертыванию декоммодификации труда, подрыву доступа малообеспеченных слоев населения к ключевым социальным благам образования, здравоохранения, культуры, к экологически чистым продуктам и среде обитания и т.д.

При оценке дискурса и реальной траектории развития социального предпринимательства в той или иной стране необходимо установить, является ли оно более

эффективным механизмом решения той или иной социальной проблемы по сравнению с прямым вмешательством государства или это способ «оптимизации» государственных расходов на социальную политику.

***Проблемы и перспективы развития социального предпринимательства в РФ.***

В России нет серьезной опоры социального предпринимательства, как это было с частной благотворительностью в США или с социальными кооперативами и организациями самопомощи в европейских странах. Подобные организации начали возникать в царской России, но опыт развития капитализма насчитывал от силы полвека и не привел к укоренению этих форм.

Первая серьезная инициатива по поддержке социального предпринимательства исходила от бизнеса. В 2007 г. президентом нефтяной компании ЛУКОЙЛ В. Алекперовым был создан некоммерческий фонд «Наше будущее». Для продвижения идеи социального предпринимательства фонд участвует в комиссиях и комитетах законодательной власти, заключает договоры об информационной поддержке, выкупает рекламные страницы для публикаций в СМИ, а главное – проводит ежегодные конкурсы социальных бизнес-проектов. На его официальном сайте дается следующее определение: Социальное предпринимательство – это новаторская деятельность, изначально направленная на решение или смягчение социальных проблем общества на условиях самокупаемости и устойчивости. Социальное предпринимательство находится на стыке традиционного предпринимательства и благотворительности. В частности, социальное предпринимательство берет от благотворительности социальную направленность деятельности, а от бизнеса – предпринимательский подход [13].

Для фонда, организованного представителями бизнес-сообщества, естественно рассматривать социальное предпринимательство, прежде всего, как одну из сфер социальной ответственности бизнеса, т.е. в односторонне понятой «американской» традиции как специфический бизнес-проект, а не в европейской – как область взаимодействия и солидарной ответственности социальных партнеров (некоммерческого сектора, бизнеса и государства). Однако такой подход был воспринят и в государственной политике.

Следует отметить, что первоначально интерес государства к социальному предпринимательству формировался в контексте дискуссий о развитии некоммерческих организаций на ежегодных конференциях по вопросам социального партнерства и развития институтов гражданского общества в Минэкономразвития России. В 2010 г. в Федеральный Закон об НКО было введено понятие «социально ориентированных некоммерческих организаций». В 2011 г. Правительство РФ учредило автономную некоммерческую организацию «Агентство стратегических инициатив», которой была поручена разработка Дорожной карты по развитию негосударственных социальных услуг в социальной сфере и выявление перспективных проектов в области социального предпринимательства в российских регионах. На этом этапе в качестве перспективной среды для развития социального предпринимательства рассматривались как субъекты малого и среднего бизнеса, так и некоммерческие организации.

Переломным моментом стала проведенная при поддержке Департамента социального развития и инноваций в сотрудничестве с международной творческой лабораторией «Грамин»<sup>2</sup> конференция по социальному бизнесу и социальному предпринимательству.

По иронии судьбы сотрудничество с лабораторией «Грамин» и активное использование ее руководителем М. Юнусом термина «социальный бизнес» обозначило поворотный пункт к восприятию социального предпринимательства в России ~~именно~~ как бизнеса. Термин «социальный бизнес» стал употребляться как тожде-

---

<sup>2</sup> Организация, созданная в 2008 г. Нобелевским лауреатом Мохаммадом Юнусом для распространения идеи социального предпринимательства и консультационной поддержки социальных предприятий.

ственный «социальному предпринимательству». В англоязычном варианте смысловая нагрузка терминов «предпринимательство» и «бизнес» различна: в первом случае акцентируется воплощение оригинальной идеи, креативность, новаторский подход, во втором – получение и увеличение прибыли, а инновационность не имеет принципиального значения. В интерпретации М.Юнуса термин «социальный бизнес» используется, чтобы подчеркнуть важность отказа от прибыли в пользу производства доступной для бедных продукции. В России из риторики о социальном бизнесе было вынесено прямо противоположное, т.е. что социальный бизнес – это прибыльное занятие, между тем вопросы распределения прибыли никогда серьезно не обсуждались.

Тенденция последних лет – фактическое исключение НКО из дискурса социального предпринимательства. С 2012 г., когда Минэкономразвития приняло решение о системной поддержке социального предпринимательства, ответственность за эту поддержку была возложена на Департамент малого и среднего предпринимательства. К некоммерческим организациям, оказывающим услуги в социальной сфере, применяется понятие «социально ориентированные НКО», их поддержку курирует другой департамент. Это разделение отчасти объясняется расхождением в правовом регулировании, в частности, в гражданском кодексе. Коммерческие и некоммерческие организации подпадают под разные системы не только налогообложения или отчетности, но и поддержки и формы регулирования.

Подход к социальному предпринимательству как к еще одной разновидности коммерческой деятельности определяется не только функционалом курирующего департамента Минэкономразвития и подчиненных ему департаментов в субъектах Федерации. В соответствии с законодательством РФ его применение к НКО требует разрешения противоречия между прибыльной и неприбыльной деятельностью, так как «предпринимательский» означает «прибыльный» или в целях извлечения прибыли<sup>3</sup>.

С 2012 г. Минэкономразвития ежегодно издает приказы о предоставлении субсидий регионам для развития приоритетных направлений малого и среднего предпринимательства, в число которых входит социальное предпринимательство, в каждом следующем году – с расширением условий поддержки. В 2013 г. в приказе появилось понятие Центров инноваций социальной сферы (ЦИСС), предназначенных для поддержки социального предпринимательства. В конце 2014 г. вышло соответствующее Постановление Правительства РФ [14]. В приказе о субсидиях регионам на поддержку социального предпринимательства 2015 г. в качестве условия предоставления средств на развитие ЦИСС указано обязательство их работы в течение следующих 10 лет.

Отметим, что в статусе ЦИСС до сих пор сохраняются противоречия. Приказы Минэкономразвития в 2013-2015 гг. неизменно указывают в числе их задач поддержку как социальных предприятий малого и среднего бизнеса, так и социально ориентированных НКО. В то же время в отчетности ЦИСС фигурируют только организации МСП, т.е. финансовая поддержка социальных предпринимателей из числа НКО не предусматривается<sup>4</sup>.

<sup>3</sup> В соответствии со Ст. 2 Гражданского кодекса РФ, «...предпринимательской является самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке».

<sup>4</sup> На недавних слушаниях в Общественной палате РФ (10.05.2015) один из руководителей регионального ЦИСС спросил представителя Минэкономразвития о возможности учесть в обязательной отчетности ЦИСС поддержку некоммерческих организаций, так как в регионе есть подходящие некоммерческие организации, работающие как социальные предприятия. Ответ был отрицательным с мотивировкой, что ЦИСС предназначен для поддержки коммерческой, прибыльной деятельности. По-видимому, указание на НКО в приказах Министерства носит характер скорее декларации, чем механизма поддержки.

Постепенно работа с некоммерческими организациями стала уходить и из деятельности фонда «Наше будущее». Потеря интереса к предпринимательскому потенциалу НКО могла быть связана с акцентом в стратегии государства не на «социально ориентированные НКО», а на «социальный бизнес» в сфере оказания социальных услуг<sup>5</sup>: на сайте фонда появилась формулировка, ограничивающая фокус конкурса поддержки социальных предпринимателей малым бизнесом. Кроме того, от выдачи грантов победителям конкурса фонд перешел к беспроцентным ссудам. Это уменьшило интерес к конкурсу некоммерческих организаций<sup>6</sup>. И хотя представители НКО могут заполнять онлайн-анкету и даже победить, статистика поддержанных проектов говорит сама за себя: из 114 организаций, поддержанных Фондом с 2009 по 2014 г., к некоммерческим организациям по форме собственности относятся 19.

Вектор на отождествление социального предпринимательства с МСП в государственном дискурсе очевиден, но законченного согласованного представления о том, каким должно быть социальное предпринимательство, у представителей государства пока нет. Сохранение указаний на поддержку НКО в проекте Дорожной карты по развитию негосударственных социальных услуг и передача содержательного кураторства над ЦИСС в Агентство стратегических инициатив указывают на неустойчивость позиции. Весьма вероятно, что двойственное отношение к НКО связано не с идейными разногласиями в истеблишменте, а с недостатком выявленных социальных предприятий в среде МСП и отсутствием энтузиазма среди представителей стандартного бизнеса по поводу оказания социальных услуг.

Что же касается самих действующих социальных предпринимателей, наши интервью с ними показали, что они просто делают свое дело и относятся весьма скептически к возможности получить поддержку от государства и сотрудничающих с ним организаций крупного бизнеса.

Приведем ряд характерных свидетельств.

– «Мы единственный музей, который на данный момент занимается вот так широко с детьми именно на основе этого материала – народного искусства, поэтому без ложной скромности могу сказать, что мы очень успешны в этом деле. Органы власти должны быть заинтересованы в таком предприятии, как мое. Но они не выполняют даже то, что положено».

– «Я все мечтаю, чтобы у меня был человек, который бы сходил в администрацию, в другую инстанцию, какой-то вопрос уладил. А я бы занималась лошадьми и детьми. Меня морально убивает, что приходится ездить, обивать пороги... На грант отправляла документы, но опять же не смогла собрать все документы, справки толком... Они мне прислали ответ, что неправильно что-то оформлено, и короче, все...»

– «Ежегодно разыгрывается много грантов, но ни одного никогда не выигрывал, хотя есть победы на международном уровне. Сайт у них называется «vsesvoi» – может, поэтому...»

– «Уже третий раз подаем на президентский грант. Третий раз – отказ. Ничем не мотивируют, ничего не объясняют...»

Приведенные высказывания свидетельствуют и о том, что на сегодняшний день российским социальным предпринимателям требуется не только финансовая поддержка. Необходима комплексная программа мер, включающая консультации по экономическим и правовым вопросам, инфраструктурную поддержку, популяризацию их деятельности, подобно мерам, существующим в европейских странах.

Можно утверждать, что государство перешло от дискуссий к поддержке социального предпринимательства. Однако пока речь идет, скорее, о своего рода бизнес-проекте государства, направленном на формирование негосударственного сек-

<sup>5</sup> Один из бывших сотрудников фонда два года назад отмечал, что его предложение о расширении взаимодействия с некоммерческими организациями в регионах как новой стратегии развития не нашло поддержки.

<sup>6</sup> Вместо грантов победителям предлагаются беспроцентные займы от 500 000 до 10 000 000 руб. номинал с прошлого года не менялся. Максимальный срок погашения от 5 до 7 лет. При этом максимальные суммы получают единицы, которые показали себя успешными предпринимателями [15].



тора социальных услуг за счет коммерческих организаций. Государство использует дискурс социального предпринимательства как своего рода ресурс для мобилизации бизнеса на оказание социальных услуг, преимущественно на коммерческой основе. При этом некоммерческие организации могут быть частично интегрированы в бизнес-процессы за счет расширения сегмента платных услуг для повышения своей финансовой устойчивости.

Сегодня социальные предприниматели присутствуют практически во всех регионах России. Однако отстаивать интересы свои и своих клиентов при формировании политики государства в отношении социального предпринимательства им сложно. Пока их слишком мало, они разобщены и, как правило, не очень хорошо осведомлены о сущности социального предпринимательства и зарубежном опыте его развития. Тем более об этом не были осведомлены их партнеры и клиенты. Для того чтобы их деятельность способствовала институционализации социального предпринимательства как совместного проекта государства, гражданского общества и бизнеса в интересах более полного удовлетворения потребностей населения в социальных благах и укрепления его социальной защищенности, необходимо, по-видимому, накопление критической массы реального опыта и его более широкой известности.

### Литература

1. Esping-Andersen G. *The Three Worlds of Welfare Capitalism*. Cambridge: Polity Press, 1990.
2. De Grauwe P., Polan M. *Globalization and Social Spending* // CESifo Working Paper. № 885. March, 2003.
3. Vandenbroucke F. *Europe: The Social Challenge. Defining the Union's Social Objective Is a Necessity rather than a Luxury* // OSE Opinion Paper. № 11. July 2012.
4. Koehler G. *Is There an Asian Welfare State Model? East and South Asian Trajectories and Approaches to the Welfare State*. Friedrich Ebert Stiftung. March 2014.
5. Rudra N. *Globalization and the Race to the Bottom in Developing Countries: Who Really Gets Hurt?* Cambridge: Cambridge University Press, 2008.
6. 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.). ([http://www.caseatduke.org/documents/dees\\_sedef.pdf](http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf))
7. Defourny J. and Nyssens M. *Conceptions of Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and Divergences* // *Journal of Social Entrepreneurship*. 2010. № 1. 32-53.
8. Alter S.K. *Social Enterprise Typology*. Virtue Ventures LLC. 2007. Revised version Nov. 27th.
9. Wilkinson C., Medhurst J., Henry N., Wihlborg M. and Braithwaite B.W. *A Map of Social Enterprises and Their Ecosystems in Europe*. European Commission. A Report Submitted by ICF Consulting Services Date: December 2014.
10. *How Do You Know that You've Revolutionized an Industry?* Ashoka Impact Study 2013. <https://www.ashoka.org/sites/www.ashoka.org/files/2013-Impact-Study-FINAL-web.pdf>
11. Grenier P. *Social Entrepreneurship in the UK: from Rhetoric to Reality?* // In: R. Ziegler (ed.). *An Introduction to Social Entrepreneurship: Voices, Preconditions, Contexts*. Cheltenham, UK: Edward Elgar, 2009. pp.174-206.
12. Pinker R.A. *Social Inequality, Poverty and Social Redistribution* // *Journal of the National Centre for Social Research (Athens), Special Issue on Contemporary Social Inequalities*. 2011. Vol. 13. № 136. P. 9-23.
13. <http://www.nb-fund.ru/about-us/>
14. *Постановление Правительства РФ от 30.12.2014 № 1605 «О предоставлении и распределении субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства, включая крестьянские (фермерские) хозяйства в 2015 году»*.
15. <http://konkurs.nb-fund.ru/info/conditions>