

**А.В. Тагирова, О.А. Козлова, Ю.В. Копылова**  
**ВОЗМОЖНОСТИ И ОГРАНИЧЕНИЯ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ**  
**СОЦИАЛЬНЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ**

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и правительства ХМАО-Югра в рамках научного проекта № 18-41-000001

*В статье рассмотрено социальное предпринимательство, как способ решения проблем, возникающих у социально незащищенных групп. Такие проблемы носят различный характер - это и затруднение или невозможность трудоустройства, отсутствие материальных средств для нормальной жизнедеятельности и т.д. Актуальность исследования связана с тем, что тема социального предпринимательства в России является новой и имеет большой потенциал в сфере научных исследований. За рубежом социальный бизнес является развитым сегментом экономики, получающим значительную поддержку со стороны правительств этих стран, дающим большой социальный эффект и при этом являются прибыльными предприятиями. В России все это находится на стадии становления. Целью работы является изучение социального предпринимательства, как особого вида деятельности, являющейся совокупностью бизнеса и благотворительности. В ходе исследования авторами была проанализирована трактовка определения «социальное предпринимательство» из различных источников и в результате выведены признаки, согласно которым можно отнести бизнес к социальноориентированному. Авторы предположили, что одним из важнейших признаков является инновационность, так как социальное предпринимательство основывается на творческом подходе к решению проблем, связанных с социально уязвимыми группами. В ходе исследования определена разница между социальным предпринимательством и благотворительностью, показано в чем основное отличие этих двух видов деятельности. Выявлено, что большое значение для роста социального предпринимательства имеет инновационная активность предпринимателей, как лиц наиболее заинтересованных в развитии своей бизнес-идеи. Авторы статьи обозначили факторы, препятствующие росту инновационной активности, привели примеры.*

**Ключевые слова:** социальное предпринимательство, предпринимательская деятельность, благотворительность, бизнес, социальный проект, инновации, инновационная активность, субъекты социального предпринимательства.

**В** условиях нестабильности российской экономики социально ориентированный бизнес приобретает все большую популярность. Растет количество предпринимателей готовых заняться таким видом деятельности, который приносит и доход, и пользу обществу. В связи с этим возникает масса вопросов: что такое социальное предпринимательство, какую деятельность можно отнести к этой категории, насколько эффективен такой бизнес и т.д.?

Это направление не только помогает вовлекать в коммерческую деятельность слабо защищенные социальные слои населения за счёт ценовой стратегии, способствующей увеличению спроса, но и создаёт новые объекты экономической инфраструктуры. Развитие данного сегмента бизнеса происходит медленными темпами из-за отсутствия нормативного регулирования, недостаточного количества информации о деятельности в социальной сфере, а так же малый масштаб внедрения инноваций, что предполагает необходимость в выстраивании целенаправленной государственной политики, которая способствовала бы активизации инновационных процессов в социальной сфере.

Актуальность исследования связана с тем, что тема социального предпринимательства в России является новой и имеет большой потенциал развития. В европейских странах и Америке социальный бизнес является развитым сегментом экономики,

получающим значительную поддержку со стороны правительств этих стран, дающим большой социальный эффект и при этом являются прибыльными предприятиями. Теперь и в нашей стране появились условия распространения социального предпринимательства, в первую очередь это связано с интересом, который проявляют сами предприниматели.

Целью исследования является изучение социального предпринимательства, как особого вида деятельности, являющейся совокупностью бизнеса и благотворительности.

Анализ отечественной научной литературы, периодических изданий и законодательства свидетельствует о полной и многообразной проработке вопросов деятельности малого предпринимательства и некоммерческих организаций, множество исследований посвящено вопросам социальной ответственности корпораций, малым инновационным предприятиям, однако вопросы социального предпринимательства нуждаются во всестороннем изучении.

Большой вклад в развитие теории социального предпринимательства внесли зарубежные ученые такие как Б. Драйтон, основатель компании «Ашока», и исследователи из Университета Наварры в Барселоне Дж. Мэйр и И. Марти. Среди российских ученых и практиков необходимо выделить Е. Дубровина руководителя Школы социального

предпринимательства «Новотерра», Фонд «Наше будущее» (директор Н. Зверева), Я.С. Гришину, Ю.Н. Арай, О.А. Козлову и т.д.

Конкретного определения термина «социальное предпринимательство» нет. В современной отечественной литературе даются определения описательного характера. Так одно из определений гласит, что социальное предпринимательство — это один из видов бизнес-деятельности, главными целями которой являются оказание помощи людям и работа с их проблемами [4]. Ю.Н. Арай считает, что под социальным предпринимательством понимается вид хозяйственной деятельности, направленный на решение проблем определенных групп людей, которые вследствие провалов (несостоятельности) рынка и государства не имеют доступ к жизненно необходимым благам [1]. На официальном сайте фонда «Наше будущее» дана следующая формулировка: социальное предпринимательство — это инновационная деятельность, изначально направленная на решение или смягчение социальных проблем общества на условиях самоокупаемости 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 [8].

Исходя из этого можно сделать вывод, что предпринимательскую деятельность можно отнести к социальной при соответствии следующим признакам:

1. Социальная направленность - результатом деятельности должно является ликвидация или уменьшение проблем определенных социальных слоев населения (к уязвимым группам населения как правило относят пожилых одиноких людей, инвалидов, многодетные и неполные семьи, семьи, потерявшие кормильца, лиц имеющих уровень дохода ниже прожиточного минимума).

2. Инновационность — необходимость использовать новые подходы в ведении бизнеса для существующих проблем, с которыми не справляется общество и государство.

3. Масштабируемость — социальное предпринимательство реализуется посредством переноса идеи и опыта из других стран, городов. Это способствует быстрому распространению такого бизнеса, например, в Америке социальное предпринимательство — это по большей части франшизы.

4. Прибыльность — чтобы предпринимательство не перешло в категорию благотворительности, необходимо получать доход с производимых товаров и услуг. Социальное предприятие может создавать и присваивать материальную ценность, однако для него это является «побочным эффектом», способом и поддержкой для создания социальной ценности, которая является основной целью его существования [2].

5. Самоокупаемость — отсутствие спонсорской помощи или небольшая доля донорских средств.

Для социального предпринимательства социальный эффект является главным результатом, а получение прибыли имеет вторичное значение.

Выделяют две основные формы социального предпринимательства. В первом случае фирмы производят товары или услуги, предназначенные для социально незащищенных групп населения. По сути происходит привлечения таких групп населения в процесс потребления товаров, работ или услуг, при этом механизм вовлечения должен быть квазирыночным - посредником между предпринимателем и потребителем должно быть государство. Цель - увеличить благосостояние представителей уязвимых социальных групп за счет снижения стоимости товаров и предоставляемых услуг. Потребителями являются люди, чей доход ниже прожиточного минимума, т.е. те, кто не способен оплатить элементарный набор продуктов питания, средств гигиены, лекарственные средства и т.д. Согласно данным Росстата численность населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума за последние 5 лет сократилась в некоторых регионах России (табл. 1), однако даже при этом сохраняется на достаточно высоком уровне (рис. 1).

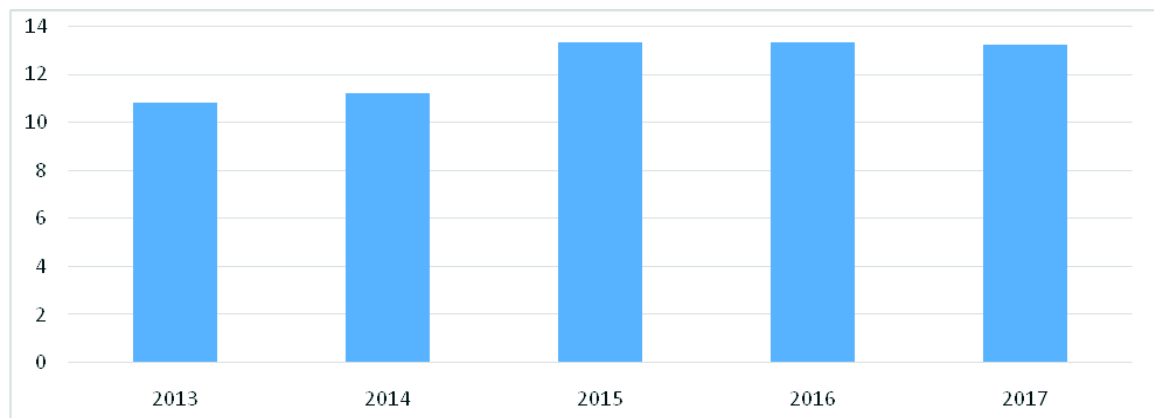


Рис. 1. Численность населения России с доходом ниже прожиточного минимума (в % от общей численности населения)

Из рисунка видно, что за последние три года численность бедного населения возросла.

Таблица 1 - Численность населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума по субъектам Российской Федерации, в которых отмечается снижение численности бедных слоев населения (в процентах от общей численности населения субъектов Российской Федерации)\*

Субъекты РФ	2013	2014	2015	2016	2017
Костромская область	14,0	13,5	14,0	13,2	13,0
Архангельская область	14,1	14,1	15,8	14,7	13,4
Республика Калмыкия	35,4	34,7	33,6	31,6	30,6
Республика Крым	...	...	23,1	23,0	19,1
г. Севастополь	...	...	15,1	13,7	14,2
Алтайский край	17,6	17,0	17,9	17,6	17,2
Приморский край	15,9	14,7	15,3	15,7	14,7
Амурская область	15,1	14,0	14,2	16,0	14,9

\*по данным Росстата

Во втором случае представители обозначенных групп населения являются участниками производства; целью является предоставление рабочих мест инвалидам, многодетным родителям, пенсионерам и т.д. В каждом из случаев субъектами социального предпринимательства выступает предприниматель, государство и представители социально незащищенных слоев населения. Во многом успешное развитие социального предпринимательства зависит от деятельности государственных структур, как исполнительных, так и законодательных. На сегодняшний день остро стоит вопрос о необходимости разработки государственных программ поддержки и развития социального предпринимательства, необходимости законодательного регулирования данного вида деятельности.

Социальное предпринимательство – новое явление для российской экономики, инновационный характер которого является чуть ли не единственным условием получения прибыли. Препятствиями к использованию инноваций предпринимателями являются:

1. Высокий риск. По своей природе предпринимательская деятельность связана с большим риском, а социальное предпринимательство имея в себе признаки еще и благотворительности, и находясь на грани между окупаемостью и доходностью в большей степени. При внедрении новшества риск многократно увеличивается.
2. Длительный период времени от зарождения идеи до конечного продукта. Эксперты в области инновационного бизнеса считают, что это может занять от трех до пяти лет.
3. Отсутствие комплексной поддержки государства.
4. Финансовые затраты. Отсутствие денег является основным препятствием для внедрения инноваций, сложно найти инвесторов. Как известно, отсутствие постоянного вложения финансов на первоначальном этапе приводит к стагнации и убыткам [7, с. 457].

В этих условиях предпринимателям необходимо быть инициативными, ключом к успеху является мотивация самих предпринимателей, уровень их инновационной активности.

Говоря об инновационной активности необходимо подразумевать способность воспринимать окружающую среду по-новому, определять проблему и ставить задачи, а также способствовать решению этих задач, с использованием всех своих интеллектуальных, творческих возможностей. В таком случае инновация может быть представлена как предложение новых товаров и услуг с экономической стороны.

Росту инновационной активности социальных предпринимателей препятствует ряд факторов. К таковым можно отнести:

- непредсказуемость результатов творческого процесса в силу возможной ошибочности идеи приводит к повышенному риску потери авансированного капитала, трудно предсказать реакцию рынка на появление новшества;
  - в инновационной деятельности присутствует временной лаг от момента авансирования финансовых средств до получения коммерческой отдачи от инноваций;
  - высокая неопределенность результата инновационной деятельности не обеспечивает гарантий возврата финансовых средств;
  - недостаток финансовой поддержки со стороны государства;
  - недостаток информации о новых технологиях;
  - невосприимчивость и отсутствие мышления, способствующего нововведениям [3, с. 31];
  - отсутствие желания со стороны обычного потребителя отдавать предпочтение товарам и услугам социально-ориентированных предприятий.
- Эксперт проекта «Теплица социальных технологий», руководитель Школы социального предпринимательства «Новотерра» Евгений Дубровин считает, что сам факт того, что на

производстве работает человек с инвалидностью, не делает бизнес привлекательнее для потребителя, и сегодня не является конкурентным преимуществом [5].

Инновационная активность субъектов социального предпринимательства является толчком к развитию малого и среднего бизнеса в России, а так же позволяет преодолевать постоянно возникающие социальные конфликты между растущими потребностями человека и ограниченными ресурсами их удовлетворения. Пассивное ведение бизнеса приведет к благотворительной деятельности, основанной на спонсорской помощи, в данном случае о предпринимательстве не может быть и речи.

Согласно Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года [6], уровень инновационной активности российской экономики должен увеличиться за десять лет в пять раз, а ее экспортный потенциал — в десять раз. Наиболее лояльными к новшествам являются представители молодежной группы населения. Именно молодые предприниматели чаще вводят инновации, создают малые инновационные предприятия и т.д, но чаще всего в силу своего возраста они не имеют начального капитала. Если для малого инновационного бизнеса существуют программы поддержки со стороны государства, то для социального предпринимательства таких программ нет, несмотря на то что именно в данном сегменте больше всего новшеств- будь то производство нового товара, использование новых технологий производства и управления, или же предоставление новых услуг. По большей части зерном социального бизнеса является волонтерская деятельность (тут большой социальный эффект), но она так и останется волонтерской если ее не перевести на рынок (с экономическим эффектом).

Инновационная деятельность характеризуется стремлением удовлетворить новые общественные потребности и зависит от наличия людей, способных к такой деятельности. Ярким примером может послужить проект «Спасибо» в Санкт-Петербурге. Юлия Титова начала его с суммы в 70 000 рублей, заняв одну секцию в магазине, организовала сбор ненужных вещей у населения, убедилась, что ей принесли хорошие вещи, что ей доверяют и постепенно начала раскручивать эту модель. При

хорошей организации процесса средняя себестоимость вещи, которая выставляется на продажу, составляет небольшую сумму, существенно меньшую чем в обычном магазине одежды или комиссионке. По прошествии 8 лет в городе уже 4 таких магазина. Эксперты считают, что такая модель поведения на рынке для субъекта социального предпринимательства является оптимальной, т.е. когда тестируется идея, а не вкладываются большие суммы на начальном этапе.

Так же социальный бизнес требует терпения и настойчивости, ведь необходимо действительно желать помочь людям, которые нуждаются в помощи. Многие предприниматели имея прекрасную идею, сдаются на пол пути, из-за финансовых трудностей. В таком случае необходимо искать поддержку у инвесторов.

Наиболее крупным инвестором социальных проектов в России, является фонд «Наше будущее». Он может предоставить стартапам беспроцентную ссуду на развитие в сумме около 500 тыс. рублей. Развивающийся и работающий социальный бизнес может получить займ до 10 млн рублей на срок до 10 лет. Фонд активно сотрудничает с рядом банков, которые поняли, что есть социальные предприниматели, которых иногда можно прокредитовать на специальных условиях.

Таким образом, социальное предпринимательство является необходимостью в условиях финансового кризиса, ответом на проблемы, которые есть в обществе. Социально незащищенные слои населения нуждаются в помощи и поддержке, которую предлагают через свои социальные бизнес-проекты предприниматели. В ходе осуществления предпринимательской деятельности субъекты социального предпринимательства сталкиваются с многочисленными проблемами, основной из которых является отсутствие программ поддержки и развития со стороны государства. Данная поддержка необходима как на начальном этапе становления бизнеса, так и в период активного роста. Однако социальная ответственность предпринимателей растет и все больше проектов появляется, главной целью которых помощь социально уязвимым группам населения.

### Библиографический список

1. Арай Ю.Н. Бизнес-модели в социальном предпринимательстве: типология и особенности формирования: автореферат диссертации кандидата экономических наук. Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, 2015. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <file:///C:/Users/%D0%9F%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%BE%D0%BD%D0%B0/Downloads/01005567659.pdf>, свободный.
2. Войнова, О.А. Эволюция концепции социального предпринимательства [текст] / О.А. Войнова, О.А. Козлова // Вестник ЗабГУ. – 2016. – № 1. – С. 102–112.
3. Сафиуллин Н.З., Файзрахманов М.Д. Инновационная активность предпринимателей в условиях «Новой экономики» [текст] / Н.З. Сафиуллин, М.Д. Файзрахманов // Вестник Казанского государственного аграрного университета. – 2007. – № 2(6). – С. 29–32.

4. Социальное предпринимательство в России: развитие, поддержка и идеи [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.gd.ru/articles/9360-sotsialnoe-predprinimatelstvo>, свободный.
5. Социальное предпринимательство становится модной темой [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.nb-fund.ru/press-center/media-about-us/sotsialnoe-predprinimatelstvo-stanovitsya-modnoy-temoy/>, свободный.
6. Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70006124/#ixzz5Rc6WzIau>, свободный.
7. Тагирова, А.В. Использование инноваций в бизнесе индивидуальными предпринимателями // Культура, наука, образование: проблемы и перспективы: материалы VI международной научно-практической конференции. Нижневартовск, 2017. С. 455–458.
8. Фонд «Наше будущее» официальный сайт [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.nb-fund.ru/>, свободный.

### References

1. ArayYu.N. *Biznes-modeli v sotsialnompredprinimatelstve: tipologiyaiosobennostiformirovaniya: avtoreferatdissertatsiikandidataekonomicheskikh nauk* [Business models in social entrepreneurship: typology and features of formation: thesis abstract of candidate of economic Sciences.] St. Petersburg State University, St. Petersburg, 2015.
2. Voynova O.A. Kozlova O.A. *Evolutsiyakontseptsii sotsialnogopredprinimatelstva* [Evolution of the concept of social entrepreneurship] *ZabGU Bulletin*. – 2016. – № 1. – P. 102–112.
3. Safiullin N.Z., Fayzrakhmanov M.D. *Innovatsionnayaaktivnost' predprinimateley v usloviyakh «Novoyekonomiki»* [Innovative activity of entrepreneurs in the conditions of the "New Economy"] *Bulletin of the Kazan State Agrarian University*. – 2007. – № 2(6). – P. 29–32.
4. *Sotsial'noyepredprinimatel'stvo v Rossii: razvitiye, podderzhkaiidei* [Social entrepreneurship in Russia: development, support and ideas] [Electronic resource] / Access mode: <https://www.gd.ru/articles/9360-sotsialnoe-predprinimatelstvo>.
5. *Sotsial'noyepredprinimatel'stvostanovitsyomodnoytemoy* [Social entrepreneurship becomes a fashionable topic] [Electronic resource] / Access mode: <http://www.nb-fund.ru/press-center/media-about-us/sotsialnoe-predprinimatelstvo-stanovitsya-modnoy-temoy/>
6. *StrategiyainnovatsionnogorazvitiyaRossiyskoyFederatsiina period do 2020 goda* [Strategy of innovative development of the Russian Federation for the period up to 2020] [Electronic resource] / Access mode: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70006124/#ixzz5Rc6WzIau>.
7. Tagirova A.V. *Ispol'zovaniyeinnovatsiy v bizneseindividual'nymipredprinimatel'yami* [Use of innovations in business by individual entrepreneurs] // Culture, science, education: problems and prospects: materials of the VI International Scientific and Practical Conference. Nizhnevartovsk- 2017.- P. 455-458.
8. Фонд «Наше будущее» официальный сайт [Fund "Our future" official site] [Electronic resource] / Access mode: <http://www.nb-fund.ru>.

---

### POSSIBILITIES AND LIMITATIONS OF DEVELOPMENT OF INNOVATIVE ACTIVITY OF SOCIAL ENTREPRENEURS

**A.V. Tagirova,**

lecturer, Nizhnevartovsk State University

**O.A. Kozlova,**

Professor, Nizhnevartovsk State University

**Yu.V. Kopylova,**

lecturer, Nizhnevartovsk State University

**Abstract.** The article deals with social entrepreneurship, as a way of solving problems that arise in socially unprotected groups. Such problems are of a different nature - this is both the difficulty or impossibility of finding a job, the lack of material means for normal living, etc. The relevance of the research is related to the fact that the topic of social entrepreneurship in Russia is new and has a great development potential. Abroad, social business is a developed segment of the economy, receiving significant support from the governments of these countries, which has a great social impact and at the same time are profitable enterprises. In Russia, all this is in its infancy. The aim of the work is to study social entrepreneurship as a special kind of activity, which is a combination of business and charity. In the course of the study, the authors analyzed the interpretation of the definition of "social entrepreneurship" from various sources and, as a result, signs were derived, according to which it is possible to classify the business as socially oriented. The authors suggested that innovation is one of the most important features, since social entrepreneurship is based on a

creative approach to solving problems related to socially vulnerable groups. In the course of the study, the difference between social entrepreneurship and charity is determined, and the main difference between these two activities is shown. It was revealed that the innovative activity of entrepreneurs, as persons most interested in the development of their business idea, is of great importance for the growth of social entrepreneurship. The authors of the article outlined the factors that hamper the growth of innovation activity, gave examples.

**Key words:** social entrepreneurship, entrepreneurial activity, charity, business, social project, innovations, innovative activity, subjects of social entrepreneurship.

---

**Сведения об авторах:**

**Тагирова Асет Вахаевна** – преподаватель кафедры коммерции и менеджмента ФГБОУ ВО «Нижевартовский государственный университет» (628600, Российская Федерация, г. Нижневартовск, ул. Мира, д.3Б), e-mail: [tagirova.asya@yandex.ru](mailto:tagirova.asya@yandex.ru);

**Козлова Оксана Александровна** – доктор экономических наук, профессор ФГБОУ ВО «Нижевартовский государственный университет» (628600, Российская Федерация, г. Нижневартовск, ул. Мира, д.3Б), e-mail: [sibomsk@mail.ru](mailto:sibomsk@mail.ru);

**Копылова Юлия Викторовна** – преподаватель кафедры коммерции и менеджмента ФГБОУ ВО «Нижевартовский государственный университет» (628600, Российская Федерация, г. Нижневартовск, ул. Мира, д.3Б), e-mail: [yulia.kopylova.1983@yandex.ru](mailto:yulia.kopylova.1983@yandex.ru).

Статья поступила в редакцию 10.09.2018 г.