

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В АГРАРНОМ СЕКТОРЕ

Г. Р. Царева, В. И. Шулепов,

ФГБОУ ВПО «Поволжский государственный технологический университет», Йошкар-Ола, Россия
424000, Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, пл. Ленина, д. 3

В статье представлены основные этапы в развитии теоретических подходов к содержанию социального предпринимательства. На основе существующего понятийного аппарата и специфики аграрного сектора рассмотрена категория социального предпринимательства в современных экономических условиях. Исходя из проведенного анализа разработаны практические рекомендации относительно форм и методов его регулирования с учетом особенностей современной российской экономики. Сделаны основные выводы касающиеся большинства современных российских предприятий, обладающих достаточно низкой привлекательностью для инвесторов и другими специфическими особенностями, сосредоточенных в сельском хозяйстве.

Ключевые слова: социальное предпринимательство, аграрный сектор, теории предпринимательства.

Сведения об авторах: *Гузаль Ринатовна Царева*, кандидат экономических наук, доцент кафедры управления и права; *Владимир Иванович Шулепов*, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента и бизнеса, Поволжский государственный технологический университет (424000, Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, пл. Ленина, дом 3), Россия.

Контакты: *Гузаль Ринатовна Царева*, tsarevagr@volgatech.net; *Владимир Иванович Шулепов*, shulepovvi@volgatech.net

Для ссылки: Царева Г. Р., Шулепов В. И. Проблемы развития социального предпринимательства в аграрном секторе // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2014. № 4(20). С. 107–111.

PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN THE AGRICULTURAL SECTOR

G. R. Tsareva, V. I. Shulepov,

Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Professional Education «Volga State University of Technology»,
Russian Federation

The paper presents the main stages in the development of theoretical approaches to the content of social entrepreneurship. On the basis of the existing conceptual apparatus and the specificity of the agricultural sector consider the category of social entrepreneurship in the current economic conditions. Based on the analysis developed practical recommendations on the forms and methods of its regulation allowing for the modern Russian economy. Made the main conclusions regarding the most modern Russian enterprises with low enough attractive to investors and other specific features that are concentrated in agriculture.

Keywords: social entrepreneurship, the agricultural sector, the theory of entrepreneurship.

Information about the authors: *Guzal R. Tsareva*, Ph.D. (Economics), Associate Professor of the Management and law department; *Vladimir I. Shulepov*, Ph.D. (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Management and business department, Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Professional Education «Volga State University of Technology», Russian Federation.

Contacts: *Guzal R. Tsareva*, tsarevagr@volgatech.net; *Vladimir I. Shulepov*, shulepovvi@volgatech.net

Reference: Tsareva G. R., Shulepov V. I. Problems of development of social entrepreneurship in the agricultural sector. MIR (Mod. innov. razvit.), 2014, no. 4 (20), pp. 107–111.

Вторая половина XX – начало XXI вв. ознаменовались активизацией интереса к проблеме соотношения экономической и социальной составляющей общественной жизни, что обусловлено ростом благосостояния населения ведущих государств мира, создавшим объективные предпосылки для реализации принципов социальной справедливости и формирования экономики заслуг. Поиск инструментов, обеспечивающих одновременное производство экономической и социальной ценности как предпосылок формирования социально ориентированного экономического роста, привел к появлению феномена социального предприни-

мательства, интегрирующего в себе атрибутивные свойства благотворительности и бизнеса.

Цель исследования являлось научное обоснование теоретико-методических подходов к содержанию социального предпринимательства в аграрной сфере.

Достижение поставленной цели осуществляется путем решения следующих основных задач:

1. Представить трактовку социального предпринимательства в соответствии с интерактивным подходом к его содержанию.

2. Сформулировать факторы развития социального предпринимательства и определить отличительные его особенности в современной российской экономике.

Категории «социальное предпринимательство» и «социальный предприниматель» были введены в научный оборот в 60-е гг. XX в. в зарубежных исследованиях, посвященных изменениям в социальной сфере. Однако их активное использование началось в 80-х гг. XX в., что было обусловлено созданием организаций, деятельность которых выходила за пределы традиционной модели «фридмановских» предприятий и предприятий, ведущих социально ответственный бизнес. К их числу следует отнести компанию Ашока: Инновации для общества, основанную Б. Дрейтоном, Национальный совет потребителей, Школу социальных предпринимателей, основанные М. Янгом, который одновременно выступал инициатором профессиональной подготовки социальных предпринимателей на базе специализированных образовательных организаций и др. Российское сообщество имеет богатый исторический опыт развития социального предпринимательства [3].

К числу наиболее значимых форм его реализации в дооктябрьский период относятся «дома трудолюбия», основанные отцом Иоанном Кронштадтским. Возрождение социального предпринимательства в Российской Федерации (РФ) связывается с основанием в 2007 г. по инициативе бизнесмена В.Алекперова Фонда региональных социальных программ «Наше будущее», деятельность которого направлена на поддержку отобранных на конкурсной основе альтернативных бизнес-проектов с использованием инструментов беспроцентного целевого кредитования (до 10 млн. руб. на 7 лет), бизнес-консультаций, дополнительного обучения, информационного обеспечения. В настоящее время Фонд реализует 90 проектов в 38 регионах, 70% из поддержанных Фондом проектов приносят прибыль, 20% – самокупаются, остальные 10% – убыточны [2].

Дальнейшему развитию социального предпринимательства в современной России, формированию мер регулирующего воздействия со стороны органов государственной власти и имплантации в предпринимательское сообщество стимулирующих его институтов препятствует ряд факторов, среди которых – отсутствие законодательного закрепления данной категории, неоднозначность его трактовки в научной литературе, недостаточный уровень знаний субъектами предпринимательства инструментов реализации социальных инициатив, противоречивое отношение к данному явлению со стороны большей части российского сообщества и др.

Социальные предприниматели, согласно трактовке Фонда Сколла, определяются как «агенты перемен общества, создатели инноваций, нарушающие статус-кво и меняющие мир в лучшую сторону» [5].

Социальное предпринимательство воплощает в себе признаки традиционного предпринимательства и благотворительности, что находит отражение в постоянной генерации предпринимательского дохода, используемом для реализации социальных инициатив.

Высокий положительный внешний эффект функционирования субъектов социального предпринимательства реализуется независимо от отраслевой принадлежности. Однако проведенное исследование показывает, что его значимость наиболее велика в тех сферах экономической деятельности, которые традиционно характеризуются низкими показателями финансово-хозяйственной деятельности, обусловленными объективными факторами. К их числу относится аграрный сектор, от уровня развития предпринимательства в котором во многом зависит благосостояние населения сельских территорий, характеризующихся высоким уровнем миграции в города, дефицитом квалифицированных специалистов, деградацией сферы услуг и падением качества жизни. В этой связи одной из предпосылок сохранения сельских населенных пунктов и повышения качества жизни их жителей, условием развития агропромышленных предприятий, обеспечивающих реализацию стратегии импортозамещения, выступает развитие социального предпринимательства, которое ориентировано на решение проблем самозанятости населения, создает материальную базу для предоставления услуг образования и других социально значимых услуг.

В развитии теории предпринимательства представляется возможным выделение двух этапов. Первый этап (XVIII в. – 60–70-е гг. XX в.) связан с трактовкой предпринимательской деятельности как замкнутой системы «предприниматель (предприятие) – внешняя среда» при выделении в качестве его составляющих идеального гносеологического и материального онтологического элементов. Переход ко второму этапу развития теорий предпринимательства (60-е гг. XX в. – по настоящее время) связан со сменой экономической парадигмы и началом всестороннего исследования нелинейных, неравновесных процессов, что предопределило необходимость исследования предпринимательства как открытой динамической системы и создало предпосылки для использования гносеологического потенциала иных сфер научного знания для изучения предпринимательских отношений. В рамках второго этапа развивается институциональная концепция предпринимательства [1].

Начало социальным инновациям как необходимому элементу социального предпринимательства было положено М. Юнусом – автором концепции микрокредитов, лауреатом Нобелевской премии мира и учредителем медали для социальных инноваций.

Исследование показывает, что в настоящее время отсутствует теоретическое осмысление содержания социального предпринимательства. Это создает препятствия для разработки действенной нормативно-правовой базы его регулирования и превращения в источник поступательной динамики российской экономики.

Для выявления атрибутивных свойств социального предпринимательства использован интерактивный подход, в соответствии с которым признаются взаимозависимости и взаимообусловленности предпринимательской деятельности и факторов внешней среды функционирования предпринимательских организаций. Реализация подобного подхода позволила доказать, что формирование постиндустриальной экономики обуславливает повышение неэффективности распределения ресурсов и доходов. При этом признание приоритетной роли государства в преодолении «провалов» рынка и разработка мер государственного регулирования экономики, заключающиеся в реструктуризации ресурсов и доходов, не обеспечивает достижения Парето-оптимума, что обусловлено отсутствием эффективных механизмов формирования равновесия между спросом и предложением общественных благ, неполнотой информации экономических агентов и нерациональностью их поведения, поляризацией экономического пространства при повышении уровня его неоднородности.

Кроме того, в постиндустриальной экономике изменяется система мотивации субъектов предпринимательства, у которых наряду со стремлением на реализацию потребности в получении (максимизации) экономического результата усиливается мотив самореализации и творческой активности. В этой связи формируется особый вид предпринимательства, который наряду с его родовыми признаками характеризуется рядом специфических особенностей, а именно: ориентацией на получение социального результата; финансовой устойчивостью как фактором тиражирования социальных проектов и независимости их результатов от внешних источников финансирования; социальными инновациями; доминированием определяемого мотивом и социальной целью развития экономики духовных потребностей в составе мотивационного императива.

В этой связи социальное предпринимательство выступает инструментом саморегулирования социально-экономических отношений и процессов,

снижающим транзакционные издержки поиска информации об общественных благах и обеспечивающим достижение равновесного объема производства локальных общественных благ с учетом потребностей территориального сообщества и возможностей субнационального (субрегионального) бюджетов.

Формирование социального предпринимательства приводит к трансформации функций, выполняемых предпринимательскими организациями, а именно: обязательное производство общественных благ наряду с частными благами (производственная функция); создание социального результата в форме самозанятости населения, реализация потребности в творческой деятельности (социальная функция); реаллокация ресурсов и их использование для производства общественных благ, что компенсирует ограниченность бюджетных расходов на финансирование общественного сектора (доходная функция); реализация социальных инноваций (инновативная функция); эффективное использование ресурсов, не вызывающее отрицательных внешних эффектов в форме загрязнения окружающей среды (ресурсная функция); эффективное использование интеллектуально-креативных ресурсов (организаторская функция).

В Российской Федерации в настоящее время отсутствуют правовые нормы, которые легитимизируют социальное предпринимательство и определяют присущую ему организационно-правовую форму, тогда как в ряде государств с развитой экономикой подобные организационно-правовые формы законодательно закреплены (например, в 2005 г. в Великобритании создан специальный вид компании для социального предпринимательства - **Community Interest Company (CIC)**).

Это препятствует идентификации субъектов социального предпринимательства и разработке мер, направленных на их развитие. Следует признать, что субъектами социального предпринимательства не могут быть признаны некоммерческие организации, целью функционирования которых не выступает получение прибыли, а также коммерческие организации, реализующие социально ответственное поведение, которое не характеризуется постоянным характером и цели которого не доминируют среди ориентиров функционирования предпринимательской структуры. Тем самым, субъекты социального предпринимательства представлены зарегистрированными в установленном порядке коммерческими организациями (индивидуальными предпринимателями), которые часть получаемой прибыли систематически направляют на производство локальных общественных благ. Финансовая устойчивость подобных предпринимательских организаций выступает необходимым условием

перманентного характера реализуемых социальных проектов, тиражируемых на локальном уровне. Как и у иных коммерческих организаций, единственным источником дохода подобных субъектов предпринимательства выступает прибыль.

Необходимость обеспечения финансовой устойчивости выступает объективной предпосылкой регулярного формирования и реализации социальных инноваций. Тем самым, субъекты социального предпринимательства могут трактоваться как субъекты инновационных отношений, использующие традиционные факторы производства для создания продуктовых инноваций или использующие процессные инновации (базисные и (или) развивающие).

В зависимости от вида экономической деятельности целесообразно выделять социальное предпринимательство в сфере промышленного производства, в аграрной сфере, в сфере услуг и др.; в зависимости от доминирующего мотива предпринимательской активности – добровольное, вынужденное и смешанное; в зависимости от масштабов внешнего эффекта социальных инноваций – предпринимательство с локальным и национальным социальным внешним эффектом.

Развитие социального предпринимательства в условиях современной российской экономики обусловливается не только внешними факторами, включающими, в первую очередь, динамику транзакционных издержек, но и внутренними предпосылками, которые состоят в особенностях формирования миссии предпринимательской структуры социального типа предпринимательства, в специфике оценки эффективности деятельности, характерных чертах предпринимателя-основателя социального бизнеса.

Ключевой особенностью формирования миссии социального предпринимательства является ориентированность предприятий данного типа на взаимодействие с нижней частью социальной пирамиды, что позволяет создать условия преодоления бедности и снижения социальной дифференциации населения, что предполагает ориентацию на потребителей с доходами ниже прожиточного минимума. Выделение данной категории потребителей в качестве целевой позволяет социальному бизнесу, с одной стороны, оперировать на рынке с крайне низким уровнем конкуренции, с другой – обуславливает необходимость использования технологии основной деятельности, ориентированной на минимизацию издержек и использование эффекта масштаба. Указанные особенности отражаются в миссии предпринимательской структуры социального бизнеса и являются отличительной чертой сформированных в рамках такой миссии

стратегических и тактических планов предпринимательской структуры данного типа.

Значимой характеристикой предприятия социального бизнеса с точки зрения оценки его эффективности является тот факт, что внутренняя норма доходности проектов социального бизнеса, как правило, не превышает 30% за пятилетний период, вследствие чего такие проекты обладают достаточно низкой привлекательностью для инвесторов. В результате ключевым источником финансирования проектов данного типа выступают собственные средства предпринимателей и финансовые ресурсы, предоставленные бизнес-ангелами, что позволяет реализовывать проекты с приведенным уровнем доходности. При этом в процессе оценки эффективности деятельности предпринимательской структуры, помимо определения экономической эффективности, пороговым значением которой является любой положительное значение, оценивается также уровень социальной эффективности, который характеризует соотношение социальных затрат и результатов, генерируемых предпринимательской структурой. Уровень экономической эффективности деятельности предпринимательской структуры может быть стабильным, тогда как уровень социальной эффективности должен постепенно увеличиваться за счет использования сетевых эффектов и эффекта масштаба, что является отличительной особенностью социального бизнеса.

Отличительной особенностью социального предпринимательства также является структура личности предпринимателя, для которого характерен высокий уровень этичности и заинтересованность в обеспечении, в первую очередь, населения, живущего за чертой бедности продукцией, необходимой для обеспечения минимально приемлемого уровня жизни при условии, что данная продукция не предоставляется на условиях благотворительности. Этической установкой социального предпринимателя является обеспечение потребителей необходимыми продуктами на условиях платности, однако бизнес-модель таких предпринимательских структур предполагает возможность значительной отсрочки платежа в случае, если потребитель на момент приобретения продукции не имеет возможности осуществить своевременную оплату. В рамках такого подхода, с одной стороны, сохраняются права потребителей, и, с другой стороны, обеспечивается высокий уровень гибкости потребительского поведения, что позволяет лицам с доходами ниже прожиточного минимума выступать в качестве традиционных потребителей, наделенных правами, но не просителей, как предполагает концепция благотворительности; ориентация на

сохранение данного паритета является отличительной чертой социального предпринимателя [6].

Как показал проведенный анализ, в современной российской экономике большинство предприятий, обладающих достаточно низкой привлекательностью для инвесторов и другими специфическими особенностями, сосредоточены в сельском хозяйстве. К таким особенностям следует отнести: во-первых, предприятия социального предпринимательства аграрного сектора ориентированы на взаимодействие с нижней частью социальной пирамиды для снижения социальной дифференциации населения, во-вторых, в данном секторе при значительной составляющей материальных затрат в структуре себестоимости социальный предприниматель может получать прибыль за счет использования эффекта масштаба, в-третьих, портрет «социального предпринимателя в аграрном секторе экономики» представляет собой активного предпринимателя, заинтересованного не только в получении прибыли, но и в большей степени в развитии и повышении уровня жизни социально-незащищенных слоев населения, проживающих в местах концентрации предприятий аграрного сектора.

Список литературы

1. Гладиллин А.В., Мирная Н.А. Социально-экономическая эффективность аграрного предпринимательства в региональной экономической системе // Российский экономический интернет-журнал. – URL: http://www.e-rej.ru/Articles/2007/Gladilin_Mirnaya.pdf (дата обращения: 15.10.2014).
2. Сайдуллаев Ф.С., Шестоперов А.М. Динамика развития малого предпринимательства в регионах России в январе–марте 2010 года // Национальный институт системных исследований проблем предпринимательства. – URL: http://www.nisse.ru/business/article/article_1473.html (дата обращения: 15.10.2014).
3. Социальное партнерство и развитие институтов гражданского общества в регионах и муниципалитетах. Практика межсекторного взаимодействия: Практическое пособие / под ред. А.Е. Шадрина, заместителя директора Департамента стратегического управления экономического развития РФ. М.: Агентство социальной информации, 2010.
4. Узун В. Аграрная реформа в России: мифы и реальность // Вопросы экономики. 2008. № 10. С. 139–155.
5. Фонд Сколла (Skoll Foundation). – URL: <http://www.skollfoundation.org/> (дата обращения: 15.10.2014).
6. Шакирова Г.Р. Особенности социального предпринимательства в аграрном секторе // Векторы развития современной науки: материалы международной научно-практической конференции (Уфа, 20-21 января 2014 г.): в 3-х ч. Часть III. Уфа: РОИ ИЦИПТ, 2014. С. 141–143.

References

1. Gladilin A.V., Peace N.A. Social and economic efficiency of the agricultural business in the regional economic system // Russian Economic online magazine. – URL: http://www.e-rej.ru/Articles/2007/Gladilin_Mirnaya.pdf (date accessed: 15.10.2014).
2. Saidullaev F.S., Shestoperov A.M. Dynamics of small business development in Russia's regions in January-March 2010 // National Institute for System Studies of business. – URL: http://www.nisse.ru/business/article/article_1473.html (date accessed: 15.10.2014).
3. Social Partnership and the development of civil society institutions in the regions and municipalities. The practice of cross-sector collaboration: A Practical Guide / Ed. AE Shadrina, Deputy Director of the Department of Strategic Management (Programs) and the Ministry for Economic Development. M.: Social Information Agency, 2010.
4. Uzun V. Agrarian Reform in Russia: Myths and Reality Questions // Economy. 2008. № 10. S. 139–155.
5. Skoll Foundation (Skoll Foundation). – URL: <http://www.skollfoundation.org/> (date accessed: 15.10.2014).
6. Shakirova G.R. Features of social entrepreneurship in the agricultural sector. // Vectors of modern science: proceedings of the international scientific-practical conference (Ufa, January 20–21, 2014): in 3 hours. Part III. Ufa: IC ITS IPT, 2014. S. 141–143.