

УДК 339.72.053 (476)

A. Popkova

The Institute of Economics of the NAS of Belarus (Minsk)

THE THEORETICAL AND PRACTICAL APPROACHES OF SOCIAL ENTERPRISES DEFINITION IN BELARUS AND FOREIGN COUNTRIES

The article examines the theoretical and practical approaches of social enterprises definition. Three general social enterprise models in foreign countries are identified. The analysis a legislative framework and legal forms of social business in the Republic of Belarus are conducted. Recommendations on improvement social initiatives in order to benefit from the best foreign practices in the Republic of Belarus are made.

Keywords: social enterprises; social entrepreneurship; social innovations; social value, social economy.

A. С. Попкова

*кандидат экономических наук, доцент
Институт экономики НАН Беларуси (Минск)*

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИДЕНТИФИКАЦИИ СОЦИАЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ: ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ И ОТЕЧЕСТВЕННАЯ ПРАКТИКА

В статье проанализированы теоретические и практические подходы к определению социальных предприятий. Рассмотрены три основные модели социальных предприятий в зарубежной практике. Дана оценка нормативно-правовых условий регулирования социального бизнеса в Республике Беларусь. Разработаны направления стимулирования социальных инициатив в Республике Беларусь с учетом передового опыта зарубежных стран.

Ключевые слова: социальные предприятия; социальное предпринимательство; социальные инновации; социальная ценность, социальная экономика.

В экономической литературе социальные предприятия (Social Enterprise, или SE) рассматриваются как составляющие элементы социальной экономики, способствующей созданию устойчивого и инклюзивного общества. Такие субъекты хозяйствования развиваются в силу необходимости новых инновационных подходов к решению социальных проблем, а также для удовлетворения потребностей граждан, игнорируемых или не в полной мере удовлетворяемых коммерческим и некоммерческим секторами. Создание и развитие социальных предприятий может существенно способствовать социальному прогрессу и участию общества в решении социальных проблем.

Социальные предприятия, которые представляют собой фундаментальную инновацию в некоммерческом секторе, отличаются от некоммерческих организаций своими стратегиями, структурами, нормами и ценностями [1] и рассматриваются как рациональная и функциональная альтернатива финансированию государственного сектора и ограниченности филантропических ресурсов [2].

Социальное предпринимательство отличается и от традиционного коммерческого сектора, так как первостепенная задача социальных предпринимателей — создание социальной ценности и демонстрация обладания широким кругом достоинств: состраданием, сочувствием, твердой верой в альтруистические желания людей внести свой вклад в экономическое и социальное развитие. Социальный предприниматель — личность, которая признает социальную проблему и использует предпринимательские схемы при создании и управлении предприятием для осуществления социальных измене-

ний [3]. В идеале социальный бизнес должен быть прибыльным или по крайней мере самокупаемым [4].

Некоторые исследователи рассматривают социальное предпринимательство как практику выявления рыночных механизмов создания социальной ценности [5, 6]. Оно помогает правительствам, испытывающим нехватку ресурсов, решать социально-экономические проблемы, такие как бедность, болезни, доступ к образованию и работе и др. [7]. Социальные предприятия в определенной степени возникли из-за недовольства возможностями правительства и благотворительных организаций по решению социальных задач [8].

Как справедливо отметила в своей книге В. Барина, «для концепции социального предпринимательства характерна неоднозначность, отражающая его промежуточное положение между решениями социальной и коммерческой миссий» [9]. Социальные предприятия являются слишком коммерческими для фондов и благотворительных организаций и слишком социальными для традиционных частных инвесторов [10].

Современные формы социальных предприятий способствуют социальной адаптации через трудовую интеграцию маргинализированных людей (например, длительно безработных, инвалидов и т.д.) путем сочетания обучения и повышения квалификации посредством временной или постоянной занятости в бизнесе. Социальные предприятия могут осуществлять деятельность по предоставлению социальных услуг конкретной группе индивидов. Партисипативный стиль управления социальных предприятий дает особые преимущества в их способности вовлекать заинтересованные стороны в разработку инновационных моделей по решению социальных проблем, привлекать ресурсы, выявлять свободные рыночные ниши в предоставлении услуг и генерировать новые инициативы, ведущие к социальной сплоченности.

Хотя прибыль не является основным стимулом для социального предприятия, доход играет важную роль для обеспечения их финансовой устойчивости. Фактически способность получать доход отличает SE от традиционной благотворительной организации, которая полагается на внешнее финансирование в форме пожертвований или грантов для достижения своей социальной миссии. Это не означает, что социальные предприятия не могут быть высокорентабельными, их приоритетом является реинвестирование прибыли в их социальную миссию, а не выплаты акционерам. Успешному социальному предприятию удастся сочетать выполнение социальной задачи своей организации и максимизацию прибыльности бизнеса.

Стоит отметить и различие между социальным предприятием и корпоративной социальной ответственностью (КСО). Социальное предприятие сосредотачивает свою деятельность вокруг социальной миссии и использует коммерцию как инструмент для достижения максимального общественно полезного воздействия. В широком смысле корпоративная социальная ответственность представляет собой добровольный вклад бизнеса в развитие общества, зачастую не связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законодательного минимума и принятых в обществе этических норм [11].

Вместе с тем теоретические исследования SE отстают от практики [12]. Практические подходы предполагают выделение определенных критериев отнесения субъектов хозяйствования к категории социальных. Международная организация Social Enterprise Alliance (SEA — национальная членская организация социальных предприятий в США, выступающая в качестве ключевого катализатора движения социальных предприятий) дает следующее определение социальных предприятий: это организации, которые выявляют основные неудовлетворенные потребности общества и решают социальные или экологические проблемы с помощью рыночного подхода. Исходя из такого определения рассматриваются три основные модели социальных предприятий:

- модель содействия трудоустройству — SE способствуют росту занятости социально уязвимых категорий населения;

- модель преобразующих продуктов и услуг — SE оказывают влияние на общество или окружающую среду за счет инновационных продуктов и услуг;
- модель пожертвований — SE отдают часть своей прибыли на общественно полезные цели [13].

В то же время без количественной интерпретации все эти определения носят абстрактный характер. Попытку оценки, какую часть прибыли должно реинвестировать предприятие, чтобы считаться социальным, дает специальный орган Social Enterprise Mark CIC, занимающийся аккредитацией социальных предприятий на международном уровне. Чтобы получить знак социального предприятия, оно должно удовлетворять жесткому ряду квалификационных критериев. В уставе должно быть определено, что более 51 % прибыли компании будет направляться на социальные и (или) экологические цели. Бизнес должен быть независимым. Заявители должны доказать, что не менее 50 % дохода приходится на торговлю, т.е. средства получены за счет продаж товаров или услуг, а не за счет грантов, инвестиционных доходов, пожертвований или займов [14].

В Корее для получения статуса соцпредприятия необходимо, чтобы не менее 2/3 прибылей реинвестировались в социальные цели [15].

В Малайзии субъекты хозяйствования могут получить сертификацию социального предприятия Министерства экономического развития при выполнении следующих критериев:

- направление не менее 50 % прибыли на социальные или экологические цели;
- обеспечение работой не менее 51 % сотрудников из малообеспеченных слоев населения;
- выделение не менее 35 % дохода от реализации продуктов (услуг) на помощь целевым группам или устранение социальных или экологических проблем [16].

Подобные критерии социального предприятия предусмотрены и в России (см. таблицу).

Критерии социальных предприятий в России

Группа социальных предприятий	Критерий
Модель занятости для социально уязвимых категорий граждан (СКГ)	Доля СКГ — не менее 50 % от общего числа сотрудников SE, а расходы на оплату труда — не менее 25 %)
Модель реализации товаров, работ, услуг, произведенных СКГ	Доля таких доходов — не менее 2 % в общем объеме доходов и 50 % чистой прибыли должно направляться на такую деятельность в текущем году
Модель производства для СКГ	
SE для решения социальных проблем	

Источники: составлено автором на основе [17].

Таким образом, исследование мирового опыта позволило выделить основные критерии идентификации социальных предприятий:

- предприятие имеет приоритетную социальную или экологическую цель деятельности;
- значительную часть доходов предприятие получает от своей предпринимательской деятельности, а не от грантов, кредитов или пожертвований;
- предприятие реинвестирует 50 % и более годовой прибыли на достижение социальной цели или обеспечивает занятость для СКГ (не менее 50 % от общей численности).

В мировой практике с точки зрения нормативно-правовых условий регулирования SE можно выделить три группы стран. Первая группа имеет законодательно установленные специализированные гибридные формы функционирования социальных предприятий (Великобритания, США). Во второй — для идентификации предприниматель-

ства как социального применяют сертификацию субъектов хозяйствования (Южная Корея, Малайзия и др.). В третью — входят страны, где в настоящее время не созданы особые условия для деятельности социально ориентированного бизнеса и социальные предприятия создаются в любых организационно-правовых формах согласно законодательству. Республика Беларусь относится к третьей группе стран, но имеет перспективы для перехода во вторую и первую группы.

В Беларуси пока не принят закон о социальном предпринимательстве, не введены дефиниции социального предпринимательства и социального предприятия. Законодательное закрепление статуса социального предприятия предусмотрено в Национальном плане действий по реализации положений Конвенции о правах инвалидов на 2017–2025 годы. При этом имеется в виду SE для трудоустройства инвалидов.

Признаки социального предприятия определены в механизме поддержки, который реализует ОАО «Банк развития», учредивший новый кредитный продукт для поддержки SE. Институт развития предоставляет финансирование через банки-партнеры на следующих условиях: процентная ставка по кредиту составляет 2/3 ставки рефинансирования НБ РБ, увеличенной на 3 п.п. При этом субъект МСП должен удовлетворять одному из критериев: либо обеспечивать занятость социально уязвимых категорий граждан, либо направлять ежегодно не менее 10 % чистой прибыли на оказание помощи социальным учреждениям [18]. Таким образом, данные индикаторы могут быть признаками SE в Беларуси на данном этапе. Однако мировой опыт показывает, что спектр социальных предприятий может быть гораздо шире.

Так как специальных юридических форм для SE в Беларуси не предусмотрено, то не предполагается и специальных налоговых льгот, однако можно выделить отдельные льготированные виды деятельности, которые можно отнести к социальному предпринимательству. В частности, есть льготы при трудоустройстве инвалидов (не менее 50 %) в сфере агроэкотуризма, при производстве протезно-ортопедических изделий, льготы для некоммерческих организаций и ряда общественных объединений (например, ОО «Белорусское общество глухих», «Белорусское товарищество инвалидов по зрению» и др.). Вместе с тем меры по поддержке социального бизнеса носят разрозненный характер и не отличаются системным подходом.

Анализ применяемых на практике нормативных правовых актов регулирования социального бизнеса показал, что существуют сдерживающие факторы для расширения деятельности социальных предприятий: не приняты законодательные акты по социальному предпринимательству и не определены критерии SE; общественные объединения, которые представляют интересы различных социальных групп, не могут вести бизнес от своего имени; не принят закон о благотворительности и благотворительных организациях; в стране не ведется реестр социальных предпринимателей, что не дает возможности в полной мере проанализировать деятельность социальных предприятий; нет сертификации таких субъектов хозяйствования и маркировки продукции SE; нормативные правовые акты, регулирующие социальные виды деятельности, разрознены и не имеют комплексности.

Таким образом, можно сделать следующие выводы:

1. В современном мире социальные предприятия могут сделать больше, чем коммерческое производство товаров и услуг, они позволяют решить локальную проблему и добиться положительного социального воздействия на общество. Их производственные процессы должны быть финансово устойчивыми, а их прибыль полностью или частично реинвестироваться в социально-экономические проекты. В основе этого лежит перспектива двойного (тройного) эффекта, которая предполагает создание смешанной ценности в процессе достижения экономических, экологических и социальных целей.

2. Если принять за основу очень широкое определение социального предпринимательства как деятельности, которая направлена на достижение социальных целей за

счет инновационных подходов, можно найти ее признаки в различных коммерческих и некоммерческих формах организаций. В каждом из этих типов организаций социальные аспекты имеют разные измерения и разное позиционирование. Для получения предприятием статуса социального необходимо соблюдение ряда условий: обеспечение работой социально уязвимых граждан, решение социальных проблем общества, приоритетность полезных для общества целей при распределении прибыли и др.

3. Изучение мирового опыта показывает, что без официально признанной правовой формы социальных предприятий сложно провести мониторинг деятельности SE и оценить их вклад в формирование национальной экономики. Поэтому в Беларуси целесообразно ввести понятие социального предприятия на законодательном уровне и установить четкие критерии SE с учетом передового опыта зарубежных стран. Такой подход позволяет вести реестр социальных предприятий, участники которого могут иметь право на налоговые льготы и другие меры государственной поддержки.

4. Большие перспективы имеет введение системы сертификации для продукции социальных предприятий, аналогичной той, которую проводит Social Enterprise Mark в Великобритании. Такая система сертификации предлагает способ укрепления ценности бренда, обозначения позиции компании как социально ориентированного бизнеса. Это позволяет сделать такой вид бизнеса более прозрачным для потребителей, инвесторов и партнеров. Система сертификации может стимулировать развитие социальных предприятий, создавать условия для включения SE в систему государственных закупок. В рамках формирования общего рынка товаров и услуг Беларусь может присоединиться к инициативе России в присвоении SE знака «Продукция социального предпринимательства».

5. Для стимулирования деятельности социальных предприятий целесообразно формирование благоприятных условий для развития социальных инициатив, включая широкий спектр программ и инструментов, охватывающих полный цикл формирования SE, начиная от идеи и заканчивая привлечением капитала с мирового рынка импакт-инвестиций. Система поддержки может включать фискальные стимулы (например, налоговые льготы для инвестиций в социальные предприятия), грантовое финансирование, предоставление гарантий по обязательствам, выпуск облигаций социального воздействия, создание социальных инкубаторов и школ молодых социальных предпринимателей.

Источники

1. *Dart, R.* The Legitimacy of Social Enterprise / R. Dart // *Nonprofit Management and Leadership*. — 2004. — Vol. 14(4). — P. 411–424.
2. *Dees, J.* Enterprising Nonprofits: A Toolkit for Social Entrepreneurs / J. Dees, J. Emerson, P. Economy. — New York : Wiley, 2001. — 352 p.
3. *Popoli, P.* Social Enterprise and Social Innovation: A Look Beyond Corporate Social Responsibility / P. Popoli // *Social Enterprise — Context-Dependent Dynamics In A Global Perspective* / edited by R. Laratta. — London : IntechOpen, 2016. — P. 35–56.
4. *Кучко, Е. Е.* Современные практики в области социального предпринимательства: опыт Беларуси / Е. Е. Кучко, И. В. Левицкая, Н. П. Веремеева // *Журн. Белорус. гос. ун-та. Социология*. — 2019. — № 3. — С. 102–110.
5. *Kuchko, E. E.* Modern practices in the field of social entrepreneurship: the experience of Belarus / E. E. Kuchko, I. V. Levitskaya, N. P. Veremeeva // *J. of the Belarusian State Univ. Sociology*. — 2019. — № 3. — P. 102–110.
6. *Defourny, J.* The EMES approach of social enterprise in a comparative perspective / J. Defourny, M. Nyssenes. — Liege : EMES Europ. Research Network, 2012. — 24 p.
7. *Hockerts, K.* Social Entrepreneurship Between Market and Mission / K. Hockerts // *Intern. Rev. of Entrepreneurship*. — 2010. — Vol. 8.2. — P. 177–198.

7. Seelos, C. Profitable business models and market creation in the context of deep poverty: A strategic view / C. Seelos, J. Mair // Acad. of Management Perspectives. — 2007. — Vol. 21 (4). — P. 49–63.

8. Dees, J. G. The Meaning of Social Entrepreneurship [Electronic resource] / J. G. Dees // Duke University's Fuqua School of Business. — Mode of access: https://centers.fuqua.duke.edu/case/wp-content/uploads/sites/7/2015/03/Article_Deess_MeaningofSocialEntrepreneurship_2001.pdf. — Date of access: 12.11.2020.

9. Барينو́ва, В. Зарубежный опыт развития социального предпринимательства и возможность его применения в России / В. Барино́ва. — М. : Ин-т Гайдара, 2018. — 100 с.

Varinova, V. Foreign experience in the development of social entrepreneurship and the possibility of its application in Russia / V. Varinova. — Moscow : Gaidar Inst., 2018. — 100 p.

10. Попкова, А. С. Механизм функционирования фондов социального предпринимательства / А. С. Попкова // Глобальные проблемы модернизации национальной экономики : материалы IX Междунар. науч.-практ. конф., Тамбов, 13 апр. 2020 г. / Тамбов. гос. ун-т им. Г. Р. Державина ; отв. ред. А. А. Бурмистрова [и др.]. — Тамбов, 2020. — С. 479–483.

Popkova, A. S. The mechanism of functioning of social entrepreneurship funds / A. S. Popkova // Global problems of modernization of the national economy : materials of the IX intern. sci. and practical conf., Tambov, 13 Apr. 2020 / Derzhavin Tambov State Univ. ; edited by A. A. Burmistrov [et al.]. — Tambov, 2020. — P. 479–483.

11. Кивари́на, М. В. Корпоративная социальная ответственность / М. В. Кивари́на // Экон. журн. — 2011. — № 23. — С. 116–121.

Kivarina, M. V. Corporate social responsibility / M. V. Kivarina // Econ. J. — 2011. — № 23. — P. 116–121.

12. Nicholls, A. The legitimacy of social entrepreneurship: Reflexive isomorphism in a pre-paradigmatic field / A. Nicholls // Entrepreneurship Theory and Practice. — 2010. — Vol. 34(4). — P. 611–633.

13. Social Enterprise [Electronic resource] // Social Enterprise Alliance. — Mode of access: <https://socialenterprise.us/about/social-enterprise>. — Date of access: 12.11.2020.

14. Попкова, А. С. Индекс социального предпринимательства [Электронный ресурс] / А. С. Попкова // Экономика и инжиниринг: от теории к практике : сб. материалов XVI Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 мая 2020 г. / Беларус. нац. техн. ун-т ; редкол.: С. Ю. Солодовников [и др.]. — Минск, 2020. — Электрон. текстовые дан. — С. 160–162.

Popkova, A. S. Index of social entrepreneurship [Electronic resource] / A. S. Popkova // Economics and Engineering: from theory to practice : coll. of materials of the XVI Intern. sci. and practical conf., Minsk, 28 May 2020 / Belarusian Nat. Techn. Univ. ; ed.: S. Yu. Solodovnikov [et al.]. — Minsk, 2020. — Electronic text data. — P. 160–162.

15. Жураковский, В. Правовое регулирование социального предпринимательства в Республике Беларусь и за рубежом / В. Жураковский. — Минск : МПОО «АКТ», 2017. — 96 с.

Zhurakovsky, V. Legal regulation of social entrepreneurship in the Republic of Belarus and abroad / V. Zhurakovsky. — Minsk : IEPA «АКТ», 2017. — 96 p.

16. Zakaria, I. Overview of Social Enterprise Accreditation Guidelines: Definitions and criteria (Part 1) [Electronic resource] / I. Zakaria // Medium. — Mode of access: <https://medium.com/@izwanzakaria/overview-of-social-enterprise-accreditation-guidelines-definitions-and-criteria-part-1-70981d24c602>. — Date of access: 02.11.2020.

17. О внесении изменений в Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» в части закрепления понятий «социальное предпринимательство», «социальное предприятие» [Электронный ресурс] : Федер. закон, 26 июля 2019 г., № 245-ФЗ // КонсультантПлюс. Россия / ЗАО «КонсультантПлюс». — М., 2020.

18. В Беларуси готовится закон о социальном предпринимательстве [Электронный ресурс] // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. — Режим доступа: <https://pravo.by/novosti/obshchestvenno-politicheskie-i-v-oblasti-prava/2019/may/35616/>. — Дата доступа: 12.11.2020.

Статья поступила в редакцию 09.12.2020 г.