

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ: ПРИТЯГИВАЮЩИЕ И ОТТАЛКИВАЮЩИЕ ФАКТОРЫ

В данной работе речь пойдет о некоммерческих организациях, постепенно его осваивать. На основе данных глубинных интервью с руководителями социально ориентированных некоммерческих организаций (СО НКО) Волгоградской области выделены плюсы и минусы, которые видят руководители в социальном предпринимательстве, а именно - какие факторы притягивают руководителей СО НКО начать заниматься социальным предпринимательством, а какие срабатывают как отталкивающие.

Ключевые слова: социальное предпринимательство, некоммерческие организации, третий сектор.

Концепт социального предпринимательства становится популярной темой для обсуждения среди исследователей, занимающихся изучением социальной сферы и гражданского общества. По данной тематике проводятся конференции и форумы, определяются победители для финансирования лучших проектов, предлагаются курсы для обучения социальному предпринимательству, вручаются премии за вклад в развитие данного направления. Однако множество вопросов остается не исследованными, например, сам феномен социального предпринимательства, а также особенности социального предпринимательства в его российской версии.

Среди зарубежных исследований, посвященных теоретическим и методологическим аспектам социального предпринимательства, можно назвать труды Г.Диза [8], Дж.А. Керлин [9], Д.Ф. Крейг [4] и ряда других.

Если за рубежом публикация исследований и научной литературы о социальном предпринимательстве начинается с 1990-х годов, то в России эта тема становится популярной в конце 2000-х годов [5]. Сегодня среди отечественных исследователей над изучением различных аспектов социального предпринимательства работают С.Г. Климова, И.А.Климов, И.В. Щербакова [3] и другие. Мы исследовали социальное предпринимательство со стороны некоммерческого сектора [6].

Социально ориентированные некоммерческие организации принадлежат к так называемому «третьему сектору», условия развития которого существенно отличаются в разных регионах России. На конец 2016 г. в России зарегистрировано 143 436 СО НКО, из них в Волгоградской области 2 811 СО НКО [2].

Табл 1. Динамика развития сектора СО НКО в России за 2012-2016 годы

	2012	2013	2014	2015	2016
Количество социально ориентированных НКО	44 009	113 237	132 087	140 031	143 436

Источник: Государственная статистика <https://www.fedstat.ru/>. Количество социально-ориентированных некоммерческих организаций, данные за 2012-2016 гг.

Динамика развития третьего сектора представлена в табл. 1. По мнению экспертов Общественной палаты РФ, следует говорить не о росте этого сектора, а о том, что все больше НКО регистрируются в качестве социально ориентированных организаций [1, с. 91].

В феврале-мае 2017 г. в рамках научного проекта «Ресурсный потенциал некоммерческих организаций в сфере социального предпринимательства» было проведено

двенадцать глубинных интервью с руководителями СО НКО Волгоградской области. Данные, полученные в ходе опроса, позволили описать отношение руководителей СО НКО к феномену социального предпринимательства, выделить плюсы и минусы, которые видят руководители в социальном предпринимательстве, а именно притягивающие факторы и отталкивающие, которые являются препятствием для внедрения практики социального предпринимательства в некоммерческом секторе.

Можно констатировать, что руководители НКО не до конца осознают, что представляет собой социальное предпринимательство: *«Вот глава муниципалитета нашего района... Он настолько всем помогает. Из собственного кармана и своего предприятия. Вот он - да. Его можно назвать социальным предпринимателем»* (Эксперт 8, Ж., 47 лет).

Определяя предметное поле социального предпринимательства, руководители НКО дают его описание, понимая социальную составляющую. Прежде всего, выделяют в качестве ключевых групп, с которыми должны работать социальные предприниматели, нуждающихся людей: *«У таких, именно социальных предпринимателей, должна быть такая составляющая как помощь нуждающимся людям. То есть такие люди, нуждающиеся должны быть»* (Эксперт 10, М., 46 лет).

Далеко не все СО НКО Волгоградской области оказывают социальные услуги населению. В реестре на 1 ноября 2017 г. как поставщики социальных услуг в Волгоградской области зарегистрированы двадцать пять СО НКО. Всего в реестр на данный момент включено 172 организации. Таким образом, среди поставщиков социальных услуг СО НКО составляют 15 % [7].

СО НКО готовы оказывать социальные услуги, однако, когда речь заходит о включении в реестр, возникает множество препятствий при оформлении необходимой документации. Руководители СО НКО говорят о трудностях попадания в реестр, несовершенстве процедуры: *«Это было восемь месяцев ада, пока мы вставали в реестр. Восемь раз нам возвращали документы из Минюста. Мы отправляем документы, в Москве зачеркивают одно слово и возвращают. И так восемь раз. Вот скажите, кто готов столько времени потратить на это? Кроме того, компенсация государством выделяется спустя четыре месяца»* (Эксперт 1, Ж., 36 лет).

Самым важным препятствием на пути к социальному предпринимательству СО НКО, по мнению многих руководителей, является отсутствие его нормативно-правового регулирования и законодательной базы. Отсюда возникает неопределенность ситуации, когда деятельность СО НКО одни могут определить, как социальное предпринимательство, например, сами руководители НКО, а другие субъекты, например, представители налоговых органов, посчитают иначе. Когда не определены четкие границы, любое явление или процесс трактуется субъективно.

«Понимаете, здесь никаких законодательных, четких границ нет, четких понятий. И как я говорил, экспертные мнения разные. Один может сказать, что это социальное предпринимательство, а другое скажет «нет», а потом возникают проблемы с налоговой» (Эксперт 3, М., 39 лет).

Среди притягивающих факторов руководители СО НКО называют готовность учиться. Однако часто содержание таких курсов оторвано от практики: *«Я посещал не один такой семинар. У меня даже есть корочки с гербовой печатью по социальному предпринимательству. То есть, учили как бы одному, а на месте сталкиваешься с другим»* (Эксперт 3, М., 39 лет).

Представители некоммерческого сектора хорошо знакомы с существующими в нем проблемами, лучше других знают его реальное состояние, представляют потребности нуждающихся категорий граждан. Таким образом, опыт работы в социальной сфере и глубокое знание проблем третьего сектора, социальные связи, социальный капитал СО НКО выступают притягивающим фактором для социального предпринимательства.

Таким образом, ухудшение институциональной среды СО НКО, зависимость от государственных грантов и грантов крупного бизнеса, усиление конкуренции за ресурсы в

третьем секторе некоммерческих организаций - вот ряд ключевых факторов, влияющих на намерения со стороны СО НКО освоить сферу социального предпринимательства. Среди отталкивающих факторов, препятствующих социальному предпринимательству, руководители называют отсутствие нормативно-правового регулирования и законодательной базы в сфере социального предпринимательства, трудности с оформлением необходимой документации, позволяющей получить льготы как социальному предпринимателю, некомпетентность чиновников. Среди притягивающих факторов руководители СО НКО называют готовность некоммерческих организаций обучаться, их богатый практический опыт, наличие социальных связей и социальный капитал.

Список литературы

1. Доклад о состоянии гражданского общества в Российской Федерации за 2016 год. – М., Общественная палата Российской Федерации, 2016. – 258 с.
2. Государственная статистика. ЕМИСС. [Электронный ресурс] <https://www.fedstat.ru/indicator/data.do?format=excel> (Дата обращения 01.11.2017)
3. Климова, С.Г., Климов И.А., Щербакова И.В. Сообщества социальных предприятий // Вестник института социологии. 2015. № 2 (13). С. 71-90
4. Крейг, Д.-Ф. Ваш шанс изменить мир. Практическое пособие по социальному предпринимательству / Д.-Ф. Крейг. - М.: Альбина Паблишер, 2013. – 791 с.
5. Московская, А. А. Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования / А.А. Московская. - М.: Изд. дом НИУ ВШЭ, 2011. - 288 с.
6. Полтавская, М.Б. Социальное предпринимательство как идея и как процесс: взгляд некоммерческих организаций // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 7. Философия. Социология и социальные технологии. 2015. № 3 (29). С. 136-150
7. Реестр НКО - поставщиков социальных услуг. [Электронный ресурс] <http://uszn.volgograd.ru/postavshchiki-sotsialnykh-uslug/postavshchiki-sotsialnykh-uslug/> (Дата обращения 01.11.2017)
8. Dees G. J. Enterprising nonprofits // Harvard Business Review. 1998. Vol. 76, Issue 1. pp. 55–66.
9. Kerlin, J. A. Social Enterprise in the United States and Europe: understanding and learning from the differences / J. A. Kerlin // International Society for Third Sector Research and The Johns Hopkins University. 2006. Vol. 17. pp. 247-263.

M.B. Poltavskaya

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP NONPROFIT ORGANIZATIONS: ATTRACTING AND UNATTRACTIVE FACTORS

This work is dedicated to non-profit organizations as they begin to be interested in social entrepreneurship, it is gradually mastered. The study identifies the positive and negative aspects of social entrepreneurship that have been named leaders of socially oriented non-profit organizations, the conclusions were based on data from in-depth interviews with leaders of socially oriented non-profit organizations in Volgograd region. The leaders of socially oriented non-profit organizations identify the factors that attract to engage in social entrepreneurship, and the factors that are unattractive to engage in social entrepreneurship

Key words: social entrepreneurship, nonprofit organizations, third sector.