

## Предпосылки развития социального предпринимательства в России: возможности микрофинансирования

### 1. Смысл социального предпринимательства

Социальное предпринимательство – это новый инновационный способ осуществления социально-экономической деятельности, соединяющий социальную миссию с достижением экономической эффективности. В его основе находится создание, так называемых, социальных предприятий – т.е. бизнес предприятий, организованных в социальных целях и для создания социального блага и функционирующих на основе финансовой дисциплины, инноваций и порядка ведения бизнеса, установленного в частном секторе.<sup>1</sup> В последнее десятилетие эта практика получила необычайную популярность как в развитых индустриальных странах, таких как США, Великобритания, Франция, Германия и др., так и в странах третьего мира, для которых новый способ комбинации экономических и социальных ресурсов является средством вырвать из глубокой бедности значительные слои населения. По мнению Г. Диза, директора Центра развития социального предпринимательства Университета Дюка (США), идея социального предпринимательства в последнее время получила популярность, т.к. «очень подходит нашему времени». Это связано с тем, что «многие результаты деятельности государственных и благотворительных организаций оказались далеки от наших ожиданий, а большая часть институтов общественного сектора все чаще рассматривается как нерезультативная, неэффективная и безответственная. Социальные предприниматели нужны для того, чтобы создать новые модели социально значимой деятельности «для нового века».<sup>2</sup>

Понятие социального предпринимательства в России только начинает хождение. В этом смысле она отстает, например, от Украины, Казахстана, Молдавии или Белоруссии. Для развития социального предпринимательства в России важна не только правильная самоидентификация, которая может придти с усилением информационного обмена, но и развитие распространенных в других странах важных социально-экономических институтов – таких, как малое предпринимательство, кредитная кооперация, микрофинансирование, некоммерческая деятельность в социально-экономической сфере, способных выступить в качестве «материнских структур» для развития социального предпринимательства. В то же время анализ уже имеющегося опыта функционирования некоторых из перечисленных форм свидетельствуют о зачатках развития социального предпринимательства в России. Важной предпосылкой социального предпринимательства в этом ряду является микрофинансирование и, в частности – кредитная кооперация.

### 2. Микрофинансирование и социальное предпринимательство

Содержание микрофинансовых технологий сводится к тому, чтобы сделать экономически оправданным для кредитора предоставление необходимого спектра финансовых услуг малообеспеченному населению и микро- бизнесу таким образом, чтобы получатели могли использовать финансовые услуги для целей собственного развития. Традиционные технологии кредитования, в отличие от микрофинансирования, не позволяют масштабно работать с данными категориями клиентов. В этом состоит и принципиальное отличие микрофинансирования от ростовщичества, так как задача

---

<sup>1</sup> Alter, S. K. Social Enterprise Typology. Virtue Ventures LLC. Nov.27, 2007 (revised vers.), p.12.

<sup>2</sup> 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.).

последнего – закрепление зависимости заемщика за счет изъятия получаемого дохода практически в полном объеме.

Изобретение технологий микрокредитования в качестве альтернативы стандартным схемам банковских кредитов и ростовщичеству связано с именем основателя банка, а затем группы «Грамин», университетского профессора из Бангладеш Мохаммада Юнуса. Банк «Грамин» был основан Юнусом в 1976 г. и преследовал двуединую задачу – предоставить финансовые услуги для бедных женщин и беднейших семей с тем, чтобы помочь им побороть бедность через организацию доходного дела.<sup>3</sup> Это был первый в мире опыт микрокредитования, получивший одновременно мировое признание как успешный пример социального предпринимательства. За свои заслуги «в области социально – экономического развития...» М. Юнус стал в 2006 г. лауреатом Нобелевской премии мира.<sup>4</sup>

В связи с тем, что потребители микрофинансовых услуг относятся, как правило, к категории высокорискованных, в мировой практике разработана совокупность систем и процедур по предоставлению услуг получателям микрокредитов. Однако само по себе техническое решение проблемы кредитования мелких заемщиков с учетом ограничения их экономических ресурсов не является социальным предпринимательством. Для того, чтобы стать таковым социальное предприятие, во-первых, должно иметь социальную цель в качестве первичной и ведущей задачи деятельности, а не ее побочного результата. Во-вторых, решая социальную задачу, оно должно предложить инновационное экономическое решение – нетривиальное с точки зрения сочетания экономических и социальных ресурсов. Последнее отличает «предпринимательство» от просто «дела». В случае банка «Грамин» целью было искоренение бедности населения сельской общины. Другими словами, нужно было предложить систему кредитования за столь скромный процент, чтобы он позволил производителю сохранить излишек от реализации продукции для собственного развития (и выхода из застойной бедности), в отличие от существовавшей на тот момент практики полной экономической зависимости от местных ростовщиков. Механизм, который был для этого предложен, служил одновременно и экономической, и социальной инновацией – новое социальное предприятие объединило кредитуемых в социальную сеть, связанную отношениями доверия, взаимопомощи и ответственности, которая служила одновременно потребителем и ресурсом предлагаемых предприятием услуг.

### **3. Опыт микрофинансирования в российских регионах**

Для успешного развития микрофинансирования как института социального предпринимательства необходимо добиться повышения внимания к микрофинансированию и кредитной кооперации со стороны региональных органов власти России, формированию региональных модельных программ развития отрасли, тиражирования опыта наиболее успешных регионов.

Почему это необходимо? Микрофинансовые организации – институт локальный, начинающий рост с уровня конкретного региона и муниципалитета. Именно поэтому от позиции региональных и местных органов власти так сильно зависят темпы его развития.

При исследовании рынка микрофинансирования первое, что «бросается» в глаза, это существенные региональные диспропорции. Наряду с 10 – 15 регионами – лидерами есть значительная часть регионов со «средним» уровнем развития микрофинансирования.

---

<sup>3</sup> Подробнее об опыте М.Юнуса см. в его книге: Yunus, M. Banker to the poor: Microlending and the battle against world poverty. New York: Public Affairs, 1999., а также на сайте организации: <http://www.grameen-info.org>

<sup>4</sup> Подробнее об опыте известных организаций социального предпринимательства за рубежом см. М. Баталина, А. Московская, Л. Тарадина «Обзор опыта и концепций социального предпринимательства с учетом возможностей его применения в современной России». М., ГУ-ВШЭ, 2008. WP-1/2008/02.

При этом, более чем в 20 регионах, особенно восточной Сибири, крайнего севера, а также ряда регионов центральной России, вообще нет микрофинансовых программ. Мы далеки от утверждения, что это результат ограничений со стороны региональной власти; но, безусловно, в силах органов власти достаточно быстро эту ситуацию изменить – в том числе, путем содействия созданию и деятельности ассоциаций МФО.

Интересно для начала обратить внимание только на одну цифру – в Волгоградской области кредитными кооперативами аккумулировано уже более 2,5 млрд. руб. средств населения, которые затем инвестированы обратно в предпринимательские проекты и потребительские займы жителей районов области. Конечно, представители Волгоградской области справедливо отмечают и риски, связанные с управлением такими объемами; однако, если бы суммы сбережений в других регионах были бы с ними сопоставимы, то в целом по России их размер составил бы около 150 млрд. руб., а это уже совсем другие масштабы деятельности и влияния на экономические и социальные процессы.

Другие примеры: в Екатеринбурге, Белгороде или Воронеже только за 2007 год системой фондов поддержки малого предпринимательства было профинансировано более 9000 малых предприятий – это реальный вклад в борьбу с бедностью и повышение уровня самозанятости населения. Основанное пять лет назад в Казани ООО «Центр микрофинансирования» инвестировало в прошлом году в финансирование малого бизнеса во многих регионах России более 900 млн. руб. собственных средств учредителей и кредитов банков. Хороший пример комплексной поддержки микрофинансирования демонстрирует также Ростовская область и Кабардино-Балкария, где уделяется внимание поддержке не только самих кредитных кооперативов, но и их ассоциаций.

Рассмотрим принципы поддержки микрофинансирования и ее составные элементы в названных регионах подробнее.

Развитие микрофинансирования здесь осуществляется при активном содействии со стороны власти, реализации региональных и муниципальных программ поддержки отрасли. Базовым инструментом оказания государственной поддержки являются региональные программы развития малого предпринимательства, в которых как отдельное направление выделяется раздел «поддержка микрофинансирования». В рамках данного раздела осуществляются различные мероприятия поддержки сектора. Среди них наиболее часто встречаются такие меры, как субсидирование процентных ставок по кредитам, привлекаемым МФО в банках, предоставление гарантий за МФО по банковским кредитам, субсидирование стоимости обучения сотрудников МФО, прохождения аудита, приобретения специализированного программного обеспечения, а также прямое фондирование портфелей займов.

Важную роль в придании подобным действиям системного характера в масштабах всей страны играет Программа Минэкономразвития РФ по поддержке малого и среднего предпринимательства, в которой перечисленные выше меры по развитию микрофинансирования являются рекомендованными для регионов и софинансируемыми со стороны Министерства. Всего в 2008 году заявки на участие в программе МЭР по направлению «микрофинансирование» подал 21 регион на общую сумму более 200 миллионов рублей. Учитывая, что средний коэффициент софинансирования региональных программ со стороны Минэкономики составляет 1,2 к объему средств, выделяемых из региональных бюджетов, общий объем государственных средств, направляемых в 2008 году на обеспечение развития сектора составит до 450 миллионов рублей, что позволяет рассчитывать на видимый эффект господдержки в общероссийских масштабах и будет способствовать постепенному выравниванию названных выше региональных диспропорций. Безусловно, для этого необходим интервал больший, чем один год, но с учетом того, что микрофинансирование вошло в приоритеты господдержки малого бизнеса в долгосрочной перспективе и нашло свое отражение, например, в проекте

Концепции долгосрочного развития России до 2020 года и ряде других

официальных документов стратегической направленности, это задача представляется вполне реализуемой.

При этом ряд из названных регионов сочли необходимым в дополнение к соответствующему разделу программы поддержки МСП также разработать и ввести в действие специальные региональные нормативно – правовые акты в области микрофинансирования.

Так, в Воронежской области с 2000 года действует Постановление Администрации области «О реализации программы микрофинансирования на территории Воронежской области», которое определяет основные параметры микрозаймов, их получателей, субъекты инфраструктуры микрофинансирования и т.д.

В Волгоградской области действует уникальная нормативно – правовая база, направленная на осуществление регионального контроля и надзора в отношении местных кредитных кооперативов. Учитывая, что Волгоградская область является сегодня наиболее развитой в отношении кредитной кооперации, такие меры по контролю и предотвращению рисков в этой области представляются абсолютно обоснованными. Это также позволяет Администрации региона оказывать необходимую поддержку (информационную, имущественную, иную) кредитным кооперативам.

Особый интерес в этом ряду представляет Постановление Правительства Кабардино – Балкарии «О мерах по развитию микрофинансирования в КБР», которое является самым поздним из всех названных региональных нормативно – правовых актов и, в силу этого, наиболее комплексным по своей структуре. Так, в Постановлении вводится понятие микрофинансовой организации, которое относит к ним все существующие в России разновидности МФО – фонды поддержки предпринимательства, кредитные кооперативы граждан и сельскохозяйственные, частные коммерческие организации. Это позволяет обеспечить равномерное развитие всех институтов микрофинансовой деятельности в привязке к их специфическим функциям и возможностям. Кредитной кооперации при этом уделяется особое внимание как институту, не только предоставляющему заемно – сберегательные услуги, но и призванному обеспечить развитие местных сообществ. Постановление также содержит широкий набор мер по поддержке сектора, которые не просто соответствуют рекомендациям МЭР, а даже несколько расширяют его. Это позволяет рекомендовать изучение опыта Кабардино – Балкарии всем регионам, планирующим уделять внимание развитию микрофинансирования и кредитной кооперации.

Еще одна интересная нормативно – правовая новация регионального уровня - Концепция по развитию микрофинансирования в г. Москве, принятая Правительством Москвы летом 2008 года. Специфика Москвы как мегаполиса накладывает определенный отпечаток на реализацию микрофинансовых программ. Если в более мелких населенных пунктах клиенты микрофинансовых организаций сосредоточены достаточно компактно (рынки, торговые центры и т.д.) и имеют однородный характер (мелкорозничная торговля, сектор услуг, сельхозпроизводство и переработка), то мегаполисах, подобных Москве, в силу большего количества альтернатив получения финансовых ресурсов структура клиентской базы является дисперсной по обоим названным параметрам. Таким образом, повышенное внимание здесь следует уделять идентификации клиентских подгрупп, которые в рамках выявленных однородных групп отвечают набору дополнительных критериев, позволяющих идентифицировать их как нуждающихся в микрофинансовых услугах. Например, в группе потенциальных клиентов «мелкорозничная торговля» спрос на микрозаймы может предъявлять не вся группа, а только та ее подгруппа, которая отвечает дополнительным критериям «стаж предпринимательской деятельности менее 3х месяцев» и/или «отсутствие фиксированного дохода у иных членов семьи», поскольку прочие подгруппы в состоянии привлекать банковские ресурсы для малого бизнеса или потребительского кредитования.

Опыт западной Европы, в частности Франции, показывает, что типичным клиентом микрофинансовых программ в развитых странах являются начинающие предприниматели, еще не имеющие опыта и кредитной истории, а также действующий микробизнес, владельцы которого не могут получить потребительские кредиты. Эта прослойка может быть весьма значительной. Так, крупнейшая микрофинансовая сеть Франции – ADIE – только в Париже и пригородах обслуживает около 25 тысяч предпринимателей и распоряжается портфелем займов в размере более 100 миллионов Евро. Этот пример подтверждает высокую актуальность развития микрофинансирования в г. Москве и других мегаполисах, но также обращает внимание на необходимость тщательного анализа потребностей потребителей, и соответствие предлагаемых кредитных продуктов выявленным потребностям.

На основании анализа существующего регионального опыта, можно выделить несколько важных рекомендаций, на которые стоит обратить внимание при разработке и реализации локальной нормативно – правовой базы в области микрофинансирования:

1. Необходимо четко представлять себе основные целевые группы получателей микрофинансовых услуг и специфику региона (урбанизированный/сельский, промышленный/сельскохозяйственный и т.д.), чтобы в зависимости от этого сделать акценты на развитии соответствующих микрофинансовых институтов (кредитные кооперативы, муниципальные фонды поддержки предпринимательства и т.д.). При этом, говоря в общем, наилучших результатов можно добиться, если уделять внимание развитию всех существующих типов МФО, что позволяет мобилизовать максимальный объем ресурсов (кредитные кооперативы – сбережения населения; фонды поддержки малого предпринимательства – целевые средства; коммерческие МФО – частные инвестиции), а также соединить микрофинансовый сектор с другими секторами (например – с потребительской и сбытовой кооперацией, банковским сегментом) для реализации более сложных моделей регионального развития и социального предпринимательства.

2. Предлагаемые меры поддержки должны стимулировать развитие МФО, а не подавлять его. Например, общепризнано, что основной функционирования кредитных кооперативов являются паи и сбережения населения. Поэтому предоставление бюджетных средств для формирования портфелей займов может оттолкнуть кооперативы от работы с населением и не позволит им развиваться как сберегательный институт. Напротив, для фондов поддержки предпринимательства бюджетное фондирование является необходимым, так как в противном случае они не смогут привлекать дополнительное внешнее финансирование в силу отсутствия базы для формирования финансового рычага.

3. Органы власти должны четко представлять себе цели, которых они хотят добиться в результате развития микрофинансирования, и определить индикаторы, с помощью которых будет объективно оцениваться степень достижения таких целей. Тем, что невозможно измерить, нельзя управлять. Более того, бывают и случаи постановки ложных целей (например – количество созданных кредитных кооперативов вместо объема привлеченных сбережений и выданных займов), что приводит к их достижению при провале программы в целом (кооперативы создаются на бюджетные средства, но прекращают свою работу после завершения финансирования). Таким образом, оценка эффективности реализации микрофинансовых программ должна являться неотъемлемой частью политики любого региона, который на деле заинтересован в стимулировании развития частного предпринимательства и снижении уровня бедности. Внешним оценщиком в отношении регионов, участвующих в федеральной программе поддержки малого предпринимательства, обычно выступает Минэкономразвития. Также к этой деятельности могут привлекаться специализированные оценочные организации, например, Российский микрофинансовый центр.

Существующая практика реализации региональных программ развития микрофинансирования уже на данном этапе позволяет утверждать об их определенной эффективности. Так, в Воронежской области за 5 лет была выстроена система

микрофинансирования, включающая в себя 20 муниципальных фондов поддержки малого предпринимательства и более 20 кредитных кооперативов с совокупным портфелем займов около 500 миллионов рублей. В Свердловской области за 10 лет были созданы 32 муниципальных фонда поддержки малого предпринимательства с совокупным портфелем займов более чем в 700 миллионов рублей. В Волгоградской области действуют более 70 кредитных кооператива с совокупным портфелем займов более 2,5 миллиардов рублей, что уже отмечалось в начале раздела.

И, наконец, в Кабардино – Балкарии всего за три года созданы 13 муниципальных фонда поддержки малого предпринимательства (по числу районов республики) и 32 кредитных потребительских кооператива с общим объемом портфеля займов на уровне 350 миллионов рублей.

Подобные масштабы деятельности позволяют добиваться видимого эффекта в достижении целей микрофинансирования – развитии малого бизнеса и снижении уровня бедности, но пока еще недостаточны для кардинального изменения ситуации. Необходимо дальнейшее наращивания объемов таких программ, а также их тиражирование в масштабах всей России с одновременным внедрением механизмов оценки их эффективности.

Для упрощения разработки региональных программ развития микрофинансирования, НАУМИР, проанализировав опыт успешных регионов, разработал *типовые рекомендации*, проект которых был одобрен Советом по развитию малого предпринимательства при Председателе Совета Федерации РФ, и Министерством регионального развития РФ, разослан по региональным органам власти, а также доступен на сайте Российского Микрофинансового Центра [www.rmcenter.ru](http://www.rmcenter.ru).

Как следующий шаг, большой интерес представляет более глубокий анализ уровня регионального развития во взаимосвязи с задачами, решаемыми микрофинансированием. Это было бы важным этапом на пути к созданию региональных «моделей» использования микрофинансовых технологий, которые помогли бы выбрать оптимальный путь их применения в зависимости от уровня жизни населения, территориальных особенностей региона, уровня развития малого бизнеса и финансовой инфраструктуры, и других специфических черт каждого конкретного региона.

#### **4. Кредитные кооперативы в России: распространение и социально-предпринимательские черты**

Основными задачами кредитных кооперативов является предоставление кредитов своим членам и объединение их финансовых ресурсов для обеспечения финансовой взаимопомощи, ориентированной на производственные или социальные цели. Природа кооператива<sup>5</sup> помогает избежать рискованного использования сбережений пайщиков, в том числе за счет формирования резервного фонда, развития системы внутреннего контроля и страхования, но в первую очередь – за счет коллективного демократического управления, реализуемого всеми пайщиками по принципу «один участник – один голос» и наличию субсидиарной ответственности членов по обязательствам кооператива. Кредитные потребительские кооперативы относятся к организациям пониженного финансового риска.

По данным Министерства финансов на 1 октября 2008 г. в России зарегистрировано около 2500 кредитных кооперативов с общим количеством членов порядка миллиона человек, которые аккумулируют около 15 млрд. рублей личных

---

<sup>5</sup> Кооператив - в соответствии с Гражданским кодексом РФ - добровольное объединение граждан и юридических лиц в форме некоммерческой организации на основе членства с целью удовлетворения материальных и иных потребностей участников, осуществляемое путем объединения его членами имущественных паевых взносов. Деятельность специализированных кредитных кооперативов регулируется рядом специальных законов.

сбережений граждан. Формируются такие кооперативы обычно по территориальному, производственному или профессиональному признаку, наиболее активно развиваются в небольших городах России и в сельской местности. В роли пайщиков в основном выступают работники бюджетной сферы, пенсионеры /до 65 % пайщиков/, предприниматели и работники торговли. В структуре членской базы сельской кредитной кооперации преобладают граждане, ведущие личное подсобное хозяйство, — их более 80%. При этом активными заемщиками является лишь часть из них. Что касается пенсионеров, то они в основном предпочитают размещать в кооперативе свои сбережения. Для пайщиков участие в кредитных кооперативах выгодно, в первую очередь, в силу достаточно высоких процентов по вкладам, в среднем от 16 до 24 % годовых, что примерно в полтора раза выше, нежели проценты по вкладам в банки. Для заемщиков же средняя переплата по кредиту в год может составлять 28-46 %.<sup>6</sup> Более высокая плата за кредит, чем в банковском секторе компенсируется оперативностью решения о выдаче кредита и отсутствием многих формальностей. Срок принятия решения о выдаче кредита, как правило, не более трех дней. В то же время более высокая цена кредита – вовсе не обязательное условие кооперативного кредитования, в ряде кооперативов плата по кредиту составляет ту же величину, что и плата по вкладам. Различия в кредитной политике разных организаций обусловлены «специализацией» кооператива и составом вкладчиков и заемщиков.

В среднем в месяц по России кредитными кооперативами выдается 100-120 тыс. займов, средняя сумма займа – 70 тыс. рублей для потребительского кредита, 250-300 тыс. рублей – для предпринимательского. В последние два года доля предпринимательских займов в общем числе займов постоянно растет, и на данный момент достигла уже 40%. Средний сберегательный взнос составляет в целом по России около 60 тыс. рублей, однако он значительно варьирует по регионам. Наибольшее развитие региональные системы кредитной кооперации пока получили в Кемеровской области, Алтайском крае, Волгоградской области, Ростовской области, на Дальнем востоке (в частности, Приморье).

Самая высокая плотность размещения сельских кредитных кооперативов наблюдается в Центральном, Южном, Приволжском и Сибирском федеральных округах. Сельские кредитные кооперативы здесь широко представлены не только в районных центрах, но и в сельских муниципальных образованиях.

Самый крупный кооператив по числу пайщиков – кредитный кооператив "Честь", зарегистрированный в г. Камышине Волгоградской области, членами которого является более 35 тыс. человек. По активам лидирует кооператив "Эко" из г. Урай Ханты-Мансийского автономного округа – 1 млрд. 300 тыс. рублей активов.

В новой России возрождение отечественных кредитных союзов началось в 1991 году в ответ на обострившуюся для граждан проблему потребительского кредита и необходимость спасения семейных бюджетов от стремительно растущей инфляции. Решающую роль сыграло принятие в 1992 году федерального закона «О потребительской кооперации в Российской Федерации». Кредитные союзы стали регистрироваться как потребительские кооперативы или потребительские общества. Первый кредитный союз в России зарегистрирован в 1992 году (КС «Суздальский»). В январе 1993 года в Суздале состоялся первый форум, на котором были сформулированы основные принципы Движения кредитных союзов. Рост их численности и накопление опыта деятельности потребовали организационного оформления. В ноябре 1994 года прошла учредительная ассамблея Союза потребительских обществ «Лига кредитных союзов» (СПО ЛКС).<sup>7</sup> Сегодня в эту лигу входит более 200 КС. В свою очередь ЛКС является официальным членом Всемирного Совета кредитных союзов (World Council of Credit Unions, WOCCU)<sup>8</sup>,

<sup>6</sup> Здесь и далее приведены данные обследования Российского микрофинансового центра.

<sup>7</sup> См. сайт ЛКС <http://www.orema.ru/>.

<sup>8</sup> См. сайт WOCCU <http://www.woccu.org/>.

а также представлена в Национальном партнерстве участников микрофинансового рынка (НАУМИР).<sup>9</sup>

Развитие движения потребовало создания фундаментального правового поля. В августе 2001 года был подписан новый закон № 117-ФЗ «О кредитных потребительских кооперативах граждан». Он закрепил непредпринимательский характер основной деятельности кредитных союзов, их некоммерческий статус, взаимный и внутренний характер работы, принципы членства, прописал меры защиты финансовых интересов пайщиков, ограничения финансовых и управленческих рисков деятельности кредитного союза.

Преимущества кредитной кооперации можно суммировать следующим образом:

- Доступность для низкобюджетных слоев населения. Использование принципа личного и группового поручительства вместо залогового обеспечения позволяет кооперативу распространить свою деятельность в таких слоях общества, которые не могут предоставить залог.
- Прозрачность и простота контроля над ресурсами. Члены кредитного кооператива обеспечивают контроль над выдачей займов. Так как они обычно хорошо знают друг друга, это, как правило, более эффективно, чем контроль внешнего финансового института
- Низкие затраты на ведение дел. Это обусловлено тем, что группа берет на себя часть административной работы в процессе выдачи кредитов (формирование кредитной группы, оценка и мониторинг проектов).
- Взаимная поддержка членов группы. Это укрепляет социальные связи и снижает необходимость в консультационных услугах со стороны внешнего финансового института.

Перечисленные факторы обеспечивают высокий уровень выплат и доступную процентную ставку по кредитам.

Предпосылки превращения кредитного кооператива в социальное предпринимательство заложены уже в приведенных принципах кредитной кооперации, сочетающих социальные и экономические компоненты. Поскольку это существенно менее формализованная и зарегулированная процедура, она основывается на близком взаимодействии с клиентом, с его бизнесом и социальным окружением (семьей, друзьями, соседями). Это позволяет не только ориентироваться на конкретные финансовые потребности и возможности человека, приспособив к ним возможности кредитования, но также осуществлять различные виды бизнес консультирования и даже посредничества при заключении сделок.

Последнее является отличительной чертой кредитного кооператива по сравнению с другими видами микрофинансовых институтов в России. Еще одной особенностью российского микрофинансирования является фокус на малом предпринимательстве, что в первую очередь связано с институциональными и организационными барьерами его развития. Последние в известной степени преодолеваются гибкостью сочетания экономических и социальных рычагов поддержки и контроля со стороны членов кооператива, а также использованием ресурса неформальных социальных связей.

## **5. Некоторые модели кредитных кооперативов и их социальная составляющая**

Выше уже говорилось о том, что кредитные кооперативы могут формироваться по территориальному, производственному или профессиональному признаку. При этом в их работе может быть разный социальный и экономический фокус. Ниже мы остановимся на двух моделях кредитных кооперативов – одну можно условно назвать «модель

---

<sup>9</sup> См. сайт Российского микрофинансового центра <http://www.rmcenter.ru/naumir/>.



поддержки малого предпринимательства», другую - «модель поддержки малоимущих граждан».

**Модель поддержки малого предпринимательства (КПКГ «Орбита-сервис», Воронежская область, руководитель – А. Нехаев)**

История кооператива связана с деятельностью Центра сервисного обслуживания «Орбита», существовавшего с советских времен. В начале 1990-х гг. на его базе был создан бизнес-инкубатор для малого предпринимательства, специализирующийся в секторе бытовых услуг. Из числа организаторов этого бизнеса и был создан кредитный кооператив. В кооперативе сегодня примерно 500 членов, из которых активно работают около 200 человек. Это те, кто сегодня пользуется услугами кооператива – кредитами. Можно также говорить и о самых активных вкладчиках, чьи доли составляют от 50-до 500 тысяч рублей.

По уставу кооператива ни один вкладчик не может вложить более 7% от общей суммы вкладов (это меньше, чем законодательно определенный предел в 10%).

Среди членов кооператива – представители малого и особенно микробизнеса сферы производственных услуг. Сюда относится общепит (есть владелец кафе), небольшие магазины, павильоны, производственники (например, изготовители пластиковых окон) - то есть очень разные предприятия и предприниматели.

По количеству занятых это примерно 15 человек на одно предприятие, хотя есть и лесопилка, где сегодня работают 160 человек (начиналась она с трех). Еще одно лесопильное производство стало базой для лесотехнической академии. Таких более крупных предприятий немного.

**ПРЯМАЯ РЕЧЬ (из интервью с председателем кооператива)**

- Чем кооператив отличается от другой микрофинансовой организации-фонда, например? Он автоматически складывается в консультанта по вопросу бизнеса. Бывает как? КАМАЗ (в залоге) - мы должны его изъять в силу обстоятельств. Человек не может вернуть деньги, что-то у него там - облом-обвал. Мы предлагаем КАМАЗ нашим клиентам, они покупают.

ПАЗик появился: кто-то ПАЗик меняет на МАЗ. У нас есть «извозчики», которые дополнительный ПАЗик возьмут, или они возьмут газель.

У нас появилось - не поверите - зерно подсолнечника. Человек говорит: вот подсолнечник есть, куда я его дену? На масло сдавать нельзя – он семенной. Мы звоним в управление сельского хозяйства и говорим: вот у нас есть подсолнечник, вы там не можете найти нашему клиенту покупателя?

Вот человек приходит и говорит: у меня кровля течет на моем магазине, что делать? А у меня есть клиент, который имеет две бригады, которые занимаются кровлей. Причем они занимаются не просто кровлей, они являются пилорамой, которая режет брус под стропила и так далее...

*То есть вы - консалтинг такой?*

- ...И мы с утра до вечера занимаемся подсказками, кому - куда.

**ПРЯМАЯ РЕЧЬ (из интервью с хозяином ателье индивидуального пошива одежды, заемщиком)**

*Не могли бы вы рассказать в какой ситуации вы пользуетесь микрозаймами? Вы берете под залог?*

- Первая небольшая сумма была без залога - я приехал по рекомендации. Дали. Прошло какое-то время - начинаешь строить планы, не хватает – обращаешься.

*Вы получаете кредит тысяч на 20 рублей, а у вас оборот наверно побольше, чем эти цифры?*

- У меня один костюм мужской стоит дороже, но, когда я начинал, количество клиентов было значительно меньше, чем сегодня. Ассортимент был более узкий - работали только с кожей.

И потом, сейчас мы берем не 20 тысяч, а намного больше - 100-150. На эти деньги можно приобрести, например, нормальный запас ткани.

*Сколько вы шьете костюмов в месяц - десятка полтора?*

- Нет, у меня индивидуальное производство, я шью один - два костюма в месяц.

*То есть кредит по размеру сопоставим с месячным оборотом?*

- Да

*И вам это удобнее, чем использовать свои деньги?*

- Всегда не хватает. Хорошо, если есть возможность взять и развиваться. Это как раз тот случай, когда свои деньги идут на оборот, а заемные деньги на развитие. Вот, купили оверлок, раньше не было ни одного...

*А работать так же с банком не получается?*

- Скажем так: банки в то время так не работали, когда я обратился в кооператив. Помню, мне нужны были деньги, и я пришел в банк. Оказалось, что это такой головомный процесс - а в кооперативе нет проблем. Берешь, когда и сколько тебе надо.

**ПРЯМАЯ РЕЧЬ** (из интервью с председателем кооператива):

- У него был не поручитель, а человек, который пояснил нам его бизнес – его арендодатель. У него была фирма, которая занималась швейным производством, и он был пайщиком, его деньги работали у нас в кооперативе. Он сказал, что за этого человека может поручиться своим собственным вкладом.

*Таких много случаев?*

- (Председатель) да, каждый третий именно такой. Тот, кто вложил, рекомендует нового заемщика. А мы уже соблюдаем все остальные условия – внимательно смотрим паспорт, место проживания, регистрационные документы.

- (Хозяин ателье) сколько вы меня уже «проверяете» - года два с половиной?

- (Председатель) да, а тем временем прибавка идет. Вот сколько эта машина стоит - наверно тысячу долларов? Дорогое оборудование, а самое главное конечно материалы... Надо еще сказать, что он не использует левые брэндсы.

*Марка своя?*

- Да. Мы сначала делаем в черновом материале, а уже потом в основном - есть такие клиенты, для которых по десять раз переделываем.

В составе кооператива преобладают предприниматели, занятые в сфере малого бизнеса, это определяет фокус деятельности, специфику ее организации и особенности «социальной» направленности. Поскольку речь идет о предпринимателях, главное назначение кредитов – закрыть финансовую брешь в действующем бизнесе – это либо своевременное поступление оборотных средств или, как в приведенном примере, направление средств на развитие производства. При этом «социальное» назначение кредита состоит не в снижении ставки, а в своевременности получения денег, возможности «неформального обеспечения» - например, использование в качестве залога таких ресурсов, которые традиционный банк не принял бы в качестве залога, а также возможность получения кредита вообще без обеспечения (поручительство). При этом общность сферы деятельности гарантирует дисциплину возврата средств. Еще одним важным «социальным» компонентом деятельности данного кредитного кооператива

является неформальное консультирование и посредничество в заключении сделок. По сути кредитный кооператив снимает сразу несколько институциональных барьеров, препятствующих в стандартной ситуации «вход» мелкого предпринимателя на рынок – отсутствие или недостаток стартового капитала, обособленность от сложившихся бизнес сетей и бизнес кооперации, недостаток информации о потенциальных партнерах по бизнесу, отсутствие доверия к новичку в бизнес среде. И наоборот, доступ к ресурсам кооператива одновременно может дать значительно больше, чем просто кредит – новый участник оказывается включен в систему деловых связей, принимает на себя установившиеся здесь нормы ведения бизнеса. В описанном примере руководитель кооператива не без гордости отмечал, что новый заемщик является добросовестным приобретателем и не использует «левые брэнды», в качестве другого достоинства отмечается качество изделий. Таким образом, кредитный кооператив может выступать средством тиражирования желательной деловой этики, что также служит важным социальным последствием его деятельности.

**Модель поддержки малоимущих граждан (Кредитный союз «Радуга», г.Москва, директор – Т. Ивашкина)**

Идея создания кооператива связана с деятельностью касс взаимопомощи, существовавших при профсоюзах, в частности в окружном департаменте образования. Кооператив объединяет работников образовательных учреждений, подведомственных департаменту образования Южного административного округа г.Москвы. Таким образом, принцип организации – территориально-профессиональный. Идея состояла в том, чтобы объединить небольшие денежные ресурсы работников образования для их сохранения и кредитования друг друга. Кооператив был создан в августе 1994 г. 18 членами инициативной группы. Поначалу вовлечение людей имело немного «добровольно-принудительный» характер – информировали организации через профсоюзы, разъясняли и убеждали попробовать. Но уже в декабре первые 2 заемщика получили кредиты.

Большую методическую помощь в организации работы оказал Центр развития кредитных союзов – потом Лига кредитных союзов под руководством Д.Г. Плахотной. В ЛКС были специальные программы обучения работников кредитных союзов. На первых порах материальную помощь оказал департамент образования – помогли купить компьютеры и необходимую мебель, кроме того, важная неденежная помощь – это предоставление на первых порах небольшого помещения на территории департамента. Сейчас кооператив находится в другом месте и платит за аренду самостоятельно, но до июля 2008 г. имели льготу по оплате, которая сейчас снята. В смысле помощи сторонних организаций Москва оказывается в невыгодном положении. Все доноры, готовые помогать кредитным кооперативам, Москву обходят стороной, хотя с учетом социально-профессионального состава кооператива никаких преимуществ от расположения в Москве он не имеет.

Активных пайщиков (тех, кто предоставляет средства или берет кредиты) – около 1,5 тысячи человек, активных заемщиков – около 400, а всего тех, кто платит взносы – примерно 1800. Все организационные издержки покрываются за счет членских взносов, для данного состава это менее 100руб. в месяц.

Членом кооператива не может быть не- работник образования. Редкие исключения составляют случаи, когда у новичка есть поручители из числа членов кооператива, нередко это – родственники пайщиков. «Чистота рядов» или закрытость обеспечивает надежность вкладов и дисциплину выплат. За всю историю кооператива известны лишь 2 примера невозврата, но они относятся ко времени, когда вклады не страховались и связаны с несчастными случаями с заемщиками.

Средний размер ставки по кредитам – 15% и практически равен вознаграждению вкладчиков. По отдельным видам кредитов ставка может быть и ниже – например, кредит на обучение ребенка, ритуальные услуги может быть 12%. Более высокие ставки относятся к другим целевым кредитам – на лечение, свадьбу (примерно 16%), а также на покупку жилья. Последний предоставляют только очередникам. Обычно это – кредиты на оплату разницы между размером жилищной субсидии и

реальной рыночной ценой квартиры. Для выдачи кредитов требуются документы, подтверждающие предоставление квартиры и пр.

Профессиональный состав пайщиков определяется кругом учреждений образования, подведомственных департаменту образования (такова была первоначальная идея, одним из вдохновителей и бессменным членом правления является председатель окружного совета профсоюзов работников образования). Это помимо школ, детские дошкольные учреждения, психолого-социальные учреждения, организации внешкольного сопровождения - центры творчества и пр. По мнению директора, самые дисциплинированные пайщики (сберегатели и заемщики) – пенсионеры, все они обращаются в кооператив с целью помочь детям и внукам.

В кооперативе действует система страхования займов, это и известная страховая компания, и собственные формы страхования. В то же время система страхования в кредитных кооперативах нуждается в совершенствовании. Нередко обычные коммерческие страховые компании стремятся избежать выплат при наступлении страхового случая. Было бы желательно, если бы у кредитных кооперативов была собственная общероссийская страховая компания, которая была бы в курсе специфики деятельности и проблем кредитной кооперации, имела бы с кредитными кооперативами общие цели. Сотрудничество с другими кредитными кооперативами Москвы и области происходит, но «только с теми, кто работает в белую». Это – методическая помощь, обмен опытом. В то же время до объединения активов в кредитный кооператив второго уровня пока далеко. Для этого должен серьезно возрасти уровень взаимного доверия.

По сути кооператив ориентирован на малоимущие группы населения. В чистом виде это - не бедное население, но слои работающих, чьи доходы значительно ниже среднего уровня, и потому средств не хватает на целый ряд целевых нужд, связанных с покупкой товаров длительного пользования, оплатой дорогостоящего лечения, обучением детей в высших учебных заведениях, приобретением жилья, которое вне дополнительной помощи недоступно даже на условиях льгот, предоставляемых очередникам со стороны государства. Проблема низких доходов населения в России даже более актуальна сегодня, чем проблема собственно бедного населения. Эта социальная функция кооператива лежит на поверхности и не нуждается в дополнительном обосновании. Однако есть и другие.

Во-первых, присутствие и успешное функционирование подобного кооператива в Москве, где, по общепринятому мнению шире доступ к экономическим ресурсам вообще и банковским – в частности, говорит о значительной неудовлетворенности социальных и экономических потребностей населения, которые могут быть решены кооперативной формой организации. Во-вторых, опыт кредитных потребительских кооперативов населения (КПКН) показывает, как можно использовать не задействованные другими способами экономические ресурсы даже небогатых людей, если форма их аккумуляции вызывает доверие. В-третьих, и это вытекает из предыдущего, практика подобных организаций способствует укреплению отношений доверия населения, которое может служить не только социальным, но и экономическим ресурсом. В данном случае доверие является «ресурсом» экономической взаимопомощи, но очевидно, что незадействованные ресурсы населения могли бы использоваться и в качестве разнообразных социальных инвестиций и новаторских проектов социального назначения. В-четвертых, выясняется, что используя ресурс доверия, возможно снизить процент по кредиту по сравнению с банковским вкладом при том, что активы в данном случае не используются в высокодоходных рискованных операциях.

## **6. Возможности развития кредитных кооперативов и микрофинансовых организаций в организации социального предпринимательства**

С точки зрения социального предпринимательства в собственном смысле для того, чтобы кооператив или другая микрофинансовая организация стала социальным

предприятием, необходимо решить – на какую социальную проблему она отвечает? Одна позиция состоит в том, что социальная цель – это расширение состава среднего класса за счет предоставления механизма «социально-экономического лифта» малообеспеченным слоям населения. Таким механизмом служит малый бизнес. Однако международная практика ориентирует микрофинансовые институты на бедное население, неслучайно во многих зарубежных материалах говорится не о малом бизнесе, а о микро-бизнесе и бедности. Здесь важно понять, почему кредит может стать во многих странах средством выхода из бедности? Потому что все остальные ресурсы – умения что-то делать, ориентация на некоторый сегмент рынка, потенциальный спрос уже есть. Причем, это касается как стран третьего мира, так и развитых индустриальных стран. В первом случае институциональная простота выхода на рынок обусловлена незаполненностью потенциальных рыночных ниш при наличии значительной доли занятости в сельском хозяйстве, практикой кустарного производства и ремесел. В более развитых странах, несмотря на наличие острой конкуренции, проникновение на рынок новых участников облегчено широтой и многообразием практики малого предпринимательства, значительной доле занятых в этой сфере, институциональной прозрачностью и простотой «входа».

В России многие социальные группы бедных имеют другое социальное происхождение и иной трудовой опыт – прежде всего, это наемные работники низкооплачиваемых отраслей экономики, прежде всего, индустриального производства. Особенностью последнего является высокая специализация и массовый характер труда. Такие люди мало пригодны на роль «кустарей-одиночек».

За последнее десятилетие общая доля наемных работников в России увеличилась и составляет более 93% от числа занятых. Особенность российской бедности – так называемые «работающие бедные». Положение бедной семьи усугубляется, если она проживает в экономически депрессивном регионе России. Кроме того, риск попадания в категорию бедного населения повышается, если в семье только один работающий при наличии иждивенцев, если в семье есть безработные или инвалиды, в многодетных семьях, в семьях с большой иждивенческой нагрузкой на работающих членов. Таким образом, большинство «работающих бедных», также как и пенсионеры, не имеют ни подготовки, ни социального капитала для самостоятельной организации какого-либо бизнеса.

Другим неблагоприятным фактором для вовлечения бедного населения в предпринимательство является то, что сама сфера малого бизнеса крайне ограничена в связи с рисками «входа» - регистрационные барьеры, подчас запретительно высокие налоги и сборы, коррупция, монополизация рынков крупными игроками. В ней даже обладающие навыками и опытные люди оказываются не у дел. Таким образом, для решения проблемы бедности непосредственно через микрофинансирование существует два серьезных препятствия – на стороне качественных характеристик самих бедных и на стороне возможностей развития микро- и малого бизнеса.

Но это – не абсолютные препятствия. Неслучайно наиболее успешно кредитные кооперативы в России действуют в малых городах и сельской местности, т.е. в среде, более приспособленной к частной экономической деятельности, где люди уже имеют навыки в ней работать, более того, ориентируются и на некоторую производственную, либо производственно-сбытовую кооперацию. Другим фактором успешности кредитных кооперативов является характер поселения, где люди друг друга знают и частично связаны отношениями взаимопомощи и доверия. Последнее служит не только социальным, но и экономическим ресурсом для развития микрофинансовой организации, которая может еще и защитить от неблагоприятной деятельности финансовых пирамид, иногда выступающих под видом кредитных кооперативов.

Отсюда *первое* следствие - наиболее успешно в качестве социального предпринимательства кредитная кооперация может развиваться в небольших городах и

сельской местности, а также в среде компактно расселенных этнических меньшинств, которые уже объединены отношениями доверия и неформального социального контроля. Это могут быть как коренные жители России (например, татарские поселения в Удмуртии или Ульяновской области), так и мигранты из стран СНГ. В связи с последним, организация социальных предприятий может стать хорошим средством легализации и развития экономической отдачи от деятельности, включая заполнение тех экономических «ниш», которые не заняты местным населением, но в котором оно нуждается.

*Второе* следствие – изолированно микрокредитование не может служить средством выхода из бедности. Между появлением у человека суммы денег и успешной экономической деятельностью существуют многие посредствующие звенья, в частности, наличие инфраструктуры (снабженческой, сбытовой, обслуживающей и т.д.), знание рынка, социальный капитал, дающий основу для кооперации и пр. Поэтому для организации успешного социального предприятия нужно сфокусировать социальную цель.

Если ориентироваться непосредственно на преодоление бедности, то бизнес проект должен включать серию мер по борьбе с бедностью определенной социальной группы, где кредитный кооператив является частью комплекса предприятий и выполняет лишь одну функцию в ряду многих других. Так, если речь идет о такой целевой группе бедных, как многодетные семьи, то большая часть работы будет относиться к вовлечению всей семьи, включая детей, в производственный процесс. Понятно, что это, скорее всего – надомная работа, но – какая? Выбор деятельности должен быть тесно связан с интересами и возможностями такой семьи, в этом случае есть шанс создания сети заинтересованных многодетных семей, которые смогут не только поддерживать друг друга, но и, возможно приобретать продукцию друг друга, либо обеспечивать друг друга сырьем и пр. Для того, чтобы такая работа стала успешной, должен быть подготовлен комплексный и творческий социально-предпринимательский проект и правильно выбрана рыночная ниша.

Подобные проекты в России уже появляются. Например, в Ярославской области дипломированными художниками из многодетной семьи было создано социальное предприятие по изготовлению и тиражированию дизайнерской мягкой игрушки и сувениров. Его социальная задача – вовлечение в эту работу многодетных семей района. Этому проекту еще предстоит проверка на экономическую и социальную зрелость. В числе его достоинств – предложение механизма для получения эффективной занятости и дохода социально уязвимой категории – многодетных семей, в то же время у него есть и другой – сопутствующий социальный эффект, разработанные модели игрушек и сувениров имеют художественное значение и связаны с историческими культурными корнями территории. К числу недостатков с точки зрения социального предпринимательства можно отнести поиск грантовой финансовой поддержки для организации бизнеса. Организаторы не пошли по пути создания на базе своих потенциальных сотрудников кредитного кооператива, либо использования микрокредита территориальной микрофинансовой организации. Возможно, это связано с рисками, все-таки это – венчурное предприятие, для начала которого «спокойнее» иметь донорские деньги. С другой стороны, препятствием могло служить несоответствие между условиями предоставления кредита и сроками первичной окупаемости проекта. К моменту, когда предприятие встанет на ноги, возможностей для использования института микрофинансирования у него будет больше.

*Третье* следствие – если видеть в микрофинансировании средство развития среднего класса, которое, в свою очередь сокращает социальную базу бедности, то непосредственной целью социально-предпринимательского проекта будет уже не борьба с бедностью, а, например, преодоление барьеров развития малого предпринимательства. При этом для старта нового социального предприятия и эта цель может быть слишком расплывчатой. У развития малого предпринимательства, как известно, есть свои экономические и институциональные проблемы, преодоление которых возможно силами

социального предпринимательства, но для этого оно должно быть специально спроектировано и нацелено на преодоление тех или иных барьеров. Если считать таким барьером недостаток реалистичных инновационных решений, то распространенным средством будет создание бизнес-инкубатора и на его базе – кредитного кооператива для обслуживания финансовых потребностей расположенных в инкубаторе бизнесов. В этом случае наряду с микрофинансированием организуется обучение кандидатов и консультирование по предлагаемым бизнес решениям с помощью специальных экспертов. Если основным барьером считать монополизацию рынка крупными игроками, то вопрос о кредитных кооперативах окажется вообще в тени, здесь можно предложить популяризацию венчурной филантропии среди этих самых крупных игроков. Микрофинансирование может всплыть как полезная мера только в дальнейшем, если компания-филантроп ограничится стартовым капиталом, и будущее развитие венчурных предприятий будет нуждаться в социально-предпринимательской поддержке через микрофинансирование.

В российских регионах есть начинания,двигающиеся в направлении социального предпринимательства через создание бизнес инкубаторов и образовательных центров. К одному из первых начинаний подобного рода относится создание областного бизнес-инкубатора на базе Новосибирского государственного технического университета (НГТУ, руководитель проекта – М.Кувшинова).<sup>10</sup> Социальная цель состоит в привлечении молодых людей, склонных к инновационному мышлению, к созданию социально значимых проектов. Кандидаты и их идеи проходят серьезный отбор, при этом обучение – платное, тем самым в проекте тесно переплетены коммерческие и социальные задачи с явным преобладанием последних, так что его можно считать социальным предприятием. Неслучайно другим начинанием сотрудников НГТУ является создание научно-образовательного центра по проблемам социального предпринимательства, в котором также на платной основе проходят обучение менеджеры, занятые в социальной сфере.

*Четвертое* следствие – микрофинансирование может способствовать решению проблемы социально-экономической интеграции различных групп населения. Например, включения в российскую рыночную и социальную среду легальных мигрантов из стран СНГ. Чтобы эта цель воплотилась в социальное предприятие, должна быть конкретизирована проблема для социального предпринимательства. Дать кредит – не значит решить социальную проблему. Если, например, речь идет о помощи в адаптации на российском рынке труда, то недостаточно предоставить кредит и снабдить рабочим местом для старта. Социальное предприятие должно будет предоставлять профориентацию и консультирование, которые обеспечили бы одновременно и развитие человека, и отдачу от вложенных в него средств, и механизмы компенсации неудачных вложений кооператива на первом этапе, и способы минимизировать издержки. В данном примере – это, возможно, еще и предоставление правовой защиты, например, в сотрудничестве с правозащитной организацией. Таким образом, социальное предприятие будет состоять в создании сети предприятий, коммерческого и некоммерческого назначения, взаимно дополняющих и обеспечивающих экономическую устойчивость друг друга.

Если исходная цель подразумевает не только социально-экономическую, но и социально-культурную интеграцию, например, если речь идет об этнически нерусских мигрантах, то помимо сказанного необходимы мероприятия по освоению ими русской культуры, а также включению вновь прибывших в межэтническую экономическую кооперацию с русским населением и пр. Надо сказать, что многие из описанных функций уже выполняют этнические культурные центры, существующие на благотворительные средства. Встречаются также неформальные центры социально-экономической поддержки этнических меньшинств, созданные на одной с ними этнической базе и сочетающие

---

<sup>10</sup> Шадрина О. Секреты интересной жизни. Эксперт-Сибирь, №9 (61) 7-13.03.2005.

коммерческие и некоммерческие цели. Подчас их деятельность не вполне законна и этически безупречна. Создание предприятий социального предпринимательства и распространение информации о его лучших образцах помогла бы не только упорядочить деятельность в этой сфере и сделать ее более прозрачной. На основе использования опыта зарубежных социальных предприятий оно могло бы обеспечить одновременно более высокую экономическую и социальную эффективность, повысить этическую составляющую работы с мигрантами, снизить межэтническую напряженность в полиэтнических районах России (например, на юге России и Северном Кавказе).

Суммируя сказанное, необходимо перечислить преимущества организации социальных предприятий на базе кредитных кооперативов, малых предприятий, других организаций.

- Это - способ вовлечения неиспользуемых до сих пор ресурсов (материальных и человеческих, в частности, включение в рынок и предпринимательство экономически неактивной части населения, а также расширение социальной и экономической базы малого бизнеса)
- Это - социальная интеграция через соединение бизнеса и общества, соединение предпринимательской инициативы с социальными задачами отдельных социальных групп населения и страны в целом, использование ценностей социальной солидарности в интересах экономического развития региона, развития бизнеса, развития институтов гражданского общества
- Это - возможность решить экономические проблемы конкретных социально и экономически уязвимых групп их собственными средствами и усилиями (малообеспеченных, многодетных, безработных, инвалидов, экономических мигрантов и пр.)
- Это - расширение социальной и экономической базы среднего класса
- В условиях финансового кризиса это – поддержка финансово-кредитной системы через небанковскую среду
- Это - расширение социального капитала населения путем содействия горизонтальному и вертикальному сетевому взаимодействию граждан внутри местных сообществ.

Все это происходит путем установления новых норм поведения и повышения уровня социального доверия. Возникающие в результате социальные сети повышают способность местных сообществ решать другие проблемы, такие, как слабое развитие инфраструктуры, ухудшение состояния окружающей среды и отсутствие качественного медицинского обслуживания.

**Источник: Социальное партнерство и развитие институтов гражданского общества: опыт регионов и муниципалитетов. М., Минокономразвития РФ. 2008**