

engineering education and its role in the technological modernization of Russia»]. Associaciya inzhenerenogo obrazovaniya v Rossii [The Association for Engineering Education in Russia]. Available at: <http://aeer.ru/ru/obshslush.htm>

19. Pavlov B. S., Sidelev N. P., Tatarkin A. I., Suslo A. F., Chemakin I. M. (1994). Social'no-psihologicheskaja obstanovka na konversiruemyh predpriyatijah Urala [The socio-psychological situation in the enterprises undergoing conversion in the Urals]. Ykaterinburg: Institut jekonomiki UrO RAN [Institute of Economics, Ural Branch of the Russian Academy of Sciences].

20. Tatarkin A. I., Pavlov B. S. (2009). Problemy razvitija social'nogo partnerstva na municipal'nom rynke truda. Na primere Urala [Problems of social partnership development at the municipal labour market. On the example of the Urals]. Moscow: ZAO «Izdatel'stvo „Jekonomika“» Publ.

21. U nas v gostjah Viktor Koksharov. E1 [Our guest is Victor Koksharov. E1] (2011). Available at: <http://www.e1.ru/talk/guest/desc/646.htm>

22. JuUrGU pered vyborom. [South Ural State University is faced with the choice] (2011). Available at: <http://mediazavod.ru/articles/103129>.

Information about the authors

Pavlov Boris Sergeevich (Yekaterinburg) — Doctor of Philosophy, Professor, leading research scientist, Institute of Economics, Ural Branch of the Russian Academy of Sciences (620014, Yekaterinburg, Moskovskaya st. 29, e-mail: pavlov_boris@mail.ru).

Sirzhethdinova Alina Abrikovna (Yekaterinburg) — Ph.D. student, Institute of Economics, Ural Branch of the Russian Academy of Sciences (620014, Yekaterinburg, Moskovskaya st. 29, e-mail: pavlov_boris@mail.ru).

УДК 351.85

А. В. Маслов

РАЗВИТИЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА РЕГИОНА В КОНТЕКСТЕ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА¹

В статье развиваются представления о социальном предпринимательстве, под которым понимается юридически закрепленная деятельность по производству благ и (или) услуг, направленная на решение или смягчение социальных проблем с помощью устойчивых организационных и финансово результативных новшеств, обеспечивающих дальнейшее распространение опыта социального воздействия. Дана характеристика зарубежного опыта развития этого феномена. Определены точки влияния социального предпринимательства на российское общество.

Предложено рассматривать предпринимательскую деятельность в сфере физической культуры и спорта как вид социального предпринимательства. Обосновано, что характеристику развития предпринимательской деятельности в сфере физической культуры и спорта целесообразно давать в контексте общих проблем и направлений развития этого сектора в конкретном регионе. В качестве примера приведена Свердловская область как регион с хорошими спортивными традициями. Выделены общие тенденции и факторы развития предпринимательства в сфере физической культуры и спорта российских регионов. Предложены направления решения имеющихся проблем.

Ключевые слова: проблемы развития физической культуры и спорта в российских регионах, социальное предпринимательство, предпринимательская деятельность в сфере физической культуры и спорта

Существенное изменение ресурсного обеспечения развития социальной сферы заставляет регионы искать и внедрять новые механизмы

адаптации, в том числе и направленные на привлечение представителей предпринимательского сообщества к решению важнейших социально-значимых проблем [4, 5].

¹ Исследования проводятся при финансовой поддержке РГНФ, проект 10-02-000294а «Оценка влияния малого предпринимательства на социально-экономическое развитие узкоспециализированных территорий в условиях кризиса».

Одним из наиболее эффективных институтов, «способных привлечь дополнительные финансовые ресурсы в отрасли социальной сферы, а также содействовать их оптимизации

и распределению в национальной экономике, является социальное предпринимательство» [7]. Это новый способ осуществления социальной и экономической деятельности, соединяющий социальную миссию с достижением экономической эффективности и предпринимательским новаторством [10].

Социальное предпринимательство является относительно новым термином, примененным впервые в 1960–1970-е гг. в литературе, посвященной социальным изменениям, но активно использоваться он начал только в 1990-е гг., продвигаемый экспертом Р. Кантер и основателем организации «Ашока» Б. Дрейтоном [17].

Именно в конце XX в. «стали осознаваться общественные недостатки существующих систем, и в развитых странах стали выделять проблемы, которые не находили решения ни в частном секторе, ни в государственных структурах. Таким образом, возросла значимость “третьего сектора”, гражданских организаций, усилий местных сообществ» [1].

Социальное предпринимательство считается явлением, «соответствующим идеологии информационного общества, и именно в этом видится причина его стремительного развития в последние десятилетия [6], а также его привлекательность в качестве темы для исследований. Эксперты считают, что пришло время использовать предпринимательские подходы в целях решения социальных проблем. Эти подходы, по их мнению, позволят создать новые модели поведения, и для создания таких моделей нужны социальные предприниматели [14].

К настоящему времени накоплен большой опыт развития социального предпринимательства в различных странах. Пионерами признаны США [16], где сложилось представление о социальном предпринимательстве как о доходном бизнесе, ориентированном на оказание социальной помощи нуждающимся членам общества.

Для Европы характерно более позднее развитие социального предпринимательства. Здесь лидером признается Великобритания. Для европейской модели социального предпринимательства свойственна приоритетность социального эффекта от предпринимательской деятельности и второстепенная роль ее финансовой эффективности. Важной особенностью большинства социальных предприятий является коллективная форма собственности, теснейшая связь с мест-

ным сообществом и ориентация деятельности в интересах территориальной общины

Сегодня активизируются процессы формирования социального предпринимательства и в европейских странах, ставших на путь рыночных преобразований в 1990-х гг. К примеру, в Польше с 2003 г. наблюдается активный процесс развития и распространения идеи новой «общественной экономики», социального предпринимательства как нового направления социальной политики [1].

Среди стран СНГ наибольший интерес представляют Украина и Казахстан как примеры различного видения социального предпринимательства. В Украине информация о международной практике социального предпринимательства появилась благодаря иностранным донорам [6, 10]. В Казахстане в качестве инициатора социально-предпринимательских корпораций выступило государство. Но такие корпорации, хотя и используют термин «социальное предпринимательство», по сути, им не занимаются, поскольку их задача — вложение прибыли «в социальные проекты на территориях пребывания, при этом задача финансовой устойчивости таких программ как самостоятельных социальных предприятий не ставится» [8, 9].

Что же касается России, то исследование Института краткосрочных программ Финансового университета при Правительстве РФ среди прочих результатов показало, что в России на сегодня четко выделяется несколько видов бизнес-моделей социального предпринимательства: решение проблем отдельных групп населения; обеспечение полноценной жизни для инвалидов; образование, организация досуга; развитие предпринимательской культуры; развитие инфраструктуры [13].

Если в Европе и Америке уже в целом сложились определенные теоретические подходы к феномену социального предпринимательства, и оно достаточно прочно интегрировано на институциональном, политическом, практическом уровне в жизнь общества, то в России, как и в других странах СНГ, социальное предпринимательство находится на стадии зарождения, и большинство отечественных социальных предпринимателей не осознают себя таковыми. По мнению же экспертов, мало кто из них вписывается в сложившиеся в мировой практике представления о социальном предпринимательстве.

Однако следует заметить, что, несмотря на существование института социального предпринимательства за рубежом на протяжении нескольких десятков лет, постоянное расширение границ его распространения и очевидные преимущества, среди специалистов до сих пор продолжают терминологические споры, недостаточно исследованы значение и специфика этого феномена. Эта кажущаяся элементарной концепция проходит сложный путь изменения общественного сознания, институциональных и правовых норм, признания и одобрения на всех уровнях. Терминологическая неопределенность затрудняет и проведение компаративных и статистических исследований социального предпринимательства в разных странах.

Известный экономист и исследователь социального предпринимательства Грегори Дж. Дис в своей статье «Значение социального предпринимательства» [18] подчеркивает, что «социальное предпринимательство» подразумевает «энтузиазм социальной миссии и деловую дисциплину, инновационные подходы и решительность». Он также указал характерные черты социального предприятия, выполняющего роль посредника в осуществлении радикальных изменений в сфере социальных услуг.

Следует заметить, что это наиболее часто цитируемое определение социального предпринимательства, и многие эксперты разделяют эту позицию, но одновременно стремятся дополнить.

По мнению исследователей Н. Антониновой и Н. Кадол, наиболее значимые определения социального предпринимательства можно объединить в три основные группы [2, 7]:

1) с акцентом на том, что социальное предпринимательство — это создание коммерческих предприятий с социальной целью;

2) с выделением значимости инновационной деятельности социальных предпринимателей, направленной на достижение значимого социального эффекта;

3) с представлением социального предпринимательства в качестве катализатора широких и долгосрочных общественных трансформаций.

Изучение предпринимательства в аспекте ускорения социального прогресса началось относительно недавно. Поэтому общего мнения по поводу того, каким образом социальное предпринимательство может влиять на изменение экономических условий и насколько широко новые социальные возможности могут быть при-

менены в различных социально-культурных условиях, пока не сложилось.

Однако, на наш взгляд, в каждой стране, особенно это касается развивающихся стран и стран с переходной экономикой, существует свой спектр общественно значимых проблем, напрямую связанных с вопросами национальной безопасности и имиджа государства в мире. В России, например, к таким проблемам относятся демография, формирование здорового образа жизни, а также потеря за период 1990-х гг. статуса спортивной державы.

В решении таких проблем тоже может участвовать социальное предпринимательство. Но для этого необходимо несколько расширить границы представления об этом феномене, а точнее о его влиянии на общественное и государственное развитие.

Обобщая различные подходы и определения, под социальным предпринимательством мы предлагаем понимать юридически закрепленную деятельность по производству благ и (или) услуг, направленную на решение или смягчение социальных проблем с помощью устойчивых организационных и финансово результативных новшеств, обеспечивающих дальнейшее распространение опыта социального воздействия.

По нашему мнению, в России влияние социального предпринимательства на общество проявляется следующим образом: формирует партнерские отношения между органами власти, бизнесом и местным сообществом; устанавливает новые нормы предпринимательского поведения через повышение ответственности юридических лиц; обеспечивает новые формы и направления предоставления и реформирования государственных социальных услуг, расширяя возможности их получения, а также повышая разнообразие и качество; способствует решению экологических проблем; регенерируют невостребованные ресурсы (навыки, умения, контакты, строения, оборудование, пространства и т. д.); позволяет более эффективно использовать ресурсы территорий в решении социальных проблем, в том числе и бюджетные; изменяет финансовые условия реализации социальных программ и проектов (сокращает грантовую и донорскую поддержку; расширяет структуру финансирования социальных программ региона); предлагает возможности для создания рабочих мест и новых форм предпринимательства и занятости; повышает качество жизни населения, в

том числе через преодоление социальной изолированности определенных групп; обеспечивает развитие общественных инициатив и формированию гражданского общества; способствует решению демографических проблем региона; улучшает имидж как отдельного региона, так и России в целом.

Таким образом, развитие института социального предпринимательства необходимо, поскольку оно может стать инструментом изменения концепции и видения социальной политики и роли государства, способствовать социальной интеграции, увеличению занятости и уменьшению бедности, активизации населения, инновационному развитию общества, решению демографических проблем, повышению качества жизни, а также улучшению имиджа страны и восстановлению утраченных ею позиций.

Последние направления в значительной степени определяются развитием предпринимательства в сфере физической культуры и спорта, целью которого должно явиться формирование здорового образа жизни населения, а также создание на основе партнерских отношений с органами власти инфраструктурных условий для развития спорта высших достижений. Все это, по нашему мнению, попадает под понятие социального предпринимательства.

Определяя предпринимательство в сфере физической культуры и спорта как вид социального предпринимательства, мы подчеркиваем, что в его основе лежит идея достижения общественного благосостояния и устойчивых общественных преобразований через деятельность, позволяющую использовать энергию предпринимательства, как основную преобразующую силу не только в социальной, но и спортивной сфере.

В настоящее время предпринимательскую деятельность в сфере физической культуры и спорта, как правило, не относят к видам социального предпринимательства. Но сегодня уже говорят о социальном предпринимательстве в сфере культуры, которое действует в двух режимах: во-первых, достраивает предпринимательскую инфраструктуру того или иного сообщества (музыкального, театрального, художественного); во-вторых, дополняет внекультурную инициативу (книжный магазин при ресторане, галерея при банке и т. д.). В то же время начинают развиваться и другие формы «культурной экономики», например, на базе прекративших

работу промышленных объектов создаются творческие кластеры, объединяющие несколько творческих бизнесов [12]. Так реализуется развивающая функция культуры по отношению и к конкретной территории, и к ее населению. Наблюдается культурное «пересвоение» места (вслед за индустриальным освоением), которое ориентировано именно на повышение уровня жизни людей. Более того, культура капитализирует территорию: «Если большая часть предпринимательских инициатив заточена под определенные социальные проблемы, то социальное предпринимательство в культуре меняет ситуацию на более общем уровне: кроме решения проблем занятости, социальной адаптации людей с ограниченными возможностями, организацией досуга детей, оно влияет на образ пространственной среды, общественный климат и, наконец, на модернизацию или реконфигурацию культурных ценностей» [12].

То же самое можно сказать и о предпринимательстве в сфере физической культуры и спорта. Интенсивное развитие этой отрасли в границах конкретного региона можно обозначить как «спортивное пересвоение территории», которое приведет к повышению качества жизни ее населения, росту инвестиционной привлекательности. Как социальное предпринимательство в культуре, предпринимательство в физической культуре и спорте, кроме решения конкретных социально-экономических проблем, формирует имидж пространственной среды и социальный климат. Именно поэтому его развитие имеет огромное значение как для России в целом, так и для отдельного региона.

Применительно к сфере физической культуры и спорта предпринимательскую деятельность определяют как самостоятельную, осуществляемую на свой риск, направленную на систематическое извлечение прибыли от пользования имуществом, в том числе спортивных сооружений, продажи спортивного оборудования и инвентаря, оказания услуг в сфере физической культуры и спорта лицами, зарегистрированными в качестве предпринимателей в установленном законом порядке [11].

Как вид социального предпринимательства, деятельность в сфере физической культуры и спорта отражает интересы основных групп экономических отношений: предпринимателей, потребителей, наемных работников, местного сообщества и государственных структур.

Следует заметить, что характеристику развития предпринимательской деятельности в сфере физической культуры и спорта целесообразно давать в контексте общих проблем и направлений развития этой сферы в конкретном регионе, например, Свердловской области.

Свердловская область считается одним из ведущих российских регионов в сфере развития физической культуры и спорта. В области уделяется серьезное внимание подготовке спортивного резерва, одновременно сохранены и традиции по проведению массовых спортивных мероприятий среди различных категорий населения¹.

К примеру, по общему количеству участников в XXI зимних Олимпийских Играх в Ванкувере и количеству завоеванных на них олимпийских наград Свердловская область занимает девятое место среди регионов России. На X Паралимпийских играх в Ванкувере приняли участие 5 спортсменов из Свердловской области, из них трое в лыжных гонках и биатлоне завоевали 10 медалей различного достоинства: три золотые, три серебряные и четыре бронзовые.

По данным статистической отчетности на 1 января 2011 г. на территории области функционировало 8 294 спортивных сооружения (на 69 объектов больше, чем в 2009 г.). Общая численность занимающихся спортом и физической культурой, по данным государственной статистической отчетности на 1 января 2011 г., составила 707415 человек или 16,1% от общей численности населения Свердловской области [3]. Однако в соответствии со Стратегией развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2020 года, к 2015 г. численность занимающихся физической культурой и спортом должна составить 30%, а к 2020 г. — 40% от общей численности населения Свердловской области. Таким образом, за это время необходимо будет дополнительно привлечь к занятиям спортом более 1 миллиона человек.

Значительная работа проводится Министерством по физической культуре, спорту и молодежной политике по внедрению программно-целевого подхода к развитию физкультурно-спор-

тивной отрасли. В 2010 г. разработана и утверждена областная целевая программа «Развитие физической культуры и спорта в Свердловской области на 2011–2015 годы». Реализация программы позволит построить и реконструировать более 100 объектов физической культуры и спорта в муниципальных образованиях области, а также обеспечить поддержку учреждений дополнительного образования физкультурно-спортивной направленности.

При общей положительной динамике развития отрасли сохраняется ряд проблем, требующих решения:

- несовершенная законодательная и нормативно-правовая база отрасли;

- отсутствие в необходимом количестве качественного инвентаря и оборудования в образовательных учреждениях, в детских спортивных школах и клубах по месту жительства;

- потребность в капитальном ремонте и реконструкции значительного числа спортивных сооружений;

- низкий уровень заработной платы тренеров-преподавателей, работающих с детьми и подростками;

- отсутствие системы необходимых социально-бытовых условий для закрепления физкультурных кадров, особенно в сельской местности;

- несовершенство системы повышения профессиональной подготовки тренерского состава;

- недостаточность спортивных сооружений, соответствующих требованиям международных федераций, для организации тренировочного процесса спортсменов Свердловской области;

- отсутствие на территории области спортивного комплекса, объединяющего спортивные сооружения, соответствующие международным требованиям и, как следствие, отсутствие круглосуточных учебно-тренировочных и соревновательных условий для подготовки высококвалифицированных спортсменов и спортивного резерва.

В связи с этим перед Министерством физической культуры, спорта и молодежной политики Свердловской области сегодня стоят такие задачи, как: обеспечение подготовки и участия спортсменов области во всероссийских и международных соревнованиях; создание необходимых социально-бытовых условий для участников Олимпийских и Паралимпийских игр и других выдающихся спортсменов области;

¹ Областная целевая программа «Развитие физической культуры и спорта в Свердловской области» на 2011–2015 годы. Постановление Правительства Свердловской области от 11 октября 2010 г. № 1481-ПП.

проведение мониторинга физического здоровья и физической подготовленности детей и подростков; развитие базовых видов спорта, создание региональных центров спортивной подготовки сборных команд на территории области; развитие сети учреждений и организаций физкультурно-спортивной направленности, в том числе среднего профессионального образования и др.

Решению отдельных задач должно способствовать развитие предпринимательской деятельности в сфере физической культуры и спорта, именно как вида социального предпринимательства.

Анализ общей ситуации в спортивном предпринимательстве, а также собственно проблем развития спорта в регионах позволил выделить в развитии предпринимательской деятельности в сфере физической культуры и спорта следующие тенденции: расширение спектра и повышение качества предоставляемых спортивных и оздоровительных услуг; развитие муниципально-частно-государственного партнерства в строительстве и управлении спортивными сооружениями; увеличение предпринимательских доходов и прибыли в сфере физической культуры и спорта; активное развитие спортивной индустрии; рост малого предпринимательства в сфере физической культуры и спорта; усиление конкуренции между хозяйствующими субъектами в сфере спортивных услуг; появление спортивной составляющей в бренде отдельных регионов России (например, ХМАО, Татарстан); расширение спектра предоставляемых спортивных услуг людям с ограниченными возможностями.

Факторы, определяющие тенденции развития предпринимательства в сфере физической культуры и спорта как вида социального предпринимательства предлагается разделить на группы - негативные и положительные.

В совокупности положительных факторов, в свою очередь, можно выделить следующие группы:

— финансово-экономические факторы: рост доходов населения и, как следствие, увеличение спроса и повышение требований к предоставляемым спортивным и оздоровительным услугам со стороны населения; увеличение бюджетных ассигнований на строительство и содержание спортивных объектов; развитие системы страхования;

— маркетинговые факторы: популяризация физической культуры, здорового образа жизни,

а также отдельных видов спорта в средствах массовой информации; проведение на территории России крупнейших международных соревнований;

— социально-психологические факторы: развитие института социальной ответственности бизнеса; гуманизация сферы спортивных отношений; активное развитие паралимпийского движения.

К негативным факторам относятся: снижение мирового спортивного рейтинга России; ухудшение демографической ситуации; кадровый голод — сокращение тренерско-преподавательского состава и отсутствие квалифицированных кадров по другим смежным специальностям.

Эта группа факторов оказывает двойственное влияние на развитие предпринимательской деятельности в сфере физической культуры и спорта. С одной стороны, она стимулирует его развитие, с другой, является препятствием. Так, снижение спортивного рейтинга и ухудшение демографических показателей заставляет обратить внимание властей на развитие спорта, увеличить выделение средств на строительство, предоставить определенные преференции, создав тем самым условия для развития предпринимательской среды. Но недостаток кадров может явиться существенным ограничителем возможностей предоставления качественных и, что немаловажно, результативных спортивных услуг.

В целом, обобщая различные исследования, можно выделить следующие проблемы развития предпринимательской деятельности в сфере физической культуры и спорта: несовершенная нормативно-правовая база, в первую очередь, для развития профессионального спорта как сегмента индустрии спорта; отсутствие прозрачных регуляторов земельных отношений, снижающее долгосрочный инвестиционный интерес предпринимательских структур; недостаточное развитие инфраструктуры (спортивные сооружения и тренировочные базы) для профессионального и оздоровительного спорта; низкий покупательский спрос индивидуальных потребителей индустрии спорта на спортивные продукты, что приводит к переливу капиталов частных инвесторов в другие отрасли экономики; недостаточное количество образовательных, в том числе правовых, программ для подготовки профессиональных предпринимателей для спортивной индустрии; отсутствие необходимого опыта и предпринимательских традиций в этой сфере.

По нашему мнению, для результативного развития предпринимательства в сфере физической культуры и спорта региона именно как вида социального предпринимательства необходимо: создать современную нормативно-правовую базу; разработать систему налоговых льгот на инвестиции в физическую культуру и спорт; разработать и внедрить систему страхования рисков инвестиций в физическую культуру и спорт; предоставить отсрочки по уплате

налогов в связи с сезонностью деятельности; создать систему поощрения нововведений и инноваций в сфере физической культуры и спорта; сформировать фонд «Спортивное развитие нации» с целью поддержки предпринимательских инициатив; разработать и внедрить систему для обмена знаниями и опытом между спортивными учебными заведениями, клубами, ассоциациями, предпринимателями.

Список источников

1. Аларичева М. Социальное предпринимательство. Опыт Польши. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.cogita.ru/analitka/konkurs-grazhdanskoe-obschestvo-i-reshenie-socialnyh-problem-v-evrope/marina-alaricheva>.
2. Антоникова Н. Использование концепции социального предпринимательства для решения социальных проблем: применимость в российском контексте. [Электронный ресурс]. URL: http://www.nb-forum.ru/thanalitic_391_3.
3. Доклад «Об итогах работы Министерства по физической культуре, спорту и молодежной политике Свердловской области и органов местного самоуправления в 2010 году» // [Электронный ресурс]. URL: www.minsport.midural.ru.
4. Дорошенко С. В. Механизмы адаптации региональной социально-экономической системы в условиях кризиса // Экономика региона. — 2009. — №3. — С. 159-166.
5. Дорошенко С. В. Неопределенность и риски среды. Восприятие региональным бизнес-сообществом до и во время кризиса // Вестник УГТУ-УПИ. — 2009. — № 6. — С. 13-25. (Экономика и управление).
6. Информационное общество — Цивилизация Третьей Волны. [Электронный ресурс]. URL: <http://briviana.my1.ru/publ/11-1-0-16>.
7. Кадол Н. Ф. Социальное предпринимательство в рыночной экономике. — Брянск Дельта, 2009. — 148 с.
8. Казахстан. О зарубежном опыте функционирования социально-предпринимательских корпораций. Международный институт современной политики (Казахстан). [Электронный ресурс]. URL: <http://www.sng.allbusiness.ru/content/document>.
9. Концепции создания региональных социально-предпринимательских корпораций. Постановление Правительства Республики Казахстан от 31 мая 2006 года №483. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.sng.allbusiness.ru/content/document>.
10. Московская А. Развитие социального предпринимательства в среде российских НКО. Возможности и преграды // Деньги и благотворительность. — 2008. — №3 (68). — С. 46-50.
11. Мяконых В. Б., Минаева И. Ю., Тараканов А. В. Предпринимательство и спорт. Особенности правового регулирования на современном этапе // Спортивное право. Перспективы развития : мат. Третьей международной науч.-практ. конф. / Под ред. д. ю. н., проф. К. Н. Гусова, к. ю. н. А. А. Соловьева; сост. к. ю. н., доц. Д. И. Рогачев, к. ю. н. О. А. Шевченко. — М., 2010. — 123 с.
12. Никич Г. У культуры есть огромный социальный ресурс, и предприниматель его высвобождает // Деньги и благотворительность. — 2008. — №3(68). — С. 50-53.
13. Рябова О. Социальное предпринимательство: богатство бизнес-моделей. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.pilotproekt.ru/Default.aspx?ig=82c14f3a844>.
14. Сестринский О. Социальное предпринимательство: сила новых идей // Деньги и благотворительность. — 2008. — №3(68). — С.14-20.
15. Социализация предпринимательства на примере Великобритании и США. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.vneshmarket.ru/content/document>.
16. Социальное предпринимательство - дело новое, но полезное и выгодное. [Электронный ресурс]. URL: http://www.allprava.org/2010/09/blog-post_15.html.
17. Социальное предпринимательство. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ladoga-park.ru/a091126140332.html>
18. Dees G. The Meaning of Social Entrepreneurship // Reformatted and revised. — 2001. — May, 30. [Электронный ресурс]. URL: http://www.fuqua.duke.edu/centers/case/documents/dees_sedef.pdf.

Информация об авторе

Маслов Александр Викторович (Нижний Тагил) — директор, Государственное учреждение Свердловской области «Горнолыжный комплекс «Гора Белая» (622910, Свердловская область, Пригородный район, п. Уралец, e-mail: belaya@gorabelaya.ru).

A. V. Maslov

Development of physical education and sports of the region in the context of social entrepreneurship

This paper represents the development of ideas on social entrepreneurship, which is defined as a legally enforceable activity on production of goods and (or) services aimed at the solution or mitigation of social problems through sustainable and financially

successful organizational innovation, providing the further spread of the experience of social impact. The characteristics on the foreign experience of this phenomenon are given. Points of social entrepreneurship impact in the Russian society are defined.

It is suggested to consider entrepreneurial activity in the sphere of physical culture and sports as a form of social entrepreneurship. It is proved that the characteristics of entrepreneurship in the sphere of physical culture and sport are appropriate to be provided in the context of general issues and trends in the development of this sector in a particular region. On the example of Sverdlovsk region as a region with good sporting tradition, common trends and factors of development of entrepreneurship in the sphere of physical culture and sports of the Russian regions are identified. Ways of solving existing problems are proposed.

Keywords: problems of physical culture and sports development in the Russian regions, social entrepreneurship, entrepreneurship in the sphere of physical culture and sports

References

1. Alaricheva M. Social'noe predprinimatel'stvo: opyt Pol'shi [Social entrepreneurship: the experience of Poland]. Available at: <http://www.cogita.ru/analitka/konkurs-grazhdanskoe-obschestvo-i-reshenie-socialnyh-problem-v-evrope/marina-alaricheva-socialnoe-predprinimatel'stvo-opyt-polshi>.
2. Antonikova N. Ispol'zovanie koncepcii social'nogo predprinimatel'stva dlja reshenija social'nyh problem: primenimost' v rossijskom kontekste [Using the concept of social entrepreneurship to solve social problems: applicability in the Russian context]. Available at: http://www.nb-forum.ru/thanalitic_391_3.
3. Doklad «Ob itogah raboty Ministerstva po fizicheskoj kul'ture, sportu i molodezhnoj politiki Sverdlovskoj oblasti i organov mestnogo samoupravlenija v 2010 godu» [Report «On the results of work of the Ministry of Physical Culture, Sport and Youth Policy of Sverdlovsk region and local authorities in 2010»] (2011). Available at: www.minsport.midural.ru.
4. Doroshenko S. V. (2009). Mehanizmy adaptacii regional'noj social'no-jekonomicheskoj sistemy v uslovijah krizisa [Regional socioeconomic system adaptation mechanisms in the times of crisis]. *Jekonomika regiona [Economy of Region]*, 3, 159-166.
5. Doroshenko S. V. (2009). Neopredelennost' i riski sredy. Vosprijatie regional'nym biznes-soobwestvom do i vo vremja krizisa [Uncertainty and risks of the environment. The perception of the regional business community before and during the crisis]. *Bulletin of the Ural State Technical University*, 6, 13-25 (Economy and Management).
6. Informacionnoe obshestvo — Civilizacija Tret'ej Volny [Information Society — Third Wave Civilization] (2009). Available at: <http://briviana.my1.ru/publ/11-1-0-16>.
7. Kadol N. F. (2009). Social'noe predprinimatel'stvo v rynochnoj jekonomike [Social entrepreneurship in the market economy]. Brjansk: Delta Publ.
8. Kazakhstan: o zarubezhnom opyte funkcionirovanija social'no-predprinimatel'skih korporacij [On the foreign experience about the functioning of the social-entrepreneurial corporations]. *Mezhdunarodnyj institut sovremennoj politiki (Kazakhstan) [International Institute of Modern Politics]*. Available at: <http://www.sng.allbusiness.ru/content/document>.
9. Koncepcii sozdaniya regional'nyh social'no-predprinimatel'skih korporacij. Postanovlenie Pravitel'stva Respubliki Kazahstan ot 31 maja 2006 goda № 483 [The concepts of a regional social-entrepreneurial corporations. Resolution of the Government of the Republic of Kazakhstan from May 31, 2006 № 483]. Available at: <http://www.sng.allbusiness.ru/content/document>.
10. Moskovskaja A. (2008). Razvitie social'nogo predprinimatel'stva v srede rossijskih NKO. Vozmozhnosti i pregrady [The development of social entrepreneurship among Russian non-commercial organizations. Opportunities and barriers]. *Den'gi i blagotvoritel'nost' [Money and Charity]*, 3 (68), 46-50.
11. Mjakon'kov V. B., Minaeva I. Ju., Tarakanov A. V. (2010). Predprinimatel'stvo i sport. Osobennosti pravovogo regulirovanija na sovremennom jetape [Business and sports. Features of the legal regulation on the modern stage]. *Sportivnoe pravo. Perspektivy razvitiya: mat. Tret'ej mezhdunarodnoj nauch.-prakt. konf. [Sports Law. Prospects for Development: Proceedings of the third international scientific-practical conference]*. Edited by Doctor of Juridical Science, Prof. K. N. Gusov, Ph. D. in Juridical Science A. A. Solov'ev; compiled by Ph. D. in Juridical Science, Associate Professor D. I. Rogachev, Ph. D. in Juridical Science O. A. Shevchenko. Moscow.
12. Nikich G. (2008). U kul'tury est' ogromnyj social'nyj resurs, i predprinimatel' ego vysvobozhdaet [The culture has an enormous social resource, the entrepreneur sets it free]. *Den'gi i blagotvoritel'nost' [Money and Charity]*, 3 (68), 50-53.
13. Rjabova O. Social'noe predprinimatel'stvo: bogatstvo biznes-modelej [Social entrepreneurship: wealth of business models]. Available at: <http://www.pilotproekt.ru/Default.aspx?ig=82c14f3a844>.
14. Sestrinskij O. (2008). Social'noe predprinimatel'stvo: sila novyh idej [Social entrepreneurship: the power of new ideas]. *Den'gi i blagotvoritel'nost' [Money and Charity]*, 3 (68), 14-20.
15. Socializacija predprinimatel'stva na primere Velikobritanii i SShA. [Socialization of business on the examples of Great Britain and the U.S.]. Available at: <http://www.vneshmarket.ru/content/document>.
16. Social'noe predprinimatel'stvo — delo novoe, no poleznoe i vygodnoe. [Social entrepreneurship — a new, but useful and beneficial thing]. Available at: http://www.allprava.org/2010/09/blog-post_15.html.
17. Social'noe predprinimatel'stvo. [Social entrepreneurship]. URL: <http://www.ladoga-park.ru/a091126140332.html>.
18. Dees G. (2001, May 30). The Meaning of Social Entrepreneurship. Reformatted and revised. Available at: http://www.fuqua.duke.edu/centers/case/documents/dees_sedef.pdf.

Information about the authors

Maslov Aleksandr Viktorovich (Nizhny Tagil) — director, state institution of Sverdlovsk region, ski resort «Gora Belaya» (622910, Sverdlovskaya oblast', Prigorodniy r-n, p. Uralets, e-mail: belaya@gorabelaya.ru).