Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики

Государственная организация высшего профессионального образования
«Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского»

На правах рукописи

Гладкий Никита Александрович

РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА ОСНОВЕ ЦЕННОСТНО-МИРОВОЗЗРЕНЧЕСКОГО ПОДХОДА

Специальность 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством
(по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: экономика предпринимательства)

Диссертация
на соискание ученой степени
доктора экономических наук

Экземпляр диссертации идентичен
по содержанию с другими экземплярами,
которые были представлены в
диссертационный совет

Ученый секретарь
диссертационного совета Д.01.004.01
Германчук А.Д.

Научный консультант:
доктор экономических наук,
профессор
Сименко Инна Витальевна

Донецк – 2021

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ……. 6

РАЗДЕЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ……... 19

1.1 Социальное предпринимательство как социально-экономический феномен……. 19

1.2 Ценностно-мировоззренческий подход как методология исследования формирования и развития социального предпринимательства…….……. 36

1.3 Концепция развития социального предпринимательства…… 56

ВЫВОДЫ К РАЗДЕЛУ 1…… 85

РАЗДЕЛ 2 СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УСЛОВИЯХ СОЦИАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННОЙ ЭКОНОМИКИ…….. 89

2.1 Проблемы формирования, развития и реинвенции социальных предприятий…… 89

2.2 Типология социального предпринимательства в контексте развития социально-ориентированной экономики…….. 108

2.3 Модель социального предпринимательства, его противоречия и механизмы их разрешения…….. 123

ВЫВОДЫ К РАЗДЕЛУ 2…… 141

РАЗДЕЛ 3 МИРОВОЙ ОПЫТ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА……. 146

3.1 Развитие социального предпринимательства в странах Европейского Союза…… 146

3.2 Опыт Великобритании в развитии социального предпринимательства…….. 162

3.3 Опыт Российской Федерации в развитии социального предпринимательства…….. 177

ВЫВОДЫ К РАЗДЕЛУ 3…… 200

РАЗДЕЛ 4 СОСТОЯНИЕ СРЕДЫ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И ОРГАНИЗАЦИЯ ЕГО АНАЛИТИЧЕСКОЙ ОЦЕНКИ……... 206

4.1 Социальная сфера Донецкой Народной Республики как среда развития социального предпринимательства…… 206

4.2 Этапы и аналитический инструментарий оценки деятельности социального предпринимательства……... 228
4.3 Методический подход к оценке деятельности социальных предприятий……. 252
ВЫВОДЫ К РАЗДЕЛУ 4…… 273

РАЗДЕЛ 5 НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАЗВИТИЮ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА…… 279
5.1 Формирование институциональной среды социального предпринимательства в Донецкой Народной Республике…. 279
5.2 Социальные предприятия в дискурсе единой информационной платформы …… 299
ВЫВОДЫ К РАЗДЕЛУ 5…… 323

ЗАКЛЮЧЕНИЕ……. 327

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ…… 332

ПРИЛОЖЕНИЯ…… 369

ПРИЛОЖЕНИЕ А
Содержание концепта тройной выгоды……. 370

ПРИЛОЖЕНИЕ Б
Международные организации поддержки социального предпринимательства в Европе……. 371

ПРИЛОЖЕНИЕ В
Характеристика сфер окружения социального предпринимательства в Великобритании…… 373

ПРИЛОЖЕНИЕ Г
Сведения о численности отдельных категорий целевых групп в Макеевке.. 374

ПРИЛОЖЕНИЕ Д
Сведения о численности отдельных категорий целевых групп в Горловке.. 375

ПРЛОЖЕНИЕ Е
Сведения о численности отдельных категорий целевых групп в Енакиево.. 376

ПРИЛОЖЕНИЕ Ж
Сведения о численности отдельных категорий целевых групп в Шахтерске 377

ПРИЛОЖЕНИЕ И
Сведения о численности отдельных категорий целевых групп в Харцызске 378

ПРИЛОЖЕНИЕ К
Сведения о численности отдельных категорий целевых групп в Торезе….. 379

ПРИЛОЖЕНИЕ Л
Размеры государственной поддержки социально незащищенных групп Донецкой Народной Республики…… 380

ПРИЛОЖЕНИЕ М
Социальные выплаты незащищенным слоям населения ДНР…….…… 382

ПРИЛОЖЕНИЕ Н
Финансируемые социальные проекты и программы…… 385

ПРИЛОЖЕНИЕ П
Социально-ориентированные предприятия…….. 388

ПРИЛОЖЕНИЕ Р
Подходы к определению понятия «эффективность»…… 389

ПРИЛОЖЕНИЕ С
Сравнительная характеристика методических подходов к оценке социальных результатов…….. 390

ПРИЛОЖЕНИЕ Т
Сравнительная характеристика зарубежных методик оценки деятельности субъектов социального предпринимательства…….. 393

ПРИЛОЖЕНИЕ У
Характеристика наиболее известных методов оценки (измерения) деятельности социальных предприятий…… 394

ПРИЛОЖЕНИЕ Ф
Методика оценки социально-экономической эффективности социального предпринимательства…….. 420

ПРИЛОЖЕНИЕ Х
Тесты оценки социально-экономической эффективности социальных предприятий для конкретного индивида…… 438

ПРИЛОЖЕНИЕ Ц
Структура WEB-сайта социального предпринимательства в Нидерландах.. 447

ПРИЛОЖЕНИЕ Ш
Структура WEB-сайта социального предпринимательства в Германии……. 448

ПРИЛОЖЕНИЕ Щ
Структура WEB-сайта социального предпринимательства в Великобритании…… 449

ПРИЛОЖЕНИЕ Э
Структура WEB-сайта социального предпринимательства в Польше…… 450

ПРИЛОЖЕНИЕ Ю
Структура WEB-сайта польского фонда общественно-экономических инициатив…….. 451

ПРИЛОЖЕНИЕ Я
Структура WEB-сайта социального предпринимательства в Словакии……. 452

ПРИЛОЖЕНИЕ АА
Структура WEB-сайта социального предпринимательства в Чехии…….. 453

ПРИЛОЖЕНИЕ АБ
Проект сайта «Социальное предпринимательство Донецкой Народной Республики»…….. 454

ПРИЛОЖЕНИЕ АВ
Устав Союза социальных предпринимателей Донецкой Народной Республики…… 457

ПРИЛОЖЕНИЕ АГ
Формуляр для вступления в Союз социальных предприятий ДНР……. 467

ПРИЛОЖЕНИЕ АД
Наши эксперты……. 468

ПРИЛОЖЕНИЕ АЕ
Концепция создания единой цифровой платформы социального предпринимательства Донецкой Народной Республики……. 469

ПРИЛОЖЕНИЕ АЖ
Справки о внедрении результатов диссертационной работы…….. 481

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Ориентация современного мирового сообщества на гуманизацию и ценность человеческой цивилизации, социальную стабильность и повышение качества жизни людей побуждает экономики государств к поиску уникального механизма, особой экономической модели, способной не только сгладить существующие социальные ассиметрии, но и обеспечить устойчивый экономический рост национальных экономик. Решающая роль в разрешении существующего дуализма, отводится социальному предпринимательству как уникальному виду предпринимательской деятельности, который отличается не только достижением устойчивого экономического результата, инновационностью в построении бизнес-моделей, но и получением высокой социальной ценности. Актуальность исследования проблем развития социального предпринимательства усиливается на фоне сложной экономической ситуации в Республике, роста социальной напряженности в обществе, недостаточного финансирования социальной сферы и неразвитости ее инфраструктуры. На «недопущение дальнейшего снижения уровня жизни в условиях продолжающейся экономической блокады»[1], повышение качества и объема оказываемых социальных услуг, расширение их спектра и обеспечение условий для социальной реабилитации и трудоустройства социально-незащищенных слоев общества и направлено развитие социального предпринимательства в Донецкой Народной Республике.

Связь работы с научными программами, планами, темами. Диссертационная работа выполнена в соответствии с комплексным планом научно-исследовательских работ ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» в рамках тем: № Г-2020-11 «Теоретико-методологические основы развития

[1] Указ президента РФ от 15 ноября 2021 г. №657 «Об оказании гуманитарной поддержки населению отдельных районов Донецкой и Луганской областей Украины»

социального предпринимательства», в которой разработаны теоретические положения и обосновано использование ценностно-мировоззренческого подхода как методологии его исследования; предложен научно-методический подход для оценки результативности деятельности социальных предприятий; представлены мероприятия по разработке цифровой платформы социального предпринимательства; № Г-2020-7 «Оценка финансовой устойчивости хозяйствующих субъектов на основе оптимизации бизнес-процессов», в рамках которой определены финансово устойчивые бизнес-модели решения социальных задач в различных сферах; № 063хт/2021 «Разработка научно-методических рекомендаций по оценке социальной эффективности предпринимательских структур», в которой предложена методика оценки социальной эффективности на основе синтеза количественных и качественных показателей.

Степень разработанности проблемы. Фундаментальными трудами, определившими характер и направления исследования, явились работы П. Друкера, Дж.М. Кейнса, А. Маршалла, Дж.С. Миля, Ж.Б. Сея, А. Смита, Й.А. Шумпетера, в которых заложены основы общей теории предпринимательства, исследуются вопросы ее зарождения и развития. Проблематике социального предпринимательства посвящены исследования Ю. Арай, А. Буяновой, Н. Балтачеевой, Д. Борнштейна, С. Дегтяревой, Г. Диза, З. Ершовой, В. Жоховой, Н. Зверевой, Д. Качко, Дж. Кикала, И. Лавровой, Т. Лайонса, А. Макаревича, И. Марти, Р. Мартина, Е. Мельник, А. Московской, Дж. Мэйра, С. Осберга, И. Пеньковой, Ю. Петрушевского, С. Сафронова, И. Сименко, М. Фоминой, М. Юнуса и др. Роль ценностных характеристик в формировании института социального предпринимательства в обществе освещены в публикациях Н. Кадол, Ф. Кадол, Г. Каячева, Д. Локтионова, Л. Сазоновой. Вопросы оценки деятельности социальных предприятий рассматривали А. Автономов, Е. Гусева, К. Краенкова, О. Лановенко, А. Лапшина, С. Пономарев, А. Плюхина, В. Припотень, Н. Рождественская,

Н. Соколов, А. Тимохович, Ю. Хетагурова, Дж. Эмерсон, Дж. Вачовиз, С. Чан и др.

Отдавая должное исследованиям ученых, следует отметить, что до сих пор ведутся дискуссии относительно единства терминологического аппарата, типологии видов и форм социального предпринимательства, типирования основных бизнес-моделей, методик оценки социальной ценности, моделей формирования и развития институциональной среды, направлений цифровой трансформации социального бизнеса. Недостаточно исследованными остаются и вопросы социально-нравственных ценностей человека и общества как методологической доминанты развития социального предпринимательства.

Наличие актуальных не решенных теоретико-методологических проблем и практических значимых вопросов развития социального предпринимательства обусловили выбор темы исследования, его цель и задачи.

Цель и задачи исследования. Целью диссертационной работы является разработка теоретико-методологических положений, научно-методических и практических рекомендаций по развитию социального предпринимательства на основе ценностно-мировоззренческого подхода.

Для достижения поставленной цели были сформулированы и решены следующие задачи:

исследовано социальное предпринимательство как социально-экономический феномен;

обосновано применение ценностно-мировоззренческого подхода в качестве методологии исследования социального предпринимательства;

разработана концепция развития социального предпринимательства;

изучены проблемы формирования, развития и реинвенции социальных предприятий;

разработана типология социального предпринимательства в контексте развития социально-ориентированной экономики;

разработана модель социального предпринимательства, выявлены его противоречия и предложены механизмы их разрешения;

изучена практика социального предпринимательства в странах Европейского Союза;

рассмотрен опыт социального предпринимательства в Великобритании;

исследована практика развития социального предпринимательства в Российской Федерации;

проведена оценка состояния социальной сферы Донецкой Народной Республики как среды развития социального предпринимательства;

обоснованы этапы и аналитический инструментарий оценки деятельности социальных предприятий;

разработан научно-методический подход к оценке деятельности социальных предприятий;

предложена модель институциональной среды социального предпринимательства в Донецкой Народной Республике;

обоснована необходимость разработки цифровой платформы социального предпринимательства в Республике.

Объектом исследования является процесс развития социального предпринимательства на основе ценностно-мировоззренческого подхода.

Предметом исследования выступают теоретические, методологические и практические положения по развитию социального предпринимательства на основе ценностно-мировоззренческого подхода.

Диссертационная работа выполнена в соответствии с паспортом специальности 08.00.05 − Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: экономика предпринимательства) в части п. 8.1. Развитие методологии и теории предпринимательства; разработка методики организации предпринимательской деятельности в различных формах предпринимательства; 8.3. Развитие предпринимательства в условиях глобализации мирового рынка; 8.4. Предпринимательство в единстве его основных компонентов: личностные (способности предпринимателей к инновационной рисковой деятельности), экономические (эффективность),

организационно-управленческие (инновационный стиль менеджмента); 8.25. Социальная ответственность в предпринимательской деятельности.

Научная новизна полученных результатов заключается в разработке теоретико-методологических положений и практических рекомендаций по развитию социального предпринимательства на основе ценностно-мировоззренческого подхода. К основным результатам, определяющим научную новизну исследования, относятся следующие:

впервые:

предложен качественно новый концептуальный подход – ценностно-мировоззренческий, позволяющий исследовать социальное предпринимательство как эволюционный этап в развитии теории предпринимательства, исключительный и уникальный феномен социально-экономического развития общества, ценностных ориентаций, мировоззрения человека и человечества в целом, с позиции равнозначной функциональной составляющей в системе «государство – предприниматель – общество»;

обосновано формирование современной финансовой экосистемы, ориентированной на социальную сферу, целью функционирования которой должен стать поиск новых источников поддержки и развития социального предпринимательства, аккумуляция и перенаправление средств инвесторов в социально преобразующие инвестиции для решения социальными предпринимателями острых общественно значимых проблем;

разработана композиционная модель оценки деятельности социального предприятия, комплексность процесса которой характеризует его многоаспектность при формулировании цели (что связано с большим числом пользователей выходной (отчетной) информации); методологические сложности (отсутствие необходимого методического обеспечения, проблемы формирования уникальных систем показателей); внутриорганизационные проблемы (препятствия, связанные с финансированием процесса оценки и отсутствием времени на ее проведение); недостаточность знаний и навыков у субъектов оценки (особенно у внутренних специалистов); трудность получения

точных сведений ввиду специфики социального эффекта (отсроченный эффект); разный фокус оценки (общественная ценность, социальный эффект, удовлетворенность клиента, поведенческие изменения); отсутствие универсальных показателей оценки социальных результатов. Использование модели позволит учесть разноплановость целей и интересов пользователей аналитической информации, более эффективно организовать процесс оценки, применяя риск-ориентированный подход;

усовершенствованы:

теоретические основы социального предпринимательства в части уточнения тетрады противоречий: сущностного, целеполагающего, декларативного, результативного, что способствует пониманию социального предпринимательства как социально-экономического феномена и особого вида предпринимательской деятельности, с присущими ему принципами, целями, функциями, характерными особенностями и методикой оценки;

парадигма социального инвестирования, которая в отличие от существующих, дополнена рядом аспектов: в процесс инвестирования включены различные участники инвестиционного процесса (не только филантропы и благотворительные пожертвования); инвестиционный капитал рассчитан на финансирование долгосрочного развития (не только стартапа); объектом инвестирования может выступать любое социальное предприятие или предприниматель; инвестиции направлены на социальное воздействие; финансовый подход обеспечивает самофинансирование и устойчивость предприятия; использование данной парадигмы позволяет найти новые источники развития социального предпринимательства и обеспечить социальным предприятиям стабильное функционирование;

методический подход к оценке деятельности социальных предприятий на основе матрицы результатов BSC (BigSocietyCapital) за счет выделения в ее составе конкретных результатов (для индивида и общества в целом) и их измерителей, позволяет осуществить картографирование достижений предприятия; их гармонизацию для общества и конкретного индивида; охватить

ключевыми индикаторами всю деятельность социального предприятия; использовать сочетание количественных и качественных показателей его деятельности;

этапизация жизненного цикла социальных предприятий, отличительной особенностью которого является выделение этапа реинвенции и присущих ему проблем - конфликтности целей, недостаточного финансирования, неэффективного менеджмента, слабой адаптивности к бизнес-среде, что позволяет своевременно предвидеть появление сложностей, оперативно их решить и обеспечить дальнейшее эффективное функционирование предприятия;

формализованная модель процесса развития институциональной среды социального предпринимательства, использование которой, в отличие от существующих, предполагает следующую последовательность действий: создание институциональной государственной структуры; формирование законодательной базы социального предпринимательства; разработка комплекса мероприятий по поддержке социального предпринимательства; создание центра инноваций в социальной сфере; оценка динамики контрольных показателей реализации данной модели; ее реализация позволит создать необходимый базис социального предпринимательства и обеспечить его эффективное развитие в Донецкой Народной Республике;

обосновано применение ситуативно-ориентированного подхода к оценке результативности деятельности социальных предприятий, в основе которого лежит использование методики шкалирования для измерения качественных показателей (социального изменения), выбор конкретного стейкхолдера и определение фокусных целевых социальных групп, приоритетность включения в методику которых обусловлена текущей ситуацией в обществе;

получили дальнейшее развитие

понятийно-категориальный аппарат теоретико-методологической базы исследования в части уточнения сущности понятий «*ценности*», как элемента духовно-нравственной социальной системы общества, которые представляют

собой определенные нормы, правила и идеалы, определяющие и мотивирующие поступки и поведение человека, направленные на самовыражение, инновационное развитие общества и государства в целом; *«социальное предпринимательство»*, под которым предложено понимать самостоятельную функциональную составляющую экономической системы, осуществляющей деятельность по созданию и потреблению социальной и экономической ценности на основе оптимального перераспределения социальных функций и обязанностей между государством и предпринимателем; «*социальное предприятие*», рассматриваемое как предприятие, организованное с целью решения конкретной социальной проблемы или предоставления социальной услуги, которую не может решить рынок либо предоставить государство; «*институты социального предпринимательства*» трактуемые как система законодательно установленных и устойчивых правил и норм, регламентирующих взаимодействие между отдельными экономическими агентами, осуществляющими деятельность по созданию и потреблению социальной и экономической ценности на основе оптимального перераспределения социальных функций и обязанностей между государством и предпринимателем;

система показателей деятельности международных социальных предприятий, которая, в отличие от существующих, дополнена социально направленными индикаторами и бизнес ориентированными атрибутами анализа, что улучшит планирование основных экономических показателей предприятия, формирование его конкурентных преимуществ, разработку стратегий, направленных на дальнейшее развитие;

классификация типов социального предпринимательства, за счет дополнения следующих критериев: социальная значимость социального предприятия; масштабы деятельности; применяемые социальные технологии; виды социального бизнеса, позволяет идентифицировать традиционные и новые институты и формы социального предпринимательства, сформировать «третий

сектор», опосредующий связь между коммерческим бизнесом и государством для решения социальных проблем;

концептуальный подход к созданию единой цифровой платформы социального предпринимательства Донецкой Народной Республики, который в отличие от существующих, предполагает общую оценку ожидаемых результатов и социально-экономического эффекта, указывает основные барьеры и вызовы при внедрении и функционировании платформы, содержит ее основные характеристики и потенциальные возможности, что позволяет на этапе разработки платформенного решения учесть существующие проблемы, обеспечив эффективное взаимоотношение основных участников социального бизнеса, объединенных единой информационной средой.

Теоретическая и практическая значимость работы. Теоретическая значимость исследования заключается в том, что предложенные теоретико-методологические положения, научно-методические подходы и полученные результаты обосновывают обусловленность развития социального предпринимательства формированием ценностно-мировоззренческой институциональной среды в обществе.

Практическая значимость полученных результатов заключается в том, что обоснованные теоретические положения доведены до уровня конкретных методических подходов, положений и рекомендаций, направленных на развитие социального предпринимательства в Донецкой Народной Республике. Наибольшую практическую ценность имеют такие разработки: Концепция создания единой цифровой платформы социального предпринимательства Донецкой Народной Республики, проект сайта «Социальное предпринимательство Донецкой Народной Республики» (что внесет организующее начало в процесс цифровой трансформации предпринимательства); Устав Союза социальных предпринимателей Донецкой Народной Республики (что окажет методическую помощь в разработке регламентов деятельности общественной организации); методика и тесты оценки результативности деятельности социального предприятия (их

использование позволит проанализировать полученный социальный эффект от функционирования социального предприятия).

Рекомендации по развитию социального предпринимательства внедрены в Министерстве труда и социальной политики Донецкой Народной Республики (справка № 01.1-25/64 от 17.11.2021 г.); в Министерстве промышленности и торговли Донецкой Народной Республики (справка № 02-50/9044 от 19.11.2021 г.); в Министерстве Финансов Донецкой Народной Республики (справка № 01-06/7064 от 19.11.2021 г.); в Министерстве информации Донецкой Народной Республики (справка № 01/3312 от 25.11.2021 г.); в Администрации г. Донецка (справка № 9288/01-31исх от 17.11.2021 г.); в ФЛП Трофимова Т.В. ресторан «КАКАДУ» (справка № 10 от 29.10.2021 г.).

Основные положения диссертационной работы используются в учебном процессе ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» при преподавании учебных дисциплин «Ценообразование в туристском бизнесе», «Основы устойчивого развития туризма», «Прогнозирование, планирование, анализ и экспертиза туристической деятельности», «Конъюнктура и конкурентоспособность в туризме» (справка № 02.01/2115 от 24.11.2021 г.).

Методология и методы исследования. Теоретической и методологической основой исследования стали положения фундаментальных (системное мышление, общая теория систем, теория предпринимательства) и современных теорий (концепция эффективного управления, теория поведенческой экономики, теория ценностно-ориентированного менеджмента, концепция создания общих ценностей); законы и закономерности общественного и организационного развития, работы отечественных и зарубежных ученых по проблемам предпринимательства, в том числе социального, организации предпринимательской деятельности, формированию ценностных ориентаций в социуме; информационные материалы статистических, справочных, периодических изданий; ресурсы Internet; материалы научных и научно-практических конференций.

В процессе исследования использованы следующие методы: *терминологический, логический и лексико-семантический анализ* (при обосновании категориального аппарата: «социальное предпринимательство», «ценности», «социальное предприятие», «институты социального предпринимательства»); *диалектический, системно-исторический подход* (для исследования трансформации общечеловеческих ценностей с позиции периодизации человеческого развития); *экстраполяция научных знаний* (при исследовании этапов оценки социального предприятия и формировании системы показателей); *метод анализа, метод синтеза, метод обобщения, метод группировки* (для классификации типов социального предпринимательства; для систематизации проблем и видов поддержки социальных предприятий); *графический метод и метод построения аналитических таблиц* (для визуализации и структурированного представления информации, полученной в результате исследования); *информационного моделирования* (при построении моделей методик оценки деятельности социальных предприятий); *эвристические методы и методы обработки экспертной информации* (для оценки состояния социальной сферы Донецкой Народной Республики).

Положения, выносимые на защиту. По результатам исследования на защиту выносятся следующие основные положения, содержащие элементы новизны:

1. Концепция развития социального предпринимательства на основе ценностно-мировоззренческого подхода.

2. Понятийно-категориальный аппарат теории предпринимательства в части уточнения сущности понятий «социальное предпринимательство», «социальное предприятие», «институты социального предпринимательства», «ценности».

3. Научный подход к обоснованию детерминации развития социального предпринимательства, эволюционированием гражданского мировоззрения и системы ценностей в обществе.

4. Классификация типов социального предпринимательства.

5. Модель социального предпринимательства.

6. Типология проблем социального предприятия на этапах жизненного цикла.

7. Парадигма социального инвестирования.

8. Система условий и предпосылок развития социального предпринимательства в Донецкой Народной Республике.

9. Содержание этапов и аналитический инструментарий оценки деятельности социальных предприятий.

10. Композиционная модель оценки деятельности социальных предприятий.

11. Научно-методический подход к оценке деятельности социального предприятия.

12. Концептуальная парадигма развития институциональной среды социального предпринимательства.

13. Организационно-технологический подход к цифровизации социального предпринимательства.

Степень достоверности и апробация результатов. Диссертационная работа является результатом самостоятельного исследования, в котором предложен авторский взгляд к развитию теории, методологии и практики развития социального предпринимательства на основе ценностно-мировоззренческого подхода. Из научных работ, опубликованных в соавторстве, в диссертации использованы только те идеи и положения, которые сформулированы и получены лично автором. Основные положения и результаты диссертационной работы докладывались и обсуждались на 11 научно-практических конференциях различного уровня, основными из которых являются: «Актуальные проблемы экономики и права» (г. Ростов на Дону, 2020 г.); «Менеджмент и предпринимательство в парадигме устойчивого развития» (г. Екатеринбург, 2020 г.); «Scientific achievements of modern society» (Ливерпуль, 2020)», «Информационное пространство Донбасса: проблемы и перспективы» (г. Донецк, 2020 г.), «Fundamental and applied research in the modern world»

(Бостон, 2020 г.), «Results of modern scientific research and development»» (Мадрид, 2021 г.), «Финансово-экономическое развитие Донбасса: проблемы, пути решения» (г. Донецк, 2021 г.).

География публикаций: Донецк, Ростов-на-Дону, Чебоксары, Екатеринбург, Ливерпуль, Лондон (Великобритания), Барселона, Мадрид (Испания), Бостон (США).

Публикации. По результатам исследования опубликовано 36 научных работ общим объемом 38,87 печ.л. (лично автору принадлежит 35,62 печ.л.), в том числе 1 личная монография, 23 статьи в рецензируемых научных изданиях (лично автору принадлежит 9,87 печ.л.), 12 работ апробационного характера.

Структура и объем диссертационной работы. Диссертация включает введение, пять разделов, заключение, список литературы, содержащий 359 наименований, и 32 приложения (объемом 118 страниц). Общий объем диссертации составляет 487 страницы. Работа иллюстрирована 46 таблицами и 31 рисунком.

РАЗДЕЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

1.1 Социальное предпринимательство как социально-экономический феномен

Теоретическая разработка темы «социальное предпринимательство» имеет небольшую историю, поэтому пока трудно ожидать появления целостной, завершенной и системно оформленной научной картины данного явления. Несмотря на явно возросший интерес к исследованию предпринимательства в его социальном контексте ряд вопросов требует осмысления, изучения, раскрытия и уточнения. К таким вопросам можно отнести: во-первых, истоки и причины возникновения данного явления и его характеристики; во-вторых, содержание, структура, логика, принципы и цели его развития социального предпринимательства.

Современное мировое экономическое развитие осуществляется под общим глобальным трендом. Основной движущей единицей экономического процесса является субъект, ориентированный на поиск и внедрение инноваций с целью получения определенного результата, т.е. предприниматель.

Происходящие в экономике изменения неизбежно отражаются на всех сферах жизнедеятельности общества. Глобализация способствует трансформации национальных экономик в сферах культуры, политики, коммуникаций, экологии, что в конечном итоге приводит к видоизменению стандартных форм и принципов предпринимательской деятельности. В условиях информационного общества предпринимательство определяется не только наличием экономического капитала, но и социальным, культурным,

человеческим капиталом. С точки зрения экономической теории это обусловлено изменением характера и предмета труда.

Основой социально ориентированного экономического развития является противоречие: с одной стороны, максимальная рыночная эффективность, учитывающая экономические интересы государства, населения и предпринимателя. С другой – минимизация социальной напряженности в обществе.

Изменение условий жизнедеятельности общества вызвано рядом сформировавшихся объективных предпосылок: во-первых, развитие коммуникационных технологий, что способствует быстрому обмену информацией между различными социальными группами, как, в отдельном государстве, так и на глобальном уровне. Во-вторых, противоречие между глобально развивающейся экономикой и локально осуществляемой социальной национальной политикой. В-третьих, коммерциализация самой сферы социальных услуг, что вызвано, как расширением спектра потребностей населения, так и экспансией рыночных отношений. В-четвертых, непрекращающийся рост дифференциации доходов, что усиливает неравенство в обществе между отдельными социальными группами, в национальном масштабе, и неравенство между странами – в глобальном. Данные процессы усиливают социальную напряженность в обществе и формируют объективную необходимость в появлении качественно новых организационных форм удовлетворения потребностей, имеющих социальную направленность. Фактически перечисленные предпосылки можно рассматривать в качестве фундамента зарождения и формирования социального предпринимательства, которое призвано в процессе функционирования минимизировать социальную напряженность в обществе.

Социальное предпринимательство необходимо рассматривать в контексте общей теории предпринимательства. Основные идеи теории предпринимательства вполне применимы как в традиционном секторе экономики, так и в социальной сфере, не смотря на то, что цели производства в

этих секторах кардинальным образом отличаются. Если традиционное производство своей конечной целью имеет получение прибыли и накопление богатства, то для социального предпринимательства – богатство – это средство для достижения свой цели, которую впервые сформулировал Мухаммад Юнус (Бангладеш), основатель банка Grameen, нобелевский лауреат премии мира. Сформулированные им принципы социального предпринимательства лежат в основе его определения и являются общепризнанными в мировом сообществе. Главная цель социального предпринимательства заключается не в максимизации прибыли, а в борьбе с бедностью или любой другой социальной проблемой.

Методологически оправдано, учитывая приведенное выше, начать исследование социального предпринимательства именно с анализа основ общей теории предпринимательства, ее зарождения и развития.

Предпринимательство как социально-экономическое явление с момента его зарождения воспринимается далеко неоднозначно. С одной стороны – это отрицательное явление, противоречащее этическим установкам и нормам нравственности. С другой – основа экономической и политической свободы общества и личности. С целью раскрытия сущности и содержания такой сложной экономической категории как «социальное предпринимательство» считается обоснованным проведение ретроспективного анализа эволюции теоретических взглядов, сформировавшихся в рамках различных направлений и школ экономической теории о предпринимательстве.

Зарождение представлений о предпринимательстве уходят корнями в глубокую древность. Первые упоминания о предпринимательстве как деятельности направленной на повышение стоимости имущества, а именно земли, можно встретить в «Домострое» Ксенофонта (444 – 456 до н.э.). Древнегреческий философ Платон (428 до н.э.) воспринимал предпринимательство как зло, порожденное жаждой к стяжательству, считал, что именно государство должно решать социальные проблемы своих граждан. Его ученик Аристотель (384 – 322 до н.э.) наиболее выгодной сферой предпринимательства считал торговлю, но жестко критиковал ростовщичество

(хрематистика – деятельность ради денег) – финансовую форму предпринимательства. Философами Древнего Рима (Цицерон, Сенека) предпринимательство воспринималось прагматически. На основе анализа рациональных способов ведения хозяйственной деятельности был закреплен правой статус понятия «собственность» и отношений собственности (акты купли-продажи). Что стало основой для разработки римского права, впоследствии – хозяйственного права большинства стран мира [1]. Таким образом, древние мыслители не только определили сущность предпринимательства как вида хозяйственной деятельности, но и отстаивали его свободу и право на защиту.

Во многих странах Древнего Востока отношение к предпринимательству было абсолютно противоположным. Главная причина – абсолютная монархическая власть. В известной памятке Древней Индии «Артхашастра» (IV в. до н.э.) – трактат об искусстве политики и управления государством – значительное внимание уделяется решению финансовых проблем. В трактате утверждается: «… имущество царя не может быть хотя бы в малости не присвоено тем, кто владеет этим имуществом» [2, с. 33]. Кроме прочего в трактате четко регламентируется кастовая и сословная структура общества.

Одними из источников, в которых исследованы различные стороны общественной жизни, являются письмена китайской общественной мысли. Наиболее известен трактат «Спор о соли и железе» (Янь Те Лунь, I в. до н.э.). Данный труд построен в форме дискуссии между представителями высших государственных деятелей (чиновников) Западной Хань, государства, существовавшего во II – I в. до н.э., и представителями общественной элиты. Круг вопросов, по которым дискутируют, очень широкий. Речь идет и о литье монет, и о возвращении к древним потомкам, и о роли государства и его могуществе, и о налогах и их влиянии на развитие общества. Но, главный вопрос – формирование монополии на производство и реализацию соли и железа, и последствия этого процесса. Логичным финалом дискуссии является вывод: «… чиновники по железному делу продают средства труда по несходным ценам, или

обкладывают народ тяжелыми налогами», а народ организовывает подпольное производство соли и железа в ответ [3, с. 75 – 77].

Таким образом, главная идея мыслителей Древнего Востока – укрепление роли государства и эффективности его функционирования, а предпринимательство – не самое главное в общественной жизни. Оно существовало, но рассматривалось как объект налогообложения, источник кредитования и заимствования.

В средние века в Европе доминировало крайне негативное отношение к предпринимательству в частности, и к накоплению богатства вообще. Это связано с распространением христианского учения. Основная задача церкви и государства состояла в защите веры, а положение человека в обществе было предопределено принадлежностью к определенному сословию. При этом предприниматели (купцы, ростовщики, ремесленники) имели более низкий общественный статус, чем духовное сословие и феодалы. Позитивное отношение к предпринимателям начало формироваться в эпоху Реформации и позиционирования протестантской этики, в которой последним приписывались положительные качества: честность, трудолюбие, верность обязательствам.

Идеология либерализма, зародившаяся в XVII в. как протестное движение против кастовости и господства религии, основывалась на свободе личности (все имеют равные возможности и личностный рост достигается только собственными усилиями). Именно в этом периоде создается базис для научного обоснования сущности предпринимательства. Так, английский мыслитель Т. Гоббс (1588 – 1679) не только обосновал необходимость отделения частной собственности от государственной, но и ввел понятие личного интереса, утверждал, что все люди равны и обязаны выбирать себе правительство, которое обязано их защищать [4].

Термин «предприниматель» в научный оборот был введен Р.Кантильоном (1680 – 1734). По сути, он является сторонником меркантилизма, но его суждения о земле как единственном факторе производства и источнике формирования богатств ближе к школе физиократов. В своей работе «Очерк об

общей природе коммерции» он отмечает: «Предприниматель может быть торговцем или землевладельцем, но в равной степени он может быть капиталистом, использующим чужой труд; однако во всех случаях предпринимательская роль остается непосредственно за тем, кто принимает решение в условиях неопределенности» [5, с. 115].

Физиократ А. Р. Ж. Тюрго (1727 – 1781) внес уточнения в теорию Кантильона, выделив две социальные группы: предпринимателей (капиталистов), получающих прибыль, и наемных работников, получающих заработную плату [6, с. 609 – 610]. Предпринимателей и работников Тюрго относил к бесплодному классу.

Следующий этап развития теории предпринимательства связан с родоначальником классической политической экономии А. Смитом (1723 -1790). Он считал, что экономика – это саморегулируемая система, а конкуренция и «невидимая рука рынка» направляют активность предпринимателя в нужном для общества направлении. Смит отожествлял предпринимателя и собственника капитала, называя их либо «негоциантами» - торговцами, либо «фабрикантами» - промышленниками, и к их деятельности относился негативно, считая, что их интересы никогда не совпадают с интересами общества [7].

В отличие от А. Смита, который не занимался исследованием непосредственно предпринимателя, значимый вклад в развитие самой теории предпринимательства внесли такие представители классической школы политической экономии, как Ж.Б. Сей (1767 – 1832) и Дж.С. Миль (1806 – 1873). Сей отделил предпринимателя от капиталиста, считал, что именно предприниматель играет ключевую роль в развитии экономики, а именно – обеспечивает эффективное распределение и использование экономических ресурсов (факторов производства: земля, труд, капитал) [8]. Необходимо отметить, что именно исследования Сея стали базисом для формирования научной теории предпринимательства, хотя он ошибочно считал, что первым дал определение этого термина.

В фундаментальном труде Дж. С. Миля «Основы политической экономики» предприниматель рассматривается как человек, который не только берет на себя ответственность за риск, но и управляет бизнесом. Миль четко разграничил предпринимателя и акционера (инвестора), который тоже рискует, но непосредственно к процессу производства отношения не имеет [9]. Концепция Миля стала основой для разработки теории предпринимательского дохода Ханса фон Мангольдта.

К. Маркс в своем труде «Капитал» непосредственно исследованию предпринимательства внимания не уделил, но анализируя природу, специфику и происхождение капитала пришел к выводу, что предприниматель – это эксплуататор, который присваивает прибавочную стоимость, т.е. стоимость времени, затраченного работниками сверх времени, необходимого для обеспечения их существования. А его главная черта в том, что он «…алчет денег просто в силу своей ненасытности. … он просто должен стремится к накоплению: в конкурентной среде, где он обитает, можно лишь накапливать или стать жертвой, накопления других» [10, с. 197]. Увеличение прибыли – главная цель предпринимателя. Это утверждение Маркс иллюстрирует, используя цитату Т. Даннинга. «Капитал боится отсутствия прибыли или слишком маленькой прибыли, как природа боится пустоты. Но раз имеется в наличии достаточная прибыль, капитал становится смелым. Обеспечьте 10 процентов, и капитал согласен на всякое применение, при 20 процентах он становится оживленным, при 50 процентах положительно готов сломать себе голову, при 100 процентах он попирает человеческие законы, при 300 процентах нет такого преступления, на которое он не рискнул бы под страхом виселицы» [11, с. 770].

Неоклассическая школа политэкономии (маржинализм), сформировавшаяся в конце 19в., своей целью имела исследование взаимоотношений между отдельными экономическими агентами. Один из основателей – А. Маршал (1842 – 1924) – обосновал законы спроса и предложения, определил сущность понятия рыночное равновесие и равновесная цена, а также дополнил классификацию факторов производства еще одним

ресурсом – предпринимательская способность (способность идти на риск в условиях неполной информации о рынке, предвидеть колебания спроса и предложения и, как результат, равновесной цены) [12]. Фактически Маршал, сторонник эволюционного подхода к экономическим исследованиям, сформировал свое представление о предпринимательстве на основе трудов А. Смита, К. Маркса, Ч. Дарвина. Считал, что в хозяйственной сфере развитие также эволюционно, как в обществе или природе: на смену старому и слабому приходит новое и более сильное, т.е. действует «… закон замещения...» [12, с. 563]. В рамках неоклассической школы углубленному исследованию понятия «предпринимательство» способствовала теория общего экономического равновесия Л. Вальраса (1834 – 1910), ее содержательность сводится к положению: рыночное равновесие достигается в ситуации, когда предложение равно спросу, а прибыль стремится к нулю [13, с. 419 - 425]. В. Парето (1848 – 1923) в рамках теории общественного благосостояния обосновал принцип оптимального состояния экономики (условия Парето-оптимальности). Состояние экономики считается Парето-эффективным, если невозможно перераспределить блага таким образом, чтобы благосостояние хотя бы одного экономического агента увеличилось без уменьшения благосостояния других [13, с. 444].

Экономические реалии не соответствовали теории Парето, это противоречие способствовало появлению альтернативных концептуальных подходов в теории предпринимательства. Они сформировались в рамках австрийской школы экономической теории, исследования которой базировались на определении роли личности в экономике и поиске причин нарушения экономического равновесия. Ярким представителем данной школы является Й.А. Шумпетер (1883 – 1950), который основываясь на анализе экономической истории капиталистических стран, утверждал, что нарушение экономического равновесия связано с самой экономикой. Для того чтобы нарушить равновесие необходимы «инновации», под которыми Шумпетер понимал «новые комбинации» факторов производства [14, с. 142]. По сути, основой теории

эффективной конкуренции Шумпетера является предприниматель – новатор, который формирует инновационную среду и является, наравне с традиционными факторами производства, четвертым фактором – фактором инновации. В инновациях и состоит сущность предпринимательского процесса, а предприниматель – это человек, способный за счет внедрения инноваций в практику хозяйственной деятельности получать прибыль. Таким образом, внедрение инноваций – это функция деятельности, а не сама деятельность [14, с. 147]. Следовательно, именно в рамках неоклассической теории были обоснованы законы и закономерности поведения экономических агентов (в том числе и предпринимателей) на микроэкономическом уровне.

Место и роль предпринимательства в национальной экономике были исследованы в рамках кейнсианской макроэкономической теории. Дж. М. Кейнс (1883 – 1946) в своем главном труде «Общая теория занятости, процента и денег» на основе анализа совокупного спроса, как производной ожидаемого дохода предпринимателя и занятости, а также – совокупного предложения, как производной издержек и предпринимательской активности, сформулировал основные свойства предпринимательства, которые стали методологической основой теории предпринимательства [15]. Кейнс считал, что действия предпринимателей далеки от рациональности и базируются на «животном чутье», т.е. инстинкте, азарте, оптимизме или пессимизме [15, с. 159]. Кроме того, на основе исследования взаимодействия государства и предпринимателя, Кейнс отмечает важность бюджетной политики, предполагающей финансирование, инвестирование и кредитование частных предпринимателей из бюджета государства, называя такую политику «социализацией инвестиций». Именно с этого момента предпринимательству, кроме стяжательства и тяги к обогащению, начинают приписывать и социальные функции. Резюмируя сказанное, предприниматель по Кейнсу – это тип экономического хозяйствующего агента, способного к риску, обладающего деловой активностью, уверенного в результативности своих действий, стремящегося достичь лучшего социального положения.

Абсолютно противоположный взгляд на исследуемую категорию позиционируют критики кейнсианской теории. Яркий представитель неоклассической школы Людвиг Эдлер фон Мизес (1881 – 1973) рассматривает предпринимательство как основной экономический ресурс (фактор производства), который обеспечивает экономию времени за счет снижения общих затрат. «… в экономической теории предприниматель, капиталист, землевладелец, рабочий и потребитель не являются живыми людьми, которых можно встретить в реальной жизни и истории. Они представляют собой воплощение отдельных функций в рамках функционирующего рынка» [16, с. 238]. Сама предпринимательская функция состоит в способности определить совокупность возможностей по использованию факторов производства (земли, труда, капитала) с целью получения прибыли. Таким образом, «… функция заключается в определении сфер применения факторов производства. Предприниматель – это человек, который находит им какое-либо предназначение. При этом он движим исключительно эгоистические интересом извлечения прибыли и приобретения богатства» [16, с. 274]. Стремление к прибыли – движущая сила рыночной экономики.

Одной из важных составляющих теории предпринимательства является категория риска. В трудах американского экономиста Ф.Х. Найта (1885 – 1972) раскрыты сущностные характеристики риска, природа неопределенности и их влияние на прибыль предпринимателя [17].

Дальнейшее развитие теории рисков связано с исследованиями Дж.Л. Шэкла (1903 – 1992), который развил концепцию неопределенности в хозяйственной сфере. Он сконцентрировал свое внимание на психологическом состоянии, в котором пребывает предприниматель, принимающий решение о последующих действиях. Главным элементом этой теории является время, т.е. каждый момент времени уникален, а оценка будущих результатов – воображение индивида, которое непосредственно связано не с реальными событиями, а с личными желаниями последнего. Следовательно, результативность

деятельности предпринимателя имеет неопределенный характер и зависит от отношения индивида к тем или иным событиям (кривая безразличия).

Теория Дж. Шекла воспринимается неоднозначно научным сообществом. Некоторые ученые считают его первопроходцем, обосновавшим новую концепцию экономического поведения. Другие – ученым, опровергающим возможность прогнозирования экономических результатов хозяйственной деятельности. П. Блауг относительно теории Шекла отметил, что «… его труды фактически играли на руку тем, кто хотел бы «поставить крест» на науке под названием «экономика» [18, с. 368].

Фридрих Август фон Хайек (1899 – 1992) – представитель крайне либерального направления в экономической теории, в рамках концепции экономического либерализма исследовал процесс взаимодействия государства и хозяйствующих субъектов, а точнее влияние государственного вмешательства на эффективность предпринимательства. Кроме прочего, он считает, что чем интенсивнее государство вмешивается в экономику, тем больше культивируется пренебрежение к закону и возрастает уровень бюрократии. Концепция предпринимательства Хайека основана на принятии предпринимателя как человека творческого, а характер этого творчества зависит от уровня контроля за его деятельностью со стороны государства [19].

Поведенный анализ свидетельствует о том, что целенаправленно вопросы социальной составляющей предпринимательства не ставились и не разрабатывались в рамках экономической теории. Впервые проблема социального предпринимательства, как экономического явления, получила свое оформление в конце XX века в концепциях эффективного управления П. Друкера [20]. Отправной точкой развития теории стал «корпоративный» кризис 1980 – 1990 гг., вызванный биржевым крахом 1987 г.

П. Друкер, на основе исследования причин и факторов краха крупных корпораций, обосновал недостаточность социальной составляющей в бизнесе и выделил основные составляющие развития социального бизнеса. Во-первых, основой развития предпринимательства должны быть социальные инновации

(развитие образования и социализация трудовых отношений). Во-вторых, формирование миссии социального предпринимателя. В-третьих, формирование конкурентных преимуществ на основе ключевых и совокупных возможностей.

Значительное внимание вопросам определения понятия, сущности, характерных особенностей и содержательного аспекта социального предпринимательства уделено в современных российских научных исследованиях. Некоторые ученые предлагают рассматривать социальное предпринимательство исходя из трех взаимосвязанных элементов: выявления устойчивого игнорирования потребностей отдельных сегментов общества; определения возможности создания социальной ценности в этом сегменте; принятие предпринимательских действий для восстановления более справедливого положения [21, с. 51]. Такая трактовка социального предпринимательства позволяет четко определить социальную ценность и выявить изменения, произошедшие в обществе в результате реализации конкретных социальных действий.

Профессор В.В. Жохова, на основе комплексного и всестороннего анализа, выделяет такие основные моменты, определяющие сущность и понятие социального предпринимательства: во-первых, это процесс создания ценности благодаря набору ограниченных экономических ресурсов; во-вторых, создание благоприятных возможностей для решения социальных проблем; в-третьих, непрерывное участие в процессах инновации, адаптации, обучения. При этом утверждается, что «Социальный предприниматель предъявляет высокие требования к соотношению экономической и социальной эффективности, самостоятельно решая социальные проблемы и становясь более ответственным в понимании социальной справедливости» [22, с. 90]. На наш взгляд, такое принятие социального предпринимательства очень оптимистично, для того чтобы предприниматель осознанно начал создавать социальный продукт нужны весомые мотивации и стимулы.

Некоторые российские ученые считают социальное предпринимательство качественно новой формой хозяйственно-экономической деятельности, которая

имеет такие характерные особенности: предприятия создаются для достижения установленной социальной цели, поэтому ожидаемый результат заранее предопределен; предприятие основано на инновациях, которые изначально ориентированы на решение социальных проблем; источниками финансирования предприятия являются полученные доходы и благотворительные пожертвования [23, с. 52].

Основными компонентами социального предпринимательства по мнению профессора А. Московской являются: выявление стабильного несправедливого равновесия в обществе; определение социальной ценности в рамках этого равновесия; создание «нового стабильного равновесия, которое позволяет раскрыть потенциал или облегчить страдания целевой группы» [24, с. 112]. При этом сами социальные предприятия рассматриваются как «объект легитимации» [25, с. 34]. Автор считает, что социальное предпринимательство радикально отличается от предпринимательства вообще, во-первых, более сложным процессом организации, во-вторых, оно может отожествляться с благотворительностью. «… либо бизнес должен что-то отдать, чего он не делает в рамках стандартных условий достижения прибыли, либо социальное предпринимательство – все-таки не бизнес. В первом случае известной аналогией служит социально ответственный бизнес и корпоративная благотворительность, во втором случае – коммерческие организации, хотя и с предпринимательским уклоном» [25, с. 37]. По сути, выделяются две основные организационные формы социального предпринимательства: крупные компании, придерживающиеся политики социальной ответственности; слияние социального предпринимательства и малого бизнеса для решения социальных проблем на отдельных территориях [25, с. 39-40]. А его определение сводится к предоставлению «… социально полезных услуг, предназначенных рядовым семьям с детьми или любым категория граждан» [25, с. 45].

Ученые, придерживающихся системного подхода в исследованиях, социальное предпринимательство принимают как «… целостную систему, как подсистему современной экономики, а именно: … - это формирующаяся система

взаимодействия экономических субъектов: государства, социальных предпринимателей и социально незащищенных слоев населения (как потребителей и участников), - вовлеченных в социально направленную предпринимательскую деятельность по поводу создания и потребления ценности, экономической и социальной» [26, с. 106].

Современный этап развития теории социального предпринимательства характеризуется междисциплинарностью (содержание понятия исследуется в рамках различных наук, наиболее активно в рамках социальной философии и экономической теории) и альтернативностью (сформировались несколько концепций понимания содержательности данной категории). Анализ научных трудов, прямо или косвенно связанных с проблематикой социального предпринимательства, позволил выделить широкий и узкий подходы. Широкая трактовка сводится к восприятию социального предпринимательства как деятельности, направленной на удовлетворение социальных потребностей слабо защищенных слоев населения (И. Марти, С. Осберг). Узкая – инновационный подход в деятельности, направленный на решение наиболее острых социальных проблем (М. Кувшинова, Г. Диз). Отличие приведенных подходов заключается в наличии, в первом случае, ценностной ориентации, либо в приоритете предпринимательства над социальной составляющей – во втором.

С целью обобщения и систематизации результатов проведенного исследования содержания категорий «предпринимательство» и «социальное предпринимательство» считаем целесообразным применить системно-исторический подход, а именно рассмотреть их генезис с точки зрения формационного и цивилизационного подходов к периодизации человеческого развития (табл. 1.1., 1.2.).

Формационный подход базируется на выделении этапов общественного развития с устоявшимися характеристиками. Со средних веков в социально-экономическом развитии общества последовательно происходит смена трех исторических формаций. Согласно подходу О. Тоффлера: аграрная – индустриальная – технотронная цивилизация.

Таблица 1.1 – Диалектика формирования понятия «социальное предпринимательство» в рамках цивилизационного подхода

№	Цель развития	Характеристика процесса	Роль человека
1	Накопление богатства	Использование рабского труда, спекулятивные формы обогащения	Предмет обогащения (раб, крепостной)
2	Максимизация прибыли	Эксплуатация, внедрение достижений научно-технического прогресса	Фактор производства (создает прибавочную стоимость)
3	Создание экономической и социальной ценности	Внедрение инноваций, накопление и капитализация социального капитала	Личность (формирует социальный капитал)

Таблица 1.2 – Диалектика формирования понятия «социальное предпринимательство» в рамках формационного подхода

№	Формация	Характеристика формации	Определение
1	Доиндустриальное общество	Основа экономического развития – сельское хозяйство и добыча полезных ископаемых (рабовладение, феодализм)	Деятельность, направленная на накопление богатства (предпринимательство в сфере торговли и финансов)
2	Индустриальное общество	Социально-экономическое развитие базируется на промышленности и производстве товаров народного потребления (становление и развитие капитализма)	Эффективное использование факторов производства с целью максимизации прибыли (капиталистическое предпринимательство, основанное на частной собственности)
3	Постиндустриаль-ное общество	Общественное развитие основано на сфере услуг и информатизации экономического производства (социально ориентированный рынок, глобализация)	Инновационная хозяйственная деятельность, в процессе которой создается экономическая и социальная ценность (социальное предпринимательство)

По теории А. Белла: доиндустриальное – индустриальное – постиндустриальное общество [27, с. 18].Цивилизационный подход базируется на описании процесса общественного развития как обобщенного, синтезированного взгляда, в основе которого не какая-либо страна или этап развития, совокупность всех черт общества – материальных, духовных, культурных, нравственных, религиозных – в их единстве, преемственности и развитии. Основа этого подхода – изучение исторического развития с позиции общечеловеческих ценностей и интересов, поскольку человеку свойственна общность ряда социально-экономических, производственных, научно-технических, политических, нравственных и культурных характеристик [27, с. 19].

Следовательно, изменение технологического уклада и способа производства, а также роли человека в социально-экономическом развитии общества объективно обосновывают неизбежность возникновения социального предпринимательства как инновационной хозяйственной деятельности, направленной на решение наиболее актуальных социальных проблем.

В настоящее время в науке сложилось несколько теоретических подходов к определению сущности социального предпринимательства, их систематизация на основе особенностей различных методологий позволила выделить:

1. Функциональный подход. Отличительная особенность – трактует предпринимательство с позиции его роли и функций в экономике.
2. Инновационный (модернистский) подход. Предпринимательство – инновационный вид деятельности, направленный на поиск и реализацию новых комбинаций факторов производства в системе экономических отношений.
3. Междисциплинарный подход. Предпринимательство анализируется с точки зрения экономического поведения и его психологической мотивации.
4. Макроэкономический подход. Предпринимательство – обособленная подсистема отношений в рамках национальной экономики.
5. Микроэкономический подход. Предпринимательство – тип экономического поведения индивида, предприятия или отрасли.

6. Институциональный подход. Предпринимательство исследуется как социально-экономический институт, т.е. совокупность норм и правил функционирования хозяйствующих субъектов.

7. Социальный подход (Концепция социального бизнеса М. Юнуса). Роль предпринимательства – создание предприятия с целью решения социальной проблемы в таких сферах как образование, здравоохранение, охрана окружающей среды.

Считаем, что все указанные подходы к исследованию предпринимательства важны, не смотря на их существенные различия. По сути, они отражают различные стороны этого явления, характеризуя его как метод хозяйствования, экономический процесс или систему отношений.

Однако для более точного определения сущности социального предпринимательства считаем целесообразным применить ценностно-мировоззренческий подход. Объективность его применения можно аргументировать следующим: во-первых, стремительная трансформация мировых экономик, вызванная глобализацией, способствует изменению ценностных и социальных ориентиров развития общества. Во-вторых, ценностные изменения предопределяют внутренние трансформации в социуме, т.е. способствуют преобразованию вторичных по отношению к ценности параметров социума: политики, культуры, институтов и т.д. В-третьих, как показывают примеры новейшей истории (финансовый кризис 2008 г., пандемия COVID – 19), возникающие глобальные проблемы решаются не мировым сообществом, а каждым национальным государством в отдельности. Такое положение вещей предполагает перераспределение социальных функций между государством и бизнесом. В-четвертых, эволюция общественных отношений привела к смещению целевых ориентиров в бизнесе от максимизации прибыли при любых условиях (экономическая ценность) к служению обществу и получению социальной ценности. В-пятых, позиционирование предпринимательства в современном информационном обществе зависит от характера труда: индивидуальный уровень труда (человек), локальный уровень

труда (предприятие), национальный уровень (государство), глобальный уровень (мировое сообщество), т.е. должно восприниматься как система отношений.

Исходя из приведенной аргументации, считаем целесообразным применение ценностно-мировоззренческого подхода в рамках которого вполне правомерно исследовать социальное предпринимательство с позиции равнозначной функциональной составляющей в системе «государство – предприниматель – общество».

В рамках ценностно-мировоззренческого концептуального подхода социальное предпринимательство считаем целесообразным рассматривать как: самостоятельную функциональную составляющую экономической системы, осуществляющую деятельность по созданию и потреблению социальной и экономической ценности на основе оптимального перераспределения социальных функций и обязанностей между государством и предпринимателем.

1.2 Ценностно-мировоззренческий подход как методология исследования формирования и развития социального предпринимательства

Вся история развития экономики, общества, гражданского общества, формирования государственности и конструирования различных социально-экономических укладов, является длительным процессом эволюционного становления ценности как основы развития человечества. «В измеряемой по критерию ценностного развития человечества мировой истории фиксируются как периоды подъемов, так и упадков («ценностных откатов»). Содержательно в ядре сменяемых мировоззренческих платформ находился единый на все времена ценностный пакет. Этот опыт позволяет ставить задачу формирования новой, соответствующей вызовам времени, системы мировоззрения как основания для очередного всечеловеческого исторического прорыва» [28, с. 734].

Социальное предпринимательство как исключительный и уникальный феномен социально-экономического развития общества и человечества в целом, сформировалось в ответ на его вызовы и социальные проблемы, с одной стороны, и как объективная неминуемость вследствие эволюции ценностно-мировоззренческого подхода к предпринимательству, с другой стороны. Профессор Мокий М.С. на основе исследования роли ценностно-целевого концепта в социально-экономическом развитии человечества, утверждает, что «в основе социально-экономического развития человечества лежит мировоззренческая позиция, которая посредством культуры воплощается в систему ценностей, норм и интересов групп людей» [29, с. 396].

Известный польский экономист Гжегош Колодко отмечает, что экономическое развитие человечества рассматривается сквозь призму культурных различий и менталитета народов разных стран и определяется существующей системой ценностей [30].

Необходимо заметить, что и государственная экономическая политика Российской Федерации основывается на ценностном подходе. Так, в [31, с. 57], указывается, что «экономическая доктрина Российской Федерации исходит из первичности в государственном управлении публично задаваемых ценностей и целей развития». Более того, в документе подчеркивается, что «государственная политика в сфере социально-экономического развития подчиняется ценностному выбору» [31, с. 22].

Профессор, философ Е.М. Сергейчик говоря о ценностном подходе и его роли в развитии общества, пишет: «Невозможность избежать ценностного подхода в анализе общественных процессов даже самыми ярыми сторонниками универсальных исторических законов является свидетельством в пользу возможности и необходимости философии истории как науки о принципах исторической жизни» [32, с. 180].

Если обратиться к создателю социологической теории постматериализма, профессору Р. Инглхарту, то он пишет: «Экономическое развитие, как представляется, действительно связано с синдромом предсказуемого отхода от

абсолютных социальных норм в пользу все более рациональных, гибких, пользующихся доверием постмодернистских ценностей» [33]. Результаты его исследований убедительно доказали, что существует тесная связь между ценностями той или иной нации и развитием ее экономики.

Таким образом, приоритет ценностно-мировоззренческого подхода, как методологии, лежащей в основе исследования эволюции человечества, гражданского общества, экономики и политики государств, свидетельствует об актуальности и востребованности дальнейшего изучения трансформации ценностей и ценностных ориентиров применительно к теории и практике предпринимательства, как важнейшей составляющей государственной экономической политики, в условиях современных социальных вызовов и шоков.

Следует подчеркнуть, что в современных условиях построения новой инновационной, социально-ориентированной экономики, ценностно-мировоззренческий подход рассматривается как междисциплинарный, ориентированный на изучение взаимосвязи социально-экономического прогресса общества и ценностных ориентаций, мировоззрения и оснований жизнедеятельности человека. А при определении сущностного наполнения (сути) ценностно-мировоззренческого подхода следует руководствоваться лексико-семантическим анализом терминов «ценностный» и «мировоззренческий», которые, по нашему убеждению, прежде всего, означают относящиеся к ценностям и мировоззрению.

Для обоснования целесообразности использования в качестве методологии исследования зарождения и развития феномена социального предпринимательства (как особого экономического фактора) ценностно-мировоззренческого подхода, считаем необходимым, на первом этапе, рассмотреть сущностное наполнение категорий «ценность» и «мировоззрение», на втором - значимость ценностно-мировоззренческого подхода в социально-экономическом развитии общества и, наконец, его роль в формировании социального предпринимательства.

Формирование, становление и развитие понятия «ценность», которое является важнейшим структурным звеном в ряде социально-гуманитарных наук (философии, социологии, культурологи, политологии, социальной психологии, этики), относится к Античности и Средневековью, когда только складывались ценностные понятия о добре и зле, добродетели, смысле жизни. Впервые термин «ценность» употребил Диоген Даэртский, отмечавший, что «ценность…есть, во-первых, свойственное всякому благу содействование согласованной жизни; во-вторых, …польза, содействующая жизни, согласной с природой, …в-третьих, меновая цена товара, назначаемая оценщиком» [34, с. 300-301].

На протяжении истории сущностное наполнение категории «ценность» менялось, но неизменным оставалась связь человеческого бытия, его развития с ценностными детерминантами. Данный тезис подтверждает И.Г. Сухина: «Во всех явлениях человеческого бытия обнаруживается присутствие тех смысловых значимостей, которые составляют предмет человеческих устремлений» [35, с. 368]. Как отмечает профессор Л.Н. Столович (исследователь истории аксиологической теоретико-ценностной мысли), с начала XX века «интерес к философии ценностей возрастает лавинообразно» [36, с. 87].

Следует заметить, что наиболее сильное влияние на развитие и исследование ценностей оказали ученые в XIX-XX веке. Именно к этому периоду относится становление аксиологии (термин был введен французом Полем Лапи в 1902 г.), как философской дисциплины, предметом изучения которой является категория «ценность». Аксиология как наука о ценностях охватывает все стороны жизнедеятельности человека, формирую его ценностно-мировоззренческий: характер, видение и восприятие мира, осмысление своего предназначения и дальнейшего развития общества.

Принимая во внимание уникальность и кроссдисциплинарность понятия «ценности», его исследованием занимались ученые многих общефилософских наук. Так, исследованием феномена ценностей и их роли в жизни общества занимались западноевропейские философы: Г. Лотце [37], Г.Риккерт [38], В. Виндельбанд [39], М. Шелер [40], Н. Гартман [41], М.Вебер [42]; российские и

украинские философы: В. Ильин [43], М. Каган [44], С. Крымский [45], В. Малахов [46], М. Попович [47], Л. Столович [36], И. Сухина [35] и др. Среди социологов следует отметить М. Рокича [48], Э. Дюркгейма [49], Р. Инглархта [33], Х. Йоаса [50], Т. Парсонса [51-52], Н. Смелзера [53], Н.Лапина [54]. В социальной психологии категорий ценности изучали Дж.Г. Мид [55], Г. Олпорт [56], М. Розенберг [57], С. Рубинштейн [58], Д. Леонтьев [59], Г. Андреева [60], Л. Божович [61], М. Бобнева [62], О. Зотова [63], Д. Майерс [64] и др. Особенности исследования содержания категории ценностей у представителей данных общефилософских наук, представлены на рисунке 2.1.

Рисунок 1.1 - Направление исследования ценностной проблематики гуманитарными науками *[составлено на основе 65]*

Учитывая разноаспектность содержательного наполнения категории «ценности», сложно выделить наиболее общее определение данного понятия. Так, итальянский философ Э. Агацци полагает, что «ценности выступают «идеальными моделями» человеческой деятельности» [66, с. 27]. В. Малахов трактует ценность как «смыслообразующее начало человека» [67, с. 79]. П.Гуревич считает, что «ценности не просто упорядочивают действительность для человека, … ценности придают смысл самой человеческой жизни» [68, с. 38]. Профессор Л. Столович отмечает: «…понятие ценность немыслимо без адресата, ценность всегда существует для кого-то… ценность – это ценность для человека» [69, с. 13].

Мир ценности – это мир для человека, мир в его человеческом значении. Поэтому «подлинные ценности всегда гуманистичны» [69, с. 16]. Американский социолог Т. Парсонс определяет понятие ценности как социологическую категорию, используемую для описания культуры и социальных систем [51, с. 468-469]. Этнолог Клод Клакхон, утверждает, что «ценности – это осознанное или неосознанное, характерное для индивида или для группы индивидов представление о желаемом, которое определяет выбор целей (индивидуальных или групповых) с учетом возможных средств и способов действия» [70, с. 395]. Следовательно, ценности, рассматриваются как связующее звено между человеком (индивидуумом) и обществом, а ценностный подход направлен на изучение и объяснение движущей силы мотивов к достижению поставленной индивидом цели.

Профессор НИИ ВШЭ Шалом Шварц дает такое определение ценностям: «Ценности - это «желаемые, выходящие за рамки конкретных ситуаций цели, отличающиеся друг от друга по значимости и являющиеся руководящими принципами в жизни людей» [71, с. 173]. Милтон Рокич полагает, что «ценность – «это устойчивое убеждение в том, что определенный способ (mode) действия или определенные жизненные цели более предпочтительны для индивида и общества другим способам деятельности или другим конечным целям» [48].

В. Магун дает следующее понимание ценностей: «Ценности – это убеждения человека в значимости (важности) для него некоторого объекта или состояния как цели или средства. Ценности – это стандарты, с которыми человек соотносит реальное положение вещей (результат соотнесения выражается в оценках удовлетворенности)» [72].

Профессор И. Сухина утверждает: «ценности можно определить как любые объекты, имеющие значение в связи с их объективными свойствами, а также их потенциальной, а в практической деятельности – и реальной способностью соответствовать потребностям и интересам человека, его жизненным целям» [35, с. 372]. Д. А. Леонтьев заключает, что «ценности признаются реально действующими имманентными образованиями, выступающими регуляторами поведения индивидов вне зависимости от их отражения в сознании» [59]. Однако, «каждый человек по-своему, индивидуально относится к ценностям того или иного рода, в чем и заключается суть именно его ценностной ориентации» [73, с. 5]. При этом важно понимать, что система ценностных ориентаций состоит из «подсистем: когнитивная – система знаний, суждений, убеждений об объекте; эмотивная – система чувств, эмоциональных оценок объекта; поведенческая – система определенных действий, последовательное поведение по отношению к объекту» [74, с. 53].

Следует подчеркнуть, что «большое значение в расстановке акцентов в процессе формулировки определения, безусловно, играет та научная специальность, в рамках которой оно разрабатывается. Так, с философских позиций в процессе разработки определения доминирующими являются понятия значимости и идеала, социология во главу угла ставит источник мотивации, установку, средство удовлетворения потребностей, культурология, в свою очередь, характеризует ценности через эталон, идеал, не подлежащий сомнению (убеждения людей, выражающиеся в их поведении)» [75, с. 298].

Анализ многочисленной научной литературы показал, что в настоящее время нет единого общепринятого определения категории «ценности». «В научной литературе насчитывается несколько сотен определений, варьирующих

в зависимости от имеющихся подходов в той или иной отрасли научного знания» [65, с. 88]. Еще в 1996 г. Д.А. Леонтьев указывал, что «работы разных авторов, обращающихся к ценностной проблематике, не образуют единого проблемного поля… Авторы, претендующие на обобщение разных точек зрения, в лучшем случае классифицируют разные подходы, даже не пытаясь привести их к какому-то общему знаменателю» [59, с. 5]. С одной стороны, под ценностями рассматривают определенные объективные явления природы, общества, индивидуального бытия человека, которые полезны и нужны людям и выполняют определенные функции в жизни людей независимо от их желаний и потребностей. С другой стороны, ценности понимаются как «значимые для личности (т.е. необходимые для удовлетворения потребностей) предметы и явления окружающей действительности» [76].

Полемику этого вопроса можно свести к основным оппозициям: 1) ценности – это предметное выражение значимости или абстрактные сущности; 2) ценности – это сугубо индивидуальная или надындивидуальная реальность; 3) ценности выступают в качестве эталона или могут быть рассмотрены как идеал [59]. Каждое из обозначенных оппозиций опирается на большую теоретико-методологическую и эмпирическую базу, возникшую вследствие длительного идеогенеза в этой области.

Чтобы дополнить предметно-понятийное содержание понятия «ценности», рассмотрим пять философских коннотаций, которые позволят наиболее полно осветить его сущностное наполнение [35, с. 372-373]:

1. Ценность не может быть присуща объекту самому по себе, который является лишь ее носителем. Только благодаря ценностным представлениям человека, ценность экстраполируется на объект, отождествляется с ним, становится главным условием его бытия для человека.

2. Ценность представляет собой определенный человечески-значимый смысл, значения которого удостоверяются в актах оценки. Они охватывают собой всю сферу человеческого бытия в мире. Ценности выступают

инициирующим и руководящим началом всех форм сознательно-мотивированной активности человека.

3. Будучи актуальным (человечески-значимым) смыслом ценность раскрывается как отношение, причем отношение субъектное. Ценности выступают связующим звеном между человеком как субъектом сознания и миром, инициируя развертывающуюся, процессуальную коррелятивную систему связей «человек-мир», в которой осуществляется человеческая жизнедеятельность.

4. Ценности являются мотивационным началом и основанием человеческих актов. Задаваемая и определяемая ценностями сознательная мотивированность есть способ инициирования человеческой деятельности как таковой.

5. Ценности имеют деонтологический (греч. deontos – должное) характер, содержат в себе идеационный элемент долженствования («как должно быть»), актуализирующий и сублимирующий творческий потенциал человеческого сознания.

Российский психолог, профессор Д.А. Леонтьев выделяет следующие формы существования ценности: общественные (социальные) идеалы (ценности социума, выработанные общественным сознанием и присутствующие в нем обобщенные представления о совершенстве в различных сферах общественной жизни); предметно воплощенные ценности (воплощенные в продуктах деятельности) и личностные ценности (это идеалы, задающие конечные ориентиры индивидуальной деятельности данного конкретного субъекта) [59].

Дальнейшее исследование категории «ценности» предполагает рассмотрение основных концепций ценности. «В современной философии и науке принята следующая типизация основных концепций ценностей: натуралистический психологизм, аксиологический трансцендентализм, культурно-исторический релятивизм, персоналистический онтологизм, социологизм» [77, с. 442]. Заметим, что в дискурсе нашего исследования интерес представляет последнее в представленной классификации

направление – социологизм, в рамках которого изучается взаимообусловленность функционирования общественного (социального) и личного уровней системы ценностей общества и ее место как важнейшей подсистемы социума. Профессор И.А. Батанина [78, с. 112-113] в рамках социологизма выделяет утилитарный подход (ценности выступают как важнейший мотиватор поведения субъекта); структурно-функциональный подход (ценности влияют на социальное поведение человека); системный подход (общество как единая система ценностей); коммуникативный подход (взаимообусловленность личных и социальных ценностей общества).

Ценности, ценностная система, как носитель социокультурной специфики гражданского общества, выступают в качестве важнейшего элемента социальной системы, в которой особенно остро проявляется все характеристики ценностных отношений в обществе (рис. 1.2).

Таким образом, ценности как элемент духовно-нравственной социальной системы общества представляют собой определенные нормы, правила и идеалы, определяющие и мотивирующие поступки и поведение человека, которые направлены на самовыражение, инновационное развитие общества и государства в целом.

С целью формирования общего видения ценностно-мировоззренческого подхода, обратимся к категории мировоззрения как многоаспектного социокультурного феномена. «Мировоззрение как социокультурный феномен выступает в качестве фундаментального уровня нравственного, духовного бытия человека, а, следовательно, важнейшим элементом, точнее, предпосылкой социокультурной жизни. Мировоззрение по отношению к иным формам человеческого бытия выполняет главенствующую роль (в том числе и в отношении к другим социокультурным и духовным феноменам)» [79, с. 30]. Президент Римского клуба А. Печчеи в своем докладе отмечает, что «мир находится в опасности и спасение лежит в изменении мировоззрения, т.е. становится всё яснее, что для дальнейшего движения вперёд необходимо новое мировоззрение» [80].

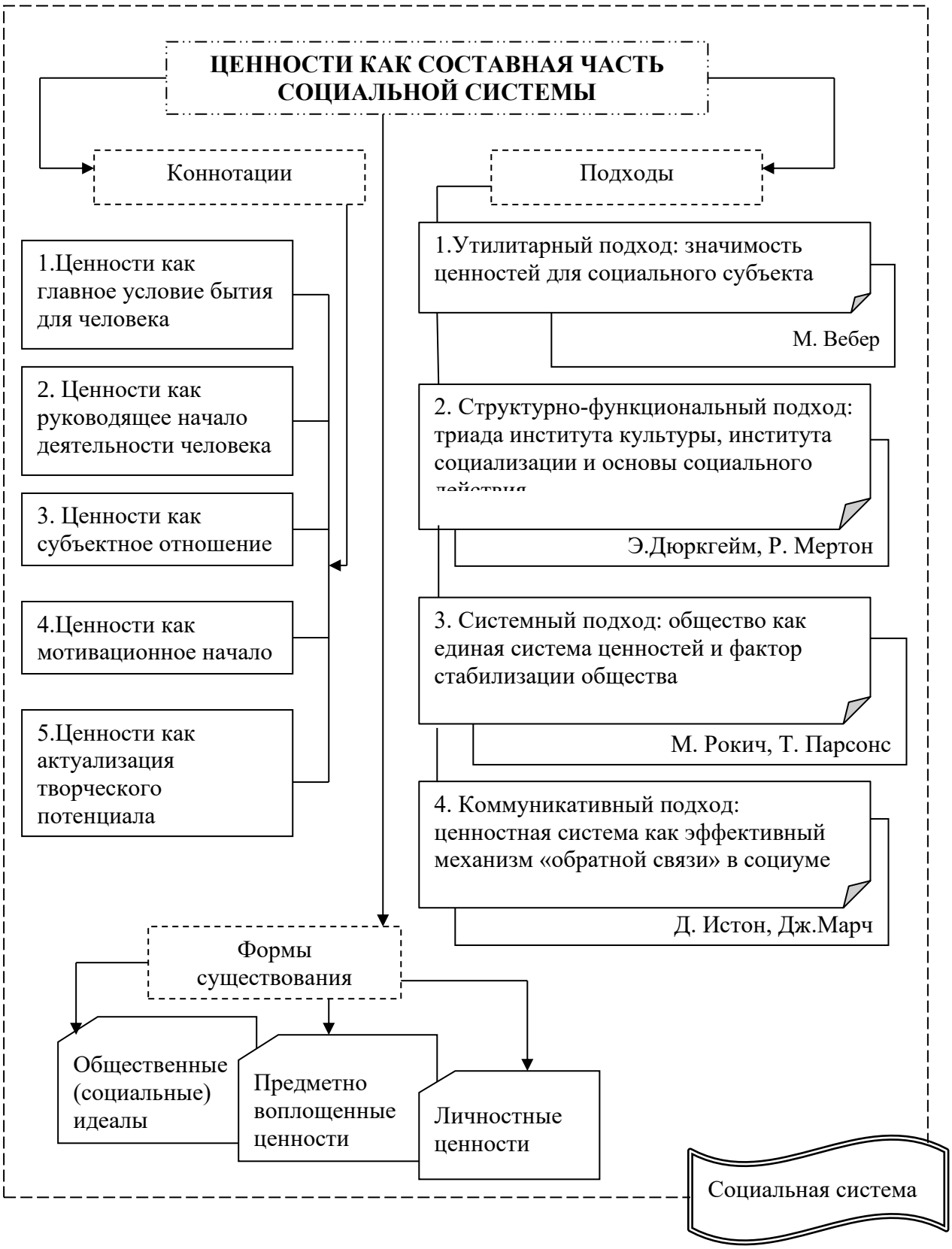


Рисунок 1.2 – Характеристики ценностей как составной части социальной системы *(авторская разработка)*

Следует подчеркнуть, что новое мировоззрение, следует рассматривать как новое мышление, ориентирующееся на признание в качестве основной детерминанты - общечеловеческих моральных ценностей. Их роль в прогрессивном социальном и экономическом развитии государства наглядно демонстрирует вся эволюция общественного развития. Государство, служащее обществу, формирует в соответствии со своим ценностно-мировоззренческим подходом (присущим данному эволюционному этапу), законодательство, политику, государственные институции, общественные организации, бизнес.Академик РАН С. Глазьев обращает внимание, что переход к новому вековому циклу развития общества характеризуется «кардинальным пересмотром взаимоотношений государства и бизнеса на началах социального партнерства и гармоничного сочетания интересов, в котором интересы общества имеют доминирующее значение» [81, с. 23]. И если государство «служит» обществу, то и мировоззрение современного бизнеса (предпринимателей) будет нацелено на прирост благополучия общества. Совершенно очевидно, что в таком гражданском обществе социальная стабильность будет складываться из достойного экономического положения каждого его члена. А, принимая во внимание разное социально-экономическое положение индивида, современное мировоззрение предпринимателей, бизнесменов, основанное на системе ценностей и сформированных ценностных ориентациях, сфокусируется на преодолении социальной ассиметрии, снижении рисков социальных конфликтов, повышении качества и уровня жизни всего населения. Формирование и реализация высоконравственного ценностно-мировоззренческого подхода у современных предпринимателей, властных структур обеспечит синергетический эффект, который проявится в решении широкого круга социально-значимых и экономически весомых проблем для Донецкой Народной Республики. Речь идет о формировании бизнесменов-предпринимателей новой формации – социальных предпринимателей, с иной, нежели ранее системой ценностей, личностей, принимающих на себя особую ответственность за каждого члена общества, осознающих и признающих

приоритет человека в изменяющемся мире, как высшей общечеловеческой ценности.

Таким образом, четко прослеживается роль, взаимосвязь и взаимозависимость ценностно-мировоззренческого подхода (как методологии исследования) и процессов формирования и развития социального предпринимательства в дискурсе эволюции общества (рис. 1.3).

Рисунок 1.3 – Роль и значение ценностно-мировоззренческого подхода в исследовании социального предпринимательства в дискурсе развития общества *(авторская разработка)*

Следует уточнить, что в качестве субъекта гражданского общества в представленном рисунке выступает социальный предприниматель, и если говорить о непосредственном влиянии ценностей на процесс изменения гражданского общества (п.1), то ценности, рассматриваемые с позиций антропоморфизма, оказывают влияние на изменение общества посредством

ценностных ориентаций субъектов этого общества. Таким образом, ценностное мировоззрение отдельного социального предпринимателя влияет на общество, посредством формирования в нем социальной модели (социальное государство, государство социального инвестирования) экономического развития. Дополним, что и общественное мировоззрение, основанное на общечеловеческих ценностях, формирует и трансформирует сознание членов общества, призывая их содействовать его социальной модели развития. «Система ценностей, характеризующая систему данного общества или определенную культурную среду, представляет собой результат той духовной работы, которая осуществляется всем обществом» [82, с. 169]. Полностью разделяем утверждение С. Сазоновой, что «центральным элементом современных социально-экономических систем является человек. Поскольку человек органически иррационален, ценности являются ментальными «якорями», структурирующими мышление человека, его выбор, а значит, именно ценности – основа осознанного поведения и хозяйственной деятельности [83, с. 261].

Принимая во внимание роль и побудительный механизм ценностей и их функциональную связь с мировоззренческой позицией предпринимателя (субъекта), в научной литературе рассматриваются различные классификации и иерархии первых. Следует сразу оговориться, что каждое общество или культура имеет свою уникальную систему ценностей со свойственной ей иерархией. Именно иерархия ценностей обеспечивает стабильную устойчивость и отличное от других государств развитие общества. Однако, «объективная классификация ценностей на данный момент труднодостижима. Можно говорить лишь о различных ценностных установках» [84, с. 34]. Вместе с тем, на протяжении всей истории развития общества и в теории ценностей выделяются по сферам общественной жизни материальные ценности (как овеществленные объекты, направленные на удовлетворение потребностей человека), социальные (значимые для субъекта деятельности социальные отношения, нацеленные на удовлетворение его потребностей), духовные (информация, которая

способствует и определяет чувства, эмоции, идеи, мысли человека и его переживания, направленные на удовлетворение его духовных потребностей). Кроме того, известный немецкий философ Макс Шелер предложил разделение ценностей на высшие и низшие, «причем «высота» ценности, ее место в иерархии ценностей неизменны, обусловлены ее сущностью, а не воспринимающим субъектом: ценности не существуют как воспринимаемые субъектом, они не зависимы от чувствования» [85, с. 62]. Все перечисленные группы ценностей фокусируют в себе определенные составляющие, а именно: материальные ценности объединяют базовые (еда, одежда, жилье) и вторичные (предметы роскоши, автомобили, средства связи и др.) ценности. Социальные ценности подразделяются на базовые социальные ценности (семья, дружба), социально-экономические ценности (отношения по поводу владения собственностью), социально-политические ценности (отношения по поводу власти), социально-духовные ценности (отношения по поводу информации). Необходимо отметить, что значимость для субъекта своего социального статуса, определяется доминированием в его мировоззрении именно социальных ценностей.

Духовные ценности включают морально-нравственные, эстетические, религиозные, философские, правовые и научные ценности. Если рассматривать психологический аспект, то следует выделить эмоциональные, рациональные и интуитивные ценности.

Совокупность рассмотренных ценностей формирует ценностную систему, а в соответствии с мировоззренческой позицией субъекта (в данном случае, социального предпринимателя), складывается определенная уникальная иерархическая подсистема ценностей, представляющая собой соответствующую ценностную установку.

Взаимосвязь ценностных установок и мировоззренческой позиции личности представлена на рисунке 1.4.

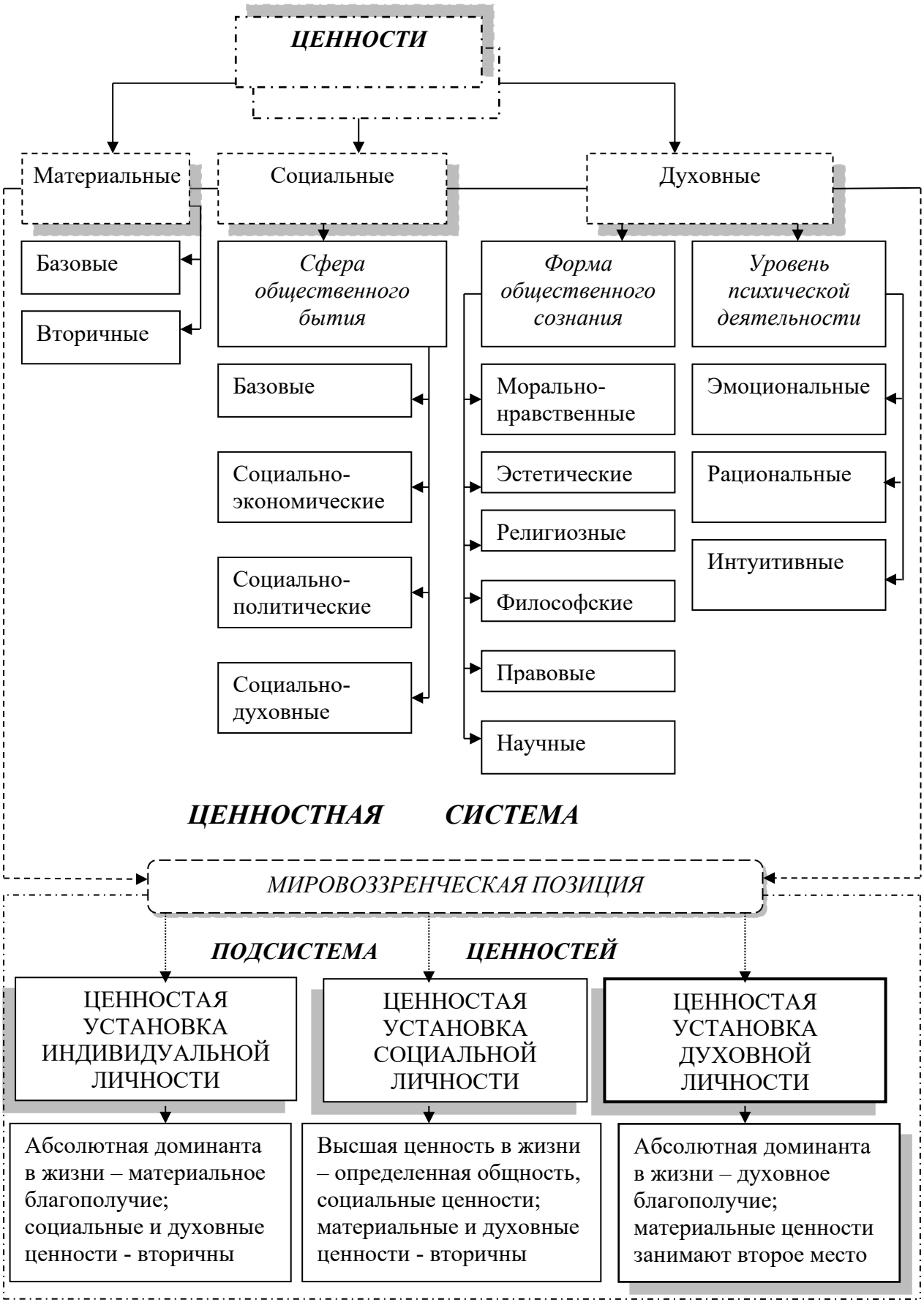


Рисунок 1.4 – Взаимосвязь ценностных установок и мировоззренческой позиции

Таким образом, ценности и нормы предпринимателя оказывают заметное влияние на выбор вида деятельности и мотивацию его экономического поведения. Именно духовные ценности в значительной степени определяют потребности в создании или дальнейшем развитии социального предпринимательства, как особого способа экономической деятельности и как «важного источника социального, экономического и экологического богатства» [22, с. 85]. В качестве основных мотивов организации социального предприятия можно выделить: альтруистические чувства; желание изменить общество; сделать жизнь людей лучше; необходимостью быть социально-ответственным; создание новых проектов с использованием инновационных технологий и т.п.

С целью всестороннего обоснования целесообразности использования ценностно-мировоззренческого подхода для исследования феномена социального предпринимательства, рассмотрим предпринятые ранее подходы ученых к изучению данного вопроса. Как известно, материальные факторы общественного воспроизводства и эволюции социально-экономических систем, долгое время находились в поле зрения ученых, считавших, что «материально-технический базис определяет социально-идеологическую надстройку (К. Маркс), технологические факторы и их динамика определяют переход от одного этапа развития к другому (У. Ростоу), новые комбинации технологий и ресурсов являются движущей силой развития (Й. Шумпетер), эволюция способов производства движет эволюцией социально-экономической системы» [86, с. 47].

Развитие общественных отношений изменило вектор исследования в сторону социальных факторов. Так, «холизм, как методологический принцип, предполагает, что на принятие человеком хозяйственных решений влияют не только и не столько экономические, сколько социальные, культурные, психологические, исторические факторы [83, с. 258]. Особого внимания заслуживают теории поведенческой экономики, объясняющей влияние эмоциональных, социальных и когнитивных факторов на поведение (принятие решений) человека.

В настоящее время особую актуальность приобретают ценностные и мировоззренческие подходы к экономике и менеджменту. Экономист Г.Ф. Каячев в [87, с. 399] указывает, что «реалии требуют от компаний иного подхода к ведению дел, который бы соотносился с ценностями всего общества. Компании должны управляться так, чтобы создавать ценность не только для владельцев, но и для всего общества». Появление концепции ценностно-ориентированного менеджмента, стейкхолдерского подхода, концепции устойчивого развития, корпоративной социальной ответственности бизнеса, концепции тройного критерия (планета, люди, прибыль) связано с осознанием обществом роли и значимости ценностей (общечеловеческих) в социально-экономическом развитии государства и цивилизации в целом. Однако, приведенные выше подходы рассматривают ценности с позиций успешности компании, роста ее стоимости и позитивного имиджа. Так, в 2004 году Том Питерс и Роберт Уотерман ввели понятие ценностно-ориентированного менеджмента (Value Based Management), однако, как признают сами ученые «воплощение в жизнь выбранной системы ценностей – это поистине каторжный труд» [88]. В 2011 году профессора Майкл Э. Портер (Michael E. Porter) и Марк Р. Крамер (Mark R. Kramer) обосновали концепцию создания общих ценностей (Creating Shared Value), которая «может положить начало грядущим преобразованиям предпринимательского мышления», «поднимет в глобальной экономике новую волну инноваций и роста производительности», а также «изменит капитализм и его взаимосвязь с обществом» [89, с. 64]. Однако, «каждая современная экономическая концепция, особенно такого масштаба, как CSV, охватывающая все уровни взаимодействия бизнеса, государства и общества в целом, должна иметь прочные этические основания. Но именно их в настоящее время и не достает концепции создания общих ценностей для того, чтобы полноправно претендовать на место новой экономической парадигмы» [90, с. 4079] для «более совершенного капитализма – капитализма, движимого идеей служения обществу» [89, с. 77]. Как отметил Э. Дюркгейм «наш первейший долг в настоящее время — создать себе нравственность» [91, с. 379—380].

Таким образом, данные ценностные подходы в своем эволюционном пути развития, рассматривают категорию «ценности» не как систему общечеловеческих духовно-нравственных ориентиров, идеалов и норм человеческого бытия, а как стоимостной измеритель финансовой успешности бизнеса, в котором решению социальных проблем общества отводится второстепенное место, что в российских условиях объясняется «существующими проблемами в обыденном сознании» [87, с. 406].

С развитием цифровых технологий, и, как следствие, сменой модели развития экономики на инновационную, ориентированную на каждого конкретного человека и его потребности, формируется и новая модель жизнеустройства, в основе которой приоритет отношений между людьми. Так, В. М. Бондаренко говорит о мировоззренческом подходе и исследует его влияние на формирование, развитие и реализацию «цифровой экономики»: «...в ней (цифровой экономике) будет формироваться модель отношений между людьми, объективно нацеленная на развитие ради конкретного человека и достижения им Высшего Разума» [92, с. 249]. Полностью разделяем позицию ученого и подчеркиваем, что формирование устойчивой экономики государства, в котором решаются социальные проблемы, в том числе и путем развития социального предпринимательства, возможно только на стыке наук и духовных знаний (ценностей), которые определяют мировоззренческую позицию общества (рис. 1.5). Обращает внимание комплексный, системно-структурный аспект взаимообусловленности ценностей, мировоззрения и феномена социального предпринимательства.

Таким образом, создавая свой бизнес или предприятие, человек руководствуется своей мировоззренческой позицией, с определенной иерархической системой ценностей. И от того, какие ценности в ней доминируют, зависит, будет ли это предприятие нацелено на достижение социально значимых для общества и данного человека целей, или же в основу организации бизнеса будет положен чисто материальный аспект.

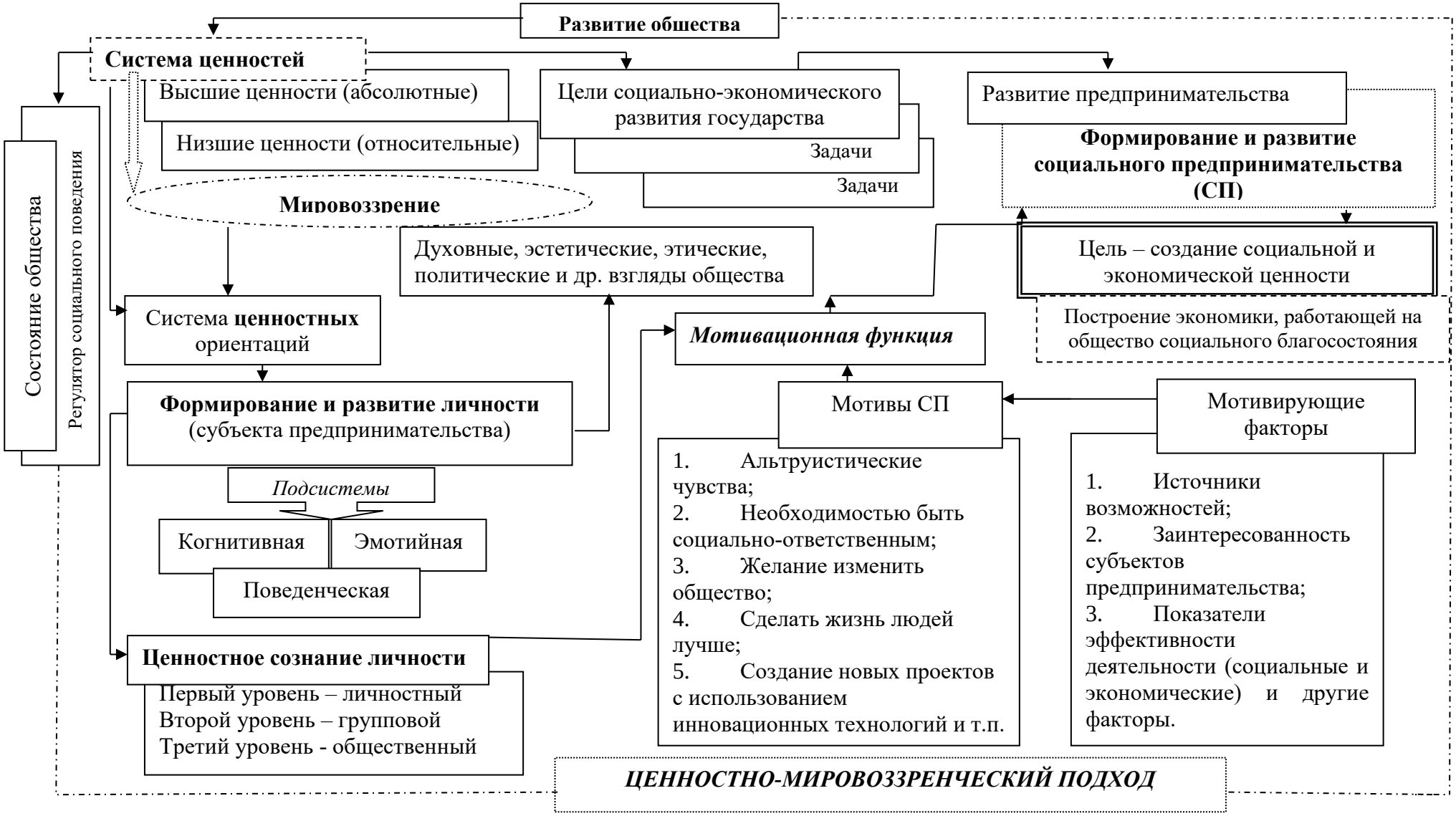


Рисунок 1.5 – Ценностно-мировоззренческий подход к формированию и развитию социального предпринимательства *(авторская разработка)*

1.3 Концепция развития социального предпринимательства

На современном этапе развития человеческой цивилизации явно проявляется тенденция возрастания роли его социальной составляющей. По сути происходит смещение приоритетов развития из экономической сферы в социальную. На смену господствующим в индустриальном обществе представлениям о социальном аспекте общественного воспроизводства, как о вторичном, постепенно приходит мнение, что в постиндустриальном обществе социальная сфера становится источником, базисом и результатом общественного развития. Как отмечает известный специалист в сфере социального предпринимательства Д. Бронштейн «концептуальные «стены», когда-то разделявшие мир на социальную и экономическую реальность, постепенно разрушаются» [93, с. 3-4].

На наш взгляд, данная тенденция обусловлена двумя моментами: во-первых, формированием в условиях постиндустриальных трансформаций базы для становления нового общества, основанного на информационно-технологическом способе производства и инновационном характере труда (способность к творчеству и новациям), что предполагает формирование технико-экономического и технологического потенциала для удовлетворения социальных потребностей, а также широкий спектр предоставляемых социальных услуг и достаточный уровень развития социальной инфраструктуры. А, во-вторых, обострением социальных противоречий, связанных с углублением неравенства в распределении доходов, ресурсов и, в целом, богатства в обществе. Об этом наглядно свидетельствуют следующие данные, которые приводит М. Юнус: «94% всех мировых богатств получают 40% людей, а остальным 60 приходится довольствоваться лишь 6% материальных ценностей. Половина населения в мире живет на два доллара в день или меньше, а почти миллиард людей существует на сумму менее одного доллара в день» [94, с. 3].

Во второй половине XX века происходит изменение в отраслевой производственной структуре экономики. Это в частности проявляется в следующем: постепенно снижается удельный вес добывающих отраслей промышленности; увеличиваться доля высокотехнологических отраслей, таких как машиностроение, электроника, энергетическое оборудование; быстро развиваются отрасли нематериального производства (торговли и сферы услуг). Например, в США в конце XX века в сфере услуг было сконцентрировано 75% рабочей силы и 40% основного капитала, не на много отставали и развитые европейские страны [95, с. 46]. Отмеченные структурные тенденции стали предпосылкой формирования трехсекторной модели экономики. Ее концептуальной основой был принцип отраслевой классификации по форме продукта материального или нематериального производства. При этом выделялись сектора: первичный (добывающие отрасли); вторичный (обрабатывающая промышленность), третичный (сфера услуг). Постиндустриальные трансформационные процессы привели к увеличению объемов предоставляемых услуг. В рамках третичного сектора экономики начали бурно развиваться такие отрасли как: образование, медицина, информационное обеспечение, бизнес-услуги, что непосредственно повлияло на структуру экономики и ее изменение.

Многие ученые предпринимали попытки осмыслить и обосновать качественно новую модель экономики. Так, Д. Белл считал, что главным противоречием индустриального общества является несоответствие между новой производственной культурой и социальной структурой общества. Он обосновал пятисекторную модель новой экономики, включающую: первичный сектор – добывающая промышленность; вторичный – обрабатывающая; третичный – транспорт и коммунальные услуги; четвертичный – финансы, страхование и торговля; пятеричный – здравоохранение, образование, правительственные учреждения [96, с. 173 - 176]. По нашему мнению, главным упущением этой модели является отсутствие значимого сектора – услуги

социального характера, хотя и акцентируется внимание на необходимости трансформаций именно в социальной сфере.

Более прогрессивной является модель экономики М. Кастельса, которая базируется на функциональном подходе и считается наиболее эффективной с точки зрения реализации хозяйственных процессов. Он ввел в научный оборот такие понятия как «производственные услуги», «социальные услуги», «услуги сферы распределения». При этом, производственные услуги относятся к четвертичному, а социальные к пятеричному сектору экономики [97, с. 492 - 506].

Проводя исследования трансформации структуры национальной экономики, считаем целесообразным и важным выделение социального сектора как основного элемента реформирования и концептуальной основы формирования новой модели экономики.

Именно социальная сфера должна быть движущей силой экономического развития, выполняя роль ресурса, сформированного на основе концентрации компетенций и социальной активности личности. Речь идет о социальной переориентации экономики – отрасли должны быть ориентированы на удовлетворение потребностей населения, а капитал должен переместиться из устаревших в новые отрасли с передовыми технологиями и высокой производительностью труда.

При построении новой модели экономики следует учитывать специфику трансформаций, происходящих в конкретной макроэкономической системе. Разработанная модель экономики базируется на функциональном принципе построения и имеет пятисекторную структуру (рис. 1.6).

Представленная модель требует некоторых уточнений и объяснений. Во-первых, первичный сектор, основанный на функционировании добывающих и агропромышленных отраслей, в конечном счете, ориентирован на удовлетворение социальных потребностей. То есть, отрасли, входящие в этот сектор, связаны с использованием такого экономического ресурса как земля (полезные ископаемые), но все эти отрасли создают продукт для

промежуточного или конечного потребления. Вторичный сектор - отрасли обрабатывающей промышленности – ориентирован на производство в основном непродовольственных товаров для социальной сферы (одежда, технические товары бытового назначения, медикаменты и т.д.). Следовательно, оба эти сектора выполняют социальную функцию экономической системы, с одной стороны, обеспечивая использование труда и воспроизводство рабочей силы, а, с другой – предоставляя широкий ассортимент продукции конечным потребителям.

Рисунок 1.6 – Пятисекторная модель постиндустриальной экономики *(разработано автором)*

Во-вторых, третичный сектор структурной модели экономики, по нашему мнению, должен предоставлять собой производственную инфраструктуру и ориентироваться на предоставление бизнес-услуг различного рода. Фактически данный сектор включает: торговлю, посредническую и банковскую деятельность, транспорт, связь и т.д.

В-третьих, четвертичный и пятеричный сектора в силу своей специфики являются базисом для развития социального предпринимательства. Что касается четвертичного сектора, основой социальной политики государства является функция перераспределения. Она проявляется посредством государственного механизма передачи ресурсов от одних субъектов другим. Общепринятая классификация перераспределения включает два варианта: первый – вертикальный – может быть прогрессивным и регрессивным, его целевая функция – сглаживание разрыва в доходах между богатыми и бедными слоями населения, направленное на повышение благосостояния последних. Второй – горизонтальное перераспределение – передача ресурсов от одной группы людей другой. Например, от домохозяйств, не имеющих детей, – многодетным семьям, от арендаторов жилья – домовладельцам и т.д. Вертикальное перераспределение осуществляется государством и его органами посредством предоставления «социальных государственных услуг». Этот термин часто ассоциируется с социальным обеспечением и финансовой помощью малоимущим слоям населения. На самом деле его смысловой потенциал значительно шире и должен, по нашему мнению, также включать принцип солидарности – взаимопомощи или коллективных социальных действий [98, с. 74]. Идея солидарности довольно распространена в Европе и даже входит в отдельных странах в школьные программы [99, с. 150-160]. На этом принципе основано коллективное социальное обеспечение во Франции, где в Кодексе социального страхования указано «организация социального обеспечения построена на принципе национальной солидарности» [100, с. 290]. Горизонтальное перераспределение зависит от моральных и этических норм, господствующих в обществе. Государство на него не может влиять непосредственно, но способно

корректировать это распределение с помощью косвенных методов (налоги, льготы, субсидии и т.д.). Оба варианта перераспределения в конечном итоге направлены на повышение уровня жизни всех членов общества. Сложившаяся система социально-экономических отношений построена на одном довольно противоречивом принципе: бизнес, представленный частным сектором, обеспечивает ее эффективность (производительность), а функция государства – поддерживать справедливость, что проявляется в различных формах социальной защиты. Сделать ее коллективной деятельностью, за которую отвечает не только государство, а и все общество способен институт социального предпринимательства. Пятеричный сектор – наиболее подвижный и инновационный. Он включает в себя спектр отраслей, предоставляющих социальные услуги (образование, здравоохранение, наука, культура, искусство, спорт), ориентированные на удовлетворение социальных потребностей общества. Социальные потребности формируются в системе социальных отношений и являются следствием сформировавшегося социального порядка. Они, как и материальные, подчиняются действию всеобщего экономического закона возвышения потребностей, т.е. постоянно обновляются, и удовлетворить их в полной мере невозможно из-за ограниченности экономических ресурсов. Например, изобретенные сто лет назад телефон, автомобиль, холодильник из разряда предметов роскоши постепенно переместились в группу предметов первой необходимости, удовлетворяющих социальные потребности – доступность связи, мобильность и передвижение, качественное питание.

Представленная структурная модель экономики позволяет выделить следующие тенденции общественного развития: социализация производства – закономерность постиндустриального развития, ориентация промышленности на социальную сферу имеет объективный характер и переориентирует экономику на удовлетворение социальных потребностей общества; социальные товары и услуги становятся предметом не индивидуального, а массового производства; расширение социальных аспектов производства способствует экономическому обеспечению реализации социальной политики государства за

счет расширения спектра и повышения качества предоставляемых социальных услуг; создание социальных институтов и социальной инфраструктуры (пятеричный сектор экономики) будет способствовать повышению благосостояния всего общества; развитие социального предпринимательства как самостоятельной функциональной составляющей, объединяющей четвертичный и пятеричный сектора данной модели, позволит максимизировать процесс удовлетворения социальных потребностей на основе оптимального перераспределения социальных функций и обязанностей между государством и предпринимателем. Становление и развитие социального предпринимательства, исходя из выше сказанного, является актуальным предметом научного исследования и объектом приложения практических рекомендаций.

Разработка концепции социального предпринимательства требует исследования некоторых теоретико-методологических аспектов: во-первых, обоснования концептуального подхода, что предполагает ответ на вопрос – можно ли вписать концепцию социального предпринимательства в господствующую неклассическую парадигму экономической науки; во-вторых, выявления мотивационной основы развития социального предпринимательства в постиндустриальной экономике; в-третьих, выделения концептуального базиса развития социального предпринимательства; в-четвертых, определения основополагающего концептуального принципа функционирования социального предпринимательства; в-пятых, выбора основных направлений развития социального предпринимательства.

Касательно первого аспекта, необходимо отметить, что особенности социального предпринимательства, проявляющиеся в поведении человека в этой сфере, невозможно описать используя те же гипотезы, которые составляют фундамент неоклассической теории: следования личному интересу, рациональности, максимизации целевой функции, равновесности. Выявление предпочтений индивидов, вовлеченных в сферу социального предпринимательства, по сути, не может быть описано в терминах рыночного взаимодействия, т.е. рыночного обмена. Деятельность в этой сфере не подпадает

под математическое моделирование и ее оценку с точки зрения принципа эффективности Парето. Трудно не согласится, что «в традиционной теории бизнеса было сотворено некое одностороннее человеческое существо, призванное играть роль лидера бизнеса – так называемого предпринимателя. Его изолировали от остальной жизни – религиозной, эмоциональной, политической, социальной. Он предназначен для единственной функции – максимизации прибыли» [94, с. 7].

Главным методологическим аспектом разработки концепции социального предпринимательства является выявление особенностей применяемого к исследованию ценностно-мировоззренческого подхода. Ранее сделан вывод относительно объективности его применения, как основы позволяющей исследовать социальное предпринимательство с позиции равнозначной функциональной составляющей в системе «государство – предприниматель – общество». Применение данного подхода дает возможность утверждать о трансформации целевой ориентации предпринимательства. Правомерно считать, что ценностные изменения в обществе – первичны, а политические, экономические, социальные, институциональные – вторичны, т.е. базисом общественного развития являются все-таки ценности. Поэтому трактовать общество как систему исключительно материальных отношений неправильно. Следует отметить, что такой подход в экономической теории не является инновационным. Классики философии, экономической теории, социологии пытались исследовать каким образом ценность, свойственная самой природе человека, влияет на общественные отношения и хозяйственную деятельность. Причем, большинство ученых понятия «нравственность» и «богатство» принимают как несовместимые.

Еще М. Вебер подчеркивал, что «Методологическим инструментом социального познания служит умышленно построенный самим исследователем теоретический конструкт «идеальный тип». «Социальное действие» возможно лишь как творческий акт, в котором личность утверждает «смысл» вещей и поступков, синтезирует ценности, делает выбор, соотносит средства и цели»

[101, с. 497]. Т.е., социальное предпринимательство – осознанный выбор направления деятельности, ориентированный на реконструкцию социальной реальности.

К. Маркс подходил к раскрытию сущности социальной ценности посредством категорий «ценность» и «польза», утверждал, что ценностью обладает не всякая польза, а только очеловеченная: «По мере очеловечивания чувств индивида потребность и пользование вещью утратили свою эгоистическую природу, а природа утратила свою голую полезность, так как польза стала человеческой пользой» [102, с. 368].

Философ Э. Фромм утверждал, что «создание нового общества и нового Человека возможно только в том случае, если на смену старым мотивациям извлечения прибыли и завоевания власти придут новые, а именно – быть, отдавать и понимать: если на смену рыночному характеру придёт характер продуктивный, любящий, а на смену кибернетической религии – новый, радикально гуманистический дух» [103, с. 143].

Предприниматели, являющиеся элитой современного общества, должны обладать определенным набором ценностей. Если эти ценности социально ориентированы, то предпринимательская деятельность будет способствовать формированию качественно нового уровня общественных отношений. Считаем, что построить новое общество без перемещения предпринимательства в нравственную сферу (социальное предпринимательство) невозможно.

Социальное предпринимательство должно сыграть роль носителя и распространителя социальных общественных ценностей на основе следующих норм:

мировоззренческих (формирование целостных представлений о целях и смысле общественного развития);

универсальных (выработка общих стандартов благосостояния, образования, уровня жизни, здравоохранения и т.д.);

общественных (статус, социальное положение и т.д.); личностных (честность, порядочность и т.д.);

демократических (свобода выбора, национальный суверенитет, социальный контроль и т.д.).

Трансформация мировоззрения и системы ценностей постепенно приведет к тому, что прибыль из основной цели деятельности предпринимателя, превратится в условие достижения главной цели – максимальное удовлетворение социальных потребностей общества. Стремление к получению прибыли с точки зрения ценностно-мировоззренческого подхода приобретает ценностно социальный характер. В контексте системы «государство – предприниматель – общество» прибыль – не цель, а индикатор конкурентоспособности бизнеса и средство создания социальной ценности в обществе (рис. 1.7).

Рисунок 1.7 – Конфигурация системы «государство – предприниматель – общество» *(разработано автором)*

Предложенная система позволит сформировать в функционировании предпринимательства и в социально-экономическом развитии общества качественно новую систему ценностей, основанную на таких принципах, как: целеполагание (базовой ориентацией системы ценностей должен быть человек и максимальное удовлетворение его социальных потребностей); системность

(изменение системы взаимосвязанных элементов возможно только при условии изменения каждого элемента); комплексность (рассмотрение ценностного эффекта с учетом социальных, культурных, экономических факторов); идентичность (учет национальных особенностей, обычаев, культуры и менталитета населения).

Система предложенных принципов должна стать основой развития социального предпринимательства в современном обществе. Одним из проблемных аспектов процесса разработки концепции социального предпринимательства является обоснование мотивационной основы его развития и функционирования.

Структура современного общества воспринимается как состоящая из индивидов, включенных в различные социальные группы. Причем эти группы разнородны и отношения между ними сложны и неоднозначны, что является первопричиной отсутствия единых обобщенных теоретических представлений о ней. Общеизвестны три основные теоретические школы, исследующие сущностные характеристики общества и его структуры: индивидуалисты, плюралисты, консерваторы. По мнению индивидуалистов, общество – это совокупность индивидов, которые его составляют, а социальной структуры общества просто не существует. Плюралисты отстаивают кардинально противоположные позиции – общество состоит из различных социальных групп, взаимодействие между которыми настолько сложны и хаотичны, что описать их просто невозможно. Приверженцы консервативной школы считают, что общество, как сложная система отношений, подчиняется определенному «социальному порядку», но равновесие между различными социальными факторами по своей природе запутано, поэтому, нельзя объяснить, как оно устанавливается и насколько оно стабильно. Следовательно, результат социальных преобразований и общественных трансформаций предсказать довольно трудно. По сути, такой же точки зрения придерживаются и либеральные направления в общественной мысли. Представляется, что эти подходы не в полной мере отвечают современным реалиям, потому что: во-

первых, можно выстроить четкую общественную структуру поделив население по ряду социальных факторов (пол, образование, доход и т.д.), которые предопределяют систему социальных взаимоотношений.

Во-вторых, на развитие общества и индивидов, его составляющих, значительное влияние оказывают общеизвестные социальные факторы: классовая принадлежность, статусное положение и отношение к власти. Причем эти факторы по-разному влияют на экономическое положение индивидов.

В-третьих, социальное равновесие в современном обществе невозможно из-за наличия большого количества социальных проблем (бедность, голод, болезни, экология и т.д.).

В-четвертых, деление общества на социальные группы в условиях постиндустриальных трансформаций целесообразно осуществлять исходя из экономического положения и социального статуса, что позволит обосновать структурное неравенство в обществе и выявить несовершенства в модели социального распределения и перераспределения.

Государственная социальная политика приоритетно ориентирована на решение проблемы неравенства. Наличие которого указывает на то, что отдельные социальные группы в процессе перераспределения или распределения ресурсов и результатов экономической деятельности имеют определенные преимущества или выгоды, приводящие к неравномерному распределению ресурсов и богатств. Владение экономическими ресурсами гарантирует доступ к структуре социальных преимуществ, а отсутствие ресурсов – к несоответствующим материальным условиям, ограниченности возможностей и низкому уровню жизни. Экстремальное состояние отсутствия ресурсов – бедность. Проблема бедности или отсутствия доступа к ресурсам напрямую связана с неравенством, т.е. борьба с неравенством приводит к сокращению уровня бедности.

Считаем целесообразным, в контексте исследования, привести несколько интерпретаций структурированного неравенства. В экономической литературе существует несколько понятий неравенства: иерархичное, стратификационное,

социальное. Каждое имеет свои сущностные характеристики и особенности. Так, иерархичное неравенство имеет следующие характерные черты: сложная структура социального неравенства; действие принципа строгой подчиненности (имеет место композиция «снизу – сверху»); иерархичная структура взаимосвязей; распределение ресурсов и статусов осуществляется непрерывно; прибыль и ресурсы четко распределены между «богатыми» и «бедными»; понятие «порога бедности» носит относительный характер и его достижение и поддержание считается нормой. Стратификационное неравенство характерно для общества, имеющего классовую структуру. При этом классовая система предполагает не просто деление на «высших» и «низших», а наличие большого кластера групп, занимающих различные социальные позиции. При этом каждый класс имеет определенную структуру социально-экономических возможностей и перспектив. Социальное неравенство сродни дискриминации. Оно возможно в ситуации, когда всех индивидов можно поделить на группы: бедные – богатые, мужчины – женщины, белые – черные и т.д. Такая градация исключает промежуточные состояния и предполагает полное или частичное бесправие одной группы по отношению к другой. По нашему мнению, каждый из указанных подходов имеет право на существование, но они являются лишь разносторонними описаниями одного и того же явления – неравенство, а их применение связано исключительно с разными методами реализации национальной политики в сфере распределения.

Принятие социальной структуры и социальных отношений в обществе как структурированных, позволяет сделать вывод, что социальное положение каждого отдельного индивида непосредственно зависит от социального положения других индивидов. Другими словами, отдельные группы людей являются бедными не потому, что они мало имеют, а потому, что другие имеют больше чем им необходимо. Именно изучение социальной структуры общества дает возможность выявить противоречия и природу социальных отношений между отдельными общественными группами. Ранее, делался акцент на основных концепциях структурирования общества, и выделены его факторы:

классовая принадлежность (экономическая позиция в обществе), статусное положение (социальная роль в обществе), отношение к власти (возможность влияния на общественное поведение). Остановимся на них детальнее.

Концепция классов в экономической науке рассматривается в трех аспектах: производственном, экономическом и профессиональном. Производственный аспект непосредственно связан с системой производственных отношений (теория К. Маркса). В ней класс определяется отношением индивидов к собственности на средства производства. Для капиталистического способа производства характерно следующее классовое деление: во-первых, основные классы: капиталист (буржуазия) и наемный рабочий (пролетариат). Первые владеют и распоряжаются средствами производства, а вторые – продают способность к труду как экономический ресурс. Во-вторых, мелкие классы, не оказывающие особого влияния на социальную сферу: аристократы (землевладельцы), предприниматели (владельцы собственной продукции), «люмпены» (ярые противники развития машинного производства, «социальные паразиты»). Такая структура общественного устройства предопределяет его главное противоречие – между трудом и капиталом, что и предопределяет направления социальной политики. Для такого типа классового деления характерно иерархическое неравенство.

Профессиональный подход позволяет рассматривать класс как совокупность взаимосвязей между экономическими условиями и социальным положением в обществе, по сути, отражает социальный и общественный статус индивида. Общеизвестный подход – деление на «бело воротничковых» (управленческие кадры) и «сине воротничковых» (разнорабочие). В некоторых европейских странах применяют деление на классы по номерам (1, 2, т.д.) или буквам (А, В и т.д.). В основе классовых противоречий лежит проблема коллективного характера труда и индивидуальной (частной) формой присвоения его результатов. Для общества, структурированного таким образом, характерна система стратификационного неравенства.

Согласно экономическому подходу, социальная структура общества более многогранна и разнообразна: от наемных работников до бюрократии. Этот подход используется для выделения конкретных групп индивидов с целью определения необходимости и форм социальной помощи. Главное противоречие – между потребностями индивида и возможностями по их удовлетворению (дискриминация в зависимости от социальной группы). В этом случае имеет место социальное неравенство.

Каким бы ни был подход к структуризации общества, возможность его классового деления обосновывает объективность неравенства, которое является неотъемлемым явлением социально-экономического развития.

Ликвидация неравенства – одна из главных задач государственной власти. Понятие власти многогранно и сложно по содержанию и принципам реализации. В рамках данного исследования будем акцентировать внимание на политической и экономической власти, а также на сущности и структуре власти в обществе. Отличительной особенностью является то, что власть в данном контексте существует не только в форме прямого контроля, но и в форме требований, к которым должен приспосабливаться индивид, а также в форме «социального контроля» со стороны общества. Экономический потенциал государства, социальная структура общества и политическая власть тесно взаимосвязаны. Способ реализации властных полномочий влияет на результат осуществления политики и трансформирует сложившиеся социально-экономические отношения. Эффективность изменений можно идентифицировать с помощью социального контроля: если результатом политических решений является прогрессирующее неравенство, то такая структура власти непосредственно или опосредованно создает условия для формирования и развития подобных последствий. И наоборот.

Социальная политика, в отличие от экономической, призвана: во-первых, изменить общество за счет поддержки или развития социальной структуры и общественных ценностей; во-вторых, создать условия для изменения всей

системы социальных взаимоотношений; в-третьих, обеспечить рост общественного и индивидуального благосостояния.

Однако, в большинстве случаев, социальная политика не способна повлиять на решение проблемы неравенства. Прибыль, богатство, материальные ценности формируются, используются, развиваются и воспроизводятся в рамках системы, которая уже имеет органы и службы социальной защиты, влияющие на социальное обеспечение, социальный статус и стоимость труда, но они не могут изменить систему распределения и минимизировать неравенство. Это позволяет сделать вывод – государство не способно самостоятельно решить накопленные в обществе социальные проблемы, а помочь ему может функциональный институт социального предпринимательства.

Таким образом, мотивационной основой развития социального предпринимательства является выявление социальных проблем и удовлетворение неудовлетворенных властью социальных потребностей на основе оптимального перераспределения социальных функций и обязанностей между государством и бизнесом. Другими словами – перераспределение социальной ответственности между ними.

Говоря о следующем аспекте обоснования концепции развития социального предпринимательства – выделение концептуального базиса, мы подразумеваем совокупность взглядов, способ понимания и определения предмета исследования, явления или процесса, основную идею его системной теоретико-методологической характеристики. Проведенное исследование позволяет считать, что в основу обоснования и разработки концепции развития социального предпринимательства должны быть положены: концепция предпринимательства, концепция социального государства, концепция «народного капитализма», концепция благосостояния.

Концепция предпринимательства – совокупность идей и положений о сущности предпринимательства и предпринимательской функции в обществе, а также их трансформация в процессе эволюции экономической системы. Учитывая детальное изучение процесса зарождения и формирования

предпринимательства (см. п. 1.1), считаем целесообразным сконцентрировать внимание на особенностях современного этапа его развития. Современный этап развития предпринимательства и предпринимательской функции – «четвертая волна», характеризуется смещением акцентов с экономических действий предпринимателя на социально-культурные аспекты. Новую трактовку предпринимательская функция получает в рамках институциональной теории (Коуз, Норт, Вильямсон), согласно которой предприниматель – это субъект, который осуществляет выбор между конкретными отношениями свободного рынка и организацией фирмы с целью минимизации транзакционных издержек. Современное предпринимательство – особенный регулирующий механизм институтов рынка, отличающийся от ценового механизма и механизма государственного регулирования, а в чем-то и являющийся их альтернативой. Институционалисты, по сути, попытались расширить возможности классического и неоклассического анализа за счет изучения проблем организации и влияния структуры прав собственности и транзакционных издержек на мотивацию и экономическое поведение предпринимателя. Таким образом, сформировались два направления: теория прав собственности и теория транзакционных издержек. В конце XX века самой перспективной в развитии теории предпринимательства стала концепция Вильямса, относящаяся к теории транзакционных издержек. Оригинальность методологии состоит в трактовке понятия «институт».

Традиционно, институт воспринимался как «правила» игры, выступающие в роли неформальных ограничений взаимодействия индивидов (традиции, мораль, нормы поведения и т.д.) и формальных норм (конституция, законы, правила и т.д.). Вильямсон утверждает, что все вышеперечисленное – институциональная среда, а институт – это механизм управления контрактными отношениями, дающий возможность перенесения центра институционального анализа предпринимательской функции на уровень опосредованных ими отдельных транзакций. Граница между командно-административным, рыночным и смешанным механизмом координации и контроля развития и выбор

между ними является следствием сравнения их эффективности в организации транзакций (переходов системы из одного в другое состояние), что в реальности проявляется во внутри- и межфирменных операциях, контрактной форме предпринимательского поведения. Предпринимательство в современном обществе перестает быть частным, удовлетворяющим только свои интересы, появляется «коллективная инновационная функция», которая реализуется в «латентной техноструктуре» [104]. Это неформальная структура деловых отношений индивидов готовых проявить себя – рискнуть и воспользоваться шансом, который предоставляет им идея предпринимательского стиля управления или инновационного менеджмента. В рамках данной концепции системный аспект инновации заключается в формировании нового элемента в уже существующий системе, что создает новое экономическое качество. Поэтому характерной чертой нового предпринимателя является способность увидеть систему там, где другие видят только связанные между собой элементы. Фактор неопределенности при этом моделируется самими предпринимателями и является результатом изменений и инновационного поиска.

Таким образом, принцип успеха организационного предпринимательского поведения базируется на перманентных нововведениях и анализе возможностей в конкретных ситуациях. Основа реализации концепции – осуществление систематических нововведений на основе контроля источников инноваций и возможностей, предоставленных рынком.

Основы концепции социального государства отражают саму идею развития социального предпринимательства – формирование социально ориентированного общества. Социальное государство – самый совершенный тип государства в истории развития человечества, его функционирование ориентировано на обеспечение высокого уровня жизни и всесторонней безопасности всего населения страны. Основными характеристиками социального государства являются: справедливое перераспределение доходов между различными слоями и группами населения через систему прогрессивного налогообложения; создание условий для развития личности и ее творческих

способностей; реализация права на содержательный труд для каждого трудоспособного человека, в процессе которого развиваются его организационные, умственные и творческие способности; высокий уровень материального благосостояния и максимальное удовлетворение духовных и социальных потребностей; защита граждан от негативных аспектов механизма рыночной экономики; обеспечение экономической, социальной, политической стабильности в обществе и, прежде всего, недопущение социальных конфликтов. К основным механизмам и способам реализации концепции социального государства можно отнести: формирование системы социальных и моральных ценностей и норм; планирование (социальное, экономическое и т.д.); развитие институтов (социального общества, социальной политики, финансов и т.д.); социальная политика; финансирование социальной сферы; контроль общества за государством («социальный контроль»); равенство всех перед законом.

В качестве концептуального базиса развития социального предпринимательства можно рассматривать и концепцию «народного капитализма», согласно которой капиталистический способ производства должен трансформироваться в народный капитализм вследствие глубоких изменений в отношениях собственности и выравнивания доходов между самыми богатыми и самыми бедными слоями общества. Основоположниками этой идеи считаются Л. Эрхард (Германия), Дж. Гелбрейт (США), М. Сальватори (Италия). Исторически концепция зародилась после Второй мировой войны, когда значительно усилилась роль государства в экономике, особенно касательно регулирования экономических и социальных процессов, следствием чего стало послабление классовых противоречий и повышение благосостояния населения. Существуют различные варианты концепции народного капитализма, основанные на определенных качественных изменениях в социально-экономической системе капитализма. Коренные трансформации в системе связаны с тремя основными тенденциями: изменение в характере отношений собственности и ее перераспределении; демократизация процесса управления производством; уменьшение разрыва в доходах различных слоев населения. Их

следствием является: устранение классовых отличий между собственниками капитала и наемными работниками; гармонизация интересов всего общества; изменение целевой установки бизнеса: от максимизации прибыли к удовлетворению потребностей населения. В рамках данной концепции получили развитие теории «демократизации капитала» («диффузии собственности»), «революции менеджмента» и «революции в доходах». Теория «демократизации капитала» утверждает, что по мере развития капитализма происходят коренные изменения в отношениях собственности, их диффузия (рассеивание) между широкими слоями населения посредством акционирования предприятий. Осуществляется постепенное превращение частных предприятий в коллективные, а наемных работников – в собственников. Как следствие исчезает противоречие между трудом и капиталом. Так ли это на самом деле. В развитых странах мира в конце 90-х годов XX века резко выросло количество акционерных компаний. Например, в США в 1970 г. предприятий с акционерной формой собственности насчитывалось 1,7 млн., а в конце 90-х – 4 млн. Количество акционеров за это же время выросло до 50 млн. чел., а стоимость акций у населения превысила 1,3 трлн. дол. (32% имущества американских семей). Однако большинство мелких акционеров так и не стали совладельцами предприятий из-за незначительного количества акций. Недостатком теории, на наш взгляд, является отожествление экономического и юридического аспектов собственности, а они далеко не равнозначны. Так, юридический – владение и пользование акцией, не связан с реализацией экономического аспекта – участие в управлении собственностью.

«Революции менеджмента» или управленческая революция, описывает ситуацию, когда реальный контроль за собственностью осуществляет не владелец, а наемный управляющий. Считается, что в таких условиях менеджер не преследует цели максимизировать прибыль, служит государству и обществу. Данное концепция нашла отражение в теории техноструктуры Дж. Гелбрейта [104], в которой говорится о персонификации капитала, т.е. переходе собственности от владельцев в распоряжение юридических лиц – компаний,

банков, финансовых институтов. Достижений социальных целей в этом случае выглядит, по нашему мнению, иллюзорно, потому что менеджеры высшего звена, не имеющие собственности, нацелены на присвоение значительной части корпоративных доходов и корпоративной собственности, что позволяет им стать капиталистами нового типа. Основными недостатками концепции управленческой революции являются: метафизическая характеристика соотношения собственности и власти (согласно которой капиталист утрачивает власть, но сохраняет собственность, а менеджер – имеет власть, но не имеет собственности); отожествление менеджеров разных звеньев (то, что позволено высшему руководству, недоступно менеджеру низшего звена); игнорирование действительности (человек, занимая должность, сначала удовлетворяет личные потребности, а потом, может быть, коллективные и общественные).

Следующая составляющая концепции народного капитализма – это «революции в доходах» С. Кузнеца, его имя «часто ассоциируется (без достаточных на то оснований) с точкой зрения, будто существует некий естественный цикл неравенства, движимый силами рынка. Этот естественный цикл получил наименование «кривой Кузнеца». Подразумевается, что «кривая Кузнеца» описывает следующую последовательность событий. На ранних стадиях хозяйственного развития инвестиционные возможности владельцев капитала множатся, тогда как рост заработной платы трудящихся сдерживается притоком дешевой рабочей силы из села. В результате по мере индустриализации растет неравенство … Однако затем капитала становится много, прибыли стабилизируются или даже падают, приток наемных работников из села иссякает, а заработная плата начинает расти. Благоденствие приобретает повсеместный характер, а в экономике начинает задавать тон средний класс» [105, с. 51].

Таким образом, в развитых странах мира происходит трансформация системы распределения ВНП, оно становится более равномерным, т.е. проявляется устойчивая тенденция роста удельного веса наименее доходных групп населения и снижения – наиболее доходных. На основании этого делается

вывод: система с полярными интересами превращается в систему, основанную на принципе социального партнерства и принципе гармонизации общественных интересов. С этим выводом трудно согласится. Приведем некоторые данные. В период 1973 – 1993 гг. доход 5% наибеднейших семей в США снизился на 15%, а у 5% наибогатейших – вырос на 18%. Еще боле значительный разрыв наблюдается в распределении доходов от собственности. Эта концепция подтверждается исключительно в странах, ставших на путь активной социализации экономической системы (Швеция, Швейцария), но в этом случае речь идет не о «революции в доходах», а о коренном изменении в системе распределения, ее ориентирование на выравнивание доходов.

На основании выше изложенного правомерно сделать вывод, что концепция народного капитализма и ее составляющие не соответствуют реалиям мирового развития и могут быть отнесены к числу утопических теорий, однако отдельные ее элементы могут быть использованы в процессе обоснования концепции развития социального предпринимательства.

Социальная политика и любые социальные программы в конечно счете должны быть ориентированы на повышение благосостояния населений. Концепция благосостояния имеет эволюционный характер. С точки зрения классической политэкономии, источниками ее реализации считаются: объем созданного физического продукта, прирост общественного богатства, рост национального дохода на душу населения в условиях свободной конкуренции, которая гарантирует гармонизацию индивидуальных и общественных интересов. Основным критерием при этом является не материальное богатство индивида или отдельной социальной группы, а общественное благосостояние. В методическом аспекте: позитивная сторона этих положений обоснована их связью со сферой производства; а негативная – рыночный механизм сам по себе не способствует росту благосостояния и возникает необходимость активного государственного вмешательства в экономику с целью защиты общественных ценностей.

В рамках маржиналистской и неоклассической теорий концепция благосостояния сводится к созданию механизма адаптации имеющихся экономических ресурсов для удовлетворения существующих потребностей. При таком подходе акцент делается на доминировании интересов потребителя, что делает невозможным существование «производства для производства». Основная посылка: каждый человек в капиталистическом обществе получает в форме доходов стоимость оказанных им услуг (или эквивалент вклада каждого фактора производства в создание стоимости продукта). Эта теория базируется на принципе оптимальной сбалансированности интересов различных классов и групп населения, что является основой гармоничного развития общества. На наш взгляд, недостаток данной концепции связан с абстрагированием от реальных противоречий капиталистического способа производства (отрицание определяющей роли труда в создании богатства; нивелирование экономического влияния государства; неспособность обеспечить справедливое распределение богатства; рост имущественной дифференциации; отсутствие социальной защиты и т.д.).

Критерием благосостояния в этой концепции выступает оптимум Парето, согласно которому экономические ресурсы распределяются между отраслями так, что никакие перемещения этих ресурсов не могут обеспечить рост суммарной полезности (при условии зафиксированных объемов ресурсов и потребностей). Данный критерий вообще лишен социальной содержательности, так как не учитывает особенностей распределительной системы, а основывается исключительно на экстраполяции микроэкономической теории (взаимодействия отдельных экономических субъектов) на макроуровень (национальная экономика). По сути, социальные цели и ценности общества сведены к понятию «полезность». А экономическая реальность доказала, что рыночный механизм свободной конкуренции не способен максимизировать общественное благосостояние и обеспечить экономическую справедливость.

А. Маршал утверждал, что при условии значительной неравномерности в распределении доходов и богатства механизм совершенной конкуренции не

может обеспечить максимальное благосостояние, следовательно, необходимо, во-первых, государственное вмешательство в экономику для ликвидации недостатков рыночного механизма прежде всего за счет налоговой политики; во-вторых, дополнение рыночных критериев благосостояния социальными, а именно удовлетворение социальных потребностей (образование, экология, охрана здоровья и т.д.) [106]. По мнению Дж. Кейнса [107], общественное благосостояние может быть достигнуто только при участии государства, прежде всего за счет формирования эффективного механизма платежеспособного спроса в тесной взаимосвязи с развитием свободного предпринимательства. Проблему распределения дохода и его влияния на благосостояния пытался решить Пигу [108]. Он признавал ограниченность рыночного механизма, причины которого видел в монополизации и воздействии внешнего эффекта, обусловленного частичным производством или потреблением. В качестве критериев социального благосостояния были предложены: повышение суммы полезностей за счет эффективного размещения и использования ресурсов; равномерное распределение доходов в обществе. Была предпринята попытка обоснования теории социальной стоимости, в которой внешний эффект для общества получил рыночную оценку, а государство должно дополнять рыночный механизм централизованным регулированием, принимая активное участие в распределении ресурсов, усовершенствовании структуры общественного продукта, ослаблении конъюнктурных колебаний и т.д. Из концепции благосостояния Пигу следует вывод о необходимости выработки единого общественного критерия оптимальности «общественной функции благосостояния» с учетом соответствующих нормативных оценок, что предполагает разработку комплекса критериев для сравнения различных видов полезности и выбора. Особое значение в развитии концепции благосостояния имеет проблема объединения потребностей и решений отдельных индивидов в коллективные или общественные. В экономической теории эта проблема получила название «процедура выбора рациональных общественных решений».

Главная задача социального предпринимательства в контексте обеспечения общественного благосостояния – согласование личных, коллективных и общественных интересов; эффективное использование имеющихся ресурсов; обеспечение органичной связи комплекса социальных приоритетов общества и целей государственной политики; разработка действенных методов удовлетворения социальных потребностей с учетом реальной политической и социальной обстановки в стране.

Предприниматели ценны для общества, прежде всего тем, что создают богатство и рабочие места посредством формирования и развития распространенной системы взаимосвязей. Поведение предпринимателя с точки зрения экономического подхода связано с теорией естественного отбора и экстремальным принципом предпринимательской функции. По сути, максимизирующее поведение и стабильность преимуществ – выведенные из концепции естественного отбора способы поведения, сформировавшиеся в процессе эволюции общества.

Предпринимательский опыт проявляется в интуитивном поведении и применении экстремальных принципов в экономике. Главное правило – правило максимизации прибыли (MR = MC, где MR – предельный доход; MC – предельные издержки) и пока поведение предпринимателей не приблизится к этой идеальной точке, они не смогут длительное время заниматься своим бизнесом. Гипотезу максимизации прибыли многократно и неудачно пытались опровергнуть. Этот механизм базируется на действии экстремального принципа, максимизирующего или минимизирующего предпринимательскую функцию по определенным параметрам динамического процесса конкуренции как естественного отбора.

Таким образом, действие экстремального принципа в форме естественного отбора в рыночной среде обеспечивает успех предпринимателя, стремящегося максимизировать прибыль, и приводит к банкротству тех, кто ему не следует.

Итак, экономический принцип предпринимателя – MR = MC. На основе использования метода аналогий обоснуем основополагающий концептуальный

принцип функционирования социального предпринимательства. По нашему мнению, поведение социального предпринимателя должно подчиняться правилу максимизации социального результата: каждое предприятие будет максимизировать социальный результат и минимизировать социальные издержки, работая в точке, где предельный доход по удовлетворению социальных потребностей будет равен предельным издержкам на ликвидацию последствий социальных конфликтов: $MR_{SP} = MC_{SP}$, где MR_{SP} – предельный доход по удовлетворению социальных потребностей; MC_{SP} – предельные издержки на ликвидацию последствий социальных конфликтов. При этом, под предельным доход по удовлетворению социальных потребностей понимается прирост социальных доходов населения, связанный с реализацией целевой социальной программы; а предельные издержки на ликвидацию последствий социальных конфликтов – прирост расходов предпринимателя и общества, вызванный возникновением и последствиями социальных конфликтов и протестов. Возможны следующие варианты (табл. 1.3).

Таблица 1.3 – Правило максимизации социального результата

№	Вариант	Результат
1	$MR_{SP} = MC_{SP}$	Социальный предприниматель максимизирует результат деятельности, предпринимательская функция стабильна
2	$MR_{SP} > MC_{SP}$	Социальный предприниматель эффективно функционирует, но не получает максимального результата, предпринимательская функция - развивается
3	$MR_{SP} < MC_{SP}$	Социальный предприниматель находится в ситуации, когда расходы превышают результаты, деятельность неэффективна, предпринимательская функция – деградирует

Предложенная гипотеза инвариантности стабильности поведения социального предпринимателя в ситуации динамического неравновесия реализуется не только экономическими, но и административными и социокультурными способами. Поэтому, чисто экономическую теорию возникновения и исчезновения социальных предпринимателей в рыночной среде необходимо дополнить социологической и институциональной теорией,

объясняющие причины стабильности и нестабильности предпринимательской функции социокультурными, социоэкономическими и институциональными способами.

Вышесказанное позволяет определить поведение социального предпринимателя как: специфический социоценностный вид экономической активности личности (предпринимателя), связанный с возможностью самодостаточного распоряжения своей творческой деятельностью, результатами труда со всего спектра предпринимательской самоорганизации с целью максимального удовлетворения социальных потребностей общества и недопущения социальных конфликтов.

При этом в качестве основных направлений развития социального предпринимательства в современных условиях хозяйствования видятся: во-первых, формирование института социального предпринимательства; во-вторых, развитие государственно-частного партнерства; в-третьих, организация международных социальных предприятий и проектов; в-четвертых, цифровая трансформация социального предпринимательства.

В рамках данного исследования следует остановиться на эффективности государственно-частного партнерства. Следует согласиться с проф. М.В. Фоминой, что оно является важнейшим фактором в развитии социального предпринимательства [109, 110]. Как отмечают Томсон и кол. [111], «сотрудничество будет более плодотворным в случае, если совпадают цели, а также, если совместные цели вносят вклад в индивидуальные». Основываясь на проведенном исследовании можно констатировать, что данный тезис подтверждается и в рамках государственно-частного сотрудничества. Стороны понимают, что их цели сходны, и что более интенсивная кооперация позволит глубже осознать индивидуальные цели друг друга. Следует заметить, что взаимность также увеличивает эффективность сотрудничества, что было подтверждено респондентами. Они отметили, что довольно сильно зависят от государства, поскольку именно от него социальные предприятия и получают новых работников и необходимые субсидии на этих работников.

Государство в свою очередь зависимо от социальных предприятий, т.к. они создают рабочие места для людей с ограниченными возможностями, что позволяет государству имплементировать свою социальную политику на местах. Обе стороны осведомлены о своей взаимозависимости. Многие социальные предприниматели отмечают, что без государственных субсидий не смогли бы далее существовать в качестве социального предприятия, а вынуждены были бы переквалифицироваться в обычное предприятие. Этот факт подтверждает тезис о том, что кооперация и взаимообмен необходимыми ресурсами приводит к более эффективному сотрудничеству. При этом, государство берет на себя обязательства по сотрудничеству путём выделения субсидий, грантов, информационной поддержки, организации обучения сотрудников и формирования банка лучшей практики, создания условий для привлечения инвесторов. Таким образом, развитие государственно-частного партнерства выступает катализатором развития социального бизнеса.

Концепция развития социального предпринимательства в нашем понимании – это приоритетная идея, базирующаяся на основополагающих методологических и концептуальных подходах и принципах, которая определяет стратегию действий по реформированию экономики с целью построения общества социального благосостояния. Общества, в котором социально незащищенные граждане чувствуют себя полноценными и равноправными членами социума, общества, в котором духовно-нравственные ценности (система ценностей) выступают основным приоритетом, мотивационным механизмом развития социального предпринимательства, нацеленного на решение целого круга социальных проблем, которые не в состоянии решить государство. Предложенная концептуальная модель (рис. 1.8) рассматривается как механизм реализации ценностно-мировоззренческого подхода, объясняющий и обосновывающий необходимость, целесообразность, востребованность развития социального предпринимательства, способного создавать финансово-устойчивые модели решения социальных проблем и брать на себя ответственность за их успешные решения.

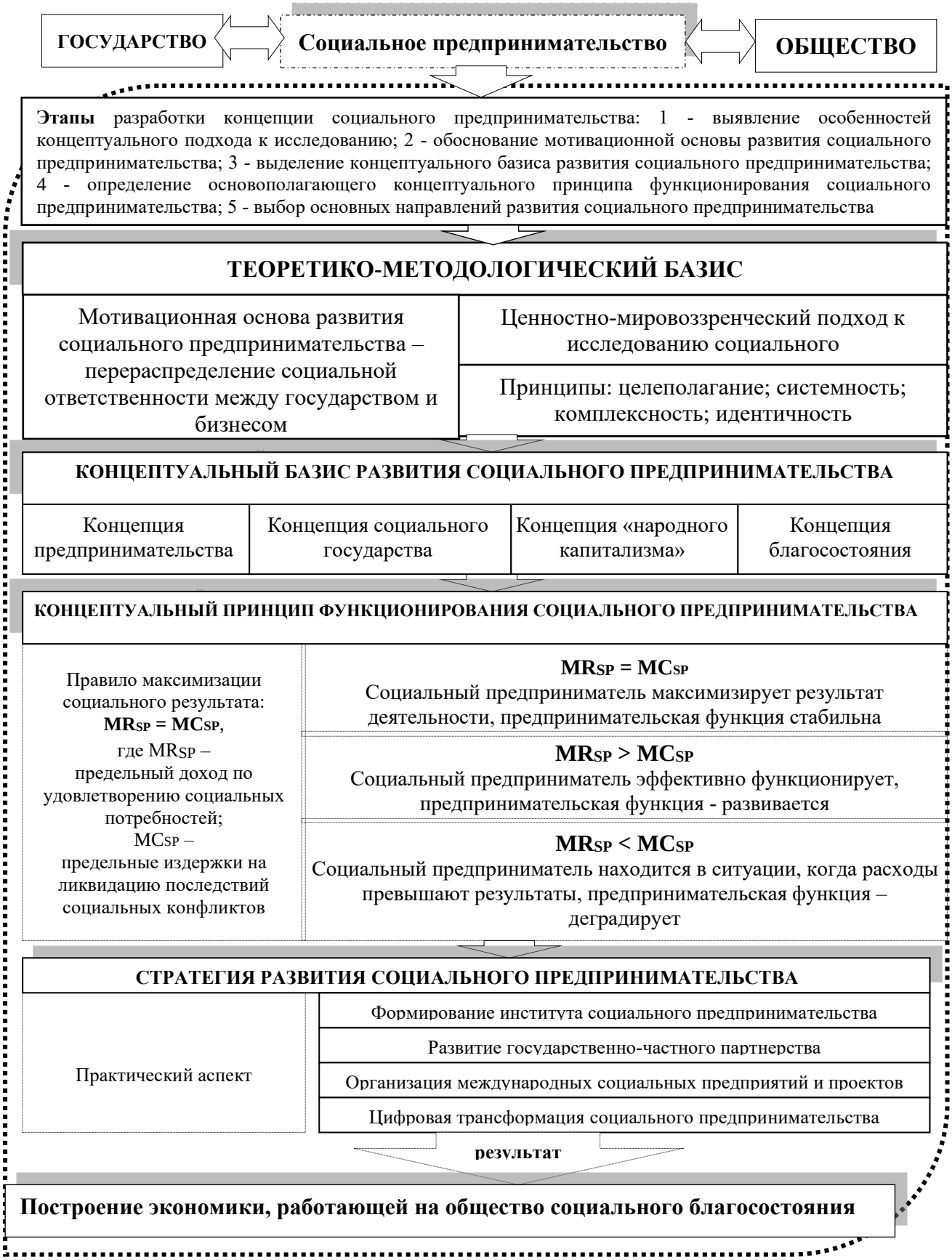


Рисунок 1.8 – Концептуальная модель развития социального предпринимательства *(разработано автором)*

ВЫВОДЫ К РАЗДЕЛУ 1

Изучение теоретико-методологических положений развития социального предпринимательства позволило прийти к следующим результатам:

Обосновано, что реформирование социального сектора выступает основным элементом трансформации структуры национальной экономики и концептуальной основой формирования ее новой модели. Разработанная модель базируется на функциональном принципе построения и имеет пятисекторную структуру, что позволяет выделить основные тенденции общественного развития: социализация производства; расширение социальных аспектов производства; формирование предпосылок создания социальных институтов и социальной инфраструктуры; развитие социального предпринимательства как самостоятельной функциональной составляющей, объединяющей четвертичный и пятеричный сектора данной модели. Доказано, что это позволит максимизировать процесс удовлетворения социальных потребностей на основе оптимального перераспределения социальных функций и обязанностей между государством и бизнесом.

Особенности социального предпринимательства определили в качестве методологии разработки его концепции применение ценностно-мировоззренческого подхода, с точки зрения которого: социальное предпринимательство должно сыграть роль носителя и распространителя социальных общественных ценностей на основе следующих норм: мировоззренческих; универсальных; общественных; личностных; демократических; стремление к получению прибыли приобретает ценностно-социальный характер: прибыль – не цель, а индикатор конкурентоспособности бизнеса и средство создания социальной ценности в обществе.

На основе исследования идеогенеза понятия «ценности» сформировано его авторское определение как элемента духовно-нравственной социальной системы общества, а именно, ценности - определенные нормы, правила и идеалы,

определяющие и мотивирующие поступки и поведение человека, которые направлены на самовыражение, инновационное развитие общества и государства в целом.

Установлено, что совокупность ценностей формирует ценностную систему, которая в соответствии с мировоззренческой позицией субъекта (социального предпринимателя), складывается в определенную уникальную иерархическую подсистему ценностей, которая оказывает заметное влияние на выбор вида деятельности и мотивацию его экономического поведения. Доказано, что именно духовные ценности в значительной степени определяют потребности в создании или дальнейшем развитии социального предпринимательства, как особого способа экономической деятельности.

Обоснован приоритет ценностно-мировоззренческого подхода, как методологии, лежащей в основе исследования экономического развития, трансформации ценностей и ценностных ориентиров применительно к теории и практике предпринимательства.

Определена приоритетность мировоззренческой позиции общества в формировании и развитии социального предпринимательства, которая рассмотрена с позиций комплексного, системно-структурного аспекта взаимообусловленности ценностей, мировоззрения индивида и феномена социального предпринимательства.

Изучение существующих ценностных подходов: концепции ценностно-ориентированного менеджмента, стейкхолдерского подхода, концепции устойчивого развития, корпоративной социальной ответственности бизнеса, концепции тройного критерия, доказало их приоритетную направленность на стоимостной измеритель финансовой успешности бизнеса. Реализация методологии ценностно-мировоззренческого подхода обосновывает формирование и развитие социального предпринимательства в социуме.

В рамках ценностно-мировоззренческого концептуального подхода разработана система принципов, позволяющая сформировать в функционировании предпринимательства и в социально-экономическом

развитии общества качественно новую систему ценностей: целеполагание, системность, комплексность, идентичность.

Исследование социальной структуры общества и проблем неравенства позволило констатировать, что государство не способно самостоятельно решить накопленные в обществе социальные проблемы, на это нацелен функциональный институт социального предпринимательства. При этом мотивационной основой развития социального предпринимательства является выявление социальных проблем и удовлетворение неудовлетворенных властью социальных потребностей на основе оптимального перераспределения социальных функций и обязанностей между государством и предпринимателем.

В основу разработки концепции социального предпринимательства положена парадигма, основанная на: концепции предпринимательства (осуществление систематических нововведений на основе контроля источников инноваций и возможностей, предоставляемых рынком); концепции социального государства (система социальных и моральных ценностей и норм, планирование общественного развития, формирование институтов, социальная политика, финансирование социальной сферы, «социальный контроль»); концепции «народного капитализма» (методы и направления трансформации системы распределения и перераспределения); концепции благосостояния (согласование личных, коллективных и общественных интересов; эффективное использование имеющихся ресурсов; обеспечение органичной связи комплекса социальных приоритетов общества и целей государственной политики; разработка действенных методов удовлетворения социальных потребностей с учетом реальной политической и социальной обстановки в стране).

Обоснован основополагающий концептуальный принцип функционирования социального предпринимательства – правило максимизации социального результата.

В качестве основных направлений развития социального предпринимательства в современных условиях хозяйствования определены: формирование института социального предпринимательства; развитие

государственно-частного партнерства; организация международных социальных предприятий и проектов; цифровая трансформация социального предпринимательства.

Основные научные результаты раздела опубликованы в работах [112-120].

РАЗДЕЛ 2 СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УСЛОВИЯХ СОЦИАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННОЙ ЭКОНОМИКИ

2.1 Проблемы формирования, развития и реинвенции социальных предприятий

Эволюция предпринимательства в социальное предпринимательство происходила под влиянием ряда предпосылок. Речь идет, в первую очередь, об усилении социальной напряженности и неравенства в мире, невозможности государства решить проблемы социальной сферы самостоятельно, формировании системы нравственности, культуры и других человеческих ценностей в эпоху формирования и развития социально-ориентированной экономики. Несмотря на значимость и важность формирования и развития социального предпринимательства в обществе, данный вид предпринимательской деятельности соприкасается с целым рядом вызовов, сложностей и проблем. Эти, достаточно серьезные проблемы и сложности возникают на всех этапах жизненного цикла, как в самих предприятиях (организационные, управленческие, финансовые, коммуникативные и др.), так и в окружающей их бизнес-среде (недоверие общества, отсутствие информации о цели и результатах их деятельности, недостаточная поддержка со стороны государства и Фондов, отсутствие льгот и привилегий при налогообложении и др.). Изучение работ отечественных и европейских ученых [121-139] показало, что в качестве основных факторов, препятствующих эффективному функционированию социальных предприятий, они выделяют следующие:

- ограниченная поддержка со стороны государства;
- пассивность частного сектора экономики;
- недостаточное финансирование;

- неэффективное внутриорганизационное управление (планирование, организация, коммуникация);

- слабая адаптивность к изменениям внешней среды;

- отсутствие качественной информационной «пропаганды» о назначении социального предпринимательства и его роли в обществе.

Характеристика приведенных проблем приведена в таблице 2.1.

Таблица 2.1 – Характеристика основных групп проблем социальных предпринимателей

Группа проблем	Характеристика
1	2
Ограниченная поддержка со стороны государства	Нехватка государственной поддержки и отсутствие общественной политики в сфере социального бизнеса тормозит его развитие, что может быть связано с: а) проблемами власти и контроля; б) отсутствием чёткости и ясности плана мероприятий; в) непониманием правомочности менеджмента; г) рамками закона; д) конфликтами интересов; е) фокусированием на резервах денежных средств, а не на реальных потребностях общества
Пассивность частного сектора экономики	Частный сектор не в полной мере оказывает поддержку социальному бизнесу, что может отрицательно отразиться на поставленных целях. Низкая вовлеченность частного сектора в различные общественные проблемы ограничивает общественное благосостояние и его рост. В результате, предприятия вынуждены искать поддержку в других секторах
Недостаточное финансирование	Вопросы распределения денежных средств и доступ к финансовым ресурсам является ключевым вызовом. Социальные предприятия и особенно неприбыльные организации для своего функционирования нуждаются в грантах и субсидиях. Возможность доступа к финансовым ресурсам посредством традиционных путей финансирования в некоторых случаях является трудно достижимой. Финансовые затруднения достаточно часто вызваны конфликтами интересов касательно миссии организации и её финансовыми потребностями для достижения целей. Для социальных предприятий является довольно сложным быть прибыльными на протяжении длительного промежутка времени

Продолжение табл. 2.1

1	2
Неэффективное внутриорганизационное управление (планирование, организация, коммуникация)	Социальные предприятия подвержены проблемам в менеджменте. В настоящее время наблюдается острая нехватка управляющих кадров. Социальным предприятиям необходимо более тщательно планировать своё развитие и рост; в некоторых случаях наблюдается отсутствие подготовленности к росту спроса на предоставляемые товары и услуги. Социальные предприятия успешней достигают поставленных целей при большем акценте на конечном потребителе. Компании, как показала практика, не придают особого значения ответственности и часто не работают на оптимальном уровне. Организационные преграды существуют на всех уровнях предприятия: социальные предприятия испытывают трудности с такими факторами как слабое управление и плохие идеи [131, с. 4-12]
Слабая адаптивность к изменениям внешней среды	Социальные предприятия не в состоянии легко перестроить предложение своих товаров и услуг. В то время как эти перестроения сложно осуществить, некоторые социальные предприятия демонстрируют хорошую адаптивность, находясь наравне с прочими предприятиями, тем самым, улучшая своё конкурентное положение [132]
Отсутствие постоянного информационного продвижения и популяризации в СМИ (в том числе социальные сети) социального предпринимательства и его роли в обществе	В настоящее время, имеет место недостаточность знаний в обществе о социальном предпринимательстве, более того, остро ощущается отсутствие информационной пропаганды, агитации, рекламы и литературы об успехах и «провалах» социальных предприятий. Вместе с тем, некоторые крупные успешные консалтинговые компании поощряют создание исследований о социальном бизнесе на реальных примерах (case study). Такие исследования, черпающие информацию из реально существовавших и существующих организаций, помогают расширить представление об этом типе предпринимательства [134]

Принимая во внимание значимость государственной поддержки для социального предпринимателя, необходимо отметить, что ее наличие не всегда обеспечивает успешность последнего. Так, Американская ассоциация пенсионеров, неприбыльная и непартийная организация, работающая с людьми старше 50 лет, запустила спортивное соревнование по триатлону для

своих членов. Её намерением было побудить людей стать более физически активными. Однако данная инициатива долго не просуществовала, хотя и получила государственную поддержку. Людей невозможно заставить делать то, что они не хотят. Тем не менее, в большинстве случаев поддержка со стороны государства является необходимой для успеха социальных инициатив. Практика показала, что программы социального бизнеса без господдержки являются недостаточными для решения значимых общественных социальных проблем. Социальные предприятия должны заручиться государственной поддержкой для достижения поставленных целей [135, с. 448].

Для успешного развития социальных предприятий необходима имплементация следующих государственных программ.

1. Предоставление налоговых льгот для местных и международных социальных предприятий;
2. Предоставление налоговых льгот для компаний, поддерживающих социальный бизнес;
3. Включение социальных тренинговых программ в государственные обучающие программы;
4. Предоставление государственной земли или зданий по сниженным арендным ставкам для социальных предприятий;
5. Создание и развитие специализированного фонда для поддержки социальных предприятий;
6. Запуск масштабной государственной информационной кампании для информационного продвижения социального предпринимательства и стимулирования участия в нём;
7. Внесение теории социального предпринимательства в научные программы и учебные планы университетов;
8. Поддержка исследований в области социального предпринимательства;
9. Налаживание отношений с посольствами разных стран для привлечения социальных предприятий извне;

10. Участие в конференциях и саммитах, посвященных социальному предпринимательству.

Развитие и успешное функционирование социальных предприятий обеспечивается не только государственной (правительственной) поддержкой. Важную роль играют и усилия самого социального предпринимателя в преодолении вызовов и решении возникающих проблем. Так, внутриорганизационные проблемы социального предпринимательства, кроме рассмотренных в таблице, связаны еще и с так называемой, «двойственностью» целей (экономический и социальный эффект). Это накладывает на менеджмент социальных предприятий дополнительные трудности, обусловленные конфликтными целями предприятия. Кроме того, им также необходимо учитывать: требования к работникам (в том числе с ограниченными возможностями), наличие (отсутствие) общественной поддержки, государственную политику и партнерство, финансирование, местонахождение целевых групп, бизнес мотивацию. Для решения подобных проблем социальным предприятиям целесообразно:

а) создать систему по рассмотрению вопросов возможностей роста;

б) тщательно продумать рыночную среду (окружение) и отследить рыночные сдвиги;

в) создать стратегически долгосрочную сеть с поставщиками, стейкхолдерами и партнерами [133].

В качестве примера можно привести социальное предприятие «Силван Бич», которое занималось предоставлением помощи в адаптации к жизни и повышением квалификации для людей, находящихся в опасной жизненной ситуации. Компания постоянно росла и экспериментировала с нахождением подходящего операционного баланса, что привело к разрастанию компании до нескольких бизнес проектов с различными источниками дохода.

Таким образом, вышеупомянутые трудности и вызовы показывают, что практика хозяйствования социальных предприятий является сложной. Существуют факторы, которые следует учитывать в начале социального бизнеса,

в процессе его развития, или на протяжении всего периода существования (например, тщательное планирование). С другой стороны, все проблемы, которые встречаются на пути предпринимателя, можно разделить на неподвластные предприятию, и те, которые контролировать можно. Например, что касается проблем внутриорганизационного менеджмента, то принятия мер по обеспечению того, чтобы компетентные люди занимали ключевые посты, снижает риск ошибок. Социальным предприятиям следует тщательно продумывать все трудности, связанные с планированием, организацией, мотиваций и внутренним контролем на предприятии. Перечисленные проблемы, с которыми сталкиваются социальные предприятия, чаще всего являются повторяющимися, для которых уже был разработан определенный алгоритм их преодоления (или требуется новое решение). Но есть и уникальные (новые) проблемы, которые предполагают инновационное решение неизвестной ранее проблемы.

Быстроизменяющаяся внешняя среда, в которой функционируют социальные предприятия, заставляет социальный бизнес своевременно к ней адаптироваться, более того, для того, чтобы приспособиться к новой среде предприниматели должны быть готовы «заново себя создать». Частым вызовом для них на пути их развития может стать, например, недостаток поддержки: социальные предприятия сталкиваются с трудностью убедить других покупать свои товары, продукцию. Также отсутствует отклик общества на прилагаемые социальными предпринимателями усилия. Правительство и общество (население) может попросту не идти навстречу социальным предприятиям (по разным причинам), не разделять цели и миссию социальной организации. Поэтому последней необходимо постоянно работать над информированностью общества о своей социальной миссии, совершенствовать предлагаемые товары и услуги с целью подчеркнуть важность своей работы.

В процессе адаптации и реинвенции («заново создать»), социальные предприятия должны оставаться верными своей миссии. Однако, заметим, что

«недостаточность финансовой поддержки уменьшает эффективность ее реализации и расширения деятельности социальных предприятий» [136].

Для их успешного функционирования предприятиям необходимо агрессивное приспосабливание и реинвенция [137]. Это влечет за собой и определенные внутриорганизационные видоизменения. Поэтому стратегически важно поддерживать соответствие между операционным стилем социального предприятия и рыночными условиями. Это соответствие должно быть обязательно измерено, уравновешено, и реформировано (в случае необходимости).

Учитывая серьезность существующих проблем с менеджментом, социальные предприятия должны постоянно анализировать эффективность своей деятельности, как индикатора эффективности управления. Вместе с тем, некачественный анализ, не адекватность применяемых показателей и методик может не только способствовать получению недостоверных результатов, но и поставить под угрозу само дальнейшее существование бизнеса. Важным аспектом при этом является осознание существующих барьеров: нехватка знаний, отсутствие адаптированных методик, недостаток исследовательских данных, с помощью которых можно принимать обоснованные управленческие решения.

Динамичные внешние условия, стремительное развитие информационно-коммуникационных технологий заставляют социальные предприятия инновационно изменить свои организации. Например, одна из таких организаций в Бразилии успешно создала интернет-стартап в попытке увеличить денежный поток, что ей и удалось. Другие способы адаптироваться и «пересоздаться» включают такие подходы как:

а) сделать акцент на доверие населения и законность (открытость) своей деятельности;

б) создать уникальную нишу для деятельности;

в) работать, невзирая и преодолевая возможные религиозные и культурные барьеры [139].

Нельзя не отметить и проблемы ментального (психологического) характера. В то время, как и граждане, и предприятия находятся и функционируют в одной и той же среде, в одном и том же государстве и социуме, результаты подобного функционирования они получают разные. Отличие в результатах связано с тем, как полученная информация обрабатывается и осознаётся теми или иными лицами и какие соответственно действия ими вследствие этого предпринимаются. Например, узнав о чрезвычайной бедности в Африке, люди по-разному воспринимают информацию: одних, она особо не волнует, а других мотивирует к решительным действиям по изменению ситуации к лучшему. Подобная мотивация, а также возможность расширения (развития) социального бизнеса, является одной из причин перехода к международному социальному предпринимательству.

Глобализация предоставляет множество возможностей для работы социальных предпринимателей. На повестке дня стоят такие острые проблемы как бедность, СПИД, нехватка водных ресурсов, жилья и образования. И эти проблемы требуют безотлагательного вмешательства.

Учитывая глобальность масштабов социальных проблем в мире, остановимся более подробно на проблемах международного социального предпринимательства, решение которых поможет внести значительный вклад в снижении социальной напряженности и социальной ассиметрии в мировом сообществе.

Вызовы, с которыми может столкнуться международное социальное предпринимательство, могут быть внешними и внутренними (рис. 2.1).

Для решения внутренних проблем международные социальные предприниматели должны провести анализ, с целью идентификации, с одной стороны, существующих проблем, а с другой стороны, социально-ориентированной ценности, которую они оказывают обществу. Поэтому можно говорить о социально и бизнес направленных атрибутах анализа. При этом социально направленные атрибуты включают в себя: сосредоточение на потенциальном влиянии на общество, постоянные изменения (в том числе

организационные), стратегическое видение, обязательства к стейкхолдерам, вероятность достижения успеха. К бизнес направленным атрибутам относятся такие показатели, как: ориентирование на рынок, двойственность целей (социальные и экономические), предприимчивость, ориентация на прибыль, креативность, склонность к инновациям, решительность, организованность. Знание факторов, влияющих на бизнес, помогает планированию основных экономических показателей (прибыль, рентабельность), формированию конкурентных преимуществ, открывает доступ к новым знаниям и технологиям и помогает в разработке стратегий, направленных на дальнейшее развитие предприятия. Более того, по мере столкновения с новыми вызовами и возможностями, социальным предпринимателям необходимо перманентное совершенствование стратегии в комбинации с передовым менеджментом.

Рисунок 2.1 – Проблемы и вызовы международного социального предпринимательства

Учитывая глобализационные процессы, международные социальные предприниматели должны хорошо ориентироваться во внешней бизнес среде. При этом им следует твёрдо придерживаться разработанной стратегии и миссии, посредством выполнения которой они бы смогли оказать влияние на общество, принимая во внимание следующие факторы: мотивация, предприимчивость, формулировка стратегии, улучшение и оценивание миссии. Отметим, что именно при глобализации, как отдельные лица (предприниматели), так и предприятия (корпорации), находятся в идеальном положении для оказания позитивного международного влияния на местное социальное сообщество.

Глобализация создает благоприятные условия для влияния на общество и, как следствие, изменения мира к лучшему. Бизнес получил возможность трансформироваться в международные социальные предприятия и реализовать двойные или даже тройные цели. Более того, руководители предприятий (корпораций) готовы заняться интросоциальным предпринимательством (social intrapreneurship), трансформироваться в международные социальные предприятия путём имплементации социальных проектов внутри компаний. При этом сами корпорации могут выступать в качестве партнёров, спонсоров, оказывать материальную поддержку разнообразным социальным устремлениям.

Государственные и негосударственные организации могут развивать инновационные программы, используя пример международных социальных предприятий. Ученые могут в свои труды и научные исследования включать проблематику социального предпринимательства с целью углубления теоретических знаний и практического опыта.

Государственное участие в поддержке социального предпринимательства может проявляться в нескольких направлениях:

- осуществление соответствующей, социально-ориентированной политики;

- принятие определённых законов;

- поощрения и налоговые послабления социальному бизнесу (они будут стимулировать создание социальных предприятий, а также привлекут международных социальных предпринимателей из зарубежных стран);

- создание соответствующей инфраструктуры и систем, способствующих росту и распространению социальных предприятий;

- обеспечение доступа социальным предприятиям к микрокредитованию [140].

По мере того, как социальные предприятия выходят на международную арену, государствам, в которые они «проникают», следует предпринять такие, поддерживающие социальный бизнес шаги, как:

- упрощение административных процедур;

- предоставление доступа к информации;

- обеспечение получения финансовых ресурсов;

- разработка программ по поддержке интернационализации;

- стимулирование межотраслевого сотрудничества;

- обеспечение исследовательской, технологической поддержки и обучения [141].

Осуществление данных мероприятий позволит международному социальному бизнесу без серьезных препятствий и затруднений войти на местный рынок для реализации своей благородной миссии. В качестве примера можно привести успешную международную концепцию экспансии социально-направленных инициатив, реализованную банком «Грамин» (Grameen) под руководством Мухаммеда Юнуса (Muhammad Yunus) и организацию «Ашока» (Ashoka) под патронажем Билла Дрэйтона (Bill Drayton). Банк «Грамин» предоставлял микрозаймы для беднейших слоев общества в Бангладеш, и данная концепция была успешно дублирована в других странах. Организация «Ашока», в свою очередь, поддерживает социальные предприятия в 48 странах, тем самым, оказывая огромное влияние на множество социумов [142].

Заслуживает уважения и опыт Филиппа Бербера (Philip Berber), создавшего предприятие – «Глиммер» (Glimmer), которое оказывало различные

услуги в Эфиопии. За несколько лет компания потратила более 16 млн. долл. на проекты, результатами которых было создание 1 657 источников питьевой воды, 190 школ, 99 поликлиник и 24 ветеринарных лечебницы. Подобных проектов создается и реализуется в мире все больше, что, в свою очередь, приводит к положительным изменениям и влиянию на жизни миллионов людей [143].

Таким образом, международное социальное предпринимательство можно определить как динамический процесс, предпринимаемый проактивными членами гражданского общества, лидерами, не боящимися рисковать, которые реализуют глобальные и интернациональные инициативы, ускоряющие реформирование гражданского общества и социальной политики.

Международное социальное предпринимательство активно приникает во все сферы экономики. Вместе с тем, приобретает все большую популярность интросоциальная деятельность различных компаний, организаций, фондов. Это достаточно новое понятие означает открытие в рамках крупных корпораций, компаний, целью деятельности которых будет выступать создание социальной ценности.

В таблице 2.2 приведены примеры их участие в социально-ориентированных инициативах.

Таблица 2.2 – Примеры участия в социально-направленных инициативах

Тип	Организация	Деятельность
Корпорация	Боинг	Была учреждена программа филантропической деятельности, которая способствует и стимулирует закупку сырья у неприбыльных организаций
Правообладатель	Комитет по охране природы	Лицензирует и брендирует товары социально-ориентированных предприятий
Фонд	Фонд Кауффмана	Проводит тренинги для руководителей, вовлечённых в развитие социальных предприятий
Филантропы	Пол Брэйнерд	Предоставляет субсидирование и консультации социальным и природоохранным компаниям
Академические институции	Университет Сиэттла	Разрабатывает учебные программы по социальному предпринимательству

Следует отметить, что практическое применение и реализация международного социального предпринимательства является достаточно сложным процессом, требующего внимания к рынку, сферам деятельности и финансовым аспектам [144].

При интернационализации социального предпринимательства рекомендуются следующие мероприятия:

- развиваться в той сфере, где компания способна применить свои знания;
- стратегически перемещать конкурентные преимущества;
- быстро адаптироваться к изменениям и рынку;
- быстро ассимилироваться и переходить к другим возможностям.

Успех реализации международного социального предпринимательства заключается в способности использовать имеющиеся возможности и справляться с вызовами и проблемами.

Таблица 2.3 отражает возможности и вызовы, влияющие на международные социальные предприятия [145].

Обращает внимание значительное количество вызовов (проблем), которые встают на пути международного социального предприятия. Причем, большинство из них характерны и для предприятий, функционирующих в границах одного государства (п.1, 2, 4, 7, 9, 10, 11).

Таблица 2.3 – Возможности и вызовы, влияющие на международные социальные предприятия

Возможности	Вызовы
1	2
1. Интернациональное окружение облегчает обмен идеями и межгосударственную коммуникацию; 2. Удобство межкультурного сотрудничества и партнерства;	1. Отсутствие поддержки со стороны общества; 2. Доступность капитала; 3. Необходимость сбалансированной и стратегической экспансии; 4. Гибкость и адаптивность;

Продолжение табл. 2.3

1	2
3. Рост успеха социального бизнеса; 4. Обретение полномочий для социального и экономического влияния в иностранных государствах; 5. Открытое пространство для креативных и инновационных подходов к социальному предпринимательству; 6. Развивающаяся динамика структур и систем; 7. Новые методики для реализации предпринимательских навыков и международного расширения бизнеса	5. Необходимость осведомлённости на местах; 6. Необходимость улучшения коммуникации и международной координации; 7. Нестабильность государственной поддержки; 8. Несоответствие различных структур в разных странах; 9. Проблемы инфраструктуры; 10. Установление доверия и законности; 11. Создание эффективной сети поддержки; 12. Языковые и культурные барьеры

Информация, приведенная в таблице, демонстрирует разнообразные возможности, а значит превентивные латентные факторы влияния на ведение международного социального бизнеса. Данные факторы могут быть как подконтрольны организации, так и неподконтрольны ей.

В таблице 2.4 рассмотрим виды проблем (вызовов) в зависимости от того представляется ли возможным их контролировать и насколько [146] .

Информация, приведенная в таблице 2.4, показывает, что неконтролируемые и частично неконтролируемые факторы относятся к вызовам, существующим, как в зарубежных странах, так и на отечественном рынке. Они могут затруднять операционную эффективность социального предприятия.

Как следует из таблицы, эти вызовы не являются полностью неподконтрольными организации, они поддаются управлению лишь до некоторой степени. Например, компания может предпринять определенные действия, чтобы отреагировать на вызовы следующим образом:

- отсутствие поддержки со стороны общества может быть решено четким указанием на существующую проблему;

- финансовые вопросы могут быть решены путём начала агрессивной международной финансовой кампании;

- нестабильность государственной поддержки решается путём проведения кампании по изменению линии поведения, и вовлечения государства в имплементацию своих проектов;

- несоответствие различных структур в разных странах исправляется путём адаптации менеджмента и гибкостью;

- проблемы инфраструктуры устраняются инновациями и креативностью.

Таблица 2.4 – Контролируемые и неконтролируемые вызовы, оказывающие влияние на международные социальные предприятия

Неконтролируемые/частично неконтролируемые	Контролируемые/частично контролируемые
1. Отсутствие поддержки со стороны общества; 2. Доступ к капиталу; 3. Нестабильность государственной поддержки; 4. Несоответствие различных структур в разных странах; 5. Проблемы инфраструктуры	1. Необходимость сбалансированной и стратегической экспансии; 2. Гибкость и адаптивность; 3. Необходимость осведомлённости на местах; 4. Необходимость улучшения коммуникации и международной координации; 5. Установление доверия и законности; 6. Создание эффективной сети поддержки; 7. Языковые и культурные барьеры

Следовательно, несмотря на то, что ряд существующих проблем подавляет и ограничивает операционную эффективность международного социального предприятия, они, вместе с тем, являются достаточно управляемыми.

Контролируемые и частично контролируемые факторы, указанные в таблице относятся к вызовам, с которыми международные социальные предприятия сталкиваются, и которые находятся в пределах их контроля. В качестве основных мероприятий по преодолению указанных выше вызовов и проблем, можно порекомендовать следующее:

- сбалансированная и скоординированная международная экспансия;

- гибкость организационной структуры и квалификация руководства;

- исследования новой бизнес-среды;

- расширение межгосударственной коммуникации и координация деятельности;

- построение доверия;

- создание эффективной сети поддержки;

- подготовка и обучение членов организации языковым и культурным различиям и проблемам недопонимания.

Таким образом, рассмотренная типология проблем социальных предприятий на всех этапах жизненного цикла (рис. 2.2), предполагает последовательные шаги по их анализу (причинно-следственные связи), генерированию альтернатив, выбору решения (оптитмального), подготовку к изменениям, оценку эффективности решения и его корректировку.

Очевидно, что влияние на вышеупомянутые факторы требует создания эффективной организационной модели, способной справляться не только с внутренними и внешними вызовами и проблемами организации, но и расширять возможности социального предприятия. Несмотря на важность преодоления существующих проблем и взятия под контроль вызовов, первоочередного внимания требует сохранение баланса между достижением социальных целей и сохранением рентабельности.

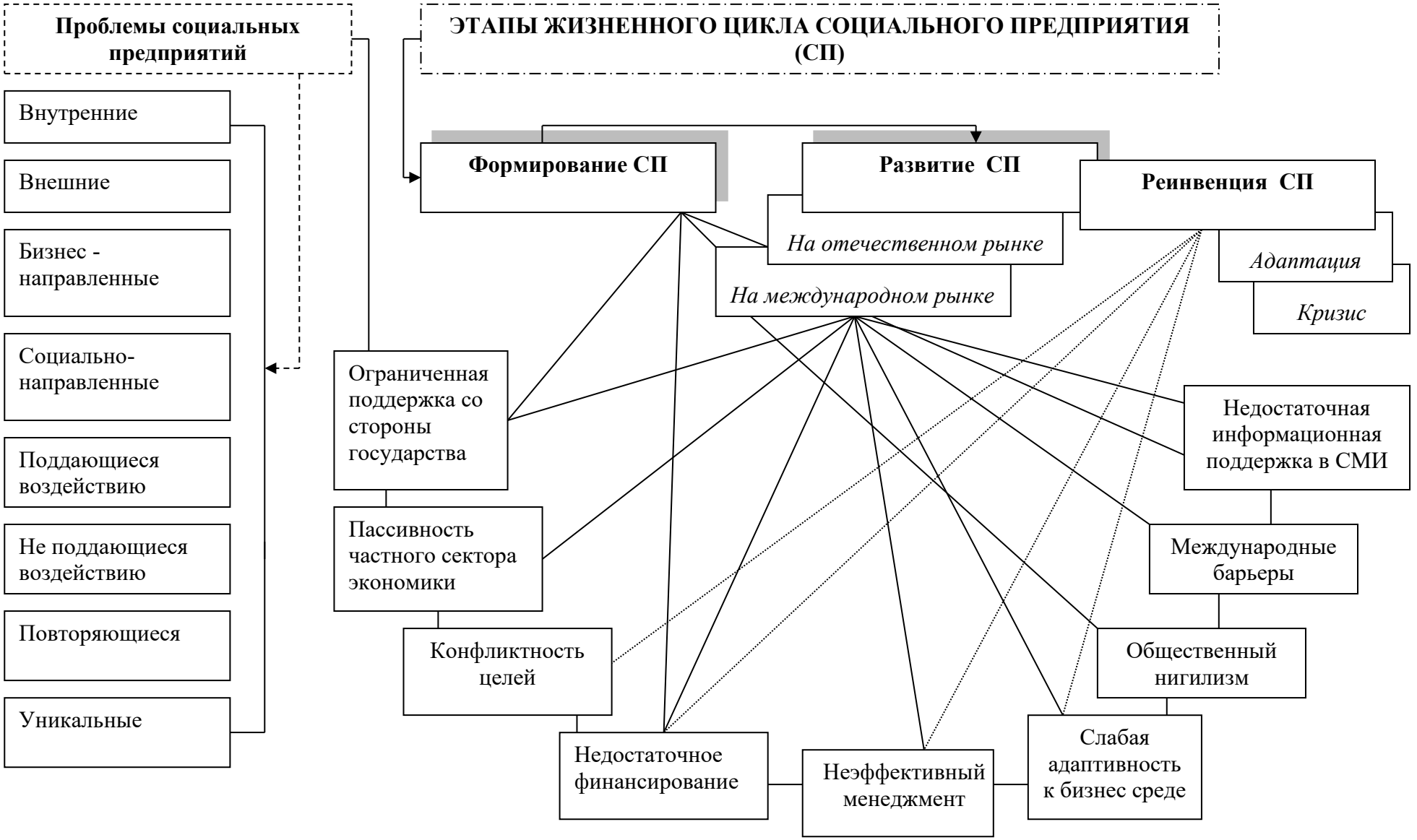


Рисунок 2.2 – Проблемы социального предприятия на этапах жизненного цикла (*разработано автором*)

Именно поиск такой модели функционирования, которая бы обеспечивала реализацию двойных или даже тройных целей, является сложнейшей задачей, особенно в условиях развития рынков и бизнеса.

Рассмотрим несколько подходов решения этой задачи для международных социальных предпринимателей. Заметим, что многие из них характерны и для социального предпринимательства, не выходящего за пределы отечественного рынка.

1. Сформировать чёткое видение стратегии и тактики реализации миссии, целей и задач [147].

2. Объективная оценка сильных и слабых сторон предприятия. Оценка и понимание всех возможностей компании является необходимым при развитии социального предприятия до интернациональных масштабов. Для анализа используют инструментарий SWOT и PEST анализа. Небольшие компании по мере своей международной интервенции имеют тенденцию расширять свою маркетинговую и предпринимательскую деятельность. При этом, ключевые возможности компании высоко ценятся за рубежом, повышая тем самым выгодность (эффективность) социального бизнеса [148, с. 125-137].

3. Знания о новой бизнес среде. В процессе реализации своих социально направленных программ в новом для предприятия окружении, международные социальные предприниматели должны хорошо понимать причинно-следственные связи, выяснить механизмы взаимодействия, а также проверить доступность всех форм и сетей поддержки. Тщательное исследование и глубокое понимание бизнес среды будет помогать в планировании проектов по дальнейшему развитию бизнеса и даст полное представление о существующих проблемах, и о том, как управлять вызовами. Заметим, что при правильном применении этого подхода, можно сформировать ясное и четкое представление о новом рынке и социокультурных особенностях нового окружения. [138, с. 26]

4. Социальный рычаг. Практика социального рычага, как возможности для социально незащищенных слоёв населения заявить о себе всему обществу, имеет свои достоинства. При следовании такой стратегии, международные социальные

предприниматели должны быть в курсе всех сходств и различий в домашнем окружении и в целевых зарубежных странах. Несмотря на то, что социальные проблемы в иностранном государстве могут быть одинаковыми, корни этих проблем могут разительно отличаться, что повлечёт за собой изменения в имплементации социально-направленных программ. Более того, если социальное предприятие решает сразу несколько социальных проблем, фокусирование именно на самой главной и важной приведёт к лучшим результатам.

5. Фокусирование на нишевых (редких, немассовых, специфичных) регионах. Международные социальные предприниматели могут столкнуться со снижением перспектив роста из-за ограниченности времени и ресурсов. Таким образом, возникают достоинства нишевых регионов, где может быть оказано большее влияние. Опыт показывает, что небольшие компании имеют преимущества в деятельности на нишевых рынках путём применения своих уникальных способностей [149, с. 561-583]

6. Эффективная стратегия. Стратегическое планирование является не менее важной задачей для международных социальных предпринимателей. В процессе роста компании необходимо постоянно думать о финансовых аспектах. Слабые показатели международной деятельности предприятия вызваны плохим планированием, бессистемным применением программ, и неверной оценкой рисков. При входе на международную сцену неотъемлемой частью стратегии является тщательное рассмотрение взаимодействия факторов, связанных с контролем, затратами и рисками [150].

Таким образом, социальное предпринимательство в своем развитии сталкивается с целым рядом проблем, которые требуют решений на государственном уровне (законодательные акты, программы финансовой поддержки), на уровне общества (формирование системы общечеловеческих ценностей), на уровне отдельного члена социума (воспитание, обучение, культура). Рассмотренные выше проблемы и вызовы усложняются конфликтностью целей социальных предпринимателей (получение прибыли и

социальный эффект) и наличием критически важных не контролируемых (не зависящих от предприятия) факторов.

2.2 Типология социального предпринимательства в контексте развития социально-ориентированной экономики

В последнее десятилетие в мире наблюдается обострение проблем, которые традиционно причисляются к глобальным: экономические, экологические, социальные, военные и т.д. Вместе с тем, на первый план в международной повестке выходят именно социальные проблемы, связанные с ростом дискриминации, неравенства и бедности. Таким образом, на наш взгляд, происходит формирование и обострение противоречия между глобальным характером экономического развития и роста, с одной стороны, и, с другой стороны, национальным характером социальной политики. Другими словами, социальные вопросы и их решение – это удел национальных государств, что, по сути, противоречит глобальным экономическим целям и механизмам их достижения.

Следует отметить, что поиск новых форм, методов и механизмов разрешения социальных проблем активизировался и актуализировался во многих странах мира. Например, Концепция безусловного базового дохода имеет место в качестве экспериментальной модели в Канаде, Японии, Финляндии, проведен референдум в Швейцарии. Возникает необходимость изучения, обобщения и применения уже накопленного опыта разрешения социальных проблем с целью создания и развития национальной институциональной структуры социального предпринимательства.

По сути, развитие института социального предпринимательства может стать действенным инструментом решения глобальной задачи – изменения концепции социальной национальной политики и роли государства в социальной

сфере, что позволит сформировать механизмы для социальной интеграции, обеспечения полной занятости, сокращения уровня бедности, активизации населения, инновационного развития и, как результат, формирования социально-ориентированной экономики. Формирование института социального предпринимательства – сложный и многоаспектный процесс. А его основой, по нашему мнению, является выработка критериев и научно обоснованной классификации социальных предприятий. Кроме того, именно наличие четкой классификации и типологии социального предпринимательства позволит, во-первых, разработать соответствующую нормативную и законодательную базу; во-вторых, выработать подходы к оценке результатов деятельности таких предприятий.

Первоначально, исходя из поставленной цели, необходимо разграничить и четко определить некоторые ключевые понятия и категории, т.е. провести их типологию на основе синтеза признаков и определенных наборов свойств.

Применение ценностно-мировоззренческого концептуального подхода позволило определить сущность категории «социальное предпринимательство» - это самостоятельная функциональная составляющая экономической системы, осуществляющая деятельность по созданию и потреблению социальной и экономической ценности на основе оптимального перераспределения социальных функций и обязанностей между государством и предпринимателем (см. п. 1.1.). Следуя логике, социальное предприятие – это предприятие, организованное с целью решения конкретной социальной проблемы или предоставления социальной услуги, которую не может решить рынок либо предоставить государство.

Социальное предприятие отличается рядом системных и комплексных признаков, а именно:

1) Как коммерческая организация оно должно получать прибыль, которая должна распределяться на: развитие бизнеса; внутри коллектива (совладельцы, акционеры, пайщики); реализацию социальных проектов или благотворительность;

2) На реализацию отдельных социальных проектов и программ могут привлекаться средства государственной поддержки или спонсорская помощь, но эти средства не должны являться основным источником существования предприятия;

3) Предприятие должно продуцировать сеть социальных контактов, которая включает в себя поставщиков, потребителей товаров и услуг, филиалы и структурные подразделения, занимающиеся не только производственно-коммерческой, но и социальной деятельностью;

4) Социальное предприятие не может создаваться ради разовых программ и проектов. Социальная миссия должна быть ориентирована на долгосрочную перспективу, а целевая установка – связана со спецификой основной деятельности и ориентирована на повышение благосостояния и благополучия социума;

5) Социальный предприниматель, осуществляя деятельность, совмещает две функциональные составляющие: предприниматель, стремящийся получить прибыль, новатор – создающий социальные правила или добивающийся изменений в уже устоявшихся социальных отношениях.

В современных исследованиях проблеме типизации социальных предпринимателей уделено значительное внимание. Один из наиболее распространенных подходов – типология Ш. Захра и М. Райта [151, с. 610 - 629], основанная на делении социальных предпринимателей на три группы: «социальный мастер», «социальный конструктор», «социальный инженер». Их сущностные характеристики постараемся выявить на основе таких критериев: цель деятельности, масштабы деятельности, социальная значимость, социальная ценность, влияние на социальное равновесие, потенциал, ограничения и риски, эффективность. В обобщенном виде эта концепция представлена в таблице 2.5.

Таблица 2.5 – Типы социального предпринимательства и их характерные особенности *(составлено автором)*

№	Критерий	Характеристика
1	2	3
«Социальный мастер» (авт.: Ф. Хайек)		
1	Цель деятельности	Понимание локальных социальных потребностей и их удовлетворение
2	Масштабы деятельности	Небольшие предприятия, локальный уровень, часто создаются для решения только одной социальной проблемы
3	Социальная значимость	Выявляют социальные потребности отдельных регионов
4	Социальная ценность	Гармонизируют локальное сообщество
5	Влияние на социальное равновесие	Приближают локальные системы к состоянию «социального равновесия»
6	Потенциал	Наличие знаний и навыков для решения местных локальных проблем
7	Ограничения и риски	Необходимо строго следовать местным законом и правилам
8	Эффективность	Незначительные ресурсы и опыт могут уменьшить степень удовлетворения других потребностей, не возможно расширить территорию воздействия
«Социальный конструктор» (авт.: И. Кирцнер)		
1	Цель деятельности	Создание предприятия с целью удовлетворения потребности в социальных товарах и услугах
2	Масштабы деятельности	Предприятия разных размеров и уровней (от локального до международного), создаются для долгосрочного удовлетворения социальных потребностей
3	Социальная значимость	Решают социальные проблемы, которые не может решить государство и бизнес в силу существующих законов и ограничений
4	Социальная ценность	Удовлетворяют социальные потребности дополняя меры государства
5	Влияние на социальное равновесие	Создают «социальное равновесие», устраняя «провалы рынка» и дополняя государственные меры
6	Потенциал	Предотвращают негативную реакцию общества за счет решения социальных проблем
7	Ограничения и риски	Постоянный надзор со стороны финансовых органов, недостаток компетентных сотрудников и волонтеров
8	Эффективность	Для непрерывной эффективной деятельности необходимо привлечение значительных финансовых ресурсов
«Социальный инженер» (авт.: Й. Шумпетер)		
1	Цель деятельности	Создание новых социальных систем для удовлетворения важных социальных потребностей
2	Масштабы деятельности	Большие предприятия, функционирующие на национальном или международном уровне с целью создания новых институтов и структур, изменяющих установленный порядок

Продолжение табл. 2.5

1	2	3
3	Социальная значимость	Формируют новые институты, т.к. устаревшая система взаимоотношений в обществе мешает удовлетворению новых социальных потребностей
4	Социальная ценность	Стремятся разрушить неэффективные социальные институты, провоцируют изменения в обществе и системе власти
5	Влияние на социальное равновесие	Разрушают сложившееся равновесие и создают более эффективное
6	Потенциал	Провоцируют «революционную» реакцию общества на нерешенные властью социальные проблемы
7	Ограничения и риски	Не признаются действующей властью, что ограничивает возможности по привлечению специалистов и финансовых ресурсов
8	Эффективность	Зависит от создаваемой системы: эффективной или деструктивной

Из представленной таблицы можно сделать выводы:

- во-первых, «социальные мастера» – это предприниматели, ориентированные на выявление и решение региональных социальных проблем, и удовлетворение местных социальных потребностей. «Социальные конструкторы» - предприниматели, стремящиеся удовлетворить социальные потребности, которые не могут быть удовлетворены рынком и государством, т.е. их функционирование направлено на минимизацию негативного влияния «провалов рынка» и несовершенств распределительной системы в условиях рыночной экономики. «Социальные инженеры» - предприниматели провоцирующие «революционные изменения» в обществе с целью решения системных проблем в существующих структурах и институтах;

- во-вторых, социальные предприниматели не являются однородной группой, могут быть как руководители конкретных предприятий (регионов) пытающиеся решить социальные проблемы коллектива (региональной общины), так и целые институты гражданского общества, некоммерческие организации, государственные учреждения;

- в-третьих, не все социальные инициативы одинаково эффективны и необходимы в обществе, так удовлетворение социальных потребностей может происходить в ущерб другим на локальном уровне; привлечение значительных

финансовых ресурсов может спровоцировать появление коррупционно-теневых схем на национальном уровне, что наносит ущерб всему обществу; «революционные изменения» в действующей сложившейся системе не всегда приводят к созданию более эффективной, иногда заканчиваются крахом экономики и полной дестабилизацией.

Типология социального предпринимательства свидетельствует о том, что социальные предприятия не имеют единой организационной формы, фактически они возникают эволюционным путем из традиционных бизнес-структур, коммерческих и некоммерческих организаций. Понятие социального предпринимательства объединяет:

- некоммерческие организации, функционирующие с целью получения прибыли;

- добровольческие организации, предоставляющие общественные услуги;

- коммерческие предприятия, преследующие социально значимые цели;

- коммерческие компании, функционирующие в сфере общественного благосостояния;

- общественные предприятия, основанные заинтересованными лицами для решения их конкретной социальной проблемы.

Необходимо отметить, что организационные формы социального предпринимательства зависят и от восприятия этого явления в обществе. Так, например, в США социальное предпринимательство трактуется как экономическая деятельность, имеющая социальную миссию (первостепенными являются внешние эффекты от функционирования бизнеса, а не его внутренняя организация). В Европе – наоборот, главное преимущество социального предпринимательства состоит в демократическом управлении предприятием (внутренний комфорт в коллективе – важная задача социального бизнеса).

Исследуем теоретические предпосылки формирования различных организационных форм социального предпринимательства (табл. 2.6).

Таблица 2.6 – Теоретические подходы к формированию организационных форм социального предпринимательства (*составлено автором*)

№	Цель	Теоретический подход	Организационная форма
1	Получение прибыли (дохода)	Получение дохода как необходимость для функционирования в случае снижения или полного отказа в государственном финансировании или помощи благотворителей	Добровольческие и волонтерские организации
2	Предоставление социальных услуг	Сектор услуг не может функционировать без инфраструктурной государственной поддержки	Формирование «третьего сектора»
3	Повышение благосостояния	«Провал государства», т.е. существующая распределительная система не способствует росту благосостояния в обществе	Социальные предприятия, Социально-ориентированные компании
4	Формирование позитивных локальных эффектов	«Провалы рынка», т.е. неэффективное распределение ресурсов в условиях рынка, отсутствие реинвестирования прибыли на экономические или экологические нужды общества	Коллективные или общественные предприятия
5	Развитие демократии	Социально-ориентированная экономика, предполагающая смену приоритетов развития (от прибыли к личности)	Кооперативы

Считаем, что именно теории «провалов рынка» и «провалов государства» являются первоосновой зарождения и становления новых организационных форм социального предпринимательства.

Развитие социального предпринимательства призвано минимизировать социальную напряженность в обществе между различными социальными группами, возникшую из-за указанных «провалов». Причем ликвидация «провалов» осуществляется на локальном, региональном, национальном, мировом уровнях, что свидетельствует о расширении границ социального предпринимательства. Как следствие, происходит, с одной стороны, расширение

сфер деятельности, с другой – появление новых субъектов деятельности. Последнее, непосредственно связано с инклюзивным развитием, предполагающим ликвидацию социального неравенства в экономическом секторе за счет вовлечения в сферу социального предпринимательства социально незащищенных слоев населения. В некоторых исследованиях инклюзивное развитие рассматривается как фундамент для создания «отдельного сектора экономики, который реализует концепцию устранения неравенства разных социальных групп населения через повышение благосостояния и значимости в обществе» [152, С.165]. При этом социальное предпринимательство рассматривается как форма реализации инноваций в социальной сфере [152, С.166], а его распространение позволит обеспечить «социально-ориентированное развитие государства» [152, С.167] и станет основой формирования новой культуры, нравственности, духовности.

Логично предположить, что с возникновением социальных предприятий исчезают привычные грани между коммерческим и некоммерческим секторами экономики. Это обусловлено противоречием, с одной стороны, государство вынуждено ликвидировать «провалы рынка», сформированные в результате отсутствия желания у бизнеса заниматься предоставлением социальных услуг в силу их не прибыльности. С другой стороны, государство не обладает достаточной гибкостью в производстве социальных услуг, что приводит к их дефициту и формированию «провалов государства», которые должен устранить некоммерческий сектор, обладающий ограниченными финансовыми возможностями. Фактически, между коммерческим и некоммерческим секторами и должен сформироваться «отдельный сектор» - сектор социального предпринимательства, разрешающий это противоречие за счет трехстороннего сотрудничества.

Проведем сравнительный анализ коммерческого, некоммерческого и социального предпринимательства с использованием таких критериев, как: мотивация, ориентация, цель, миссия, форма собственности, внутренняя организация, внешние эффекты (табл. 2.7).

Таблица 2.7 – Сравнительный анализ коммерческого, некоммерческого и социального предпринимательства (*составлено автором*)

Коммерческий сектор	Социальное предпринимательство	Некоммерческий сектор
Мотивация		
Максимизация прибыли	Позитивные социальные изменения	Решение социальных проблем
Ориентация		
Спрос и размер рынка сбыта	«Провалы рынка» и «провалы государства»	Неудовлетворенные социальные потребности
Коммерческий сектор	Социальное предпринимательство	Некоммерческий сектор
Цель		
Личное благосостояние	Решение долгосрочных социальных проблем	Решение краткосрочных социальных проблем
Миссия		
Создание имиджа, бренда	Обеспечение социального равновесия в обществе	Положительные социальные изменения
Форма собственности		
Частная или смешанная	Индивидуальная или коллективная	Коллективная или государственная
Внутренняя организация		
Вертикальная и горизонтальная интеграция	Демократия	Высокая доля сотрудничества
Внешние эффекты		
Конкурентная борьба	Создание новой социальной ценности	Зависит от типа предоставляемой услуги

Из таблицы видно, что взаимодействие в рамках социального предпринимательства предполагает сотрудничество между ним и социально незащищенными слоями населения, что приводит к созданию новой социальной ценности. Поэтому само социальное предпринимательство содержит стимул развития – совершенствование форм, типов и методов социальной деятельности для достижения социального равновесия и максимального удовлетворения потребностей населения в социальных товарах и услугах.

Считаем необходимым, остановится на некоторых формах социальной деятельности. Так, широкое распространение в мировой практике получили

проекты, как организационные формы социального предпринимательства. Например, KIVA – платформа, созданная для борьбы с нищетой. Ее функционирование основано на предоставлении небольших займов под низкие проценты с неограниченным сроком возврата на различные нужды малых предпринимателей. RAZOO – краудфандинговая платформа для реализации социальных целей. Крауфандинг – деятельность, позволяющая за счет небольших пожертвований от многочисленных пользователей какой-либо сети, аккумулировать средства на решения конкретной проблемы (помощь нуждающемуся, операция ребенку и т.д.). SunnyKarma – платформа, функционирующая за счет благотворительного аукциона встреч, т.е. каждый может организовать встречу с собой и помочь этим конкретным людям. Globeln – площадка, основанная россиянами, ориентированная на помощь ремесленникам в мировом масштабе, т.е. позволяет позиционировать и продавать изделия ручной работы на глобальном рынке. LavkaLavka – российский социальный стартап – фермерский онлайн проект, ставящий своей целью возрождение сельского хозяйства и национальных гастрономических традиций, позволяющий фермерам продавать свои продукты минуя систему перекупщиков и рынки.

Для более целостного понимания природы и процесса создания социальной ценности необходимо проанализировать особенности бизнес-моделей социального предпринимательства [153, 154]. Кроме того, анализ различных бизнес-моделей позволяет выявить и обобщить особенности разных форм социального предпринимательства, социального бизнеса и социально ответственных предприятий. Традиционно выделяют пять типов моделей: «Платформа», «Доступ к рынку», «Занятость», «Доступ к товару или услуге», «Благотворительность». Дадим им характеристику.

Модель «Платформа» предполагает роль социального предпринимателя как посредника между покупателем и получателем блага, по сути, целью деятельности является создание условий для доступа потребителя к рынку социальных товаров и услуг. Примером организаций, работающих по такому

принципу, являются фирмы, предоставляющие информационные услуги, создающие площадки для обмена информацией и данными, осуществляющие коммерческую деятельность в онлайн режиме и в реальных условиях (ярмарки, выставки и т.д.).

Модель «Доступ к рынку», аналогична предыдущей, т.е. социальный предприниматель выступает посредником, обеспечивающим доступ к рынку, но при этом еще и создает условия для осуществления обмена. Сам социальный предприниматель приобретает продукцию для дальнейшей перепродажи или сырье для организации процесса производства с целью обеспечения доходов получателю блага.

«Занятость» – это модель, предполагающая непосредственное участие потребителя социальных благ в процессе создания реальных товаров и услуг. Целью таких социальных предпринимателей является обеспечение трудоустройства необеспеченных слоев населения, что способствует их социальной и экономической адаптации, интеграции в общество, и, в конечном итоге, улучшению их экономического положения.

Модель «Доступ к товару или услуге». Социальный предприниматель берет на себя миссию по обеспечению, в случае отсутствия или невозможности, доступа определенных групп населения к товару или услуге. Данная модель как раз и предполагает ликвидацию или минимизацию «провалов рынка» и «провалов государства».

Модель «Благотворительность» в своей основе базируется на организации такого обмена, при котором нуждающиеся получают товары или услуги абсолютно бесплатно. В этом случае социальный предприниматель тоже является своеобразным посредником между продавцом (лицом, предоставившим финансовые средства на приобретение товаров и услуг) и покупателем (лицом, которому требуется товар или услуга, но самостоятельно он их приобрести и оплатить не может).

Перечисленные модели являются базовыми, олицетворяющими конкретный вид деятельности, но в зависимости от целей, задач, миссии

социального предпринимательства могут формироваться и смешанные модели. Примером таких моделей может служить эндаумент.

Эндаумент – это организационная форма социального предпринимательства, при которой созданное коммерческое предприятие должно получать прибыль, которая расходуется исключительно на социальные потребности общества. Главной отличительной особенностью его от благотворительности является то, что средства, вложенные в бизнес, и полученные в виде прибыли расходуются на заранее определенные цели.

Считаем, что можно выделить несколько форм этого вида социального бизнеса: производственный эндаумент (как производная от «Благотворительной» модели и моделей «Доступ к рынку» и «Занятость»); финансовый эндаумент (производная от «Благотворительной» модели и моделей «Доступ к рынку» и «Платформа»), образовательный эндаумент (производная от «Благотворительной» модели и модели «Доступ к товару или услуге»).

Под производственным эндаументом понимается организация коммерческого предприятия, производящего или реализующего товары и услуги с целью получения прибыли и расходования ее на удовлетворение социальных потребностей определенных групп населения. Вкладчик капитала в этом случае будет компенсировать свои затраты, получая проценты через несколько лет, когда предприятие станет самоокупаемым и его основные социальные цели будут достигнуты.

Финансовый эндаумент предполагает безвозмездную передачу денежных средств при условии неизменности начальной суммы и ее инвестирования в прибыльные проекты. Полученный таким образом доход может быть использован на поддержку малых предприятий, мелких предпринимателей и домохозяйств (определенной группы потребителей).

Под образовательным эндаументом понимается создание благотворительного эндаумент-фонда при образовательных организациях (школа, техникум, университет). Средства этого фонда должны инвестироваться в ценные бумаги или высоколиквидные активы, а полученные таким образом

доходы – обеспечивать стабильное финансовое положение образовательных учреждений. По сути, речь идет о создании дополнительного альтернативного источника финансирования, что особенно актуально для высших учебных заведений, уровень государственного финансирования которых имеет тенденции к сокращению. Накопленные таким образом средства могут расходоваться на долгосрочные научные и образовательные проекты; привлечение заслуженных деятелей науки и практиков к процессу преподавания; мотивацию образовательной активности студентов через систему стипендий; другие социальные нужды и развитие учреждения.

Проведенное исследование позволяет классифицировать социальное предпринимательство по следующим критериям:

1) По социальной значимости социального предприятия:

- предприятия, удовлетворяющие социальные потребности конкретной группы людей;

- предприятия, решающие социальные проблемы незащищенных слоев населения;

- предприятия, формирующие новые институты социальной сферы.

2) По сфере экономической деятельности:

- сельское хозяйство;

- обрабатывающая промышленность;

- торговля и общественное питание;

- гостиничное хозяйство и туризм;

- научная и образовательная деятельность;

- здравоохранение;

- социальное обслуживание;

- производство товаров;

- предоставление услуг.

3) По формам собственности:

- коммерческие;

- некоммерческие;

- государственные;

- смешанные (гибридные);

- неформальные.

4) По масштабам деятельности:

- локальные;

- региональные;

- национальные;

- международные;

- глобальные.

5) По применяемым социальным технологиям:

- общественные организации;

- государственные структуры;

- частный бизнес.

6) По целевой группе:

- воспитанники детских домов;

- дети дошкольного возраста;

- дети школьного возраста;

- инвалиды и дети-инвалиды;

- люди, которым необходимо лечение;

- малообеспеченные и социально-незащищенные люди;

- многодетные семьи;

- пожилые люди;

- недифференцированные группы (местные жители, определенные люди объединенные одной проблемой);

- общество в целом.

7) По видам социального бизнеса:

- бизнес для людей с инвалидностью;

- социальный туризм;

- бизнес, направленный на благо общества.

Считаем целесообразным, более подробно остановится на последнем классификационном критерии – по видам социального бизнеса, потому что предыдущие, по сути, вытекают из представленного выше исследования.

Социальный бизнес для людей с инвалидностью ориентирован, в основном, на удовлетворение потребностей населения в услугах, которые предоставляются самими инвалидами. Примером такого предприятия можно считать кабинеты или службы психологической поддержки, где работают инвалиды, получившие специальное образование.

Одним из видов социально-направленного бизнеса постепенно становится социальный туризм – организация и финансирование туристического бизнеса с целью удовлетворения потребностей в отдыхе или путешествиях таких групп населения как: студенты, инвалиды, малообеспеченные слои населения, многодетные семьи. В данном случае предприятия ориентированы, в основном, на внутренний туризм, а функционирование такого бизнеса будет способствовать развитию инфраструктуры городов и регионов.

Бизнес, направленный на благо общества – социальное предпринимательство на локальном уровне имеющее целью решение конкретной проблемы населения. Например, благоустройство придомовых территорий, парков, зон отдыха; организация детского и молодежного досуга; переработка мусора и другие экологические проекты.

Таким образом, традиционные и новые институты и формы социального предпринимательства направлены на создание социальной ценности. В современной хозяйственной практике оно удачно дополняет традиционные инструменты и подходы, позволяя сформировать «третий сектор», опосредующий связь между коммерческим бизнесом и государством для решения социальных проблем и обеспечения роста благополучия и благосостояния конкретных нуждающихся в помощи людей.

2.3 Модель социального предпринимательства, его противоречия и механизмы их разрешения

Исследование теоретического базиса, научных подходов, концептуальных основ, типологии, проблем становления и развития социального предпринимательства, проведенные ранее, позволяют утверждать, что социальное предпринимательство как экономический феномен содержит в себе ряд противоречий, на сущности которых целесообразно остановиться подробнее.

Поскольку социальное предпринимательство вплетено и неразрывно связано с системой рыночных отношений, оно должно соответствовать основным его принципам: самоокупаемости, рентабельности, эффективности, прибыльности. Но, при этом институциональные формы социального предпринимательства включают в себя как коммерческие, так и некоммерческие организации. Первые – целиком ориентированы на получение прибыли, вторые – например, благотворительные организации по определению не могут получать доход систематически, хотя и те, и другие декларируют социальную ориентацию и соответствующие целевые установки. Данное противоречие формируется на сущностном уровне, поэтому обозначим его как сущностное.

Суть этого противоречия состоит в том, что социальное предпринимательство формируется и развивается в условиях капиталистической системы хозяйствования, следовательно, создание прибавочной стоимости и максимизация прибыли являются, в конечном счете, главной целью социальных предприятий. Заметим, что она реализуется в условиях конкурентной борьбы, которая подталкивает предприятие к реализации стратегии выживания на рынке, являющейся доминирующей, и оттесняет социальные цели на второй план.

Следующее противоречие связано с целеполаганием деятельности предприятия (противоречие целеполагающее). Для него первичным является получение финансового результата, без которого невозможно достижение социальных целей. С одной стороны, предприятие, как отмечалось ранее,

пренебрегает социальными целями ради получения финансового результата. А, с другой, не может достичь социального эффекта из-за отсутствия необходимых финансовых ресурсов. В результате возникает классическая антиномия: для достижения социальных целей предприятие должно обладать необходимыми финансовыми ресурсами, а таковые возможно получить в перспективе за счет ограничения расходов на социальные проекты и программы.

Третье противоречие связано с декларируемыми ценностями и реальным их воплощением (декларативное). Оно проявляется в том, что, с одной стороны, предприятие декларирует социальную цель, связанную, как правило, с конкретной социальной проблемой, а, с другой – реально осуществляемая хозяйственно-финансовая деятельность не всегда направлена на достижение социального результата.

Примером такого рода социального предпринимательства может служить деятельность финансовых организаций, предоставляющих микрокредиты, которые вопреки декларируемым социальным целям к их достижению не стремятся. И «… несмотря на 35 лет существования микрокредитного движения, заслуживающее доверия, свидетельство положительного влияния микрокредитов на сокращение бедности крайне редки» [163, с. 21]. В СМИ последнее время тема «об особенностях работы» микрокредитных организаций: передача долгов коллекторам, лишения имущества заемщиков в счет погашения кредитов, угрозы жизни детей и родственников и т.д., является довольно актуальной. Эти примеры явно выходят за рамки социально ориентированного бизнеса.

Следующее противоречие связано с проблемой масштабов социального предпринимательства. Оно касается непосредственно возможностей последних решать насущные общественные проблемы (противоречие результативности): с одной стороны, небольшие социальные предприятия могут решить конкретные проблемы конкретных членов общества или отдельных социальных групп; с другой стороны, масштабы деятельности социальных предпринимателей не позволяют решить всех проблем общества, т.е. экстраполировать результаты

деятельности на микроуровне в рамках конкретных проектов, на макроуровень – государство, т.е. их деятельность не может решить системных социальных проблем общества. По сути, речь идет о том, что социальное предпринимательство не может удовлетворить потребности всех нуждающихся членов общества по причине недостатка или недоступности экономических и финансовых ресурсов. Социальный бизнес и благотворительность не могут и не должны выполнять социальные функции государства.

Если проанализировать общедоступные данные о социальных проектах основателя движения социального предпринимательства Ashoka Foundation [164, 24, с. 25 - 26], становится очевидным, что большинство из них ориентированы и осуществляются в странах мировой капиталистической периферии, которые априори лишены экономической и политической самостоятельности. А поставленные социальные цели – сделать жизнь населения более комфортной, повысить уровень свобод и демократии, являются только прикрытием истинных стремлений – укрепить сложившийся политэкономическое статус-кво и поддержать мировой рыночный баланс, основанный на принципе: страны-периферии, должны продолжать кормить «золотой миллиард».

Выделенные противоречия, которые нами условно обозначены как: сущностное, целеполагающее, декларативное, результативное, позволяют определить характерные особенности социального предпринимательства в целом: во-первых, предприятие, которое ведет реальный бизнес, не может, по определению, являться социальным; во-вторых, предприятия, деятельность которых можно считать социально направленной, в большинстве случаев не достигают поставленных социальных целей и не решают системных социальных проблем общества.

Несмотря на это, бизнес-проекты социального характера, несмотря на их ограниченность, способны позитивно влиять на экономику страны. К положительным экономическим последствиям развития социального предпринимательства можно отнести:

- создание новых рабочих мест (как для трудоспособного населения, так и инвалидов), что повышает уровень социализации и сокращает уровень безработицы;

- увеличение базы для налогообложения, что за счет уплаты налогов в бюджеты различных уровней сокращает бюджетный дефицит в целом;

- расширение спектра социальных услуг для льготных категорий населения, что сокращает расходную часть бюджета (регионального или государственного) и препятствует разрастанию коррупционно-бюрократического аппарата;

- привлечение финансовых ресурсов на условиях прозрачности их целевого использования, что способствует улучшению инвестиционного имиджа страны и, как результат, инвестиционного климата;

- выпуск инновационных товаров и услуг, что повышает конкуренцию на внутреннем рынке;

- реализация территориальных проектов развития, что приводит к улучшению территориальной инфраструктуры и повышению эффективности использования экономических ресурсов отдельных регионов;

- поддержка культурных проектов, что повышает эффективность использования потенциала культурных учреждений и обеспечивает их финансирование.

На основании выше изложенного вполне правомерно утверждать, что социальное предпринимательство – это институт, отражающий интересы различных общественных групп, оказывающий непосредственное влияние на социально-экономическое развитие страны.

Основой развития института социального предпринимательства является формирование новой системы отношений, основанной на принципах партнерства, взаимопомощи, добровольности. В рамках такой системы на первое место выходит альтруизм, смысл которого наиболее полно воплощается в парадоксе Г. Беккера: каждый должен заботиться о других больше, чем о себе [165]. Необходимо отметить, что идеи альтруизма в контексте социального

предпринимательства в научной среде признаются вполне рациональными. Так, Х. Марголис, основываясь именно на принципе рациональности альтруизма, обосновал «модель справедливого распределения» [166, с. 14 - 16].

Отечественное социальное предпринимательство фактически находится на стадии зарождения, формирования и развития, как и в постсоциалистических государствах, в отличие от ситуации в развитых странах, в которых уже сложились законодательные основы и нормы ведения социального бизнеса, условия для его развития, институциональны формы финансирования этого вида деятельности. Так, например, по данным Агентства стратегических инициатив в России социальным предпринимательством занимается лишь 1% предприятий из числа малого и среднего бизнеса, а в Европе этот показатель достигает 25% [167].

Для повсеместного распространения социального предпринимательства, по мнению ведущих экономистов, необходимо обоснование национальной модели его развития, ориентированной на конкретную территорию, учитывающую экономико-политические особенности развития той или иной страны.

Смысловая нагрузка дефиниции «модель» привязана к понятиям «образец», «мера», «аналог» и имеет междисциплинарный характер.

В экономической теории модель принимается как упрощенная система, имитирующая разные аспекты реальной экономики [168].

В философском прочтении – структура (схема) элемента природной или социальной реальности [169].

Психологические науки принимают модель как описание механизма или алгоритма, который можно использовать на практике [170].

В рамках проводимого исследования, модель рассматривается как система, отражающая упрощенную действительность, позволяющая выявить положительные и отрицательные свойства явления или объекта и спрогнозировать возможные направления его развития. В таком контексте модель должна обладать свойствами:

- информативностью, т.е. наличием и доступностью информации для оценки и анализа сложившейся ситуации с социальными проблемами;

- реалистичностью, т.е. выдвинутые гипотезы должны быть реалистичными и подтверждаться практикой реализации социальных проектов;

- прогностичностью, т.е. возможностью предсказывать дальнейшее развитие явления или процесса в социальной сфере;

- транзитивностью, т.е. способностью переформатирования целей и средств их достижения;

- верифицируемостью, т.е. выдвинутые гипотезы и предположения должны получить подтверждение на практике.

Модель должна способствовать решению следующих задач: во-первых, формирование логичной концепции организации бизнеса; во-вторых, определение четкой схемы действий с учетом переменных факторов и максимального использования их позитивной отдачи; в-третьих, демонстрация экономической привлекательности предприятия для инвесторов и кредиторов; в-четвертых, установление критериев для оценки результативности деятельности предприятия; в-пятых, повсеместный учет факторов внешней среды.

Конфигурация модели социального предпринимательства может быть представлена как система взаимосвязанных элементов: мотивация и базовая стратегия; потребительский спрос на социальные товары и услуги; внешняя среда; стратегические экономические ресурсы (внутренняя среда) (рис. 2.3). Детальный анализ содержания каждого входящего в модель социального предпринимательства элемента дает следующую картину.

Ведущим элементом модели является мотивация и базовая стратегия. Данный элемент связан с определением направленности и логики бизнеса на основе изучения рынка. По сути, социальный предприниматель должен четко определить свою субъектность.

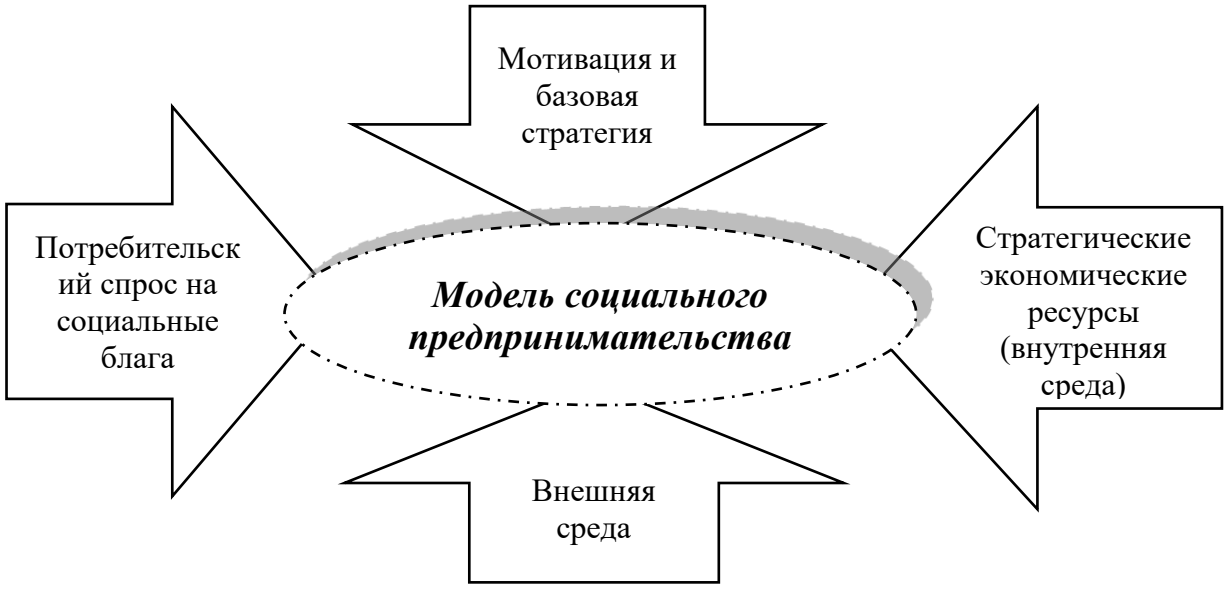


Рисунок 2.3 – Упрощенная интерпретация модели социального предпринимательства *(составлено автором)*

Так, например, в РФ социальный предприниматель, согласно действующего законодательства и нормативным актам, – это субъект, соответствующий условиям (одному или нескольким):

1 – осуществляет деятельность, направленную на оказание общественно полезных услуг в сфере экологии, образования, культурно-просветительской деятельности;

2 – трудоустраивает социально уязвимые категории населения, к которым относятся инвалиды, пенсионеры и люди предпенсионного возраста, выпускники детских домов и интернатов, т.д.;

3 – производит специфические товары или услуги, предназначенные для определенных групп населения;

4 – обеспечивает доступ на рынок для товаров, произведенных социально уязвимыми категориями населения [171].

На основе этого к критериям социального предпринимательства можно отнести: социальное воздействие, финансовую устойчивость, инновационность, предпринимательский подход, самоокупаемость, тиражируемость (рис. 2.4).

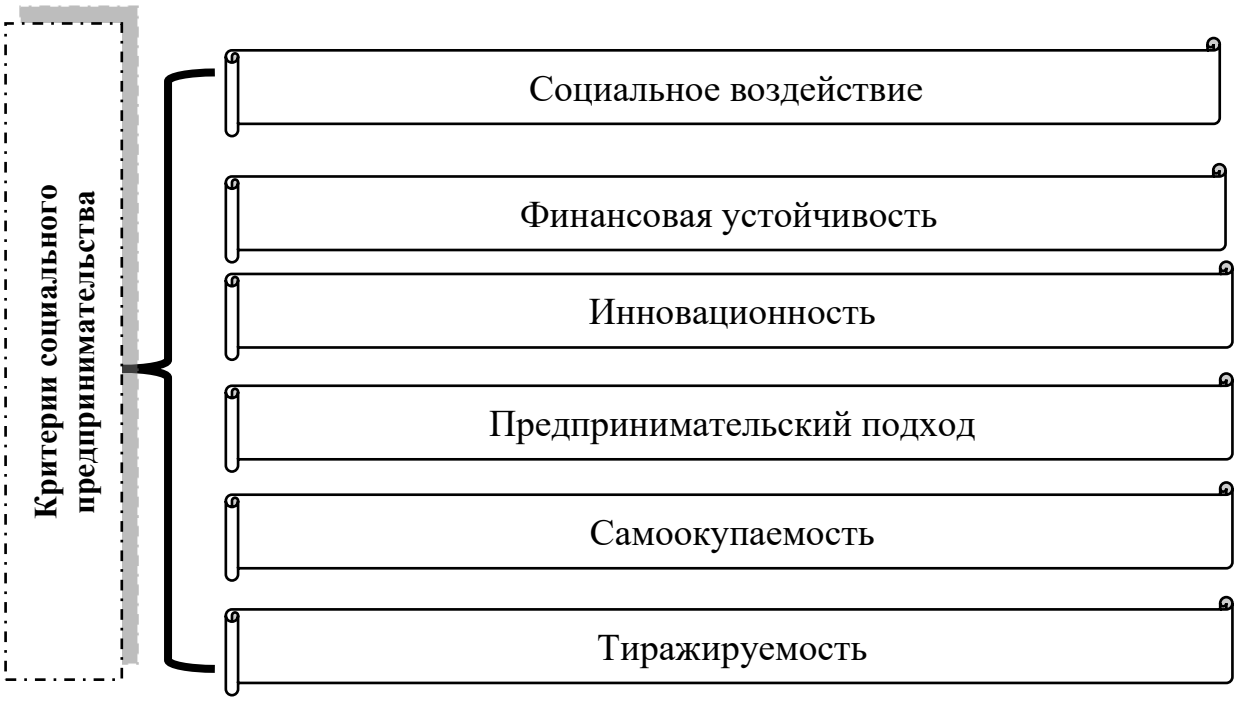


Рисунок 2.4 – Система критериев социального предпринимательства

По нашему мнению, требуют законодательного оформления такие сферы социального предпринимательства как некоммерческие и коммерческие организации с социальной функцией, а также социальные проекты на основе гражданских инициатив.

Второй элемент модели – это потребительский спрос на социальные товары и услуги, включает совокупность информации относительно социальных потребностей отдельных регионов или групп населения, социального уровня населения, что является базой для определения предмета социального предпринимательства и ценовой стратегии предприятия. Обеспечение информационной, коммуникационной и консультационной поддержки социального предпринимательства должны взять на себя государство и крупные бизнес-структуры.

Третий - внешняя среда – это, по сути, система отношений, возникающих в процессе функционирования социального предпринимательства. Они существуют между различными экономическими агентами (государство, государственные институты, предприниматель и его ценностная сеть, потребитель и т.д.).

Формирование системы отношений между отдельными агентами системы предполагает возникновение противоречий. Данные противоречия считаем целесообразным отнести к факторам риска. Анализ научных работ по проблематике социального предпринимательства [24; 122, 172], дает возможность выделить комплекс факторов риска, с которыми непосредственно сталкиваются социальные предприниматели в процессе своей деятельности. Их можно классифицировать на две группы: не зависящие от социального предпринимателя (экзогенные), и, зависящие от социального предпринимателя (эндогенные).

К факторам риска, не зависящим от социального предпринимателя, относятся: отсутствие действенной законодательной базы, ограниченная поддержка со стороны государства и различных государственных органов, и институтов, неоднозначное восприятие социального бизнеса населением, налоговая нагрузка, конкуренция между социальными и коммерческими предприятиями, ограниченные возможности потребителей социальных товаров и услуг, уровень экономической и политической нестабильности в стране. Данные проблематика была детально проанализирована ранее (см. п. 2.1.).

Вторая группа факторов риска, по своей сути, не зависит от экономических, политических, демографических, социальных, географических причин, а является совокупностью проблемных ситуаций, возникающих в процессе функционирования социального предприятия с момента формирования его миссии и базовой стратегии до полного прекращения деятельности (ликвидации).

К факторам риска, зависящим от социального предпринимателя, относятся:

1 – выбор оптимального сочетания между обеспечением финансовых результатов деятельности предприятия и созданием социальной ценности для общества;

2 – отсутствие опыта и практических навыков ведения социального бизнеса;

3 – процесс создания инноваций и поддержание уникальности предприятия в сфере социального предпринимательства;

4 – нехватка знаний для формирования организационной структуры социального предприятия;

5 – проблема кадрового обеспечения социального предпринимательства;

6 – недостаточность финансовых ресурсов и, в частности, затрудненный процесс привлечения дополнительных финансовых средств;

7 – отсутствие действенного законодательства в сфере социального предпринимательства и, как следствие, неопределенность в правовых параметрах бизнеса;

8 – неопределенность относительно спроса на услуги и продукцию социальных предприятий, а также мер по его стимулированию.

Анализ значимости приведенных факторов риска для социальных предпринимателей, позволяет утверждать, что к наиболее серьезным факторам риска, влияющим на его деятельность, относятся: во-первых, выбор оптимального сочетания между обеспечением финансовых результатов деятельности предприятия и созданием социальной ценности для общества; во-вторых, недостаточность финансовых ресурсов и, в частности, сложный процесс привлечения дополнительных финансовых средств. К наименее значимым факторам риска относятся: неопределенность относительно спроса на услуги и продукцию социальных предприятий и мер по его стимулированию; процесс создания инноваций и поддержание уникальности предприятия в сфере социального предпринимательства.

Следующий элемент рассматриваемой модели – стратегические экономические ресурсы. Данный элемент, по нашему мнению, является определяющим в развитии социального предпринимательства, т.к. для формирования сегмента социального бизнеса нужны финансовые средства и поддержка государства. В современных реалиях государство и органы государственной власти оказывают минимальную поддержку социальным предпринимателям, несмотря на то, что последние фактически берут на себя

ответственность по решению ряда социальных проблем общества, т.е. частично выполняют государственную социальную функцию. Поэтому практика хозяйственной деятельности показывает, что предприниматели вынуждены заимствовать денежные средства, необходимые для реализации проектов, и возвращать их финансовым институтам, оставаясь практически без прибыли.

Кроме привлечения заемных средств, можно выделить следующие источники финансирования социального предпринимательства: конкурсы, гранты, прямую помощь государства, госзаказы, государственную поддержку, поддержку бизнеса (табл.2.8).

Таблица 2.8 – Источники финансирования социального предпринимательства

№	Источник	Сущность
1	Конкурс	Благотворительные фонды и организации (внутри страны) предоставляют беспроцентные займы или прямые инвестиции для реализации отдельных социальных проектов на основе конкурсного отбора
2	Гранты	Зарубежные фонды и благотворительные организации предоставляют индивидуальную финансовую поддержку конкретного социального предпринимателя
3	Прямая помощь государства	Государственные органы как институт развития социального предпринимательства, осуществляют деятельность по поддержке средних и малых предприятий, имеющих социальную миссию
4	Система государственных заказов	Государство от своего имени закупает социально значимые товары и услуги у предприятий
5	Государственная поддержка	Предполагает потребительские субсидии на оплату социальных товаров и услуг, безвозмездное или на льготных условиях предоставление средств производства социальным предприятиям, введение особого режима налогообложения
6	Поддержка бизнеса	Крупный бизнес оказывает финансовую поддержку и помощь малым и средним предпринимателям под реализацию определенных социальных проектов на конкретных территориях.

Основным недостатком перечисленных источников финансирования социального предпринимательства является их фрагментарность и единичность (разовость).

Для иллюстрации данного утверждения более детально необходимо остановится на таком источнике внутреннего финансирования как получение средств инвесторов проектов и некоммерческих фондов на конкурсной основе.

Так, в настоящее время в России созданы и функционируют: Фонд поддержки социальных проектов, созданный при участии АНО «Агентство стратегических инициатив»; Фонд региональных социальных программ «Наше будущее»; Рыбаков фонд. Механизм функционирования перечисленных фондов сводится к предоставлению локальной финансовой поддержки социальным проектам, отобранным на основе конкурса.

При этом дальнейшее развитие предприятий и расширение их деятельности зависит от их финансовых результатов и поиска дополнительных источников финансирования, например, за счет банковского кредитования, дополнительного финансирования инвестиционных проектов некоммерческими организациями.

Банки могут рассматривать и предоставлять финансирование социальных проектов, но результативность предоставления кредитов под социальные программы очень низкая.

К основным барьерам, препятствующим кредитованию банками социального предпринимательства, правомерно отнести:

1 – высокие кредитные риски, связанные с тем, что далеко не все социальные предприятия способны получать достаточную прибыль для обеспечения возврата кредита и уплаты процентов по нему;

2 – большие операционные расходы банков, связанные с разработкой и реализацией программ кредитования социальных предприятий, что обусловлено небольшими размерами кредитов и количеством заявок;

3 – недостаточный уровень коммерциализации сферы социального бизнеса, что связано с неразвитостью самого социального предпринимательства

и его неспособностью функционировать без поддержки спонсоров, благотворительных фондов и государственных органов;

4 – отсутствие мотивации для работы с социальными предпринимателями, которые являются специфическими заемщиками;

5 – ограниченный доступ к информации о деятельности социальных предпринимателей;

6 – низкая привлекательность социальных предприятий для потенциальных кредиторов, что связано с несовершенством организационной структуры и низким качеством кадров;

7 – отсутствие системы государственного гарантирования кредитования социальных проектов.

К мерам по развитию банковского кредитования социальных предпринимателей целесообразно, по нашему мнению, отнести: идеологические, адаптационные, поддерживающие, образовательные, гарантийные механизмы.

Их реализация заключается в следующем:

1 – идеологические меры – информирование общества о сущности и миссии социальных предпринимателей, популяризация альтруизма;

2 – адаптационные меры – изучение передового зарубежного опыта развития и функционирования социального предпринимательства и его применение с учетом особенностей и потребностей отечественной экономики;

3 – поддерживающие меры – поддержка социального бизнеса органами государственной власти в вопросах от создания благоприятного бизнес-климата до распространения позитивных результатов деятельности социальных предпринимателей;

4 – образовательные меры – организация обучающих программ м тренингов для начинающих социальных предпринимателей;

5 – гарантийные меры – создание инструментов и механизмов уменьшения кредитных рисков банковских организаций на основе предоставления государственных гарантий, субсидирования процентной ставки и т.д.

Альтернативой банковскому кредитованию является дополнительное финансирование инвестиционных проектов некоммерческими организациями.

Например, в России с 2017 г. при «Агентстве стратегических инициатив» учрежден Фонд по поддержке социальных проектов, осуществляющий льготное финансирование социального предпринимательства на определенных условиях (табл. 2.9).

Главное условия и требование к потенциальным получателям финансовых ресурсов – предлагаемый или уже осуществляемый проект должен иметь высокую социальную значимость.

Таблица 2.9 – Условия финансирования социальных проектов ФПСП [173]

№	Форма финансирования	Размер финансирования	Условия финансирования
1	Долевое (акционерное)	2,5 – 50 млн. руб.	Миноритарное участие в капитале до 50%
2	Долговое	0,5 – 10 млн. руб.	Предоставление возвратных займов по ставке 6,5% сроком до 3 лет с возможностью отсрочки выплаты тела займа

Относительно новая практика оказания финансовой помощи социальным предпринимателям – учреждение премий за наиболее удачные проекты. Фонд «Наше будущее» проводит Всероссийский конкурс проектов «Социальный предприниматель», в рамках которого социальный бизнес оценивается по критериям: наличие социальной миссии и предпринимательского подхода; инновационный подход к разработке и реализации проектов; самоокупаемость и финансовая устойчивость предприятия в процессе деятельности [174]. В мировых масштабах последнее время появилось огромное количество новых институтов и инструментов финансирования социального предпринимательства и социально ориентированной деятельности. Это объясняется несколькими причинами: во-первых, значимостью социальной сферы и насущной необходимостью преодоления социального неравенства; во-вторых, возникновение качественно новых возможностей для социального

инвестирования, направленных на мобилизацию частных экономических ресурсов на поддержку разного рода социальных и экологических проектов; в-третьих, мировой экономический спад провоцирует революционные изменения в сфере благотворительности и социального предпринимательства.

В основе необходимости современного изменения подходов к финансированию социально значимых проектов лежат следующие причины и тенденции:

1 – появление и использование новых финансовых инструментов для реализации социальных целей (финансирование социального предпринимательства постепенно выходит за рамки грантов и конкурсов, на смену им приходят: займы, разные виды инвестирования, государственные кредитные гарантии и т.д.);

2 – формирование институциональных структур, осуществляющих финансирование социального предпринимательства (на смену благотворительным фондам постепенно приходят: социальные биржи, интернет-порталы, агрегаторы капитала и т.д.);

3 – капитал благотворителей расширяет источники пополнения (на смену пожертвованиям крупных компаний и частных лиц (филантропов) - постепенно приходят государственные и частные специализированные социальные инвестиционные фонды);

4 – финансирование социального предпринимательства выходит за рамки исключительно денежного оборота (кроме денежных вливаний социальное предпринимательство требует различных видов помощи: компьютерное обеспечение и оборудование, правовая поддержка, волонтерство и т.д.).

Таким образом, основной задачей обеспечения финансирования социального предпринимательства является поиск способов и механизмов преодоления ограниченности экономических ресурсов для формирования значимых инвестиционных средств, направляемых на решение социальных и экологических проблем.

В результате реализации этой задачи должна сформироваться качественно новая сфера социального инвестирования, отличающаяся от благотворительности следующими аспектами: уровнем диверсификации (широким спектром институтов, инструментов и источников финансирования социального предпринимательства); глобальным подходом (экологические и социальные проблемы имеют планетарные масштабы и должны решаться всем мировым сообществом); полным взаимодействием (решение социальных проблем требует четкой и слаженной деятельности государства, бизнеса, гражданского общества и социального предпринимателя).

Расширение рамок социализации и финансирования социальных программ приведет к формированию новой парадигмы социального инвестирования (табл. 2.10).

Таблица 2.10 – Парадигма социального инвестирования

Характерная особенность	**Традиционное инвестирование в социальные проекты**	**Новая парадигма социального инвестирования**
Источники финансирования	Благотворительные фонды и частные лица	Индивидуальные и институциональные инвестиции
Объект	Неправительственные организации	Социальные предприниматели
Форма дохода	От основной хозяйственной деятельности	От инвестированного в предприятие капитала
Форма инвестирования	Гранты, конкурсы	Разные финансовые инструменты и транши капитала
Организации	Некоммерческие фонды и организации	Государство, коммерческие и некоммерческие организации, социальные предприятия
Эффект	Социальный	Социальный и финансовый
Формы проявления	Традиционные	Инновационные
Сроки	Стартовое финансирование (текущее)	Финансирование долгосрочного развития
Цель	Объемы предоставленных социальных товаров и услуг	Качественные социальные позитивные изменения и воздействия

Если традиционное инвестирование в социальные проекты опиралось на частных филантропов и благотворительные пожертвования; финансирование новых проектов без оказания дальнейшей поддержки; объектом помощи

выступают неправительственные организации; финансирование направлено на увеличение объемных показателей социальной деятельности. То, новая парадигма предполагает включение в инвестиционный процесс различных государственных и частных финансовых институтов; инвестиционный капитал рассчитан на финансирование долгосрочного развития; объектом инвестирования может быть любое социальное предприятие или предприниматель; инвестиции направлены на социальное воздействие; финансовый подход обеспечивает самофинансирование и устойчивость предприятия. Вполне оправдано, что указанные отличительные особенности не проявляются повсеместно, но их нельзя считать незначительными. Реализация парадигмы предполагает, в свою очередь, формирование соответствующей институциональной среды.

Таким образом, должна сформироваться современная сложная финансовая экосистема, ориентированная на социальную сферу (рис. 2.5).

Целью функционирования которой должно стать аккумулирование и перенаправление средств банков, страховых и пенсионных фондов, государственных организаций и фондов, частных и юридических лиц, коммерческих и некоммерческих организаций, в социально преобразующие инвестиции.

Целями использования таких инвестиций социальными предпринимателями могут быть: борьба с бедностью и неравенством, решение экологических проблем, улучшение условия жизнедеятельности людей, развитие образования и поддержку социальных лифтов, культурное, интеллектуальное и нравственное развитие гражданского общества и т.д.

Для того, чтобы новая финансовая экосистема эффективно функционировала, необходимо не только найти, заинтересовать и активизировать различных инвесторов, но и определить приоритетные объекты инвестирования – инновационные и перспективные социальные проекты, и предприятия, выполняющие общественно значимую миссию и обеспечивающие достаточный уровень прибыльности и самоокупаемости.

Рисунок 2.5 – Финансовая экосистема, ориентированная на социальную сферу

ВЫВОДЫ К РАЗДЕЛУ 2

Проведенное исследование существующих проблем, характерных для современного этапа развития социального предпринимательства, стало основанием для следующих выводов:

Сформулированы основные факторы, препятствующие эффективному функционированию социального предпринимательства. К ним относятся: ограниченная поддержка со стороны государства; пассивность частного сектора экономики; недостаточное финансирование; неэффективное внутриорганизационное управление (планирование, организация, коммуникация); слабая адаптивность к изменениям внешней среды; отсутствие качественной информационной «пропаганды» о назначении социального предпринимательства и его роли в обществе.

Определено, что финансовая поддержка со стороны государства и крупного бизнеса оказывает превалирующее влияние на решение проблем социального предпринимательства; дихотомия целей социального предпринимательства, учет объективных и субъективных факторов, стремительно меняющаяся внешняя среда; рост социальной напряженности в социуме способствуют инновационному изменению и внутриорганизационному «напряжению» в части менеджмента.

Разделение проблем социального предпринимательства на внешние и внутренние способствует идентификации, как уже существующих проблем, так и определению социально-ориентированной ценности, которую они оказывают обществу. В работе обоснованы социально и бизнес направленные атрибуты анализа, что помогает планированию основных экономических показателей, формированию конкурентных преимуществ, открывает доступ к новым знаниям и технологиям и помогает в разработке стратегий, направленных на дальнейшее развитие предприятия.

Глобализация способствует созданию международных социальных предприятий. Сформулировано определение - международное социальное

предпринимательство это динамический процесс, предпринимаемый проактивными членами гражданского общества, лидерами, не боящимися рисковать, которые реализуют глобальные и интернациональные инициативы, ускоряющие реформирование гражданского общества и социальной политики.

Обосновано, что формирование и развитие института социального предпринимательства может стать действенным инструментом решения глобальной задачи – изменения концепции социальной национальной политики и роли государства в социальной сфере, что позволит сформировать механизмы для социальной интеграции, обеспечения полной занятости, сокращения уровня бедности, активизации населения, инновационного развития и, как результат, формирования социально-ориентированной экономики.

На основе теории предпринимательства и сущности ценностно-мировоззренческого подхода определена дефиниция социального предприятия, как предприятия, организованного с целью решения конкретной социальной проблемы или предоставления социальной услуги, которую не может решить рынок либо предоставить государство. Ему присущ ряд системных и комплексных признаков, а именно: специфика распределения прибыли; механизмы привлечения финансовых ресурсов; продуцирование сети социальных контактов; долгосрочность целей и программ; сочетание предпринимательства и новаторства в хозяйственной деятельности.

Использование системы критериев: цель деятельности, масштабы деятельности, социальная значимость, социальная ценность, влияние на социальное равновесие, потенциал, ограничения и риски, эффективность, позволило: определить социальную роль и миссию социальных предпринимателей; проанализировать формы организации социального предпринимательства; оценить эффективность и необходимость в обществе.

Исследование типологии социального предпринимательства дало основание утверждать, что социальные предприятия не имеют единой организационной формы; они возникают эволюционным путем из традиционных бизнес-структур, коммерческих и некоммерческих организаций. Считаем, что

именно теории «провалов рынка» и «провалов государства» являются первоосновой зарождения и становления новых организационных форм социального предпринимательства.

Проведенный сравнительный анализ коммерческого, некоммерческого и социального предпринимательства с использованием критериев (мотивация, ориентация, цель, миссия, форма собственности, внутренняя организация, внешние эффекты), доказал, что взаимодействие в рамках социального предпринимательства предполагает сотрудничество между ним и социально незащищенными слоями населения, что приводит к созданию новой социальной ценности. Поэтому само социальное предпринимательство содержит стимул развития – совершенствование форм, типов и методов социальной деятельности для достижения социального равновесия и максимального удовлетворения потребностей населения в социальных товарах и услугах.

На основе анализа бизнес-моделей проведено обобщение особенностей разных форм социального предпринимательства, социального бизнеса и социально ответственных предприятий и обосновано формирование как базовых, так и смешанных (гибридных) моделей. В качестве последних предложено несколько форм: производственный эндаумент; финансовый эндаумент; образовательный эндаумент. Разработана классификация социального предпринимательства по следующим критериям: по социальной значимости; по сфере экономической деятельности; по формам собственности; по масштабам деятельности; по применяемым социальным технологиям; по целевой группе; по виду социального бизнеса.

Доказано, что социальное предпринимательство как экономический феномен содержит в себе ряд противоречий: сущностное, целеполагающее, декларативное, результативное. Их наличие позволило выделить характерные особенности социального предпринимательства: во-первых, такое предприятие не является социальным в процессе ведения реального бизнеса; во-вторых, предприятия, вопреки социальной направленности, в большинстве случаев, не

достигают поставленных социальных целей и не решают системных социальных проблем общества.

Сформирована модель социального предпринимательства, представленная как система взаимосвязанных элементов: мотивация и базовая стратегия; потребительский спрос на социальные товары и услуги; внешняя среда; стратегические экономические ресурсы (внутренняя среда), обладающая свойствами информативности, реалистичности, прогностичности, верифицируемости.

Оценка значимости факторов риска, связанных с деятельностью социального предпринимателя, позволила определить наиболее значимые: недостаточность финансовых ресурсов и выбор оптимального сочетания между обеспечением финансовых результатов деятельности предприятия и созданием социальной ценности для общества.

Исследование процесса банковского кредитования социального предпринимательства позволило выделить основные барьеры для его осуществления и предложить комплекс мер по его развитию. К ним целесообразно отнести: идеологические, адаптационные, поддерживающие, образовательные и гарантийные меры.

Обоснована новая парадигма социального инвестирования, основанная на посылках: во-первых, включение в инвестиционный процесс различных государственных и частных финансовых институтов; во-вторых, инвестиционный капитал рассчитан на финансирование долгосрочного развития; в-третьих, объектом инвестирования может быть любое социальное предприятие или предприниматель; в-четвертых, инвестиции направлены на социальное воздействие; в-пятых, финансовый подход обеспечивает самофинансирование и устойчивость предприятия.

Новая парадигма социального инвестирования предполагает формирование сложной финансовой экосистемы, ориентированной на социальную сферу, основной задачей функционирования, которой должно стать аккумулирование и перенаправление средств банков, страховых и пенсионных

фондов, государственных организаций и фондов, частных и юридических лиц, коммерческих и некоммерческих организаций, в социально преобразующие инвестиции. Целями использования таких инвестиций социальными предпринимателями могут быть: борьба с бедностью и неравенством, решение экологических проблем, улучшение условия жизнедеятельности людей, развитие образования и поддержка социальных лифтов, культурное и моральное развитие гражданского общества и т.д.

Основные научные результаты раздела опубликованы в работах [175-180].

РАЗДЕЛ 3 МИРОВОЙ ОПЫТ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

3.1 Развитие социального предпринимательства в странах Европейского Союза

Предпринимательство, его становление и развитие является предметом многочисленных исследований в станах Европейского Союза. После финансового кризиса 2008 года именно предпринимательство было определено как один из главных способов для стабилизации и улучшения социально-экономической ситуации в европейских государствах. Как отмечает Гребликайте: «Одним из новейших типов предпринимательства последних лет является социальное предпринимательство. Уровень развития этого типа предпринимательства сильно отличается в разных странах и зависит, в основном, от политических, правовых, экономических и социокультурных факторов» [181, с. 376-381]. Следует заметить, что в начале этого тысячелетия о таких понятиях как социальное предпринимательство, социальное предприятие и социальный предприниматель практически ничего не было известно. А «сегодня эти понятия является причиной многих дискуссий в Европейском Союзе и в США» [182, с. 32-53].

Для подтверждения вышесказанного обратимся к обзору научных статей по социальному предпринимательству, опубликованных с 1969 по 2017 гг. Для анализа были использованы две крупнейшие базы данных «EBSCO Academics search complete» (включает в себя 13 баз) и «ProQuest STM» (содержит 7 подобных баз). При этом был использован метод «SLR» (Systematic literature review), который позволяет исследовать литературу прозрачным и открытым способом. В поиске участвовали только статьи, опубликованные на английском языке (он является наиболее распространённым в научной литературе).

Результаты исследования показали, что в базе данных «EBSCO» было найдено на основании вышеупомянутой системы поиска 1648 статей, а в базе данных «ProQuest» - 500 научных документов.

Полученная информация позволила обобщить и упорядочить данные, а также проследить появление данного термина для целей анализа территориальной направленности статей. Так, было установлено, что наибольшее количество авторов, занимающихся проблематикой социального предпринимательства и социальных предприятий, в своих трудах ориентируются на США и Великобританию.

В таблице 3.1 приведено 10 наиболее часто встречающихся стран в контексте поиска термина «социальное предпринимательство».

Таблица 3.1 – Географическая направленность статей по социальному предпринимательству в базах данных «EBSCO»*

№ п.п	Регион	Количество статей
1.	Великобритания	275
2.	Англия	65
3.	США	41
4.	Англия (Лондон)	25
5.	Шотландия	20
6.	Австралия	17
7.	Европа	12
8.	Италия	12
9.	Индия	10
10.	Канада	7
Всего		1648

**Источник: EBSCO*

В научных публикациях, содержащихся в базе данных «ProQuest», авторы, исследующие проблематику социального предпринимательства и социальных

предприятий, не упоминают в своих научных изысканиях конкретное государство.

В таблице 3.2 приведены только три государства, которые появляются минимум в 16 трудах. Для сравнения, в данной таблице приведена и Европа.

Таблица 3.2 – Географическая направленность статей по социальному предпринимательству в базах данных «ProQuest»*

№ п.п	Регион	Количество статей
1.	США	50
2.	Великобритания	19
3.	Индия	16
4-6	…	…
7.	Европа	4
Всего		500

**Источник: ProQuest*

Тот факт, что Великобритания находится на верхних строчках, обусловлен тем, что в этой стране «социальным предприятиям предоставляется наибольшая поддержка со стороны государства. Для них созданы очень благоприятные условия» [183]. И как следствие, большой научный интерес со стороны академического сообщества. Отметим, что общее количество статей (исключительно в академических и научных периодических изданиях), посвящённых проблематике социального предпринимательства и социальных предприятий, с каждым годом неуклонно растёт (табл. 3.3. и 3.4). При формировании таблицы 3.4 был использован фильтр, касающийся полнотекстового поиска статей (автоматизированный поиск документов, при котором поиск ведётся не по именам документов, а по их содержимому или существенной части).

Таблица 3.3 – Динамика публикационной активности по проблематике социального предпринимательства* (без фильтра)**

Период/База данных	*Социальное предпринимательство*		*Социальное предприятие*	
	EBSCO	ProQuest	EBSCO	ProQuest
Первый опубликованный документ, год	1991	1984	1969	1975
1969-1980	-	-	2	4
1981-1990	-	1	5	4
1991-2000	11	4	18	12
2001-2010	200	111	592	179
2011-2017	551	247	1 010	366
ИТОГО	662	363	1 627	565

**Источник: EBSCO, ProQuest*

*** В таблице приведены результаты, полученные на основании поиска термина «социальное предпринимательство» и «социальное предприятие» в названиях англоязычных статей.*

Таблица 3.4 – Динамика публикационной активности по проблематике социального предпринимательства* (с фильтром)

Период/База данных	*Социальное предпринимательство*		*Социальное предприятие*	
	EBSCO	ProQuest	EBSCO	ProQuest
Первый опубликованный документ, год	1991	2001	1969	1996
1969-1980	-	-	1	-
1981-1990	-	-	3	-
1991-2000	6	-	8	2
2001-2010	158	65	483	65
2011-2017	381	155	780	242
ИТОГО	545	220	1215	309

**Источник: EBSCO, ProQuest*

Таким образом, четко прослеживается возрастающий научный интерес к проблематике социального предпринимательства: если в период с 1969 по 1990 год отмечается 4 научных статьи, то в 2011-2017 уже более одной тысячи. Как известно, подобная публицистическая активность является отражением большого интереса к наиболее востребованным в обществе темам или проблемам.

Рассмотрим организацию и практику функционирования социального предпринимательства в Чешской Республике, как страны-члена Европейского союза (ЕС) и государства, близкого к нам ментально своими нравственными ценностями и культурой.

История появления прообраза первых социальных предприятий в Чехии (социальных кооперативов) относится к временам «Первой Республики», когда Томасом Гариком Масариком был заложен на основе принципов солидарности и честности, фундамент гражданской и церковной организации пожертвований. Пройдя периоды функционирования сберегательных и кредитных сельских учреждений (Франтишек Кампелик) в восьмидесятых годах 19-го века, производственных и потребительских союзов строителей (Франтишек Хлеборад), появления крупных меценатов и филантропов (Йозеф Главка), благотворительных организаций (фонд Йозефа, Марии и Зденки Главковых), «социальные кооперативы получили свой официальный статус в связи с принятием в 2014 году Закона «О торговых кооперациях» №90/2012. Данный Закон определил легитимизацию социального вида деятельности кооперативов» [184, с. 30-52]. В названии такого кооператива должно быть обязательно указано словосочетание «социальный кооператив».

Представляет интерес понятие социального кооператива, приведенное в Законе №90/2012, а именно, это «кооператив, который проводит общественно полезную деятельность, направленную на поддержку социальной кооперации с целью рабочей и социальной интеграции менее успешных слоев населения в общество, с удовлетворением преимущественно локальных нужд и использованием преимущественно местных источников» [184, с.52-61]. Таким

образом, речь идет, в основном, о создании рабочих мест, которые в первую очередь предлагаются местному населению.

Вместе с тем, в Чехии функционируют не только социальные кооперативы, но и «социальные предприятия, в форме юридического или физического лица, зарегистрированные в соответствии с действующим законодательством и отвечающие критериям социального предприятия. Целью социального предприятия является достижение общественно важных целей, которые сформулированы в основных документах. Такое предприятие создаётся и развивается в соответствии с концептом тройной выгоды: социальной, экономической и выгоды для окружающей среды» [185]. Содержание данного концепта представлено в Приложении А.

Социальные предприниматели — это люди с «инновационным подходом для решения самых острых социальных проблем общества. Они вскрывают и решают социальную проблему путём изменения системы, посредством убеждения общества в правильности их решения. Речь идет о «провидцах» и реалистах, которые занимаются практической реализацией своей цели» [184, с. 61-70].

В настоящее время в Чешской республике не существует чёткого списка всех социальных предприятий. Однако данную работу пытается выполнить портал «Чешского социального предпринимательства», который ведёт учёт более 200 предприятий на территории Чехии. Регистрацию на данном портале производят, в большинстве случаев, собственники социальных предприятий. Речь здесь идёт, прежде всего, о неофициальном web-ресурсе, целью которого, в основном, является сосредоточить и консолидировать социальных предпринимателей. Поэтому, используя данный ресурс, можно сделать соответствующие выводы о состоянии социального предпринимательства в Чехии (табл. 3.5).

Как свидетельствуют данные таблицы, наибольшее количество социальных предприятий сосредоточено и функционирует в секторе садовых услуг, продаж, производства продуктов питания, размещения гостей и общепита.

Сфера садовых услуг в Чехии характеризуется выполнением довольно простой и не требующей высокой квалификации работы, а также в данной области широкие возможности для ведения предпринимательской деятельности с наименьшими затратами (чем, например, в других областях (размещение гостей и общепит)).

Таблица 3.5 – Сферы деятельности социального предпринимательства в Чехии*

Сфера деятельности	**Количество предприятий**	**Сфера деятельности**	**Количество предприятий**
Аудио	1	Строительство	20
Безопасность	3	Телемаркетинг	6
Декор, стекло, керамика	21	Уличная работа	19
Цифровизация, офисная работа	13	Текстильные услуги	20
Транспорт	6	Текстильное производство	5
Деревообработка	16	Издательство	5
Электроника, производство, продажа	2	Упаковочная деятельность	14
Электроэнергия, вода, отопление	3	Образование, реквалификация	37
Финансовые услуги	4	Садовые услуги	60
Химическое производство, пластик	2	Туризм	16
Информационные технологии	11	Здравоохранение	13
Металл и металлообработка	3	Посредничество	14
Культурный менеджмент	8	Мелкопромышленное производство	16
Общепит и размещение гостей	40	Производство продуктов питания	42
Консалтинг и поддержка предпринимательства	15	Продажи	43

** по данным web- портала «Чешского социального предпринимательства»*

Большинство социальных предприятий размещено в Праге, где они представлены в основном в области общепита, продаж и оказания садовых услуг. В настоящее время тренд социальных предприятий растёт. Причиной этого является, в основном, поддержка со стороны биржи труда и локальных госучреждений, которые имеют все возможности поддерживать социальные предприятия. Речь идёт о совместном желании трудоустраивать социально ослабленные категории граждан.

Достаточно большое количество социальных предприятий в сфере образования и переквалификации, в которой по вышеуказанной оценке работают 37 зарегистрированных предприятий. Этот факт объясняется значительной поддержкой со стороны государства в виде дотаций.

Следует отметить, что социальные предприятия, как правило, не функционируют лишь в одной сфере, так как многие из них имеют сезонный характер (садовые услуги, например).

Интересным является тот факт, что большинство социальных предприятий основано как второе предприятие, которое дополнительно финансируется первым, более доходным предприятием и которое не является предприятием социального типа [186].

Наибольшее количество социальных предприятий в Чехии основано в форме общества с ограниченной ответственностью [187, с. 150-151].

Отдельно следует коснуться области деятельности социального предпринимательства. Самой распространённой областью деятельности, в которой представлены социальные предприятия, является область равных возможностей в трудоустройстве (табл. 3.6).

Именно в этой области наглядно отражаются принципы социального предпринимательства: направленность на помощь тяжело трудоустраиваемым людям. Заметим, что в Чешской Республике «важным аспектом является получение дотации от государства, поскольку трудоустройство некоторых категорий граждан дает право на получение таковых» [178].

Таблица 3.6 – Области деятельности социального предпринимательства в Чехии*

Область деятельности	Количество предприятий
Окружающая среда и экология	78
Развитие местного общества	134
Область равных возможностей в трудоустройстве	212
Социальная область	142
Культура	54
Всего	620

**Источник: ceske-socialni-podnikani.cz*

Принимая во внимание социальную направленность предпринимательства, в основе которого всегда находится человек, с его сложными жизненными проблемами, социальные предприниматели Чехии трудоустраивают самые социально незащищенные слои населения (табл.3.7).

Таблица 3.7 – Целевые группы работников на социальных предприятиях Чехии*

Целевая группа работников	Количество предприятий
Инвалиды	162
Молодежь и взрослые в тяжелой жизненной ситуации	40
Люди без места жительства и по отбытии наказания	28
Люди с зависимостями	15
Этнические меньшинства	34
Долгосрочно безработные	80
Люди, ухаживающие за членами семьи	32

*Источник: ceske-socialni-podnikani.cz

Информация, приведенная в таблице 3.7, показывает, что наиболее крупной целевой группой являются инвалиды. Именно данная категория граждан не испытывает проблем со своей социализацией, ввиду осознания

обществом тех трудностей и сложностей, которые испытывают эти люди в жизни. Более того, трудоустраивая таких граждан, предприниматель получает дотации со стороны государственных учреждений (в данном случае, биржи труда).

Среди остальных целевых групп, самая многочисленная это долгосрочно безработные – они работают на 80 предприятиях Республики. Это социально сложная категория граждан общества, которые «возвращаются обратно к рабочему процессу, так как длительное время не могли ходить на работу, и получали пособие, которое в дальнейшем получать не имеют права, и соответственно вынуждены найти работу [189]. Таким образом социальное предпринимательство способствует снижению долгосрочной безработицы, что оказывает существенное позитивное влияние на экономику государства, так как один безработный обходится чешской республике в 20 тыс. чешских крон в месяц (800 Евро). Следовательно, для «государства является более выгодным трудоустройство этих безработных, и оно оказывает всяческую поддержку социальным предпринимателям в этом вопросе» [190].

Вместе с тем, социальное предпринимательство Чехии сталкивается с определенными проблемами на законодательном уровне (например, до сих пор отсутствует закон о социальном предпринимательстве, который бы установил единую дефиницию социального предпринимательства и закрепил его статус в стране).

Важной проблемой остается недостаточная просветительская работа относительно общественной значимости деятельности социальных предпринимателей, неприятие ее отдельными членами социума, частичное или полное отсутствие воспитательных программ, в том числе информационных, у молодежи по «популяризации» общечеловеческих, духовно-нравственных ценностных идеалов и норм. В этом аспекте представляет интерес принципы социального предпринимательства, которые воплощает в жизнь один из лучших в Чехии социальных предпринимателей нового столетия Войтех Седлачек [191, с. 9-14]:

1. Человек с ограниченными возможностями является соотечественником, которому необходима помощь, и которая должна быть ему должным образом предоставлена.
2. Социальное предприятие должно быть экономически жизнеспособно.
3. Необходимо обеспечить такие условия, чтобы работники имели возможность контактировать с общественностью, и чтобы общественность имела возможность видеть их работу.
4. Люди с ограниченными возможностями не являются брендом.

Как несомненное достоинство организации социального предпринимательства в Чешской республике, следует отметить «появление web-портала «Чешское социальное предпринимательство», где предприниматели могут черпать полезную формацию: статьи, видео, контакты и адреса социальных предприятий, а также полезные ссылки» [192].

Отдельно следует коснуться государственной поддержки социального предпринимательства. Так, за период с 2007 – 2013 гг. социальным предприятиям была предоставлена не инвестиционная помощь из «Интегрированного операционного фонда» на создание и расширение их деятельности в размере 600 млн. крон (24 млн. Евро). Поддержка социальных предприятий в программный период 2014-2020 продолжается [193,194].

О значимости финансовой поддержки социального предпринимательства свидетельствует исследование, проведенное Вилдманновой (2015 г.) [195, с. 209-214], в котором было выяснено, что без государственной поддержки 70 % предпринимателей никогда бы не смогли открыть предприятие. Более того, большинство социальных предпринимателей в Чешской Республике для успешного функционирования своих предприятий нуждаются во внешних источниках финансирования.

Самыми часто используемыми источниками финансирования социальных предприятий являются, в соответствии с исследованием [187, с. 152-159], гранты и различные пособия в рамках активной политики борьбы с безработицей. Другой автор [196] также констатирует, что гранты является очень

распространенным источником финансовой поддержки. А самое большое влияние на социальные предприятия в Чехии оказывает Министерство Труда и Социальной Политики [196].

Одной из интересных возможностей поддержки социального предпринимательства является прохождения интернатуры в успешном социальном предприятии. Эта интернатура оказывает помощь будущим и настоящим социальным предпринимателям понять функционирование и освоить руководство социальным предприятием. Подобное обучение рассматривается и как хорошая возможность для получения полезных контактов [192,193].

В контексте данного исследования проведем сравнительную характеристику с практикой функционирования и опытом финансовой поддержки социального предпринимательства в Словакии, которое в настоящее время находится на спаде. Так, в 2012 году местные органы труда и социальных дел регистрировали - 63 социальных предприятия, 2013 году 56, в 2014 году - 44, а в начале 2017 года их было уже 10. Отрицательная динамика была обусловлена уменьшением выгод и привилегий для таких предприятий (социальные предприятия получают те же самые дотации, что и обычные предприятия); низкая мотивация к созданию социального предприятия, ввиду негативного общественного восприятия данного вида деятельности, не заинтересованность финансовой системы в социальных инвестициях, коррупция, отсутствие краудфандинговой системы, растущая бедность, дефицит знаний и опыта в области социального предпринимательства, отсутствие специальных дотаций и отсутствие налоговых льгот [197]. Причиной провала пилотных социальных предприятий были злоупотребления всех заинтересованных сторон (заинтересованными сторонами часто были политики). А злоупотребления касались, прежде всего, распределения финансирования из фондов Европейского Союза [198,199,200].

Вместе с тем, в Словакии насчитывается значительное количество долгосрочно безработных лиц с низкой квалификацией и государство хочет обратить пристальное внимание и направить свои силы на помощь им, привлекая

к этой работе социальные предприятия. При этом им планируется государственная поддержка в сумме 72 млн. Евро. Средства будут выделены из программы «Человеческие Ресурсы» и представлены в форме возвратной финансовой помощи (займы, поручительство в банках, прямое имущественное участие в возникающем социальном предприятии). Кроме этого государство выделило сумму в 30 млн. Евро, которая предназначается для поддержки в форме невозвратной финансовой помощи, так называемые гранты. В будущем планируется поддержка социальных предприятий посредством законодательных мер, которыми государство намерено обеспечить социальным предприятиям более выгодное существование. Речь идет о принятии закона о социальном предпринимательстве [201].

Важность государственной поддержки социального предпринимательства отмечает в своём исследовании Пчолинска (2017) [197], она констатирует, что «социальные предприятия в Словакии зависят от первоначального их финансирования посредством государственных фондов либо фондов Европейского Союза». Автор также подчёркивает, что «форма финансирования социальных предприятий не является чётко закреплённой в законах». Следует отметить, что Словакия была первой страной средней Европы, которая ввела термин «социальная экономика» в свои правовые документы и определила условия признания социального предприятия, а именно: это физическое либо юридическое лицо, которое:

- предоставляет поддержку и помощь работникам, которые до оформления трудовых отношений находились в тяжелом положении и не могли трудоустроиться на открытом рынке труда;
- трудоустраивает лиц, которые до вступления в трудовые отношения находились в тяжелом положении, причем количество таких лиц должно представлять минимум 30 % от общего числа работников;
- минимум 30 % своих финансовых средств, заработанных посредством хозяйственной деятельности, остающихся после уплаты всех

обязательств и налогов, использует для создания новых рабочих мест либо направляет на улучшение условий труда;

- состоит в регистре социальных предприятий [202,203].

Несмотря на законодательную поддержку социального предпринимательства, Словакия находится среди тех государств, в которых социальная экономика практически не развита. Опрос, проведённый словацкими специалистами на тему понимания терминов и понятий, связанных с социальной экономикой и социальным предпринимательством показал, что в этой стране эти термины являются далёкими от понимания либо понимаются очень слабо [204, с. 87-100]. Правительству следует более активно развивать информационную поддержку социальных ценностей среди членов общества и в достаточно широкой предпринимательской среде.

Таким образом, в стране готовы «пересмотреть свои приоритеты: сконцентрироваться на активности третьего сектора, изменить общественную политику в сторону большей поддержки социальных предпринимателей, добиваться увеличения финансирования со стороны Европейской Комиссии, принимать новые законы, нацеленные на дальнейшее развитие и поддержку социального предпринимательства в стране» [205, с. 1-8].

Если говорить о законодательном закреплении понятия «социального предпринимательства», то оно впервые появилось в итальянском парламенте в 1991 году, когда был принят закон «О специальном статусе социальных кооперативов», существующих в Италии до сих пор. Нельзя не отметить Великобританию, которая создала специальные правовые нормы для социальных предприятий (данный тип предпринимательства чётко закреплён в государственном праве) и Словакию, где были интегрированы социальные предприятия в государственную политику трудоустройства [206].

Интересен опыт поддержки социального предпринимательства в Польше, где социальным предприятиям, в основном, помогают специализированные организации, занимающиеся поддержкой конкретно таких предприятий. Они оказывают помощь: в проведении исследований, в создании новых социальных

предприятий, в развитии, в финансовом аспекте для создания рабочих мест и в получении различных консультационных услуг [207]. Более того, в стране разработана «Государственная Программа Развития Социальной Экономики», которая полностью регламентирует социальную экономику и определяет ключевые направления ее общественной поддержки. Этот закон определяет мероприятия, которые польские органы должны проводить для поддержки социальной экономики [181, с. 381-388]. Вместе с тем, в стране активно обсуждают использование и других видов поддержки - прямые дотации, более выгодные условия кредитования, доступ к бесплатной информации, гарантийные фонды. В поддержке социальных предприятий принимают участие, помимо государственных организаций, и организации международные [181, с. 388-396].

В Польше так же создан web- портал „ekonomiaspoleczna.pl“, где аккумулируется вся актуальная информация о социальном предпринимательстве, там можно найти и получить правовую информацию и консультации, а также использовать услуги электронной библиотеки [208].

Отметим, что подавляющее большинство социальных предприятий возникло после 1989 года. В 2014 году было зарегистрировано всего 1300 социальных предприятий. Сейчас в Польше существует несколько тысяч организаций социального бизнеса и наблюдается динамичный рост их количества, причём в среднем, одно социальное предприятие насчитывает семь участников и 83% из них являются бывшими безработными. Социальные предприятия могут иметь различные правовые формы [209, с. 78-95]. К проблемным аспектам следует отнести, как и во многих других странах, отсутствие закона о социальном предпринимательстве [210, с. 27-34].

Обобщая вышеизложенное, следует констатировать, что функционирование социального предпринимательства в Чехии, Польше и Словакии достаточно разрознено в плане законодательных актов, общественного мнения, финансовой поддержки со стороны государства.

На пути своего возникновения и развития они встречаются с более сложными проблемами и трудностями, нежели обычные предприятия. Это, в первую очередь, «отсутствие или несовершенное законодательство, недостаточность источников финансирования, сложность выхода на рынок, трудности с получением дотаций» [211]. Для решения этих проблем создаются международные организации (CIRIEC, EMES, CEFEC и др.), которые помогают социальным предприятиям и предоставляют им целый спектр других сопутствующих услуг [212]. Характеристика деятельности этих организаций представлена в Приложении Б.

Среди стран ЕС, лучшая практика функционирования социального предпринимательства наблюдается в Великобритании, что проявляется в большом количестве зарегистрированных предприятий с подобным статусом (табл. 3.8).

Таблица 3.8 – Количество социальных предприятий в ЕС*

Государство	Количество социальных предприятий (по оценке государственных статистических органов), (2014)
Австрия	273
Великобритания	284 000
Германия	65 000
Голландия	4 500
Дания	292
Ирландия	1 420
Испания	44 500
Италия	12 000
Литва	133
Мальта	750
Польша	5 000
Португалия	55 000
Румыния	39 347
Словакия	94
Словения	46
Франция	315
Хорватия	40
Чехия	283
Швеция	271
Эстония	425

*Источник: Отчет Европейской Комиссии [214]

Великобритания находится в лидерах и среди стран с наилучшей государственной поддержкой социальных предприятий, их хозяйственной деятельности, направленной на поддержку социальной экономики, и в этой сфере не имеет конкурентов в лице любой другой страны [213]. Принимая во внимание лидерские позиции Великобритании, целесообразно изучить ее опыт в организации и функционировании социальных предприятий, чему и будет посвящен следующий параграф исследования.

Таким образом, социальное предпринимательство в отдельных странах Европейского Союза, несмотря на определенные сложности и проблемы, имеет позитивную динамику, как по количеству предприятий, так и по расширяющейся сфере и видам деятельности. Отмечается и меняющееся мировоззрение членов гражданского общества, с превалированием общечеловеческих ценностных детерминант.

3.2. Опыт Великобритании в развитии социального предпринимательства

Социальные предприятия Великобритании, независимо от своей организационно-правовой формы, характеризуются двумя элементами, а именно: акцентированием своей деятельности преимущественно на социальных или экологических целях и получением дохода путем осуществления предпринимательской деятельности [215]. При этом, термин «социальное предпринимательство» достаточно широко используется как государственными органами, так и средствами массовой информации, широкой общественностью, учеными.

Отметим, что впервые понятие социального предприятия определило Министерство Торговли и Промышленности Великобритании (DTI) в 2002 г., как «бизнес с преимущественно социальными целями, прибыль которого в

основном реинвестируются в этот же бизнес или для общественных нужд, вместо того, чтобы максимизировать прибыль для распределения ее между акционерами и владельцами» [216]. Близкое по содержанию определение социального предприятия дает национальный орган по социальным предприятиям «Социальное Предпринимательство Великобритании». Его трактуют как «автономную, прозрачную и подотчетную организацию с четкой социальной и/или экологической миссией, которая генерирует большую часть своего дохода посредством торговли и большую часть своей прибыли реинвестирует в развитие» [217].

В Великобритании существует множество правовых форм, которые принимают социальные предприятия. Организационно-правовая форма, специально разработанная для социальных предприятий, - это компании общественной пользы (CIC). Однако социальные предприятия также действуют в рамках восьми других юридических структур или используют их комбинации. Эти юридические структуры включают в себя индивидуальное предпринимательство или партнерство (т.е. не зарегистрированное как компания), зарегистрированное как общество с ограниченной или неограниченной ответственностью, как независимое сберегательное общество (для взаимной выгоды, либо для пользы сообщества), траст, благотворительное общество, или как дочерняя компания благотворительной организации [218].

Значительный интерес представляет институциональная и стейкхолдерская среда социальных предприятий в Великобритании, которая включает в себя следующих участников: директивные органы, добровольческие организации, коммерческие организации, организации по поддержке социального предпринимательства, академическая среда, средства массовой информации, общественность, местные движения.

Правительство, как директивный орган, активно участвует в деятельности сектора социальных предприятий: от совершенствования правовой инфраструктуры до создания новых финансовых инструментов и оказания поддержки компаниям, предоставляющим общественные услуги. А реформа

государственного сектора Великобритании способствует созданию социальных предприятий для развития и предоставления государственных услуг.

Нельзя не отметить роль добровольческих организаций. Доходы добровольческого/волонтёрского сектора в большей степени формируются за счет торговли, нежели за счет пожертвований и инвестиций, что стирает границы между социальными предприятиями и благотворительными организациями. Некоммерческие организации становятся все более предприимчивыми в поисках новых путей достижения своей социальной миссии. Кроме того, некоторые из наиболее известных организаций по поддержке социального предпринимательства, такие как Nesta, UnLtd и Nominent Trust, зарегистрированы в качестве благотворительных организаций.

Поддержка социального предпринимательства, особенно на ранних стадиях, становится частью практики корпоративной социальной ответственности (КСО) коммерческих организаций, а иногда даже и частью их стратегического подхода к своему росту. Что еще более важно, коммерческие организации включают социальные предприятия в свои цепочки поставок, и почти половина социальных предприятий, опрошенных Social Enterprise UK, торгуют и хозяйствуют в частном секторе экономики (домохозяйства и фирмы, принадлежащие частному капиталу) [219].

В Великобритании существует более 100 организаций по поддержке социального предпринимательства, включая специальные коворкинги, финансовые посредники по социальным инвестициям и университеты, которые оказывают поддержку в создании, поддержании, росте и интернационализации социальных предприятий. Поддержка социальных предприятий становится все более специализированной для удовлетворения потребностей очень разнообразной группы организаций [220].

В академической среде социальное предпринимательство рассматривается в соответствующих модулях (учебных дисциплинах), многие университеты работают над внедрением социального предпринимательства в свою учебную программу или учебный план. Большой популярностью пользуются направления

обучения, связанные с социальной работой. Ряд корпоративных образовательных центров проводят различные мероприятия и программы для обучения и вовлечения студентов и сотрудников в эту тему. Университеты также оказывают поддержку социальным предпринимателям из числа своих сотрудников, студенческих организаций и общин. Более половины всех английских университетов участвуют в программе, позволяющей обеспечить поддержку социального предпринимательства в кругах высших школ. Так формируется в стране система нравственных ценностей, правила отношения и уважения к человеку, осознанность доминирования духовного начала в поведении человека и его действиях. Университеты принимают все более активное участие в этой области.

Средства массовой информации, такие как Guardian Social Enterprise Professional Network и Pioneer Post, освещают новейшие законодательные акты, тенденции, события и дебаты в области социального предпринимательства, предоставляют площадки социальным предпринимателям, пропагандируя, тем самым, духовно-нравственную культуру отношения в обществе.

Члены общества выступают активными потребителями результатов деятельности социальных предпринимателей. Именно торговля является наиболее распространенной сферой дохода для 63% опрошенных социальных предприятий [219].

В Великобритании появляется целый ряд онлайн и офлайн местных сообществ, которые поддерживают социальных предпринимателей и помогают им решать конкретные задачи. Такие сообщества, как Good for Nothing и Make Sense, привлекают людей с различными навыками для поддержки социальных предпринимателей через продуцирование идей, решение проблем и развитие новых направлений.

Статистика количества социальных предприятий в Великобритании неоднозначна. Это объясняется тем, что, во-первых, социальные предприятия функционируют в различных организационно-правовых формах. А, во-вторых, понятие социального предпринимательства, данное Министерством Торговли и

Промышленности Великобритании (DTI), было по-разному интерпретировано в четырех финансируемых правительством исследованиях, что и повлекло за собой различные подходы к идентификации их количества [221].

На основе изучения малого бизнеса, проведенного в 2012 году, которое включало только коммерческие, а не благотворительные организации, Кабинет Министров подсчитал, что число работодателей - социальных предприятий составляет от 57 400 до 82 700. Социальные предприятия, в соответствии с этим исследованием, в основном являются микро- или малыми предприятиями, однако по вкладу в социально-экономическую сферу их можно признать в качестве значимых экономических субъектов. Так, в социальных предприятиях, включая индивидуальных предпринимателей, занято более 2 миллионов человек, а их оборот составляет более 169 миллиардов фунтов стерлингов [222].

Развитие социального предпринимательства во многом определяется проводимой в стране политикой и принятием соответствующих законодательных актов. Так, принятый в январе 2013 года закон «О государственных услугах (о социальной ценности)» требует, чтобы все государственные органы рассматривали вопрос о том, как государственные закупки могут улучшить социальное, экологическое и экономическое благосостояние общества. Это способствует росту спроса на предложения социальных предприятий. Вместе с тем, закон оказывает давление и на социальные предприятия, требуя от них демонстрации социального эффекта.

Великобритания обеспечивает одну из лучших государственных поддержек социальному предпринимательству. Кабинет Министров запустил программу инвестиционной готовности на сумму 30 млн. фунтов. Программа предполагает создание трех фондов - Фонда готовности к инвестициям и контрактам (ICRF), Фонда готовности к оказанию воздействия и Фонда по созданию социальных предприятий. При этом каждый фонд реализует ряд мероприятий.

Так, Фонд готовности к инвестициям и контрактам подготавливает организации к принятию инвестиций или крупных контрактов на оказание

государственных услуг. На сегодняшний день с помощью выделенных грантов ICRF на сумму всего 4,5 миллиона, 51 благотворительная организация и социальное предприятие получили контракты на сумму 117 миллионов фунтов стерлингов. Это приравнивается к 26 фунтам стерлингов за каждый 1 фунт гранта, и эта цифра, как ожидается, будет расти.

Интересен результат успешно проведённых мероприятий Фондом:

- 91,6 тыс. фунтов стерлингов помогли социальным предприятиям успешно конкурировать с коммерческими предприятиями, и получить контракт на временное трудоустройство 250 человек каждую неделю, стоимостью около 27 млн. фунтов стерлингов в течение 3 лет;

- грант ICRF на 108,6 тыс. фунтов помог получить кредит в размере 10,1 млн. от британского институционального пенсионного инвестора, что позволило обеспечить бесплатной дневной солнечной энергией жильцов социального жилья в более чем 2300 домах в Сандерленде;

- грант в размере 105 тыс. фунтов стерлингов помог выиграть тендер на сумму 5 миллионов фунтов стерлингов в течение 5 лет для управления 6 детскими садами примерно для 450 детей в неблагополучных районах Большого Манчестера, создав 100 новых рабочих мест;

- «City and Hackney Mind» (CHM) (местная благотворительная организация по вопросам душевного здоровья) выиграла конкурентный тендер стоимостью 10 миллионов фунтов стерлингов на 5 лет, чтобы стать ведущим поставщиком услуг в области психического здоровья в г. Хакни и Лондоне; CHM предлагает индивидуальное обслуживание для более чем 2500 человек.

Второй фонд - Фонд готовности к оказанию воздействия предоставляет гранты для предоставления помощи амбициозным социальным предприятиям в управлении их деятельностью и повышении их социального воздействия для привлечения социальных инвестиций и заключения контрактов.

Фондом по созданию социальных предприятий было освоено 10 миллионов фунтов стерлингов. Фонд создал 10 инкубаторов, которые будут поддерживать амбициозные социальные стартапы по всей стране. Кроме того,

существует целый ряд других инициатив, помогающих социальным предприятиям. В частности, это 3-летняя программа инвестиционного обеспечения на ранних стадиях создания социального предприятия стоимостью 10 миллионов фунтов стерлингов под названием «Большой потенциал». Эта программа ориентирована на социальные предприятия, стремящиеся работать менее 500 тыс. фунтов стерлингов.

Другие высокоинтенсивные схемы поддержки, такие как фонд "Стимул" и фонд "Социальный бизнес", обеспечивают поддержку посредством венчурной филантропии и безвозмездной помощи [223].

Принимая во внимание ту большую роль, которую играют инвестиции в расширении социального предпринимательства на рынке, Правительство Великобритании ввело 30% налоговую льготу для стимулирования инвестиций в социальные предприятия. Наряду с этим налоговым послаблением, правительство также реформировало правовую структуру обществ с общественным интересом[2] (CIC), ограничив общие выплаты дивидендов до 35% от прибыли. Это делается для того, чтобы общества с общественным интересом могли приносить прибыль инвесторам, обеспечивая при этом сохранение значительной части прибыли, используя её в своих социальных целях.

Следует отметить значение социально-преобразующих инвестиций[3], которые не являются новой концепцией в Великобритании: ряд известных организаций инвестируют в социальное предпринимательство уже около десяти лет (например, Investing for Good, Bridges Ventures, Key Fund, FSEGroup, Truestone Impact, Social Enterprise Investment Fund). Рынок импакт-инвестиций вырос на четверть в 2012 году и достиг 202 млн. фунтов стерлингов, заключив 765 сделок с 29 финансовыми посредниками по социальным инвестициям [224]. Правительством Великобритании в 2012 году был запущен Проект «Big Society

---

[2] *Общественный интерес – интерес сообщества, связанный с обеспечением его благополучия, стабильности, безопасности и устойчивого развития*

[3] *Это инвестиции социального воздействия, импакт-инвестиции – это инвестиции в компании, организации и фонды с целью создания измеримого общественно или экологически полезного воздействия, а также для получения финансовой отдачи*

Capital» с фондом в размере 600 млн. фунтов стерлингов для поддержки посредников по социальным инвестициям. Создаются и новые, более специализированные фонды для инвестирования: Фонд социальных инвестиций Корпорации City of London (£20 млн), инвестиционный фонд Nesta Impact (£25 млн), фонд Impact Ventures UK. Однако, несмотря на рост рынка, проблемой для социальных предприятий по-прежнему остается доступ к высокорискованному финансированию свыше £50 000 на ранних стадиях создания компании [225].

Растущее число инвестиций, политических мер и инициатив поощряют предприятия, развивающиеся на основе идей общественного интереса: 65 таких организаций в настоящее время предоставляют услуги в сфере общественного интереса на сумму до 1 млрд. фунтов стерлингов [226].

Такая активная позиция государства в продвижении «бренда» социального предпринимательства многом продиктована ситуацией в социальной сфере Великобритании. Основные социальные проблемы в стране относятся к таким сферам как:

1. Бедность и финансовая незащищенность:

- 33% взрослого населения не в состоянии понести непредвиденные расходы в размере 500 фунтов, а также 30% не могут себе позволить произвести пенсионные накопления [227];
- 11% домохозяйств находится в состоянии полной бедности [228];

2. Старение населения:

- на каждый дополнительный миллион человек старше трудоспособного возраста, для получения ими государственных пособий и пенсий потребуется 10 миллиардов фунтов стерлингов в год; кроме того, предоставление медицинских услуг человеку старше 85 лет обходится примерно в три раза дороже, чем человеку в возрасте от 65 до 74 лет [229];
- от 5% до 16% людей старше 65 лет испытывают одиночество, а 12% - социальную изоляцию [230];

3. Безработица молодёжи:

- уровень безработицы среди молодежи составил 19,9%, а 28% безработных 16-24-летних были безработными более 12 месяцев [231];

- безработица среди молодежи имеет серьезные краткосрочные и долгосрочные последствия для будущей занятости, потенциального заработка и здоровья [232];

4. Здравоохранение:

- различные заболевания приводят к потерям в производстве в размере 31-33 млрд. фунтов, 20-32 млрд. потерянных налоговых сборов и 5,5 млрд. дополнительных затрат на медицину [233];

Несмотря на серьезную поддержку со стороны государства и общественности, отсутствие или недостаточный доступ к финансированию, по-прежнему воспринимается как единственный наиболее значительный барьер для начала деятельности, устойчивости и роста социальных предпринимателей. Это контрастирует с коммерческими предприятиями, для которых доступ к финансированию является шестым по величине барьером на пути устойчивого развития и роста. Одним из вопросов, поднимаемых среди начинающих социальных предприятий, является отсутствие понимания социальных предприятий со стороны банков [234].

Представляет интерес вопрос финансирования социальных предприятий в Великобритании. Так, продажа товаров или оказание услуг является наиболее значительным источником капитала (63%). Вторым по значимости источником капитала (24%) являются гранты. Далее идут займы (4%), инвестиции (3%) и личные источники (3%), 2% - прочее и 1% микрофинансирование. Более половины социальных предприятий (52%) заняты в сфере торговли в государственном секторе, а для 23% социальных предприятий в Великобритании это является основным источником дохода. Количество социальных предприятий, которым поручено оказывать государственные (общественные) услуги, как и объем подобных услуг, увеличивается с принятием закона «О государственных услугах» (социальной ценности).

Если сравнивать с коммерческими предприятиями, то гораздо большее количество социальных предприятий ищет внешние источники финансирования,

и обращается за более крупными суммами [219].

Социальные предприятия Великобритании работают на стыке государственного, частного и волонтерского (добровольческого) секторов, поэтому целесообразно изучить их деятельность в дискурсе этих направлений.

Отметим, что деятельность социальных предприятий обеспечивается стабильными условиями, гарантированными государством и прочным верховенством закона. Такие условия, сформированные государством, обеспечивают большую стабильность, что в перспективе облегчает как получение инвестиций, так и усилия при создании социального предприятия. Создание социальных предприятий часто мотивируется социальными потребностями, связанными с недостаточным предоставлением государством социальных услуг. На более поздних этапах своего развития социальные предприятия очень эффективно сотрудничают с государством на основе частно-государственного партнерства. При этом, одним из показателей, отражающих степень активности правительства в плане предоставления социальных услуг, являются социальные расходы, выраженные в процентах от государственного ВВП [234].

По сравнению с другими инновационными экономиками, Великобританию можно охарактеризовать как страну со средней коммерческой предпринимательской активностью, измеряемой долей лиц трудоспособного возраста, занятых в создании бизнеса. Культура предпринимательства в Великобритании является в целом средней. Следует заметить, что предпринимательская сфера и общекультурная система ценностей, сформированная и культивируемая в стране поощряет социальное предпринимательство. Так, основанный на национальной репрезентативной выборке, обзор «RBS Enterprise Tracker», в сотрудничестве с UnLtd констатирует, что пятая часть (19%) начинающих предпринимателей предпочла бы начать социальное предприятие [235].

Отдельного внимания заслуживает волонтерское движение. В Великобритании существует большой добровольческий (волонтёрский) сектор

(Приложение В). Международные сравнения показывают, что добровольческий сектор Великобритании имеет средний размер по сравнению с другими развитыми странами. В Великобритании численность работников добровольческого сектора (объединяющего оплачиваемый персонал и добровольцев) составляет 8,5% от численности работающего населения. Эта цифра ниже, чем в Нидерландах, Бельгии, Ирландии и США, но выше, чем в таких странах, как Израиль, Франция, Норвегия, Швеция, Австралия, Германия, Финляндия, Австрия и Испания [236-237]. Добровольческий сектор часто рассматривается как питательная среда и основа для социальных предприятий. Вместе с тем, есть исследования и в отношении того, что эти два сектора могут вытеснять друг друга в последующем. Однако, этих исследований недостаточно, а вся практика существования и развития социального предпринимательства свидетельствует о тесной совместной работе на благо общества [238].

Социальные предприятия создают возможности для инклюзии[4] в силу характера своей миссии. Они выступает связующим звеном между социально-незащищенными слоями населения и обществом. Социальные предприятия оказывают социальное воздействие в таких областях, как экономическое, социальное развитие, занятость и профессиональная подготовка, а также социальные услуги. Например, организация «BIG ISSUE» ставит своей целью помочь бездомным людям взять под контроль свою жизнь, в то время как другая организация - «Evenbreak» связывает инвалидов с работодателями [219].

Большую помощь оказывают социальные предприятия для обездоленных людей, создавая возможности для их трудоустройства. Большинство социальных предприятий (52%) активно трудоустраивают людей, находящихся в неблагоприятном положении на рынке труда (например, длительно безработных, бывших правонарушителей или инвалидов). Социальные предприятия также чаще работают в социально-сложных (неблагополучных) округах, а 40% работников находятся в неблагоприятном положении на рынке труда [219].

---

[4] Инклюзия - *это увеличение участия граждан с трудностями в физическом или умственном развитии в активную жизнь социума*

Следует отметить, что социальные предприятия создают возможности для инноваций и привлечении к предпринимательству тех слоев населения, которые менее вовлечены в коммерческое предпринимательство. Так, социальные предприятия чаще возглавляются женщинами или инвалидами, их руководящие группы более инклюзивны с точки зрения пола и этнической принадлежности по сравнению с коммерческими предприятиями [233].

Интересную информацию представило исследование SELUSI, показавшее, что социальные предприятия более инклюзивны и больше вовлечены в процесс владения собственной компанией, управление и инновационную практику [215].

Социальные предприниматели склонны применять более широкий спектр практик управления: меньше принятия решений сверху вниз, больше вовлечения и консультаций с сотрудниками, а также установление меньшего разброса в заработной плате, чем это принято среди коммерческих предприятий.

Ценностная детерминанта при формировании социального предпринимательства в Великобритании демонстрирует следующие качества: более сильные ценности в самообеспечении, стимулировании и реализации; аналогичные ценности во власти, благожелательности и универсальности; и более слабые ценности в традициях, конформизме, безопасности и гедонизме. Эти ценности отражают тот факт, что социальные предприниматели в Великобритании более открыты для перемен, экспериментирования и проактивности, и менее озабочены тем, чтобы вписаться в социальные традиции и нормы [215].

Для изучения опыта британского социального предпринимательства, рассмотрим его основные характеристики. Так, субъекты социального предпринимательства в Великобритании представлены не только в разных организационно-правовых формах, как было указано ранее, но и варьируют по своему размеру, количеству занятых и ежегодному доходу (табл. 3.9).

Наряду с представленными в таблице характеристиками, в стране существует еще значительное число зрелых организаций, действующих в масштабах страны.

Таблица 3.9 – Характеристики социальных предприятий Великобритании в разрезе возраста, количества занятых и дохода*

Возраст организации	Количество работников	Ежегодный доход
30% моложе 4 лет 34% от 5 до 10 лет 36% старше 10 лет	52% 1-9 работников 34% 10-49 работников 8% 50-250 работников 18% 250+ работников	менее 80 000 Евро 80 000-199 999 Евро 200 000-499 999 Евро 500 000-1 000 000 Евро +

**Источник: SELUSI Research Consortium, 2010*

Среди секторов экономики, в которых социальные предприниматели функционируют и генерируют свои доходы, основное их количество сосредоточено в здравоохранении, сфере услуг и образовании (табл. 3.10).

Таблица 3.10 – Сектора экономики, в которых генерируется доход социальных предприятий в Великобритании *

Сектор экономики	Генерируемый доход, %
Здравоохранение, социальные и общественные услуги	30
Коммерческие услуги	15
Образование	13
Финансовые услуги, недвижимость	11
Ритейл, гастрономия	11
Производство	8
Сельское хозяйство	8
Прочее	4

*Источник: SELUSI Research Consortium, 2010

Учитывая, что государственный (общественный) сектор является основным источником доходов для социальных предприятий, важно отметить влияние сокращения расходов бюджета в последние несколько лет и риски для социальных предприятий. Поэтому 61% социальных предприятий, функционирующих, в основном, в государственном секторе, за последние 12

месяцев диверсифицировались на новые рынки [219].

Экономические и финансовые кризисы не могут не оказывать влияния на социальных предпринимателей. Опрос, проведенный Social Enterprise UK, показал, что предприниматели воспринимали экономический климат как 2-й по значимости барьер для их устойчивости и роста. Особенно это касается организаций с оборотом свыше 1 миллиона фунтов стерлингов. Следует подчеркнуть, что это разительное отличие от опроса 10 летней давности, когда экономический климат занимал 11-е место, и только 8% социальных предприятий называли его барьером. Это свидетельство того, что финансовый кризис влияет на социальные предприятия Великобритании с задержкой во времени [219].

Важным аспектом деятельности социальных предприятий в Великобритании является оценка степени их социального воздействия на решение проблем в обществе. Более того, социальные предприятия, работающие в государственном секторе, в связи с принятием закона «О государственных услугах» (Закон о социальной ценности), обязаны, как было сказано ранее, демонстрировать свое социальное воздействие.

Исследования, проведенные в стране [219] свидетельствуют, что большинство социальных предприятий (68%) считает свое социальное воздействие сильным (32%) или слабым (36%). Социальное воздействие посредством реализации социальных стартапов оценивают как высокое 74% предпринимателей и 76% социальных предприятий, основным источником дохода которых является государственный (общественный) сектор. Приведенная информация показывает, что измерение воздействия может рассматриваться как конкурентное преимущество предприятия, а для некоторых организаций даже выступит ключевым фактором при борьбе за государственные контракты. Имеются доказательства того, что измерение социального воздействия имеет дополнительные преимущества для социальных предприятий в виде мотивации персонала и улучшения обслуживания выгодополучателей.

Безусловно, демонстрация своего воздействия имеет важное значение для

работы с государственным сектором, но определение степени влияния является сложной задачей для социальных предприятий по целому ряду причин. Во-первых, тем социальным предприятиям, которые осуществляют превентивную деятельность или результаты их деятельности будут видны лишь в долгосрочной перспективе, достаточно сложно измерить своё воздействие. Во-вторых, измерение воздействия может быть трудоемким и дорогостоящим процессом, что является особой проблемой для небольших предприятий. Заметим, что, несмотря на то, что число инструментов измерения социального воздействия растет, социальные предприятия не всегда имеют возможность выбрать правильный инструментарий или соответствующую методику для осуществления такого измерения [215].

Учитывая проблемы и сложности с выбором аналитического (оценочного) инструментария, в настоящее время наметилась тенденция к стандартизации и созданию единой методики измерения социального воздействия с точки зрения затратности процесса и значимости полученных результатов. Так, ведущие социальные организации и фонды разработали матрицу результатов, с помощью которой измеряется социальное воздействие на уровне отдельного человека, определенного сообщества и общества в целом. Матрица уже используется в тестовом режиме восьмью предприятиями и рядом финансовых посредников по социальным инвестициям. После ее успешной апробации она будет предположена к массовому использованию правительственными ведомствами (ориентировочно к 2022 году) [239].

Таким образом, система социального предпринимательства в Великобритании отличается мощной поддержкой со стороны государства, законодательной инициативой, значительными финансовыми расходами на социальную сферу, созданными условиями для инвестиций и инноваций, активным и осознанным, действенным восприятием общественности роли социальных предпринимателей в решении проблем социальной сферы государства. В основе такого инвайромента лежат принципы духовно-нравственного отношения в социуме, которые сформированы

общенациональной системой ценностей и продолжают развиваться на фоне эволюции гуманистического мировоззрения и гражданского согласия.

3.3. Опыт Российской Федерации в развитии социального предпринимательства

Появление первых социальных предприятий в России приходится на конец XIX начало XX вв. В качестве примера ученые-исследователи [22, с.86] приводят Дом трудолюбия, основанный отцом Иоанном Кронштадским. Впоследствии идея помощи бездомным и нуждающимся получила свое развитие и распространение на территории всей России.

В настоящее время (с 2019 года) социальное предпринимательство в России находится на 4-м этапе своего институционального развития [240, с. 4-6]. При этом первый этап (2007-2011 гг.) связан с созданием в 2007 году специализированного фонда по поддержке социального предпринимательства – Фонда региональных социальных программ «Наше будущее» (Фонд В. Алекперова). Следует отметить, что за 13 лет существования фонда было поддержано 255 проектов (в 2016 – 160 проектов), выдано 693,2 млн. руб. в виде беспроцентных займов в 58 регионах.[5] В этот период происходит поиск лучших практик в негосударственном секторе, их тиражирование и распространение через соответствующие конкурсы проектов социального предпринимательства. Второй этап (2012-2014 гг.) – это период официального признания государством социального предпринимательства как одного из приоритетных направлений развития малого и среднего бизнеса. Одновременно это отложило признание в качестве социальных предприятий некоммерческих организаций, что пошло вразрез с опытом многих развитых стран мира. Однако для России это был

[5] Данные официального сайта Фонда «Наше будущее» http://www.nb-fund.ru/

прорыв: в 2012 году впервые в нормативном документе федерального уровня появилось упоминание о социальном предпринимательстве, были обозначены контуры того, как его понимает государство, а также описаны условия поддержки.

Третий этап, по мнению А. Московской, «охватывает 2015-2018 гг. Ключевым событием, определившим его особенности, стало вступление в действие закона «Об основах социального обслуживания граждан (442-ФЗ), что привело к многочисленным попыткам отождествить социальное предпринимательство с оказанием социальных услуг негосударственными организациями» [240, с. 4].

Ситуация прояснилась с вступлением в силу Федерального закона № 245-ФЗ от 26 июля 2019 года «О внесении изменений в Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» в части закрепления понятий «социальное предпринимательство», «социальное предприятие» [171]. Данным законом устанавливается, что «социальным предприятием может быть только субъект малого и среднего предпринимательства (юридическое лицо или индивидуальный предприниматель)» (ст. 3 пункт 8). Социальное предпринимательство трактуется как предпринимательская деятельность, направленная на достижение общественно полезных целей, способствующая решению социальных проблем граждан и общества и осуществляемая в соответствии с условиями, предусмотренными частью 1 статьи 24.1 настоящего Федерального закона. А социальное предприятие понимается как субъект малого или среднего предпринимательства, осуществляющий деятельность в сфере социального предпринимательства (статья 3, п.7-8).

Нормативный документ также обозначил категории социально незащищенных граждан и обозначил критерии (рис. 3.1), по которым в качестве социальных предприятий могут выступать четыре типа организаций, в зависимости от характера решаемой проблемы в социальной сфере и нуждами (потребностями) определенной целевой социальной группы. Так, социальные

предприниматели в России могут реализоваться в четырех бизнес-моделях [241, с.68-69]:

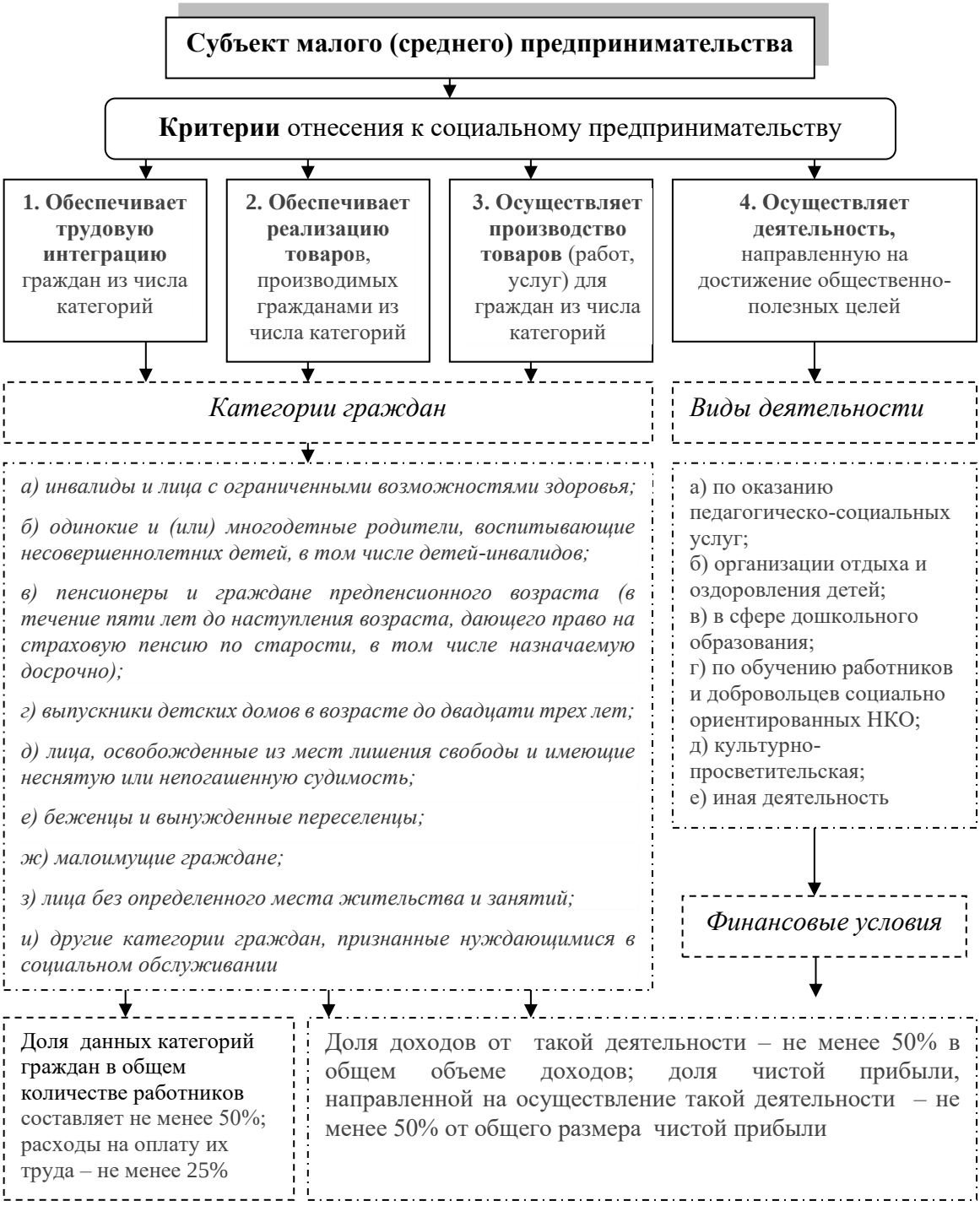


Рисунок 3.1 – Критерии признания социального предпринимательства в законодательстве РФ (статья 24.1) [241]

1. Целевая аудитория испытывает сложности с трудоустройством, которые связаны с дополнительным (специальным) оборудованием рабочего места,

созданием особых условий труда. Проблемы целевой аудитории – социально-экономическая изоляция, трудности в освоении профессиональных навыков. Социальный предприниматель создает такую модель предприятия, которая позволила бы обеспечить устойчивую занятость социально уязвимых работников и добиться положительного финансового результата.

2. Целевая аудитория – социально уязвимые категории граждан, которые производят различные товары, но плохо знают, как устроен рынок, удалены от рынков сбыта физически, не владеют достаточной информацией, ресурсами, контактами. Ключевая проблема, которую решает социальный предприниматель, – изоляция от рынков сбыта производимой продукции. Социальные предприниматели ориентированы на продвижение продукции уязвимых производителей на рынок, обеспечивающее им стабильный доход.

3. Целевая аудитория – социально уязвимые категории граждан, испытывающие острую потребность в специализированных товарах (работах, услугах) – протезно-ортопедических изделиях, медицинской технике, услугах по реабилитации и др. Как правило, речь идет об инновационных социально значимых товарах и услугах, которые не имеют широкого распространения или имеют высокую стоимость. Ключевая задача социального предпринимателя – сделать их доступными для целевого потребителя.

4. Нет четко выраженной целевой аудитории, благополучателем является общество в целом. Ключевая проблема, которую решает социальный предприниматель, – нехватка доступа к важным социальным, экономическим и культурным благам. По этой модели работают, например, благотворительные магазины, которые реализуют пожертвованные населением вещи с целью привлечения средств на социальные нужды. Базовым социальным предприятием может быть не только благотворительный магазин, но и обучающий центр или музей. В таком случае социальное предприятие оказывается своеобразным центром, аккумулирующим гражданскую активность в конкретном поселении или районе.

Таким образом, социальные предприниматели в России решают большой и не простой круг «социальных задач: от дошкольного образования до ухода за тяжелобольными людьми» [242].

Подчеркнем, что социальные предприниматели работают в условиях целого «ряда проблем, а они значительны: серьезное отставание от развитых стран мира по показателям уровня жизни населения; высокий уровень дифференциации социально-экономического развития регионов; большой разрыв в доходах населения; высокий процент населения, живущего ниже прожиточного минимума; падение уровня занятости населения в последние годы; недостаточное развитие социальной инфраструктуры и пр. [243, с 27]. По мнению академика А. Аганбегяна «Длительный период снижения уровня реальных доходов населения законсервировал структурные проблемы, связанные с достаточно низким уровнем жизни большей части российского общества [244]. Светлана Чупшева, генеральный директор Агентства стратегических инициатив по продвижению новых проектов, в своем выступлении на ПМЭФ–2019 озвучила: «Более 70% граждан недовольны качеством социальных услуг. В меньшей степени недовольны образованием, а больше всего – здравоохранением» [245].

Вместе с тем, общий потенциал рынка социальных услуг к 2020 г., по расчетам некоммерческой организации «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов» (АСИ), составит 15 трлн. руб. Статистика по формированию точного количества социальных предпринимателей России в настоящий момент формируется. Точный перечень предприятий и предпринимателей со статусом «социальное» появится в апреле 2020 года в Едином реестре субъектов малого и среднего предпринимательства. Так, по «итогам «первой волны» статус получили 1197 субъектов малого и среднего бизнеса, из которых 60 % - индивидуальные предприниматели, а 40 % — юридические лица. Примечательно, что 9 из 10 зарегистрированных предприятий представляют собой микро предприятия. Из 85 субъектов Российской Федерации в 29 не было зарегистрировано ни одного социального

предприятия. Наибольшее количество социальных предприятий зарегистрировано в Нижегородской (139), Тульской (80), Московской (53) и Томской (53) областях [246].

По оценке заместителя генерального директора по продвижению новых проектов АСИ О.Захаровой, в стране насчитывается порядка 70 тысяч предприятий, которые потенциально соответствуют критериям социального предприятия [69]. Она коррелирует с данными Фонда «Наше будущее», который приводит цифру 77 961 предприятие (1% от всех субъектов малого и среднего бизнеса; доля в ВВП – 0,36%). В зарубежных странах, процент предпринимателей, занимающихся в сфере социального назначения, составляет четверть от основной массы предпринимателей 25%.

Для формирования ясного представления о деятельности социальных предпринимателей в России обратимся к исследованию [25], данные которого охватывают 47 субъектов РФ (от Калининградской области до Хабаровского края) и основываются на списках известных организаций, зарекомендовавших себя в качестве примеров социального предпринимательства на федеральном уровне (2014-2016 гг.). Экстраполируем полученные результаты данной выборки на предварительные итоги практики социального предпринимательства на всей территории РФ. Обследованные предприятия представлены различными регионами, формами собственности и видами деятельности. Исследователи отмечают неравномерность распределения социальных предприятий по регионам (табл. 3.11).

Вместе с тем, соотнесение количества социальных предприятий с численностью населения соответствующих округов показывает, что лидером по локации предприятий является Северо-Западный федеральный округ, а не Центральный. Представляет интерес распределение социального предпринимательства по видам экономической деятельности (табл. 3.12).

Таблица 3.11 – Распределение социальных предприятий по федеральным округам

Округ	Число предприятий	Доля в общем количестве социальных предприятий	Справочно: численность населения округов в % от общероссийской
Центральный, (в том числе Москва)	58 (42)	30	26,7
Северо-Западный, (в том числе Санкт-Петербург)	47 (24)	24	9,5
Приволжский	29	14	20,2
Сибирский	24	12	13,2
Южный	21	10	11,2
Уральский	13	6	8,4
Дальневосточный	9	4	4,2
Северо-Кавказский	1	0,5	6,7
Всего	202	100,0	100,0

Таблица 3.12 – Распределение социальных предприятий по видам экономической деятельности

Вид экономической деятельности	Число предприятий	Доля в общем числе предприятий	Справочно: доля предприятий в соответствующих ВЭД в экономике РФ, %
1	2	3	4
Сельское хозяйство, обрабатывающая промышленность, производство и распределение воды	34	18	15
Торговля, Гостиницы и общественное питание	20	11	45
Информация и связь, финансы	10	5	3
Деятельность в сфере недвижимости, научная и техническая деятельность, сопутствующие услуги	17	9	24

Продолжение табл. 3.12

1	2	3	4
Образование, здравоохранение и социальное обслуживание	72	39	6
Предоставление прочих услуг (отдых, развлечения, культура и спорт, персональные услуги)	34	18	7
Всего	187*	100,0	100,0

*по 15 предприятиям данные о виде экономической деятельности отсутствуют (поэтому значение меньше 202)

Так, наибольшее число социальных предприятий сконцентрировано в образовании, здравоохранении и социальном обслуживании (72), что составляет 39% от всего количества предприятий. А по сравнению с общероссийскими значениями (6%), эта доля превышена в более чем в 6 раз. В сельском хозяйстве, обрабатывающей промышленности и в сфере предоставления прочих услуг сосредоточено по 34 предприятия или по 18% от общего количества социальных предприятий. Таким образом, можно констатировать, что 75% социальных предприятий в исследуемой выборке заняты в сфере оказания социальных (здравоохранение, образование, социальное обслуживание) и прочих услуг, а также в сельском хозяйстве и производственной сфере.

Что касается такой сферы как информация, связь и финансы, то здесь также отмечается рост доли социальных предприятий (5%) по сравнению с общероссийской практикой (3%). Значительное количество социальных предприятий (20) сосредоточено в торговле, гостиничном бизнесе и общественном питании, что составляет 11% от общего количества обследованных предприятий. Однако их доля ниже, чем по РФ в целом (45%).

Если сравнивать полученные результаты с данными отчета «Портрет социального предпринимателя: ключевые характеристики»[6] исследовательской группы ЦИРКОН, 2013 г., то в основном приведенные пропорции сохраняются. Так, в сфере образования, науки, здравоохранения, прочих услуг и социальной

[6] www.nb-found.ru

работы занято основное количество социальных предпринимателей, а сами социальные предприниматели работают практически во всех отраслях экономики.

Большой интерес для изучения опыта социального предпринимательства в России представляет анализ его целевых групп, которые, не только определяют в значительной степени статус социального предприятия, но и иллюстрируют те ниши социальной сферы, которым не уделяется достаточного внимания со стороны государства. По данным исследования [25, с.44-46], преобладающими целевыми группами являются дети дошкольного возраста (15%), инвалиды (16%), дети-инвалиды (9%) и неопределенная целевая группа (16%) (табл. 3.13).

Таблица 3.13 – Целевые группы социальных предприятий

Категории целевых групп	Количество предприятий	Доля социальных предприятий в их общем количестве
Инвалиды	32	15,8
Дети дошкольного возраста	31	15,3
Неопределенная целевая группа	30	14,9
Дети-инвалиды	18	8,9
Жители места	13	6,4
Малообеспеченные и социально незащищенные люди	12	5,9
Дети школьного возраста	11	5,4
Семьи	10	5,0
Дети дошкольного и школьного возраста	8	4,0
Общество в целом	8	4,0
Мамы с маленькими детьми, беременные, многодетные	7	3,5
Люди, нуждающиеся в лечении	5	2,5
Пожилые люди	4	2,0
Выпускники детских домов	3	1,5
Дети из неблагополучных семей, дети-сироты	3	1,5
Воспитанники детских домов	2	1,0
Дети, нуждающиеся в лечении	2	1,0
Молодежь	2	1,0
Фермеры	1	0,5
Итого	202	100,0

В качестве последней представлена группа, которая характеризует предприятия, в которых услуга предназначена любому человеку, а не сконцентрирована на какой-либо отдельной социальной группе.

Лидирующие позиции в таблице занимают предприятия, работающие с инвалидами – 32 или 15,8% от общего числа социальных предприятий. Обращает внимание высокая доля проектов и предприятий, предназначенных для детей. Так, социальные предприятия, работающие с детьми дошкольного и школьного возраста (50 предприятий), с детьми инвалидами (18 предприятий), а также выпускниками и воспитанниками детских домов (5), из неблагополучных семей и нуждающихся в лечении (5), составляют в общей массе социальных предприятий 38,6%.

Коррелирует с приведенными цифрами и исследование[7], проведенное Фондом региональных социальных программ «Наше будущее» в 2015 году. По данным Фонда, 41% предприятий работают в сфере дошкольного образования, а 16% помогают трудоустраивать людей, попавших в сложную жизненную ситуацию.

Однако, уже в 2020[8] году, по данным Фонда, только 26,8% предприятий занимаются в сфере образования, на втором месте (15,9%) социальные предприятия, работающие в сфере спорта, отдыха и прочих видах деятельности, 10,6% предприятий вовлечено в производство, 7,3% в здравоохранение и 6,1% в социальные услуги.

По каталогу предприятий, товаров и услуг социальных предпринимателей[9] (на 20 августа 2020 года):

- в сфере образования работают 96 предприятий и 81 предприниматель;
- 89 социально ориентированных НКО;
- в сфере услуг занято 53 предприятия и 17 предпринимателей;
- в сфере социального обслуживания граждан работают 50 предприятий и

[7] https://omk.ru/chmz/files/kak.pdf

[8] http://www.nb-fund.ru/upload/otchet2020/index.html

[9] https://soindex.ru/

35 социальных предпринимателей;

- в сфере здравоохранения трудятся 37 предприятий и 8 социальных предпринимателей.

Если сопоставить выше приведенные данные с информацией таблицы 3.12, то можно констатировать, что распределение социальных предприятий (и социальных предпринимателей) по видам (сферам) деятельности тождественно по годам, то есть тенденции сохраняются. Так, больше всего социальных предприятий зарегистрировано как в 2015 (32%), так и в 2020 году в сфере образования, здравоохранения и социальных услуг (почти 30%).

Представляет интерес исследование «Лучшие страны, чтобы быть социальным предпринимателем»[10], проведенное фондом Thomson Reuters в 2016 и 2019 годах. Оценка по 43 странам проводилась ведущими специалистами в области социального предпринимательства (860 экспертов). В результате оценки экспертных мнений (глобальный экспертный опрос) по вопросу условий для развития социального предпринимательства, Россия заняла 23 место в 2019 году, против 31 места в 2016 году (табл. 3.14).

Таблица 3.14 – Место РФ среди 43 стран мира по развитию социального предпринимательства

Страна	Место в 2016 году	Страна	Место в 2019 году
Соединенные штаты	1	Канада	1
Канада	2	Австралия	2
Объединенное королевство	3	Франция	3
Сингапур	4	Бельгия	4
Израиль	5	Сингапур	5
…..		….	
Египет	30	Филиппины	22
Россия	**31**	**Россия**	**23**
Пакистан	32	Египет	24
Нигерия	33	Таиланд	25
		…	
Ирландия	43	Мексика	43

[10] http://poll2016.trust.org/; http://poll2019.trust.org/

Россия за три года поднялась на 8 мест, обогнав при этом США, которые в 2019 году опустились с первого места на 32 место. Отметим, что в 2015 году РФ занимала последнее 43 место в рейтинге стран. Вместе с тем, эксперты отмечают, что «общий уровень предпринимательской активности остается неприемлемо низким. Тем не менее, именно социальное предпринимательство не только может и должно ускорить «заполнение пробелов» многих социальных и экологических проблем в России, но также может и должно создать основу для бизнеса, ориентированного на будущее»[11].

Методология исследования строилась по 6 направлениям: государственная поддержка, привлечение квалифицированного персонала, общественное понимание, возможность зарабатывать, возможность роста (развития), доступ к инвестициям. В 2019 году только по двум направлениям: государственная поддержка (государственная политика поддерживает социальных предпринимателей) и возможность зарабатывать (социальные предприниматели могут заработать на жизнь своей работой в моей стране) Россия вошла в топ-10 стран, заняв 7 место. Результаты оценки среды социального предпринимательства российскими экспертами представлены в таблице 3. 15[12]

Таблица 3.15 – Оценка условий для развития социального предпринимательства в РФ

№	Параметры	Рейтинг, место	
		2016	2019
1.	Благоприятные условия для развития	40	28
2	**Государственная поддержка**	**17**	**07**
3	Доступность грантового финансирования	31	24
4	**Доступность инвестиций**	**27**	**23**
5	Доступность нефинансовой поддержки	19	12
6	*Возможность продавать государству*	*16*	*22*
7	*Возможность продажи бизнесу*	*31*	*38*
8	*Возможность продавать населению (обществу)*	*6*	*23*
9	***Привлечение квалифицированного персонала***	***36***	***38***
10	**Осведомленность общества (общественное понимание)**	**27**	**23**
11	**Возможность зарабатывать**	**08**	**07**
12	**Возможность роста (развития)**	**43**	**23**

[11] Ю. Благов, директор Центра корпоративной социальной ответственности, СПбГУ http://poll2019.trust.org/country/?id=russia

[12] http://poll2019.trust.org/country/?id=russia

Результаты таблицы свидетельствуют, что из 12 критериев только по четырем (п.6-п.9) отмечена негативная тенденция. Эксперты низко оценили эти показатели, что свидетельствует о необходимости тесной совместной работы социальных предпринимателей с государством и бизнесом.

Из шести основных ключевых направлений только по одному – привлечение квалифицированного персонала Россия за три года сместилась на 2 пункта – с 36 на 38 место. По остальным направлениям заметная позитивная тенденция. Особо следует отметить прорыв по таким параметрам и направлениям, как:

Благоприятные условия для развития (рост на 12 пунктов);

Возможность роста (развития) предприятия (рост на 10 пунктов);

Государственная поддержка (рост на 10 пунктов);

Доступность грантового финансирования (рост на 7 пунктов).

Таким образом, привлеченные эксперты Фонда Thomson Reuters, в целом позитивно оценили развитие социального предпринимательства в России, создание благоприятных условий для роста и возможность доступа к финансовой и нефинансовой поддержке.

Изучение форм государственной поддержки и источников финансирования социального предпринимательства заслуживает особого внимания. Так, государство в качестве поддержи предпринимателей:

- выделяет субсидии (не более 600 тыс. руб. – максимальная субсидия из федерального бюджета на каждого отдельного субъекта социального предпринимательства, участвующего в софинансировании расходов в размере не менее 15 % от суммы субсидии; 300 тыс. руб. – максимальная субсидия субъектам малого предпринимательства, являющимся начинающими на рынке социального предпринимательства, на одного получателя поддержки, участвующего в софинансировании расходов в размере не менее 15 % от суммы субсидии;

- предоставляет образовательные услуги для субъектов социального предпринимательства;

- оказывает услуги по предоставлению инфраструктурных объектов;

- создает центры инноваций социальной сферы, представленные самостоятельными юридическими лицами, входящими в структуру поддержки субъектов социального предпринимательства, среди учредителей которых присутствует субъект РФ или муниципальное образование [248].

Государственная помощь и поддержка реализуется в России через Центры инноваций социальной сферы (ЦИСС) в регионах. В 2013 году было открыто 8 ЦИССов в восьми субъектах Российской Федерации, в 2014 году – 13, в 2015 – 9, а 2016 – 8, в 2017 -11, в 2018 – 23. Всего за период 2013-2016 на создание ЦИССов было выделено порядка 262 млн. рублей [249, с. 4].

Отметим, что создание центов в разных регионах России не носило единообразного характера. В результате 18 из 23 существующих центров имеют государственное финансирование, а 5 из них финансируются из негосударственных источников. Таким образом, все 23 центра формируют государственную и негосударственную инфраструктуру поддержки социального предпринимательства и, несмотря на различия в порядке финансирования, выполняют в различных регионах сходные задачи, соответствующие концепции Агентства стратегических инициатив [250, с.105].

Системой субсидий на развитие социального предпринимательства и смежной с ним деятельности был охвачен 61 субъект Российской Федерации, что заметно превышает число ЦИССов. Использование субсидий распределялось в регионах неравномерно по направлениям. На поддержку социальных предпринимателей брали субсидию 20 регионов, на поддержку детских дошкольных образовательных центров - 15, на поддержку центров дневного пребывания детей – 31, а на поддержку ЦИССов – 37 [249, с. 3-4].

В соответствии с Приказом Минэкономразвития Российской Федерации № 125 от 14.03.2019 г. [251] на создание и развитие ЦИСС средства федерального бюджета могут быть использованы на следующие мероприятия:

− консультационные услуги с привлечением сторонних профильных экспертов; − продвижение информации о деятельности ЦИСС;

− проведение мероприятий по сбору, обобщению и распространению информации о социальных проектах и инвестиционных потребностях субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляющих деятельность в области социального предпринимательства;

− проведение обучающих и просветительских мероприятий для осуществления деятельности в области социального предпринимательства в форме семинаров, мастер-классов, тренингов, деловых игр, акселерационных программ и др.;

− организация участия социальных предприятий в выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях с социальной тематикой на территории Российской Федерации с целью продвижения их товаров (работ, услуг);

− организация и проведение ежегодного конкурса «Лучший социальный проект года»;

− иные расходы.

По состоянию на 01.10.2019 г. в реализацию мероприятий по поддержке социального предпринимательства в рамках деятельности ЦИСС вовлечен 41 субъект Российской Федерации. Так, на деятельность Центров было привлечено субъектами Российской Федерации в 2013 г. – 31 630,466 тыс. рублей, в 2014 г. – 47 600 тыс. рублей, в 2015 г. – 41 371 тыс. рублей, в 2016 г. – 27 944,584 тыс. рублей, в 2017 г.– 31 480,68918 тыс. рублей, в 2018 г. – 79 293,5 тыс. рублей, в 2019 г. – 206 448,438 тыс. рублей. Общий объем субсидии с 2013 г. составил 465 768,6772 тыс. рублей [252, с. 37].

Государство способствует минимизации налоговой нагрузки и расходов на аренду помещений для социальных предпринимателей. Так, в отдельных регионах (Астраханская, Ленинградская область, Ханты-Мансийский автономный округ – Югра, например) установлена ставка в размере 0% на налог, уплачиваемый социальными предприятиями, на аренду недвижимого имущества устанавливаются понижающие коэффициенты (Московская область, Югра, Калининградская область) или нулевые ставки на первый и второй годы

(например, Республика Татарстан, Пермский край), освобождают от уплаты транспортного налога (Тюменская область, Астраханская область).

Большую помощь оказывает государство и в вопросах образования. Для этого в регионах создаются и успешно реализуются обучающие программы для начинающих и уже активно работающих социальных предпринимателей. Государственные вузы в рамках образовательных программ бакалавриата и магистратуры, дополнительного образования оказывают консультационную помощь социальным предпринимателям, открывают новые направления подготовки и магистерские программы по социальному предпринимательству (в Республике Татарстан, например, в Казанском государственном университете реализуется магистерская программа «Управление проектами в сфере социального предпринимательства», в РЭУ им. Г. В. Плеханова с 2016 г. проводится обучение по двум программам высшего образования: по направлению «Менеджмент», профиль «Менеджмент в инновационном и социальном предпринимательстве» (бакалавриат) и «Инновационное и социальное предпринимательство» (магистратура), в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Сибирский федеральный университет» с 2015 г. действует образовательная программа магистерской подготовки 38.04.02.00.01 «Менеджмент в социальной сфере»).

Следует добавить, что во всех регионах присутствия ЦИСС активно проводятся обучающие и просветительские мероприятия по вопросам осуществления деятельности в области социального предпринимательства в форме семинаров, мастер-классов, тренингов, деловых игр, акселерационных программ и др. Наиболее популярными форматами долгосрочных образовательных программ выступают Школы социального предпринимательства и акселерационные программы. Также реализуются профильные мероприятия федерального масштаба. Так, в субъектах РФ реализуется федеральный образовательный проект по развитию женского предпринимательства «Мама-предприниматель», организаторами которого

являются «Опора России» и Корпорация по развитию малого и среднего предпринимательства [252, с. 20].

Так же в регионах активно создаются ресурсные центры поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций, организуемые при участии государства либо формируемые активными представителями некоммерческого сектора [252, с. 36-37].

Государство в России оказывает социальному предпринимательству информационно-консалтинговую поддержку, которая проявляется в «проведении круглых столов и дискуссионных площадок по тематикам организации и ведения социальных проектов, в предоставлении индивидуальных консультаций по вопросам реализации социальных проектов широкого спектра, в организации института бизнес-наставничества [252, с. 27]. Вместе с тем, информированность населения, общества о назначении и роли социального предпринимательства, остается достаточно низким. Так, «если в 2008 году 73% россиян отвечали, что впервые слышат о социальном предпринимательстве, то через восемь лет (2016 год) картина не сильно изменилась» [253, с. 72]. По данным ЦИРКОН, за годы измерений лишь 4-7% респондентов всероссийских опросов уверенно заявляли о своей осведомленности о том, что такое «социальное предпринимательство», в 2016 году – 6% [254].

Развитию социального предпринимательства в Российской Федерации способствует создание законодательной базы: «имеются отдельные нормативно-правовые акты, определяющие сущностные основы социального предпринимательства и возможные направления его поддержки. Вместе с тем, оно, по-прежнему, нуждается в доработке. Последнее касается включения НКО в категорию социальных предприятий, так как многие социальные предприятия зарегистрированы как НКО (более 60%)» [255, с. 178]. Следует заметить, что «для развития и совершенствования законодательной базы социального предпринимательства в России были созданы Экспертный совет по вопросам развития социального предпринимательства при Комитете Государственной Думы по экономической политике, инновационному развитию и

предпринимательству; Совет по развитию социальных инноваций субъектов Российской Федерации при Совете Федерации Федерального Собрания Российской Федерации; Координационный совет Торгово-промышленной палаты Российской Федерации по вопросам развития социального бизнеса и предпринимательства; Комитет по социальному предпринимательству при предпринимательском объединении «Опора России»; направление деятельности «Социальные проекты» в АНО «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов» [250, 104-105].

Финансовая поддержка со стороны государства, в соответствии с Федеральным законом №15455-7 «О федеральном бюджете на 2017 год и на плановый период 2018 и 2019 годов» [256], социально ориентированных некоммерческих организаций составят 411,6 млрд. рублей.

Одним из элементов поддержки социального предпринимательства стал Фонд поддержки социальных проектов, учрежденный в 2017 году АСИ. «Основными направлениями деятельности Фонда должна стать образовательная и финансовая поддержка социальных проектов. Предполагаемая капитализация фонда на 3 года (начиная с 2018 г.) составит 1,5 млрд. рублей. Фонд будет финансировать социальные проекты в форме беззалоговых займов на срок от 1 до 3 лет, средний размер займа планируется на уровне 2,5 млн. рублей [257].

Наталья Зверева, директор Фонда «Наше будущее» констатирует, «что государство создало разнообразный спектр инструментов управления социальным предпринимательством, однако в силу отсутствия единой программы развития этого сектора оно выбрало стратегию разделения всех инструментов поддержки в соответствии с организационно-правовыми формами социальных предприятий, что фактически дублирует инфраструктуру и усложняет администрирование финансового направления поддержки» [250, с. 107-108].

Наряду с государственной поддержкой, которой недостаточно для успешного развития, социальным предпринимателям большую помощь оказывают негосударственные институты. Прежде всего, следует отметить

частный фонд «Наше будущее». Для поддержки социальных предпринимателей, Фонд [258]:

- организовал конкурс «Социальный предприниматель», победителям которого выделяется финансирование в виде беспроцентных целевых займов сроком до 10 лет на проекты, деятельность которых направлена на решение проблем общества;

- проводит вручение ежегодной Премии «Импульс добра» за вклад в развитие и продвижение социального предпринимательства в России; за восемь лет награждено 89 лауреатов из 21 региона России;

- создал лабораторию социального предпринимательства с целью разработки и реализации инновационных инструментов поддержки и развития социального бизнеса в России; лаборатория проводит бесплатное и платное обучение как начинающих, так и действующих социальных предпринимателей; более 400000 человек охвачено образовательными программами;

- создал проект «Больше, чем покупка!» и оказывает сбытовую поддержку социальным предпринимателям во всех регионах России;

- открыл Портал «Новый бизнес» – информационный ресурс, рассказывающий о социальном предпринимательстве. Основной задачей портала является популяризация и продвижение социального предпринимательства в России;

- организовал Банк социальных идей с целью аккумуляции как можно больше идей в сфере социального предпринимательства, а также для того, чтобы эти идеи произвели максимальный положительный социальный эффект.

Со слов основателя Фонда, В. Аликперова: «На сферу дошкольного образования приходится почти 30% проектов, участвующих в конкурсе "Социальный предприниматель". Частные детские сады, группы временного пребывания и развивающие центры заметно снизили нагрузку на муниципальные дошкольные учреждения. Экономия бюджетных средств от привлечения частных поставщиков услуг дошкольного образования в отдельных регионах достигает 1 млрд. руб. То же самое происходит и в сфере услуг для

старшего поколения. В России доля частного капитала в социальной сфере составляет не более 2-3%, так что нам есть, куда расти» [259].

Кроме фонда «Наше будущее» можно отметить отдельные конкурсы, по которым выделяются гранты в области социального предпринимательства. Среди них - Межрегиональная общественная организация «Достижения молодых» (Junior Achievement Russia), которая реализует ряд специализированных программ по обучению предпринимателей, в том числе программу «Социальное предпринимательство», предназначенную для молодежи 15-18 лет (http://sep.ja-russia.ru), а также мастер-классы для социальных предпринимателей.

Благотворительный фонд «Навстречу переменам» (Reach for Change, http://reachforchange.org/russia) на конкурсной основе поддерживает проекты, направленные на улучшение жизни детей и подростков [260, с. 29].

Нельзя не отметить и роль крупного бизнеса в поддержке социального предпринимательства в России. Так, АО «Объединенная металлургическая компания» (далее – ОМК) занимается развитием социального предпринимательства с 2016 года. Программа направлена на поиск и реализацию бизнес-идей по решению острых социальных проблем, обеспечение альтернативных способов занятости, а также на развитие социальной сферы городов и районов. Бюджет программы составил 18 млн. рублей, из них 12,45 млн. рублей – сумма грантового пула. В результате реализации программы за 3 года в городах присутствия ОМК было создано более 190 новых рабочих мест, реализовано 88 социально-предпринимательских проектов, из них 4 – людьми с ограниченными возможностями здоровья.

ОАО «Пивоваренная компания «Балтика», часть Carlsberg Group в 2017–2018 гг. реализовало программу «Действуй без границ» (интеграционный проект). В результате: 6 человек получили целевые гранты на общую сумму более 6 млн. рублей; в течение полгода после выдачи грантов трудоустроены 87 людей с ограниченными возможностями здоровья; сохранены 49 рабочих мест для инвалидов; 176 инвалидов прошли обучение прикладным специальностям;

более 100 человек с ограниченными возможностями здоровья получили доступ к оборудованию, необходимому для организации самозанятости; 37 объектов были оснащены пандусами и поручнями; количество людей, чья жизнь качественно изменилась благодаря проектам победителей, составило более 1400 человек.

Росбанк реализует собственные и поддерживает партнерские социальные программы. Грантовый бюджет в 2018 г. составил 550 тыс. рублей. Общий объем средств, выделенных на программу в 2018 г.– 4,2 млн рублей, в 2019 г. – 5,5 млн рублей.

ПАО «СИБУР Холдинг» реализовало «Комплексную программу развития социально-предпринимательского сообщества г. Тобольск и Тобольского района». По ее итогам 10 человек получили целевые гранты на общую сумму более 1,7 млн. рублей.

ПАО «Сбербанк России» в Нижегородской области при поддержке Фонда региональных социальных программ «Наше будущее» авторам лучших социальных проектов с инновационной составляющей в рамках ежегодного грантового конкурса «Новые возможности» оказывают финансовую поддержку в размере до 150 тысяч рублей [252, с. 47-49].

Следует заметить, что ситуация с поддержкой и развитием социального предпринимательства отличается по регионам. Как отмечает Е. Каратаева (Минэкономразвития Республики Тывы): «если это самодостаточный регион, который к тому же является донором, то в данном случае будет достаточно информации. Если регион дотационный – то нужно стимулирование льготами. Все зависит от региональных особенностей» [260, с. 32].

Таким образом, изучение опыта развития социального предпринимательства в РФ свидетельствует о том, что оно «развивается в России медленнее, чем в более развитых экономиках, по объективным причинам. Его становление - результат определенного этапа эволюции бизнеса и гражданского общества. Оно пока слабо информировано о его развитии. Сегодня социальное предпринимательство нуждается в партнерстве и моральной поддержке» [261, с.

17]. Вместе с целым рядом проблем и трудностей, нельзя не отметить позитивные факты развития социального предпринимательства в России [252, с.4-5]:

− повышение уровня социального благополучия граждан, поскольку одно социальное предприятие в среднем создает 3 рубля социальных благ на каждый вложенный всеми стейкхолдерами рубль, среднее количество создаваемых одним социальным предприятием рабочих мест составляет 22, а среднемесячная выручка одного социального предприятия составляет 2,4 млн. рублей;

− экономия бюджетных средств и снижение долговой нагрузки региона. Например, появление частного пансионата для пожилых людей «Опека» в Ленинградской области на 275 человек поможет сэкономить более 550 млн. рублей по сравнению с созданием этих мест в государственном доме престарелых;

− выполнение 9 национальных проектов, а также эффективное достижение основной цели, выделенной в ежегодном послании Президента Федеральному собранию – социального развития и благополучия граждан. До 1 млрд. рублей составила экономия бюджетных средств от привлечения частных поставщиков услуг дошкольного образования в отдельных регионах. В 2 раза дешевле обходится региональным бюджетам поддержка предпринимателей, открывающих частные пансионаты для пожилых граждан, чем содержание пожилых людей в государственных учреждениях;

− повышение инвестиционного, экономического, социального рейтинга региона и его губернатора.

Дальнейшему развитию социального предпринимательства в России будет способствовать «усиление роли государства в финансовой поддержке социальных проектов, в особенности на начальных этапах; информирование органов власти и общественности о деятельности и роли социальных предпринимателей; увеличение числа инновационных социальных проектов путем поддержки социальных центров инноваций» [262, с.308].

Таким образом, в России активно идет процесс развития социального предпринимательства, о чем свидетельствует:

1. законодательное закрепление понятия «социальное предпринимательство» и «социальное предприятие», что влечет гарантированную финансовую, имущественную и информационную поддержку со стороны государства;

2. формирование базы социальных предпринимателей (внесение сведений в реестр субъектов малого и среднего предпринимательства (графа социальное предприятие)), что дает им возможность претендовать на получение поддержки;

3. налоговые и имущественные льготы, предоставляемые регионами РФ социальным предприятиям, что повышает их финансовую устойчивость;

4. формирование системы бизнес-образования, как поддержка начинающих и активно работающих социальных предпринимателей;

5. оказание информационной и консультационной поддержки социальным предпринимателям посредством организации конференций, круглых столов и дискуссионных площадок, предоставления консультаций по различным аспектам реализации социальных проектов;

6. формирование и реализация инструментов финансовой поддержки социальных предприятий (льготные займы, микрофинансирование, субсидирование и др.) содействуют созданию и дальнейшему развитию предприятий с учетом региональных потребностей;

7. функционирование ЦИССов, деятельность которых направлена на поиск и оказание помощи, содействия предпринимателям в создании новых социально-ориентированных предприятий и их развитию;

8. взаимодействие государства, крупного бизнеса и некоммерческих институций для решения социальных проблем;

9. популяризация социального предпринимательства путем проведения конкурсов (например, «Лучший социальный проект года»), информационных каталогов с лучшими практиками (кейсами), социальных ярмарок и т.п.;

10. государственно-частное партнерство в сфере социального предпринимательства;

11. поддержка социальных предприятий и социальных проектов крупным бизнесом;

12. формирование и развитие рынка негосударственных социальных инвестиций.

Перечисленные выше направления и достижения в развитии социального предпринимательства в России, способствуют активному вовлечению общества, государства и бизнеса в совместное решение социальных проблем.

ВЫВОДЫ К РАЗДЕЛУ 3

В результате изучения опыта социального предпринимательства в европейских странах, Великобритании и России, сформированы основные черты, характеризующие практику его развития в каждом государстве.

Социальное предпринимательство в Чехии получило свой официальный статус в 2014 году в Законе «О торговых кооперациях» №90/2012. Вопросами социального предпринимательства в Чехии занимается Министерство Труда и Социальной Политики. В стране не существует единого списка всех социальных предприятий. Данную функцию выполняет портал «Чешского социального предпринимательства».

Наибольшее количество социальных предприятий сосредоточено и функционирует в секторе садовых услуг, продаж, производства продуктов питания, размещения гостей и общепита. Большинство социальных предприятий размещено в Праге и основано в форме общества с ограниченной ответственностью. Наиболее крупной целевой группой являются инвалиды. Среди остальных целевых групп, самая многочисленная это долгосрочно безработные – они работают на 80 предприятиях Республики.

К основным проблемам относится недостаточная просветительская работа относительно общественной значимости деятельности социальных предпринимателей, неприятие ее отдельными членами социума, частичное или полное отсутствие воспитательных программ, в том числе информационных, у молодежи по «популяризации» общечеловеческих, духовно-нравственных ценностных идеалов и норм.

В Чехии государство поддерживает социальных предпринимателей. Без государственной поддержки 70 % предпринимателей никогда бы не смогли открыть предприятие. Самыми часто используемыми источниками финансирования социальных предприятий являются, гранты и различные пособия в рамках активной политики борьбы с безработицей.

В Словакии, несмотря на законодательную поддержку, социальное предпринимательство практически не развито. Отрицательная динамика по количеству социальных предприятий в стране обусловлена рядом причин, а именно: уменьшением выгод и привилегий для таких предприятий; низкой мотивацией к созданию социального предприятия; не заинтересованностью финансовой системы в социальных инвестициях; коррупцией; отсутствием краудфандинговой системы, специальных дотаций и налоговых льгот; растущей бедностью; дефицитом знаний и опыта в области социального предпринимательства.

В Польше социальным предприятиям, в основном, помогают специализированные организации. Они оказывают помощь: в проведении исследований, в создании новых социальных предприятий, в развитии, в финансовом аспекте для создания рабочих мест и в получении различных консультационных услуг. В поддержке социальных предприятий принимают участие, помимо государственных организаций, и организации международные. Сейчас в Польше существует несколько тысяч организаций социального бизнеса и наблюдается динамичный рост их количества, причём в среднем, одно социальное предприятие насчитывает семь участников и 83% из них являются бывшими безработными.

Функционирование социального предпринимательства в Чехии, Польше и Словакии достаточно разрознено в плане законодательных актов, общественного мнения, финансовой поддержки со стороны государства. На пути своего возникновения и развития они встречаются с более сложными проблемами и трудностями, нежели обычные предприятия. Это, в первую очередь, отсутствие или несовершенное законодательство, недостаточность источников финансирования, сложность выхода на рынок, трудности с получением дотаций. Для решения этих проблем создаются международные организации, которые помогают социальным предприятиям и предоставляют им целый спектр других сопутствующих услуг.

Среди стран ЕС, лучшая практика функционирования социального предпринимательства наблюдается в Великобритании, что проявляется в большом количестве зарегистрированных предприятий с подобным статусом

Государственное признание социального предпринимательства в Великобритании относится к 2002 году. В стране кроме восьми юридических структур существует организационно-правовая форма, специально разработанная для социальных предприятий, - это компании общественной пользы (CIC).

Институциональная и стейкхолдерская среда социальных предприятий в Великобритании включает в себя следующих участников: директивные органы, добровольческие организации, коммерческие организации, организации по поддержке социального предпринимательства, академическая среда, средства массовой информации, общественность, местные движения. Страна обеспечивает одну из лучших государственных поддержек социальному предпринимательству.

В Великобритании существует более 100 организаций по поддержке социального предпринимательства, включая специальные коворкинги, финансовые посредники по социальным инвестициям и университеты, которые оказывают поддержку в создании, поддержании, росте и интернационализации социальных предприятий. Более половины всех английских университетов

участвуют в программе, позволяющей обеспечить поддержку социального предпринимательства в кругах высших школ.

В Великобритании в социальных предприятиях, включая индивидуальных предпринимателей, занято более 2 миллионов человек, а их оборот составляет более 169 миллиардов фунтов стерлингов.

Учитывая роль, которую играют инвестиции в расширении социального предпринимательства, Правительство Великобритании ввело 30% налоговую льготу для стимулирования инвестиций в социальные предприятия.

Среди секторов экономики, в которых социальные предприниматели функционируют и генерируют свои доходы, основное их количество сосредоточено в здравоохранении, сфере услуг и образовании

Государство и общественность оказывает серьезную поддержку социальному предпринимательству, однако отсутствие или недостаточный доступ к финансированию, по-прежнему остается наиболее значительным барьером для начала деятельности и развития социальных предпринимателей.

Изучение опыта социального предпринимательства в России показало, что страна находится на этапе формирования его инфраструктурной поддержки, механизмов и инструментов дальнейшего развития. Законодательное определение понятий «социальное предпринимательство», «социальное предприятие» приходится на 2019 год, когда был принят Федеральный закон № 245-ФЗ.

Точный перечень предприятий и предпринимателей со статусом «социальное» появился в апреле 2020 года в Едином реестре субъектов малого и среднего предпринимательства. По данным Фонда «Наше будущее», в стране насчитывается 77 961 социальных предприятий (1% от всех субъектов малого и среднего бизнеса; доля в ВВП – 0,36%).

Наибольшее количество социальных предприятий сосредоточено в Центральном и Северо-Западном федеральных округах. А больше всего социальных предприятий сконцентрировано в сфере образования, здравоохранения и социальном обслуживании. Преобладающими целевыми

группами являются дети дошкольного возраста, инвалиды и дети-инвалиды. Примечательно, что значительная часть российских социальных предприятий работает с детьми (около 40%).

Государство оказывает финансовую, имущественную, инфраструктурную, образовательную, информационно-консалтинговую помощь социальным предприятиям и предпринимателям. Федеральные власти способствует минимизации налоговой нагрузки и расходов на аренду помещений для социальных предпринимателей. Государственная помощь и поддержка реализуется в России через Центры инноваций социальной сферы (ЦИСС) в регионах. За период 2013-2016 на создание ЦИССов было выделено порядка 262 млн. рублей. Системой субсидий на развитие социального предпринимательства и смежной с ним деятельности был охвачен 61 субъект Российской Федерации. Финансовая поддержка со стороны государства социально ориентированных некоммерческих организаций в 2017-2019 гг. составила 411,6 млрд. рублей.

Негосударственная поддержка социального предпринимательства в России в основном представлена Фондом «Наше будущее», который за 13 лет существования поддержал 255 проекта, выдал 693,2 млн. руб. в виде беспроцентных займов в 58 регионах. Среди представителей крупного бизнеса в поддержке социального предпринимательства можно отметить АО «Объединенная металлургическая компания», ОАО «Пивоваренная компания «Балтика», Росбанк, ПАО «СИБУР Холдинг», ПАО «Сбербанк России».

Согласно исследованию, проведенного фондом Thomson Reuters, Россия с 43 места в мировом рейтинге развития социального предпринимательства в 2015 году поднялась в 2019 году на 32 место.

Основными проблемами в развитии социального предпринимательства в России можно считать механизм предоставления налоговых и имущественных преференций, отсутствие инструментов привлечения бизнеса для развития социального предпринимательства, неразвитость государственно-частного партнерства, недостаточную информированность общества о целях и задачах

социальных предприятий и как результат низкий уровень его общественного признания.

Основные научные результаты раздела опубликованы в работах [263-268].

РАЗДЕЛ 4 СОСТОЯНИЕ СРЕДЫ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И ОРГАНИЗАЦИЯ ЕГО АНАЛИТИЧЕСКОЙ ОЦЕНКИ

4.1 Социальная сфера Донецкой Народной Республики как среда развития социального предпринимательства

Развитие социально-ориентированного государства, в котором эффективно решаются социальные проблемы, поощряется социальная активность бизнеса, а регулирование социальной сферы выступает важнейшим направлением социальной политики, предполагает формирование института социального предпринимательства, функционирование которого позволит сформировать механизмы для социальной интеграции, обеспечения полной занятости, сокращения уровня бедности и повышения качества жизни населения.

Именно на повышение качества и уровня жизни населения нацелена Программа восстановления и развития экономики и социальной сферы города Донецка на 2020 год [269].

Для понимания сложившейся ситуации в социальной сфере, как среде развития социального предпринимательства в Донецкой Народной Республике, рассмотрим основные категории целевых групп, субъекты социальной сферы (инфраструктуру), работающие с социально незащищенными целевыми группами, размер их государственной поддержки и социальных выплат.

На территории Республики работают:

- 32 территориальных центра социального обслуживания (предоставления социальных услуг); 10 – в Донецке, 22 по городам Республики;

- 31 отдел по делам семьи и детей: 10 в столице, 6 в городе Макеевке; 11 по городам Республики; 4 по районам Республики;

- 31 управление труда и социальной защиты населения: 9 учреждений в г. Донецке, по районам города (Калининское, Ленинское, Куйбышевское; Кировское; Пролетарское; Петровское; Киевское; Ворошиловское; Буденновское); 3 в г. Горловке (Центрально-Городское; Калининское; Никитовское); 5 в г. Макеевке (Горняцкое, Центрально-Городское, Червоногвардейское, Кировское, Советское); городские управления труда и социальной защиты населения в городах: Дебальцево, Докучаевск, Енакиево, Ждановка, Кировское, Снежное, Торез, Харцызск, Шахтерск, Ясиноватая; районные управления труда и социальной защиты населения: Амвросиевского района, Новоазовского района, Старобешевского района, Тельмановского района.

Функционируют **5** центров социальной реабилитации для детей-инвалидов и инвалидов и **2** отделения по социальной реабилитации детей-инвалидов при территориальных центрах социального обслуживания (предоставления социальных услуг); 5 детских социальных центров (1 в городе Донецке, 4 по городам Республики); 10 стационарных учреждений (дома-интернаты), 1 в г. Донецке и 9 в городах Республики (г. Макеевка – 2; г. Торез – 1; г. Шахтерск – 1; г. Горловка – 1, г. Кировское – 1; Амвросиевский р-н, с. Трепельное – 1; Старобешевский р-н, с. Александровка – 1; г. Снежное, п. Андреевка – 1).

В Республике обеспечена непрерывная работа приюта для временного проживания и реабилитации бездомных лиц. Он предоставляет приют для 40 бездомных граждан. Бесплатное обслуживание малообеспеченных и льготных групп населения города Донецка оказывает центр социально-бытовых услуг. С ноября 2015 года возобновлена транспортная социальная услуга «Инва-такси», которая бесплатно предоставляется инвалидам 1-й и 2-й группы с нарушениями опорно-двигательного аппарата.

Непосредственную социальную помощь и поддержку социально незащищенным группам населения оказывают социальные работники Республики. Их количество варьирует по городам (табл.4.1), что связано с различной концентрацией социально незащищенных граждан.

Таблица 4.1 – Количество социальных работников Донецкой Народной Республики в разрезе крупных городов

Города ДНР	Количество социальных работников по годам						
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Донецк	325	392	399	399	400	395	398
Макеевка	170	171	172	172	172	172	172
Горловка	111	133	136	134	144	143	143
Енакиево	-*	36	36	33	37	37	34
Шахтерск	64	72	72	72	72	73	73
Харцызск	53	53	53	53	53	53	53
Торез	65	65	65	65	65	65	65
Другие города	….	…..	….	….	….	….	…
Всего по Республике	1116	1229	1245	1239	1255	1254	1264

*территориальный центр создан в 2015 году

Как свидетельствуют данные таблицы 4.1, в 2020 году наибольшее количество социальных работников сконцентрировано в Донецке (31%), Макеевке (14%) и Горловке (11%). На эти три города приходится 56% всех социальных работников Донецкой Народной Республики. Следует отметить, что на протяжении 7 лет наблюдается определенная стабильность их количества в городах Торез (65 человек), Харцызск (53 человека), Шахтерск (64-73 человека), Макеевка (170-172 человека), Енакиево (33-37 человек). По таким городам как Донецк и Горловка отмечается рост количества работников с 2014 года, так прирост по Донецку составил 73 человека, по Горловке – 32 человека.

Количество субъектов социальной сферы, работающих с социально незащищенными гражданами, также разнятся по городам Республики (табл. 4.2).

Таблица 4.2 – Субъекты социальной сферы Донецкой Народной Республики, работающие с социально незащищенными гражданами*

Города ДНР	**Субъекты социальной сферы**					
	Территориальные центры социального обслуживания (предоставления социальных услуг)	Интернаты для взрослых (Дом престарелых)	Интернаты для инвалидов (взрослые), в том числе психоневрологические интернаты	Интернаты для больных детей, в том числе с особенностями физического и (или) психического развития	Специализированные учреждения для детей, нуждающихся в социальной реабилитации, центры** социальной реабилитации детей-инвалидов и инвалидов	Социальные приюты
Донецк	10	1	-	-	1	1
Макеевка	5	1	1	-	-	-
Горловка	3	1	-	-	1	-
Енакиево	1				1** (при ТЦ)	-
Шахтерск	1	-	-	1	1 **(при ТЦ)	-
Харцызск	1	-	-	-	1	-
Торез	1	-	1	-	1	-
Другие города	...	....	....	...	...	...
Всего по Республике	32	3	6	1	7	1

*Информация за 2020 год

Приведенная в таблице информация показывает, что треть территориальных центров (ТЦ) социального обслуживания находится в Донецке, 5 центров в Макеевке и 3 учреждения в Горловке, в остальных

населенных пунктах по одному территориальному центру. Обращает внимание, что в этих же городах сосредоточены все три интерната для взрослых (дома престарелых). Единственный в Республике Интернат для больных детей, в том числе с особенностями физического и (или) психического развития расположен в Шахтерске, а единственный в стране приют для временного проживания и реабилитации бездомных – в Донецке. На территории Республики имеется шесть Интернатов для инвалидов (взрослые), в том числе психоневрологические интернаты (по состоянию на 1.06.2017 года в домах-интернатах постоянно проживает 2114 человек, из них – 94% являются инвалидами I и II групп)[13]. Функционируют в ДНР семь специализированных учреждений для детей, нуждающихся в социальной реабилитации (в том числе 5 центров и 2 отделения при ТЦ в Енакиево и Шахтерске). По состоянию на 1 ноября 2020 года в реабилитационных центрах Донецкой Народной Республики состоят на учете для прохождения курсов реабилитации 432 человека, из них 346 – дети–инвалиды[14].

Существующая инфраструктура социальной сферы предназначена для оказания государством различного рода социальных услуг и социальной помощи наиболее уязвимым группам населения (социальным целевым группам).

Цифры, приведенные в таблице 4.3 свидетельствуют, что в Донецкой Народной Республике за семь лет, начиная с 2014 года, наблюдается рост численности малообеспеченной категории населения с 13 тыс. чел. до 13,3 тыс. человек в 2020 году, или на 2,3%. Значительное увеличение отмечается и по такой целевой группе, как «получатели материальной помощи» - с 10,9 тыс. чел. в 2016 году до 223, 8 тыс. человек в 2020 году, или более чем в 20 раз.

---

[13] Данные сайта Министерства труда и социальной политики ДНР. Режим доступа: http://mtspdnr.ru/index.php/8-frontpage/3549-funktsionirovanie-statsionarnykh-uchrezhdenij-sistemy-sotsialnoj-zashchity-naseleniya-donetskoj-narodnoj-respubliki (дата обращения: 17.02.2021)

[14] В Республике работают 7 центров социальной реабилитации инвалидов. Электронный ресурс: https://vsednr.ru/v-respublike-rabotayut-7-centrov-socialnoj-reabilitacii-invalidov/ (дата обращения 17.02.2021)

Таблица 4.3 – Сведения о численности отдельных категорий целевых групп в Донецкой Народной Республике

Категории целевых групп	Года, количество человек, тыс.						
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Инвалиды (взрослые), всего, в том числе:	137,9	123,2	122,3	120,3	135,4	134,3	133,5
-инвалиды 1-й группы	12,6	11,4	10,9	11,0	12,1	11,9	11,7
-инвалиды 2-й группы	44,4	40,0	39,4	39,5	42,6	41,7	41,2
-инвалиды 3-й группы	80,9	71,8	72,0	69,8	80,7	80,7	80,6
Дети-инвалиды	6,6	5,3	5,0	4,6	6,2	6,4	6,3
Малообеспеченные и социально незащищенные люди, из них:*							
малообеспеченные	13,0	21,0	19,3	7,3	10,3	11,6	13,3
получатели материальной помощи отдельным категориям лиц (выплат)			10,9	122,2	132,4	143,7	223,8
Дети из неблагополучных семей, дети-сироты из них:*							
дети из семей, оказавшихся в сложных жизненных обстоятельствах	-	18,2	13,4	7,2	5,8	6,7	7,0
дети-сироты и дети, оставшиеся без попечения родителей	-	3,5	3,7	3,9	3,9	4,1	4,2
Мамы с маленькими детьми, беременные, многодетные, из них:*							
получатели помощи на ребенка до достижения им трехлетнего возраста	62,5	53,9	51,5	50,8	49,4	46,0	41,8
получатели помощи семьям, имеющим трех и более детей	-	6,3	7,4	7,8	9,5	10,0	10,3
Пожилые люди (пенсионеры)	512,9	653,4	679,7	680,9	675,1	669,8	658,8
Дети в детских домах семейного типа (в том числе дети-сироты и дети, оставшиеся без попечения родителей)	-	0,08	0,04	0,05	0,04	0,05	0,04
Дети в приемных семьях	-	0,17	0,17	0,15	0,15	0,14	0,16

* целевая группа показана отдельно по категориям

Как позитивный факт, следует отметить отрицательную динамику по количеству детей из семей, оказавшихся в сложных жизненных обстоятельствах. С 18,2 тыс. человек их количество снизилось до 7 тыс. человек, или более чем в два раза. Тенденция к снижению характерна и для людей с ограниченными возможностями (инвалидов). Их количество по сравнению с 2014 годом снизилось на 4,4 тыс. человек. Такая же ситуация и по группе «дети-инвалиды», в 2020 году их численность составила 6,3 тыс. человек против 6,6 тыс. чел. в 2014 году. Отмечается рост семей, имеющих трех и более детей (получатели помощи): с 6,3 тыс. человек до 10,3 тыс. чел., увеличение составило 4 тыс. человек. В 2020 году в детских домах семейного типа насчитывалось 40 человек, против 80 человек в 2015 году. В приемных семьях воспитываются 160 человек.

Изучение распределения льготных и малообеспеченных слоев населения по городам Республики, позволяет констатировать, что основная масса данных социальных категорий сосредоточена в городе Донецке (табл.4.4).

Таблица 4.4 – Сведения о численности отдельных категорий целевых групп в Донецке

Категории целевых групп	Года, количество человек, тыс.						
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1	2	3	4	5	6	7	8
Инвалиды (взрослые), всего, в том числе:	48,2	46,9	46,4	45,5	51,3	50,6	49,8
-инвалиды 1-й группы	4,4	4,4	4,2	4,2	4,8	4,7	4,5
-инвалиды 2-й группы	16,0	15,8	15,5	15,7	16,9	16,6	16,2
-инвалиды 3-й группы	27,8	26,7	26,7	25,6	29,6	29,3	29,1
Дети-инвалиды	2,2	2,1	2,02	1,9	2,5	2,7	2,7
Малообеспеченные и социально незащищенные люди, из них:*							
- малообеспеченные	2,8	9,5	10,6	2,8	3,9	4,3	5,0
- получатели материальной помощи отдельным категориям лиц (выплат)			4,2	40,3	47,7	53,1	77,8

Продолжение табл. 4.4

1	2	3	4	5	6	7	8
Дети из неблагополучных семей, дети-сироты из них:*							
- дети из семей, оказавшихся в сложных жизненных обстоятельствах	-	4,1	2,7	1,5	1,6	1,8	1,7
- дети-сироты и дети, оставшиеся без попечения родителей	-	1,3	1,5	1,5	1,5	1,6	1,6
Мамы с маленькими детьми, беременные, многодетные, из них:*							
- получатели помощи на ребенка до достижения им трехлетнего возраста	24,1	24,1	19,8	19,3	19,4	18,3	17,0
- получатели помощи семьям, имеющим трех и более детей	0	1,8	2,2	2,3	3,0	3,2	3,3
Пожилые люди (пенсионеры)	165,5	234,8	250,5	252,6	251,9	251,3	247,8
Дети в детских домах семейного типа (в том числе дети-сироты и дети, оставшиеся без попечения родителей)	-	0,04	0,03	0,03	0,03	0,03	0,02
Дети в приемных семьях	-	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,03

* целевая группа показана отдельно по категориям

Так, на столицу приходится треть (37%) инвалидов Республики, в том числе 38% инвалидов первой группы, 39% инвалидов 2 группы и 36% инвалидов 3 группы. Кроме того, в Донецке сосредоточено около половины (43%) детей-инвалидов – 2,7 тысячи человек, 38% детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей. 20 детей находятся в детских домах семейного типа (50% от Республиканских показателей), 30 детей – воспитываются в приемных семьях (19% от данных по Республике) (рис. 4.1).

В Донецке отмечается достаточно значительная часть пожилых людей (пенсионеров) – 247,8 тыс. человек или 37,6% от всех пенсионеров, проживающих в государстве; 35% получателей материальной помощи приходится на столицу; доля малообеспеченных граждан составляет 37,6% от

общего количества по Республике, или 5 тыс. человек. Заметим, что эта цифра выросла более чем в 1,5 раза (1,79) по сравнению с 2014 годом.

Таким образом, приведенные в таблице 4.4, данные свидетельствуют о том, что на столицу Республики приходится третья часть пожилых и социально незащищенных граждан.

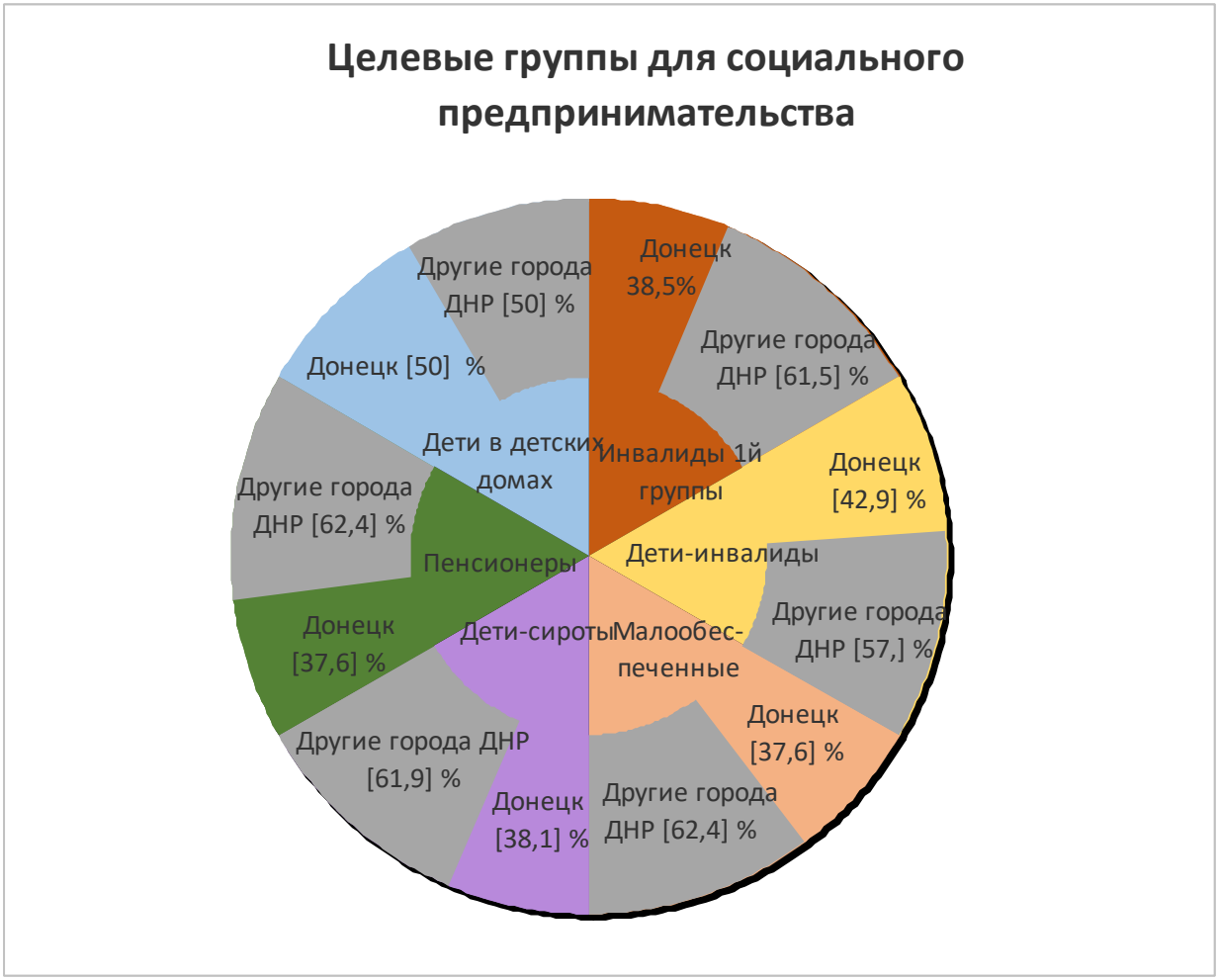


Рисунок 4.1 – Доля численности отдельных социальных групп г. Донецка в их общей численности по Донецкой Народной Республике

Информация о льготных и малообеспеченных слоях населения в г. Макеевке приведена в Приложении Г. Приведенная в нем информация показывает, что численность инвалидов в городе Макеевка составляет 19,8 тыс. чел., или 14,8% от их общего количества по стране; 15,8% приходится на долю детей-инвалидов. Численность пенсионеров - 109,5 тыс. человек или 16,6% от их общего количества по Республике. Заметим, что по сравнению с 2014 годом

(91,3 тыс. чел.) численность пенсионеров выросла к 2020 году на 17,7 тыс. человек.

Количество малообеспеченных граждан в 2020 году составило 1,8 тыс.чел., что в масштабах страны приравнивается к 13,5%. Детей-сирот и детей, оставшиеся без попечения родителей в г. Макеевка насчитывается 1 тыс. чел., или 14,2% от всей категории данной целевой группы в ДНР. Таким образом, долевое «участие» социальных целевых групп г. Макеевка в общереспубликанской статистике по численности отдельных категорий социально незащищенных граждан, составляет в среднем 15%, или шестую часть.

Если обратиться к социальной статистике по г. Горловка (Приложение Д), то можно заметить схожую ситуацию с Макеевкой. Так, доля инвалидов составляет 14,6% (19,5 тыс. чел.), детей-инвалидов 11,1% (0,7 тыс. чел.). Численность пенсионеров – 73,5 тыс. чел. (11,1%). Дети из неблагополучных семей составляют 1,1 тыс. чел. или 15% от общего количества по Республике. Заметим, что таких детей по сравнению с 2014 годом стало меньше на 200 человек, тогда как численность пожилых людей возросла на 16,7 тыс. чел. 20 детей воспитываются в приемных семьях города. Нельзя не отметить сокращение количества получателей помощи на детей: в динамике с 2014 годом их количество снизилось на 1,6 тыс. человек.

Социальные целевые группы в Енакиево представлены в Приложении Е. Информация, приведенная в приложении В, свидетельствует, что количество инвалидов, начиная с 2014 года, снизилось с 9 тыс. человек до 7,5 тысяч в 2020 году. Их доля в общереспубликанском масштабе составляет 5,6%, а доля детей-инвалидов – 4,8%. Сократилось на 600 человек, по сравнению с 2019 годом, количество получателей помощи на ребенка до достижения им трехлетнего возраста и получателей помощи семьям, имеющим 3 и более детей. Доля этой целевой группы в Енакиево в масштабах Республики составляет 5,6%.

Информация о концентрации отдельных целевых групп в трех крупных городах ДНР приведена в таблице 4.5.

Таблица 4.5 – Концентрация отдельных социальных целевых групп по крупным городам Донецкой Народной Республики за период с 2014 г. по 2020 г, (в %)

Категории социальных целевых групп	Донецк							Макеевка							Горловка						
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Инвалиды	35,0	38,0	37,9	37,8	37,9	37,7	37,3	14,6	14,2	13,9	13,5	14,5	14,4	14,8	14.9	15,3	15,9	15,7	14,5	14,8	14,6
Дети-инвалиды	33,3	39,6	40,4	41,3	40,3	42,2	42,9	13,6	15,1	14,0	13,0	14,5	15,6	15,9	12,1	11,3	12,0	13,0	11,3	10,9	11,1
Малообеспеченные	21,5	45,2	54,9	38,3	37,9	37,1	37,6	12,3	11,9	11,9	13,7	13,6	12,9	13,5	19,2	8,6	5,2	9,6	10,7	9,5	10,5
Пожилые (пенсионеры)	33,3	35,9	36,9	37,1	37,3	37,5	37,6	17,8	17,2	16,8	16,6	16,6	16,6	16,6	11,1	11,0	1,4	11,4	11,3	11,2	11,2

При изучении социальных целевых групп в других крупных городах Донецкой Народной Республики (Харцызск, Шахтерск и Торез) (Приложения Ж-К), можно отметить, что в них наблюдается достаточно схожая картина по всем категориям социально незащищенных и малообеспеченных слоев населения. Так, на долю инвалидов приходится от 4 до 5% их общей численности в Республике. Количество детей-инвалидов составляет 0,2 – 0,3 тыс. человек или 3-4,8 процентных пункта в общей численности. Доля пенсионеров составляет в Харцызске 4,7 % (31 тыс. чел.), в Шахтерске – 3,8% (24,9 тыс. чел.), в Торезе – 3,6% (23,4 тыс. чел.). Малообеспеченные и социально незащищенные люди в Шахтерске в 2020 году составили 9,6 тыс. чел., тогда как в 2019 году – 5,2 тыс. чел. Достаточно значительный рост по данной категории отмечается в Харцызске: в 2020 году – 18,2 тыс. чел., против 6,4 тыс. чел. в 2019 году (или почти в 3 раза).

Для понимания финансовой поддержки льготных и социально незащищенных слоев населения со стороны государства, рассмотрим размеры государственной поддержки, начиная с 2015 года данным категориям граждан (табл. 4.6, Приложение Л).

Данные таблицы 4.6 и Приложения Л, показывают, что государство поступательно увеличивает размеры социальных пособий для всех социально незащищенных категорий населения Республики. Так, по сравнению с 2015 годом, Указом Главы, практически в 7 раз была повышена социальная помощь на детей одиноким матерям (отцам), она составила в 2021 году 6912 рублей (1000,0 рублей в 2015 г.). В два раза выросла финансовая помощь для детей-сирот, над которыми установлена опека или попечительство и детей, воспитываемых в детских домах (9800 рублей в 2021 году по сравнению с 4400 руб. в 2015 г.). Существенно повысилась государственная социальная помощь детям-инвалидам и инвалидам с детства: с 2100 – 2400 рублей в 2015 году до 6600 – 11952 руб. в 2021 году или более чем в 3-5 раз.

Таблица 4.6 – Размеры государственной поддержки социально незащищенных групп ДНР, рос. руб. *(фрагмент)*

Пособие	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**
Государственная помощь на детей одиноким матерям (отцам)	1000,0	1000,0	1000,0	1000,0	1500,0	1500,0 - 4800,0	1800,0 - 6912,0
Государственная помощь на детей, над которыми установлена опека или попечительство До 6 лет От 6 до 18 лет	4400,0	4400,0	4400,0	 5968,0 7440,0	 5968,0 7440,0	 7200,00 8900,00	 9240,0 9800,0
Государственная помощь на детей-сирот и детей, лишенных родительского попечения, которые воспитываются в детских домах До 6 лет От 6 до 18 лет От 18 до 23 лет	4400,0	4400,0	4400,0	 5698,0 7440,0 7048,0	 5698,0 7440,0 7048,0	 7200,00 8900,00 8500,00	 9240,0 9800,0 9800,0
Государственная социальная помощь детям-инвалидам и инвалидам с детства 1 группы 2 группы 3 группы	2100,0 - 2400,0	2100,0 - 3600,0	2100,0 - 3600,0	2100,0 - 5642,0	2994,0 - 6236,0	4000,0 - 7450,00	6600,0 - 11952,0
Государственная социальная помощь лицам, не имеющим права на пенсию, и инвалидам 1 группы 2 группы 3 группы	1800,0	1800,0	2100,0 - 3200,0	2100,0 - 3200,0	2994,0 - 3200,0	4000,0 - 4800,0	5520,0 - 6336,0
Государственная социальная помощь малообеспеченным семьям	2100,0	2100,0	2100,0	2800,0	2800,0	2800,0	3300,0
Социальное пособие по уходу за инвалидом I и II группы вследствие психического расстройства		2436,0	2436,0	2436,0	3706,0	4100,00	5760,0
Компенсация по уходу за инвалидом 1 группы и престарелым, достигшим 80-летнего возраста	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	500,00	500,0

В три раза выросла помощь малообеспеченным семьям, с 2100 рублей до 3300 рублей в 2021 году. Возросла в 3,5 раза по сравнению с 2015 годом помощь инвалидам и лицам, не имеющим права на пенсию: теперь она составляет 5520-6336 рублей в месяц. В два раза (с 2436 руб. до 5760 руб.) увеличилось социальное пособие по уходу за инвалидом вследствие психического расстройства, а компенсация по уходу за инвалидом первой группы и престарелым, достигшим 80-ти летнего возраста возросла на 470 рублей, составив 500 рублей в 2021 году.

Принимая во внимание количество социально незащищенных групп населения Республики, оказываемую государством социальную помощь, проанализируем общую сумму финансирования, выделяемую государством для рассматриваемых социальных категорий граждан (Приложение М). Проведенный анализ (табл. 4.7) позволил выделить те социальные выплаты, которые занимают наиболее значительную долю в общем объеме финансирования.

Таблица 4.7 – Социальные выплаты незащищенным слоям населения ДНР, млн. руб. (фрагмент)

Выплаты	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**
1	3	4	5	6	7	8
ВСЕГО СОЦИАЛЬНЫХ ВЫПЛАТ, В ТОМ ЧИСЛЕ:	**1 563,9**	**2 698,1**	**3 040,9**	**3 460,5**	**3 902,4**	**5 403,9**
Государственная социальная помощь лицам, не имеющим право на пенсию и инвалидам	49,1	130,4	223,3	264,3	342,2	582,5
Государственная помощь на ребенка до достижения им трехлетнего возраста (на каждого ребенка)	**375,5**	**697,4**	**807,1**	**779,1**	**734,1**	949,5
Единовременная помощь при рождении ребенка (на каждого ребенка)	176,5	222,3	270,9	244,6	211,8	186,8
Государственная помощь на детей, над которыми установлена опека или попечительство	89,8	155,6	157,0	266,2	269,0	325,1

Продолжение табл.4.7

1	2	3	4	5	6	7
Государственная помощь на детей одиноким матерям	225,4	383,5	423,6	450,5	577,1	846,0
Государственная социальная помощь малообеспеченным семьям (на семью)	242,3	166,3	101,5	197,0	233,3	319,5
Государственная помощь семьям, имеющих трех и более детей (на каждого ребенка)	128,6	247,6	273,1	335,4	501,2	729,3
Государственная социальная помощь детям-инвалидам и инвалидам с детства	236,8	572,7	633,6	748,4	340,7	**1 145,4**

Если проанализировать социальные выплаты, то можно заметить, что в Республике происходит постоянное увеличение размеров финансирования льготных и малообеспеченных слоев населения. Так, на протяжении с 2015 по 2019 гг. наибольший объем финансирования приходился на выплату «Государственная помощь на ребенка до достижения им трехлетнего возраста» (с 375,5 млн. руб. в 2015 году выросла до 734,1 млн. руб. в 2019 г.), а в 2020 году на выплату «Государственная социальная помощь детям-инвалидам и инвалидам с детства» - 1145,4 млн. руб. (против 340,7 млн. руб., или более чем в три раза по сравнению с 2019 годом).

Значительное финансирование осуществлено и по такой выплате как «Государственная помощь на детей одиноким матерям (на каждого ребенка)»: 225,4 млн. руб. в 2015 году, 846 млн. руб. в 2020 г. (более чем в 3,7 раза). Представляет интерес динамика государственной помощи социально незащищенным слоям населения. Так, выплата «Государственная социальная помощь лицам, не имеющим право на пенсию и инвалидам» в 2020 году составила 10,8% от общего объема финансирования против 3,1% в 2015 году; вместе с тем, по такой выплате как «Единовременная помощь при рождении ребенка (на каждого ребенка)» доля в 2020 году составила 3,5%, против 11,2% в 2015 г.

Выплата «Государственная социальная помощь малообеспеченным семьям (на семью)» в 2020 году занимает 6% всех социальных выплат, тогда как

в 2015 году эта величина составляла 15,5%. За анализируемый период достаточно стабильно выглядит финансирование по выплате «Государственная помощь на детей, над которыми установлена опека или попечительство»: в 2015 году ее доля составляла 5,8%, в 2020 году – 6%.

Выплата «Государственная помощь семьям, имеющих трех и более детей (на каждого ребенка)» в 2015 году составляла 8,2%, тогда как в 2020 году – 13,5%.

Таким образом, если проранжировать выплаты за 2020 год, то по объему финансирования выделяются следующие три:

1. «Государственная социальная помощь детям-инвалидам и инвалидам с детства» - 1145,4 млн. руб. (21%);
2. «Государственная помощь на ребенка до достижения им трехлетнего возраста» - 949,5 млн.руб. (17,6%);
3. «Государственная помощь на детей одиноким матерям (на каждого ребенка)» - 846 млн. руб. (15,7%).

Их суммарная величина составляет более половины (54,3%) всего финансирования социальных выплат в Республике в 2020 году. Заметим, что такая триада характерна практически для всего шестилетнего анализируемого периода.

Характеризуя социальную сферу как среду развития социального предпринимательства нельзя не привести статистику количества предприятий, на которых трудоустроены лица льготных категорий и инвалиды, ищущие работу, обратившиеся в центры занятости Республики с целью содействия в подборе работы (табл. 4.8).

Как свидетельствуют данные таблицы 4.8, количество предприятий, трудоустроивших инвалидов варьирует на протяжении шести лет, начиная с 2015 года. Максимальное количество предприятий зафиксировано в 2017 году – 374 предприятия, минимальное в 2020 г. – 110 учреждений. Заметим, что, начиная с 2016 года количество предприятий, на которых работают инвалиды, постепенно снижается.

Таблица 4.8 – Сведения о количестве предприятий, на которые трудоустроены определенные социальные категории работников

Целевая группа работников	Количество предприятий, на которых трудоустроены лица, ищущие работу, обратившиеся в центры занятости					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Инвалиды	125	374	333	217	141	110
Молодежь и взрослые в тяжелой жизненной ситуации*	1243	2477	2207	2033	2236	2034
Люди без места жительства и по отбытии наказания**	0	0	0	5	4	4
Долгосрочно безработные***	х	х	1848	1883	2937	2711

* Учет категории «Молодежь и взрослые в тяжелой жизненной ситуации» в действующем законодательстве в сфере занятости населения не предусмотрено. Данные указаны по целевой группе «Молодежь в возрасте до 35 лет».

** Данные указаны по целевой группе «Лица, освобожденные из мест лишения свободы».

*** Данные указаны по целевой группе «Лица, которые перед обращением в центр занятости за содействием в подборе работы, более одного года не работали».

Подобная ситуация наблюдается и по молодежи, в возрасте до 35 лет (за исключением 2019 года). Что касается лиц, освобожденных из мест лишения свободы, то только 4 субъекта хозяйствования трудоустроили данную целевую группу в 2020 году. Лица, долгосрочно безработные, трудятся на 2711 предприятиях Республики, тогда как в 2017 г. таких субъектов насчитывалось 1848 (прирост составил 863 предприятия).

В рамках исследования нельзя не указать финансируемые социальные программы и проекты. С 2017 по 2020 года в Республике в рамках Гуманитарной программы по воссоединению народа Донбасса отдельным категориям граждан, проживающим в районах Донбасса, временно находящихся под контролем Украины и отдельным категориям граждан, проживающим в Донецкой Народной Республике, было выделено 56,2 млн. руб. (Приложение Н).

В Республике функционирует социально-ориентированное предприятие - Донецкий республиканский протезно-ортопедический центр, который

занимается производством протезно-ортопедических изделий и ортопедической обуви. В 2020 году центром было изготовлено и выдано льготным категориям населения продукции на общую сумму 109,85 млн. руб. (Приложение П).

Таким образом, изучение социальной сферы Донецкой Народной Республики: численности основных категорий целевых групп, субъектов социальной сферы (инфраструктуру), работающих с социально незащищенными целевыми группами, размера их государственной поддержки и социальных выплат, позволяют констатировать, что в Республике имеются все предпосылки для развития социального предпринимательства. Так, если сопоставить социально незащищенные группы населения, например, численность инвалидов Донецка (4,5 тыс. человек I группы) и отсутствие в городе дома-интерната для инвалидов, то вывод просматривается однозначный и соответствующий. Такая же ситуация характерна и по детям-инвалидам (2,7 тыс. человек в Донецке в 2020 г.), в столице отсутствует специализированное учреждение для этой социальной группы. Более того, в Донецке функционирует только один Интернат для взрослых (Дом престарелых) и 398 социальных работников, тогда как в 2020 году в городе зарегистрировано 247,8 тыс. престарелых граждан (622 пенсионера на одного социального работника). Особого внимания заслуживает ситуация с пенсионерами. Так, в Республике по состоянию на 01.01.2019 года 303,9 тыс. человек или 45,1% всех пенсионеров получали минимальную пенсию (3194 рублей). При этом стоимость потребительской корзины на душу населения в 2019 году составляла 6989 рублей[15]. В 2020 году минимальную пенсию (4800 рублей) получают уже 12,7% пенсионеров ДНР (84,6 тыс. человек). Таким образом, в Республике необходима помощь социально незащищенным группам населения: инвалидам, малоимущим, пенсионерам.

Если обратиться к выводам по таблице 4.2 и, принимая во внимание численность социально уязвимых групп населения в Донецке, обоснованным

[15] Экономика Донецкой Народной Республики: состояние, проблемы, пути решения: научный доклад / коллектив авторов ГУ «Институт экономических исследований»; под науч. ред. А.В. Половяна, Р.Н. Лепы, Н.В. Шемякиной; ГУ «Институт экономических исследований». – Донецк, 2020. – 260 с.

является разработка рекомендаций по развитию социального предпринимательства в столице Республики. Для этого, в первую очередь, целесообразно обратиться к сложившимся внутри государства предпосылкам, которые «могут активизироваться при создании во внешней среде экономических и социальных условий» [270, с. 110]. Однако, на наш взгляд, перечень данных условий следует расширить за счет включения политической, правовой составляющих и системы ценностей. Как справедливо замечает проф. В.Ю. Припотень, «С целью создания благоприятных условий для развития социального бизнеса необходимо юридическое признание различных организационно-правовых форм социальных предприятий. При этом социальные предприятия должны быть достаточно гибкими, что обусловлено наличием жестких законодательных границ, препятствующих их развитию» [271, с. 84]. Правомерность включения последней подтверждается и исследованиями проф. Ф.В. Кадол, например [272-274], в которых автором делается вывод о том, что «для развития социального предпринимательства возрастает значение личностных социально-нравственных качеств и ценностей, что оказывает непосредственное воздействие на формирование его социально значимой направленности и составляет его методологическую доминанту в целом» [272, с. 23].

Нельзя не отметить и факторы, выступающие катализатором (факторы интенсификации), и факторы, сдерживающие развитие социального предпринимательства. Их достаточно полный перечень приводит в своем исследовании проф. В.Ю. Припотень и проф. Л.Е. Шульженко [275, с.46-55]. Как констатируют авторы, «активизация развития социальных предприятий в регионе возможна при условии формирования соответствующего законодательства, а также привлечения государства и отечественных бизнес-организаций к финансированию таких предприятий» [275, с. 54-55]. При этом ученые в качестве основного фактора распространении социального предпринимательства (ссылаясь на опыт Европейских стран) считают наличие экономической и нормативно-правовой базы, а не рост социальных проблем в

обществе. Однако, исследование опыта социального предпринимательства в ряде европейских стран (раздел 3 работы) показало, что наличие проблем с законодательством не повлияло на его развитие. Более того, как утверждает Н. Поппель, начальник управления КСО ПАО «Северсталь» [276], «созрела необходимость преобразования системы оказания социальных услуг, что обусловлено, во-первых, сложной экономической ситуацией, падением уровня жизни и финансирования социальной сферы, вытекающим отсюда повышением спроса населения на социальные услуги, а во-вторых, расширением самого спектра услуг». Таким образом, отсутствие законодательства о социальном предпринимательстве не следует рассматривать в качестве основного фактора его развития. Хотя, оно, безусловно, значительно облегчает деятельность социальных предпринимателей. Опыт зарубежных стран, практика функционирования социального предпринимательства в России, позволили выделить основные предпосылки его развития (рис. 4.2), как динамического процесса, в ходе которого происходят экономические и социальные изменения, раскрывается «система про-социальных глубинных ценностей» [277, с. 108].

Выделенные предпосылки развития социального предпринимательства характерны и для Донецкой Народной Республики, однако, в настоящее время только начинает формироваться нормативно-правовая база Республики, регулирующая предпринимательство в его классическом понимании (обсуждается проект Закона «О предпринимательстве в Донецкой Народной Республике», проект Закона «О развитии малого и среднего предпринимательства в Донецкой Народной Республике», принят Закон «О государственной регистрации юридических лиц и физических лиц – предпринимателей» № 220-IIНС от 18.12.2020, вступит в силу 01.04.2021 г. и др.).

Рисунок 4.2 – Условия и предпосылки развития социального предпринимательства *(авторская разработка)*

Нельзя не отметить законопроект «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях», находящийся на данный момент в разработке[16]. «Волонтерство и добровольчество, как и благотворительность, относится к деятельности некоммерческих организаций. Следует отметить их социальную значимость для общества. Определяющим фактором в правовом регулировании данных сфер должна стать прозрачность законодательства и наличие системного подхода»[17].

Предпосылки, касающиеся состояния социальной сферы (наличие социальных и экологических проблем, недостаточное количество государственных субъектов социальной сферы, неспособность государства эффективно решать все возникающие в обществе социальные проблемы, качество и объем оказываемых государством социальных услуг не всегда в полной мере удовлетворяют потребителя, повышение спроса населения на социальные услуги и др.) и экономической ситуации в Республике (ограниченность финансовых ресурсов для поддержки социально незащищенных граждан) проявляются на фоне формирования морально-нравственной системы ценностей, атрибуты которой особенно ярко демонстрируются и раскрываются в настоящее время (время вооруженного конфликта) в обществе посредством проявления альтруизма, эмпатии, благожелательности граждан и предпринимателей.

Подтверждением сказанного является создание (2014 год) и функционирование Донецкого волонтерского центра. Основная задача Центра – «это процессы гуманитарного обеспечения населения, решения социальных проблем. 26 волонтерских групп и благотворительных фондов уже на протяжении года занимаются оказанием гуманитарной помощи. Налажены связи с Российской Федерацией, другими международными организациями, которые

[16] В Народном Совете обсудили создание концепции, регулирующей деятельность добровольческих (волонтерских) движений. Электронный ресурс. Режим доступа: https://dnrsovet.su/v-narodnom-sovete-obsudili-sozdanie-kontseptsii-reguliruyushhej-deyatelnost-dobrovolcheskih-volonterskih-dvizhenij/

[17] Там же

находятся за пределами ДНР».[18] На сегодняшний день (июнь 2017 г.) в состав ДВЦ входят около 30 различных организаций, он считается Центром координации благотворительных и гуманитарных организаций Донецка[19]. В 2020 году Министерство молодежи, спорта и туризма ДНР объявило о наборе волонтеров в социальный проект «Хочу помочь». Цель проекта — оказание волонтёрской помощи нуждающимся слоям населения на период действия режима повышенной готовности[20].

Развитие волонтерского движения, активное вовлечение молодежи и граждан в социальные проблемы незащищенных слоев населения, подтверждает тезис о формировании в государстве духовно-нравственной системы ценностей, которая в синтезе с совокупностью условий: политических, экономических, социальных, правовых создает объективные предпосылки и образует (выстраивает) основу для реализации ценностно-мировоззренческого подхода в практике построения социального предпринимательства в Республике.

4.2. Этапы и аналитический инструментарий оценки деятельности социальных предприятий

Создание условий и формирование предпосылок для развития социального предпринимательства в Республике предполагает разработку аналитического инструментария по оценке деятельности предпринимателей для выявления проблемных моментов в менеджменте, рациональности и эффективности

[18] Донецкий волонтерский центр предлагает системный подход к решению проблем. Электронный ресурс. Режим доступа: http://oddr.info/doneckij-volonterskij-centr-predlagaet-sistemnyj-podhod-k-resheniju-problem/

[19] Волонтеры Донецка будут информировать участников гумпрограммы о процедурах получения помощи. Электронный ресурса. Режим доступа https://dan-news.info/obschestvo/volontery-donecka-budut-informirovat-uchastnikov-gumprogrammy-o-procedurax-polucheniya-pomoshhi.html

[20] В ДНР стартует волонтерский проект по оказанию помощи на период действия режима повышенной готовности. Электронный ресурса. Режим доступа: https://vsednr.ru/v-dnr-startuet-volontyorskij-proekt-po-okazaniyu-pomoshhi-na-period-dejstviya-rezhima-povyshennoj-gotovnosti/

использования финансовых ресурсов, степени удовлетворения благополучателей. Открывая новый для себя вид бизнеса – социального, предприниматель должен понимать специфику его деятельности, уметь организовать процедуру оценки и владеть методикой анализа и интерпретацией полученных результатов.

Следует заметить, что организация аналитической оценки деятельности социального предпринимательства является одним из наименее исследованных разделов экономической науки, в частности экономического анализа. Нельзя не отметить дискуссионность и многоаспектность задач, функций, аналитических процедур, реализуемых в процессе аналитической оценки, что находит свое проявление в неоднозначности выделения аналитиками этапов проведения последней и выбора ее инструментария.

Вместе с тем, правильная постановка аналитических задач, учет дихотомии цели социального предпринимательства (социальная и экономическая направленность), значительное количество качественных измерителей эффективности и результативности его деятельности, повышают степень актуальности и востребованности исследования последовательности аналитической оценки (этапов, определенных видов работ и процедур) и используемого аналитического инструментария оценки деятельности социальных предприятий.

Принимая во внимание особенности их функционирования, а также относительно небольшой опыт (с 2007 года в РФ) и невысокие темпы развития социального предпринимательства, в экономической литературе практически не освещены методические вопросы касательно этапизации, содержания аналитических работ и процедур. Исключение составляют работы [278, 279, 280]. Обращает внимание исследование А.А. Плюхиной [282], в котором автор предпринял попытку выделить этапы анализа деятельности (в частности, результативности) социальных предприятий. Так, в работе предлагается следующий алгоритм [278, с. 1571-1572]:

1. Исследование и предварительное стратегическое маркетинговое планирование. На данном этапе изучается общее социально-экономическое положение региона, выявляется ряд проблем его развития, а также восприятие отдельными группами населения природы социальных проектов, их основных целей и результатов, изменений и воздействий, возникающих в ходе осуществления практических действий.

2. Следующий этап – определение целевой аудитории, на которую нацелен социальный проект, выявление прямых или косвенных потребителей общественных благ и их ожидаемый конечный результат от реализации проекта.

3. Установление границ анализа. В рамках данного шага определяются конкретные цели и направления воздействия социального проекта, а также срок и параметры функционирования.

4. Разработка карты результатов и выработка индикаторов. На данном этапе обосновывается природа социальных выгод, характер воздействия и изменения, возникающие в ходе социального проекта. Формируются социальные блага, и определяется социальная ценность, создаваемая в процессе реализации проекта.

5. Определение прогнозов. В рамках этого шага устанавливаются источники финансирования, изучаются финансовые показатели и отчетность, оценивается влияние различных показателей деятельности на создаваемые социальные, экономические и экологические результаты.

6. Расчет социальной эффективности проекта. Этап предусматривает расчет приведенных денежных потоков по проекту на основе собранных данных, разработанной модели реализации и прогнозных данных. Принимается во внимание расчет таких показателей, как срок окупаемости, прибыльность инвестируемого капитала, величина фактических расходов. Важным представляется анализ факторов рисков на стадии реализации проекта.

7. Формирование отчетности и разработка мероприятий по совершенствованию деятельности социального предприятия.

Однако, на наш взгляд, автором проведена подмена этапов и видов работ (процедур, стадий), что вносит определенную путаницу и размывает

основополагающие понятия (этапа как комплексного и системного отдельного технологического момента или части аналитического процесса).

Интересен подход В.Ю. Припотня и Н.В. Пятаковой, которые предлагают пяти этапную оценку результатов деятельности социального предприятия, а именно: 1) определение объекта измерения; 2) определение показателей деятельности; 3) определение источников, сбор и обработка информации; 4) расчеты показателей, сравнение их значений с определенной базой и получение «обратной связи»; 5) оценка результатов сравнения и принятия решений [279, с. 301]. На наш взгляд, и в данном случае, авторы выделили виды аналитических работ, а не этапы. А этап, как известно, предполагает совокупность определенных аналитических процедур или видов соответствующих работ.

К.И. Краенкова и Е.В. Ванкевич выделяют следующие пять этапов комплексной оценки социальных предприятий: 1) определение показателей для оценки деятельности субъекта социального предпринимательства; 2) выделение стейкхолдеров для оценки значимости показателей; 3) определение эталонных значений выделенных для пунктов 1) и 2) на основе мнений экспертов; 4) обработка данных стейкхолдеров и экспертов; 5) расчет частных и обобщающего интегральных показателей уровня социальной отдачи бизнеса [280, с.49]. В данном случае, авторы подменяют отдельные этапы проведения оценки ее методикой (например, 3 этап) и не указывают заключительный этап в части подготовки отчета (аналитической записки).

Принимая за основу подход научной школы кафедры контроля и анализа хозяйственной деятельности ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени М. Туган-Барановского» (в частности, профессора И.В. Сименко [281, с. 175-185], а также многочисленные исследования ученых-аналитиков (Болюх М.А., Ермолович Л.Л., Коробов М.И., Лазаришина И.Д., Любушин Н.П., Мельник В.М., Олейник О.В., Савицкая Г.В. и др.), считаем целесообразным выделение трех основных этапов аналитической оценки деятельности социальных предприятий, а именно: подготовительного этапа, основного (аналитического, исследовательского) и заключительного. На каждом

из этапов реализуются определенные аналитические процедуры в соответствии с четко поставленными целями и задачами.

Содержание подготовительного этапа наглядно представлено на рис. 4.3.

Рисунок 4.3 – Последовательность и содержание работ на подготовительном этапе анализа деятельности социальных предприятий

Следует отметить, что содержание подготовительного этапа анализа не отличается серьезными изменениями и трансформациями по сравнению с предприятиями не социальной направленности.

Аналитическая оценка деятельности социальных предприятий фокусируется на измерении их эффективности, так как именно этот критерий позволяет не только визуализировать (демонстрировать) в количественном и качественном измерении те социальные результаты (блага), которые были созданы (предоставлены) предприятиями, но и показать результаты своей финансово-экономической деятельности социальным инвесторам и фондам для привлечения ресурсов и капитала. Е. Гусева приводит следующие группы целей,

ради достижения которых целесообразно проводить оценку социальных результатов деятельности российских НКО: качество стратегического и оперативного управления; совершенствование проекта; продвижение проекта и привлечение ресурсов [282, с. 5]. Следовательно, речь идет о внутренних и внешних целях оценки. Первая связана с совершенствованием внутриорганизационного менеджмента и обеспечением устойчивого (стабильного) развития, вторая – с привлечением капитала. Более того, в соответствии с международным стандартом IC CSR-08260008000 «Социальная ответственность организации. Требования»: «Организация должна производить самооценку своей деятельности в области социальной ответственности в целях систематического анализа этой деятельности и ее результатов для определения областей, требующих улучшения. Самооценка должна завершаться запланированными мероприятиями, которые затем будут контролироваться» [283]. И речь, в первую очередь, идет об эффективности и результативности (эффекте) деятельности. Несмотря на разноплановость подходов к понятию эффективности (Приложение Р), все они в той или иной степени активно используются на практике и сконцентрированы на определенный индикатор: достижение цели, соотношении результата и затрат, степени удовлетворенности стейкхолдера, соответствие нормативу.

В экономической литературе рассматривают такие виды эффективности как социальная (общественная) эффективность, экономическая эффективность, социально-экономическая эффективность, коммерческая эффективность, бюджетная эффективность. В отношении социального предпринимательства, логичнее всего использовать (учитывая дихотомию целей) гибридный вариант – социально-экономическую эффективность как «отношение социальных результатов и воздействия, которые могут быть измерены в денежном выражении, к стоимости затраченных на это ресурсов» [284]. Не противоречит содержанию последнего и определение, которое приводится в [285, с.8], а именно: «критерий, который представляет собой отношение социального результата (который может быть измерен в текущих условиях и представлен в

виде денежного результата) к стоимости затраченных ресурсов». На наш взгляд, с подобным толкованием данной категории вряд ли можно согласиться без оговорок, ибо в таком прочтении социально-экономическая эффективность не содержит экономического результата, в отличие от социального. Социальный результат, при этом, нами рассматривается как социальный эффект (например, прошли обучение (переподготовку) определенное количество людей, вернувшихся из мест лишения свободы) или социальное воздействие (снижение числа рецидивов у бывших заключенных). Безусловно, социальные результаты оставляют и экономический «след», но об этом следует упомянуть в определении.

На наш взгляд, социально-экономическая эффективность социального предприятия представляет собой комплексный показатель отношения социального результата и показателей деятельности к стоимости затраченных (вовлеченных) ресурсов. В данном случае происходит четкое разделение от понимания социальной эффективности, которая, как справедливо замечают И.В. Сименко и Т.В. Переверзева, «характеризуется степенью соответствия результатов деятельности учреждений социальной сферы, социальным потребностям, целям и интересам, как общества в целом, так и каждого отдельного человека» [286, с. 101]. Ее измерение охватывает не только внутреннюю составляющую предприятия (например, количество трудоустроенных на предприятии инвалидов), но и в значительной степени внешнюю - социальный эффект общества, так как «уровень социальной отдачи бизнеса – это степень воздействия результатов экономической и социальной деятельности субъекта социального предпринимательства на различные заинтересованные стороны» [280, с. 46].

Следует отметить, что в зарубежной литературе по социальному предпринимательству и его оценке [287, 288, 289, 290], кроме социальной и экономической эффективности деятельности социальных предприятий, используют такие категории, как социальное влияние (social impact), под которым понимается «положительное изменение, которое организация создала

или осуществляет в течение долгого периода времени» [287] и социальная ценность (social value) – «дополнительное преимущество для общества от процесса ввода в эксплуатацию / более прямой закупки товаров, услуг и результатов» [288].

Разработка плана и программы оценки социальных предприятий ставится во главу угла, так как «планирование оценки стало достаточно привычным требованием донора на этапе подачи грантовой заявки; форма отчетности также нередко предполагает описание того, как именно происходил мониторинг и оценка проекта» [291]. При этом актуальным является унифицированная форма общего плана и программы оценки, что в значительной степени облегчит сотрудникам предприятия процесс планирования проведения оценки его деятельности.

Серьезное внимание следует уделить формированию информационного обеспечения. В этом плане представляет интерес исследование Ю.Л. Петрушевского [292-293] и В.О. Бессарабова, в котором автором «сформирована структура и содержание социальной отчетности, в основе которой лежит последовательное раскрытие информации нефинансового и финансового характера, что способствует получению заинтересованными сторонами необходимого и достаточного объема данных для принятия управленческих решений и расчета эффекта от реализации социальных мероприятий, программ, проектов» [294, с. 225].

Все социальные предприятия предоставляют установленную государством отчетность, в которой отражаются результаты их деятельности и на основании которой оценивается в последствие экономическая эффективность их работы. Что касается социальной эффективности, то для ее измерения привлекают не только «данные экономической и статистической отчетности, но и итоги анкетирования, результаты метода экспертных оценок и других. При этом некоторые из показателей имеют весьма условную ценность, а другие – не могут быть выражены количественно» [278, с. 1572]. Формирование информационных потребностей непосредственным образом связано с процедурой оценки.

«Однако все чаще речь идет об определенном кризисе, связанном с перепроизводством данных: объем уже полученной информации превышает возможности его эффективного анализа. Как для крупных, так и для мелких игроков социальной сферы становится сложно разобраться огромном массиве уже доступной информации. Все более актуальным становится не столько получение информации, сколько 1) защита от информационного шума, лишней или некорректной информации; 2) обобщение противоречивых и разнокалиберных данных, приведение их к общему знаменателю; 3) грамотное использование новых технологий для прогноза потребностей и поведения – за счет чипизации, возможности тотальной фиксации любых действий человека, больших данных (big data); 4) смещение акцента с ценности информации самой по себе (преимущественно для отчетности) на извлечение практической пользы из нее – либо в отношении конкретных «действий», преимущественно нацеленных на повышение эффективности работы организации; либо «достижения социального эффекта» (impact) – устойчивых изменений в обществе [295]; 5) ориентация на практическую пользу информации – это запрос на простые инструкции и конкретные рекомендации, что именно можно сделать на основе полученных данных; какие управленческие решения из них следуют; каковы возможные варианты действий и решения той или иной проблемы; использование более простой терминологии и вопросов, приближенных к языку пользователей и пр. [291].

Для эффективного проведения оценки и наглядного представления полученной информации и обобщающих результатов, целесообразно использовать аналитические таблицы. Разработка макетов (формы и содержания) таблиц в значительной степени поможет субъекту оценки не только правильно разместить и представить полученный в ходе оценки материал, но и сэкономить время для принятия управленческих решений по результатам анализа. Как показывает опрос Центра эффективной филантропии (США) и Центра инноваций в сфере оценки (США), в котором приняли участие 127 американских и канадских фондов, сотрудники испытывают трудности,

связанные с интерпретацией данных (71%), часто им не хватает рабочего времени для применения полученной информации в повседневной работе (91%) [291].

На втором этапе (исследовательском) оценки деятельности социального предприятия осуществляется выбор системы показателей, соответствующего аналитического инструментария и непосредственно реализация аналитических процедур (действий, расчетов) (рис. 4.4).

Рисунок 4.4 – Последовательность и содержание работ на исследовательском этапе анализа деятельности социальных предприятий

Достаточно проблемным и дискуссионным является выбор соответствующей методики измерения социального эффекта и социальной эффективности. Данный тезис объясняется как существующим многообразием методик оценивания, так и направленностью применения различных подходов

для достаточно широкого круга стейкхолдеров (от англ. stakeholder, т.е. имеющий определенный интерес к организации): общество, государственные и местные власти, внутренние стейкхолдеры (менеджеры, сотрудники), представители бизнес-сообщества, НКО, социальные предприниматели, частные фонды, бенефициары того или иного проекта, ученые и др. При этом, целевую аудиторию пользователей отчета о результатах измерения социальной отдачи проекта, по данным исследования [296, с. 20] составляют «сотрудники - 86%, местные власти – 66%, федеральные власти – 65%, частные фонды – 64%, гражданское общество – 58%, бенефициары проекта – 57%, частные инвесторы – 42%, общество в целом – 35%, ученые – 20%». Таким образом, основными пользователями аналитической информации в большей степени являются внутренние стейкхолдеры, имеющие целью измерить и оценить, а впоследствии повысить эффективность своей деятельности за счет совершенствования менеджмента и привлечения необходимого капитала (для расширения деятельности).

Наше умозаключение полностью коррелирует с исследованием, проведенным в РФ, Е.Гусевой и коллективом авторов [282, с. 5-6], в котором в качестве основных целей оценки были выделены: «грамотное управление», «улучшение работы и повышение качества следующих проектов», «контроль выполнения работ сотрудников и волонтеров», «эффективное распределение ресурсов и времени» и др. А опрос, проведенный среди социальных предпринимателей в Соединенном Королевстве и Германии показал похожие результаты. Так, среди предложенных к выбору целей, лидируют по значимости следующие: «оказание влияния на принятие решений (93%), оценить нефинансовую отдачу от социальных проектов (91%), повысить эффективность проекта (86%), предоставить информацию для клиентов (для принятия решений по программам – 85%), обеспечить ведение учета по проекту на должном уровне – 78%» [296]. Вышеизложенное дает основание заключить, что выбор методики измерения социального эффекта и социальной эффективности, должен быть, в первую очередь, сфокусирован на внутренних стейкхолдерах, что объясняется

экономической природой (основой) жизнедеятельности предпринимателя. Более того, «оценка социальных проектов помогает увидеть реальное положение дел в организации, определить пути закрепления успехов и исправления недостатков. При оценке ставятся четкие вопросы, проводится систематический сбор информации от разных людей, вовлеченных в проект. На основе этой информации можно сделать выводы о качестве процесса и результатах проекта» [282, с.6].

Вместе с тем, акцент при оценке только на внутренних стейкхолдерах в рамках настоящего исследовании, вряд ли можно признать приемлемым. На наш взгляд, следует фокусировать внимание общества и представителей крупного бизнеса на проблемах и трудностях социального предпринимательства, выделяя их огромную социально значимую функцию. Следовательно, речь может идти о создании комбинированной методики измерения социальной отдачи (эффекта и эффективности), в которой найдет отражение соответствующая система показателей (количественных и качественных), с тем, чтобы на основе последней, можно было бы демонстрировать и сообществу, и внутренним стейкхолдерам результаты (вклад) деятельности социальных предприятий. Эта методика должна охватывать интересы внешних и внутренних пользователей данной информации, т.е. своеобразная дихотомия целей. Считаем, что подобная методика будет способствовать формированию и развитию ценностных ориентаций у потенциальных предпринимателей, волонтеров, членов социума, решая, тем самым, неохваченные социальные проблемы и вовлекаясь в широкий круг потребностей (нужд), которые «недополучили» многие социально уязвимые группы населения.

Выбор соответствующей методики измерения предполагает, как уже отмечалось, определенный набор (систему) показателей (индикаторов). Заметим, что помимо термина «индикаторы» также используется термин «показатели» – «строго говоря, индикатор является параметром измерения (например, температура), а показатель – его конкретным выражением (например, не менее 80 градусов), но часто «индикаторы» и «показатели» используют как синонимы»

[282, с. 22], поэтому в данном случае мы согласимся с Е.Г. Гусевой в части отождествления данных терминов.

В этом процессе нельзя не отметить существующие проблемные моменты. Так, «выборочный анализ 900 НКО показал, что, сообщая о результатах своей деятельности, НКО использовали 1300 различных показателей. В результате, Агентство (*речь идет об информационно-аналитическом агентстве GuideStar*[21]) сформировало перечень 700 типовых показателей для непосредственных и социальных результатов (Сводный каталог результатов / Common Results Catalogue), подходящий для использования НКО разных размеров и типов» [291]. Нам представляется чрезмерной подобная детализация показателей и достаточно трудоемкой процедура выбора подходящей линейки индикаторов. В.Ю. Припотень [279, с. 301] на основе обобщения научно-практических материалов сформировал «группы индикаторов экономической и социальной деятельности: это индикаторы расходов, продукта, качества, эффективности, результативности и влияния». Безусловно, каждое конкретное социальное предприятие должно сформировать для себя уникальную систему показателей, позволяющей не затратно по времени и приложенным усилиям, «максимально конкретно и измеримо описать социальные цели…и подобрать для каждой цели по два-три легко измеряемых количественных показателей» [279, с. 301]. Мы разделяем позицию Н.А. Соколова, что «должен выбираться экономически наиболее эффективный вариант» [297]. Следует заметить, что оценка социального эффекта (воздействия, результата) с набором определенных показателей находит свое отражение (должна находить) в методиках международных организаций. Так, «Стандарт по измерению социального воздействия», предложенный Европейской комиссией, основан на пяти шагах: постановка задач, анализ стейкхолдеров, измерение результатов, проверка и оценка воздействия, мониторинг и отчетность. На каждом из этапов авторами предлагаются определенные методы измерения (рис. 4.5).

[21] Курсив автора

Рисунок 4.5 – Предлагаемые методы измерения для каждого шага [287, с.16] (*перевод автора*)

Среди показателей выделяют качественные (например, описание социального результата глазами благополучателя; опрос благополучателей с помощью структурированного интервью об опыте общения с организацией) и количественные (например, финансовые данные для оценки ценности социального результата). Разработчики отмечают, что «на практике пока нет инструментов для корректного измерения всех факторов; точные измерения (с контрольными группами, случайным распределением и т.д.) дороги, затратны по времени; по возможности при расчете социальных результатов надо учитывать факторы, которые могут усиливать или снижать воздействие (и вносить корректировки, где возможно) и другие» [298]. При этом обращается внимание на «ориентацию на измеряемые показатели. Система должна включать

всеобъемлющий набор показателей, в том числе и тех, что отслеживают нежелательные результаты» [299, с. 71]. Подчеркивается важность комплексного представления абсолютных и относительных измерителей (показателей).

Многие исследователи отмечают трудность, а порой и невозможность количественного измерения результата. Так, Г.П. Хатри замечает, что «некоторые виды деятельности и результаты плохо поддаются отслеживанию. В этих случаях более предпочтительной может оказаться углубленная оценка» [299, с. 77]. Но конкретных рекомендаций по их формированию автор не приводит, как и универсальной системы показателей.

Если обратиться к Руководству по мониторингу и оценке проектов, программ и политик [300], то авторы приводят требования и правила к формированию индикаторов (идентичность, уместность, доступность, адекватность, контролируемость (с.13), примеры их не правильного выбора (с.13-14), классификацию (прямые и косвенные; количественные и качественные; индикаторы специального значения (с. 17); сложные индикаторы, индексы (с. 18) и многое другое. Однако, в работе также отсутствует конкретные показатели и процедура их оценки в прикладном аспекте.

Если обратиться к опыту США, то группа экспертов Performance Imperative сформировали общую позицию в отношении показателей эффективности НКО [301]. Так, ими предложено семь характеристик эффективной некоммерческой организации:

1. Чуткое восприятие изменений и смелое руководство, осуществляемое при активном содействии со стороны совета директоров;

2. Дисциплинированное управление, ориентированное на людей;

3. Тщательно проработанные и последовательно выполняемые программы и стратегии;

4. Финансовая стабильность и здоровье организации;

5. Культура, в которой ценится обучение;

6. Постоянный внутренний мониторинг возможностей для развития и поиска новых идей;

7. Внешняя оценка прогресса на пути к выполнению миссии.

И в соответствии с данным подходом предложены «максимально простые и практичные инструменты, позволяющие структурировать рабочие процессы в организации» [291]. Вместе с тем, на практике возникает много сложностей, связанных подбором показателей (индикаторов) измерения той или иной характеристики или определенного процесса в организации. Подтверждением данного тезиса являются данные, полученные в результате опроса 61 инвестора, который показал, что «Отсутствие стандартизации приводит к несистемному использованию методов и инструментов» [302]. Таким образом, назрела острая практическая потребность в разработке определенной системы показателей для оценки прогресса организации. Понятно, что специфика будет прослеживаться в зависимости от сферы и цели (программы) деятельности того или иного социального предприятия: здравоохранение, образование, экология и т.д. Полностью согласны с С. Пономаревым [303], что «оценка деятельности социального предприятия должна носить комплексный характер. Образно говоря, у каждого предпринимателя должна быть своя приборная панель, как в автомобиле, с помощью которой можно оценить успешность организации не только в бизнесе, но и в реализации социальной миссии. Постарайтесь максимально конкретно и измеримо описать свои социальные цели и объедините их в ежегодный социальный план. Не худо было бы подобрать для каждой цели по два-три легко измеряемых количественных показателей». Следовательно, речь может идти о разработке специальных стандартов для измерения эффективности деятельности социальных предприятий. Как заметила профессор МГППУ, Галина Семья: «Стандарт может стать хорошим инструментом для расширения реестра и тиражирования практик» [304].

На специальном портале socialvalue.ru (РФ) размещена подробная информация с базой социальных показателей и лучшими практиками.

Представляет интерес, разработанный в России Стандарт доказанности[22] социальных практик в сфере защиты детства [305]. В нем авторы, в контексте нашего исследования, предлагают следующую панель инструментария: количественные, качественные и смешанные методы. К первым они относят: экспериментальные (пред-эксперимент, настоящий эксперимент (например, РКИ[23], квази-эксперимент) и неэкспериментальные (опросы, когортные исследования, лонгитьюды, ретроспективные исследования). К качественным методам в Стандарте относят: феноменологические исследования, арт-методы, кейс-стади, нарративные исследования и др. смешанную группу методов представляют: последовательные или параллельные, описательные, объяснительные или трансформационные методы. При этом, авторы отмечают, что «к сбору надежных данных о достижении социальных результатов может приводить использование как количественной, так и качественной методологии: ни одна, ни другая не является предпочтительной. Уровень убедительности доказательств, полученных в результате их применения, в большей степени зависит от исполнения определенных правил в области: дизайна исследования, определения выборки, выбора инструментария, анализа данных, использования возможностей триангуляции[24] данных, учета социального и культурного контекста». Отмечая как безусловное достоинство качество исполнения данного Стандарта, необходимо заметить, что конкретных, количественных показателей по достигнутым социальным результатам он не выделяет. Данные о достижении социальных результатов (Приложение 3, раздел 5), авторы предлагают оценивать по позитивным изменениям в жизни благополучателей. Это вполне логично, с одной стороны. Но, с другой стороны, оценивая тот или иной проект

[22] Стандарт доказательности практик в сфере детства – документ, предлагающий структуру описания практики (реализуемой в сфере детства) в соответствии с доказательным подходом, а также позволяющий оценить полноту и уровень доказательности сведений о степени достижения заявленных социальных результатов за счет реализации той или иной практики.
Доказательный подход – подход, основанный на систематическом поиске обоснований и применении методов, призванных доказать, что реализация той или иной практики приводит к достижению социальных результатов для конкретных групп благополучателей.
[23] РКИ - рандомизированное контролируемое исследование
[24] Измерение одного и того же показателя с помощью не менее чем трёх методов с целью независимого подтверждения результатов

(программу), необходимо иметь информацию об эффективности и затратности достижения этого результата, что может дать только сопоставление определенных числовых значений. Поэтому, вполне доказательно и логично использовать наряду с качественными показателями, количественные индикаторы.

В целом, оценивая разработанный Стандарт, можно констатировать, что сделан серьезный шаг на пути стандартизации (унификации) определенных оценочных процедур. Однако, и в данном документе отсутствует четко прописанная система показателей для конкретного субъекта социального предпринимательства. Можно отметить и субъектную компоненту оценивания. Так, «ни один социальный проект не может быть подготовлен и эффективно реализован без оценивания и мониторинга. Однако специалистов в сфере мониторинга и оценивания социальных проектов в настоящее время в России совершенно недостаточно» [306, с.4].

Основу оценочных методов по качественным показателям составляют анкеты, результаты обследования и собеседования, матрица результатов. «Использование короткого перечня простых вопросов, максимально приближенного к поиску ответов для принятия тех или иных решений – один из очевидных трендов в области оценки» [291]. Учитывая социальную направленность деятельности социальных предприятий, обязательным элементом получения информации о социальной эффективности той или иной программы (проекта), является собеседование с благополучателями. О.А. Лановенко отмечает «к методам оценки степени удовлетворенности потребностей и запроса клиентов можно отнести: мониторинг, когда периодически проводятся устные и письменные опросы клиентов» [307, с. 146]. Европейские компании используют при оценке матрицу результатов, которая была разработана компанией BigSocietyCapital (BSC) – независимой британской группой компаний, фондов и трастов под единым управлением, осуществляющая «оптовые» социальные инвестиции». Ее цель – максимально полно охарактеризовать все элементы, необходимые человеку, как члену

социума, вести полноценную жизнь. Она включает в себя результаты и меры для девяти областей достижения результатов (сфер) и 15 групп благополучателей. Заметим, что данный инструментарий позволяет системно представить по каждой из сфер (например, занятость, психическое здоровье и благополучие, охрана окружающей среды и т.д.) не только релевантный результат и соответствующие измерители, но и эффект как для конкретного человека, так и для общества в целом.

После получения информации и ее обработки (расчеты), на втором (исследовательском) этапе определяется интегральный показатель эффективности деятельности социального предприятия и как результат – происходит его интерпретация, а также количественных показателей и индикаторов достижений. Методик формирования интегрального показателя социальной отдачи в литературе можно встретить в ряде источников, например у О.А. Лановенко [307], К.И. Краенковой и Е.В. Ванкевич [280], в работе [313] и ряде других. Все они отличаются авторским подходом, уникальностью концепции и трудоемкостью выполнения. В настоящее время в мире «используется более трех десятков методик, которые позволяют описать и измерить социальный эффект» [308, с. 91], поэтому более детальный анализ существующих методик и, соответственно, интегральных показателей и индикаторов, будет проведен в следующем разделе данной работы (п.4.3).

Завершает исследовательский этап процесс формирования обобщающей информации, т.е. подготовка выводов по результатам проведенного анализа. Для этого важно понимание социальной миссии предприятия и его экономической составляющей. Он является «наиболее сложным и важным во всей процедуре анализа. Этап интерпретации связан с аналитической деятельностью, для формулировки правильных выводов необходимо увидеть внешнюю среду проекта, по возможности – сравнить полученные результаты с результатами других проектов» [308, с. 83]. В данном контексте необходимо обратить внимание на профессиональную компетентность «оценщиков», которые в результате «смогут сформировать объективное представление о практике и

достижениях НКО любого размера. С этой задачей могут справиться профессиональные организации оценщиков, сертифицированные аудиторы и представители экспертного сообщества, вовлеченные в создание и развитие оценочных методик» [291]. Вместе с тем, если у субъектов оценки будут подробные и понятные методические материалы, с ясной интерпретацией и толкованием показателей, то подготовка выводов будет достаточно грамотной. Об актуальности подготовки оценщиков деятельности социальных предприятий свидетельствует тот факт, что Счетная Палата РФ объявила о вакансии «Аналитик (оценка проектов)».

На заключительном этапе формируется отчет о результатах оценки. Необходимо помнить такие моменты как: для кого формируется отчет, для какого конкретного пользователя или нескольких стейкхолдеров, последовательность, ясность и доступность изложения. При этом «форма отчета может иметь ничуть не меньшее значение, чем материалы для него. В отчетах о результатах работы для руководителей, официальных лиц (и населения) должны быть кратко и выборочно представлены полученные в рамках программы сравнительные данные» [299, с.149]. В настоящее время в РФ отсутствует специальный Стандарт по формированию отчета в социальной сфере. Однако, в 2019 году было принято Постановление Правительства РФ от 21 ноября 2019 г. N 1491 “Об организации проведения субъектами Российской Федерации в 2019 - 2024 годах пилотной апробации проектов социального воздействия”**.** В этом документе приведены методические рекомендации, понятийный аппарат и паспорт проекта социального воздействия (в приложении), согласно которому в нем должны быть прописаны **с**оциальный эффект и целевой показатель, характеризующий достижение социального эффекта; порядок его расчета и методика проведения оценки и другие количественные и качественные показатели. В тексте методических рекомендаций речь идет о подготовке Заключения о независимой оценке, шаблон (макет) которого и представлен в данном документе.

Для понимания требований, формы и содержания отчета целесообразно

обратиться к лучшим практикам европейских стран. Так, в соответствии со **с**тандартом по измерению социального воздействия**,** разработанного Европейской ассоциацией венчурной филантропии, «качество проведенной оценки и ее выводов во многом зависит от представленной доказательной базы» [284]. Следует отметить, что форма и содержание отчета зависит от субъекта его исполнения: самооценка (или оценка стейкхолдером), независимая экспертиза или аудит. Таким образом, «социальные предприниматели и финансирующие их структуры могут выбирать между тремя опциями:

1) Верификация (проверка) данных — поиск всех необходимых подкрепляющих доказательств и раскрытие всех источников информации этих доказательств. Это обычная часть любого исследования, которая может быть выполнена самим социальным предпринимателем, инвестором или внешними организациями.

2) Независимая экспертиза предполагает привлечение независимой организации (специалиста), которая проведет экспертизу всего процесса измерения социальных результатов, полученных данных и даст оценку достоверности и надежности методов и процесса сбора информации, а также выводов о достигнутых социальных результатах.

3) Аудит социальной эффективности – более формальный подход, требующий предоставления письменного заверения, аналогично финансовому аудиту. В ходе такой проверки специалисты оценивают, например, прозрачность, готовность к обмену опытом, экономическую целесообразность и реалистичность инициативы. Отчеты о результатах аудита включает краткое заключение о социальной эффективности и рабочих процессах организации, а также комплект сопроводительных материалов» [284]. Подчеркнем, что каждое социальное предприятие формирует свой отчет по своему видению, но, обязательным условием является представление в нем развернутого результата своей деятельности, достижения цели, миссии. «Одни отчеты могут просто описывать, какие действия были совершены в проекте. Другие отчеты могут содержать сложные аналитические данные, которые обеспечат информацией

донора большой программы. Какой бы ни была цель отчета, он должен быть хорошо систематизирован, описывать и анализировать совершенные действия и достигнутые результаты. В каждом отчете должны содержаться: список совершенных действий или достигнутых результатов; интерпретация значимости действий или мероприятий; оценка фактов или результатов представленной информации; обсуждение результатов решений или выбранной стратегии реализации проекта; выводы; рекомендации. Отчет должен быть точным, кратким, ясным, хорошо структурированным» [282, с. 33]. Основным получателем и заинтересованным пользователем отчета в настоящее время являются фондирующие организации.

Если говорить об оформлении, то в отчете приветствуется визуализация информации в виде графиков, таблиц, диаграмм, инфографики.

Важно понимание роли и назначения отчета о результатах деятельности социальных предприятий. Он должен быть востребован для повышения качества и эффективности внутриорганизационного менеджмента, проектов (программ), которые реализуются на предприятии, привлечения финансовых ресурсов, расширения круга волонтеров и как инструмент мотивации сотрудников. Более того, размещение отчетов в СМИ, на соответствующих информационных платформах будет способствовать правильному морально-нравственному воспитанию членов социума и привитию им детерминант высшей ценности на стыке наук и духовных знаний. Как справедливо замечают А.Н. Тимохович и О.И. Никурадзе «социальные проблемы оказывают влияние на изменение мышления человека и алгоритмы осуществления бизнес-процессов. Поскольку интернет-медиа способствуют быстрому распространению бизнес-новостей, для компаний, осуществляющих коммерческую деятельность, на первый план выходят вопросы социальной ответственности. Как следствие, социальное предпринимательство становится быстро растущей областью. Однако, несмотря на благие намерения социальных предпринимателей, эффекты и результаты осуществляемой социальными предпринимателями деятельности сложно измерить» [309, с. 194].

С целью визуализации и аналитического восприятия комплексности системы оценивания деятельности социального предприятия, возникающих при этом проблем и рисков, широкого круга пользователей аналитической информацией, разработана композиционная[25] модель оценки (рис. 4.6). Комплексность представления процесса оценки позволяет наглядно продемонстрировать его многоаспектность при формулировании цели, связанной с большим числом пользователей выходной (отчетной) информации; методологические сложности (отсутствие необходимого методического обеспечения, проблемы формирования уникальных систем показателей); препятствия, связанные с финансирования процесса оценки и отсутствие времени на ее проведение (внутриорганизационный проблемы); недостаточность знаний и навыков у субъектов оценки (особенно у внутренних специалистов); трудность получения точных сведений ввиду специфики социального эффекта (отсроченный эффект); разный фокус оценки (общественная ценность, социальный эффект, удовлетворенность клиента, поведенческие изменения); отсутствие универсальных показателей стоимости социальных результатов.

Отметим, что для «эффективного использования результатов оценки необходима в первую очередь заинтересованность руководства и ключевых стейкхолдеров» [303, с.87].

Таким образом, реализация всех аналитических процедур на каждом из этапов оценки результатов деятельности социального предприятия, позволит создать необходимые условия для качественной и эффективной ее организации. Важной и главенствующей детерминантой при этом будет выбор наиболее оптимальной (эффективной) методики измерения социального эффекта, экономической и социальной эффективности деятельности социальных предприятий.

[25] Композиционная модель – графическое представление строения и соотношения определенных частей (элементов) одного целого Чертами композиционной модели являются: единство объектов, целостность и неразрывность процесса, использование инструментария моделирования, тесная взаимосвязь основных составляющих.

Рисунок 4.6 – Композиционная модель оценки деятельности социального предприятия

4.3 Методический подход к оценке деятельности социальных предприятий

Многолетний период функционирования социального предпринимательства в международной практике, многоаспектность и разноплановость решения задач, дихотомическая природа сочетании социальной миссии и экономической составляющей, обусловили многочисленные методические подходы к оценке деятельности социальных предприятий. Как отмечает Н.В. Рождественская: «в настоящий момент в мире используется более трех десятков методик, которые позволяют описать и измерить социальный эффект. Они различаются между собой по сложности, ресурсозатратности, области применения. Поскольку большинство использующихся для измерения социального эффекта методик — вариации практик, которые применяются в бизнес-секторе и государственном управлении, их использование позволяет преподносить информацию в форме, понятной для инвесторов и государственных служащих» [308, с. 91]. Однако, следует выделить и целый ряд проблем, сопровождающих подобное «слепое» копирование подобной практики оценки. Так, Тимохович А.Н. и Никурадзе О.И. выделяют три основные проблемы: это сложность достижения количественной оценки, трудность прогнозирования долгосрочного эффекта осуществляемой деятельности и ограничения по затратам, временным ресурсам, показателям точности и интерпретации результатов. Дополнительная проблема заключается в том, что измерения долгосрочного воздействия требуют времени и финансовых вложений. Кроме того, существует сложность определения пределов того эффекта, который измеряется, и выяснения того, какая часть достигаемых изменений создается в результате деятельности, осуществляемой организацией [309, с. 195].

В рамках исследования методических подходов, целесообразно упомянуть оценочные практики, которые используют в своей работе многочисленные

фонды. Изучение опыта их работы показало, что фонды[26], в основном, используют в качестве подхода: Дэшборд-панель показателей эффективности (Performance dashboard), сбалансированную систему показателей (DSC – balanced scorecard), теорию изменений (Theory of change). Показатели, приведенные в каждом из перечисленных подходов, сочетают количественные (административные расходы, эффективность инвестиций), больше присущие Дэшборд-панели и качественные индикаторы (мнения получателей грантов, согласованность грантов с миссией), характерные для теории изменений. Однако, основную часть показателей формируют именно качественные показатели, получение которых основано на эвристических методах сбора информации.

Если говорить о методиках оценки социального предпринимательства в РФ, то «методологические основы оценки социально-экономической эффективности социальных программ в России в окончательном виде еще не сформированы, хотя общие теоретические подходы к проведению подобных измерений известны: необходимо тем или иным способом измерить результаты, ожидаемые от реализации социальной программы, и сравнить эти результаты с объемом средств, затрачиваемых на ее реализацию. Однако главная трудность при этом заключается именно в измерении результатов реализации социальных программ, которые могут поддаваться, а могут и не поддаваться количественной оценке» [310].

Заслуживает внимания большая аналитическая работа, проведенная В.Ю. Припотень и Н.П. Пятковой [279], в результате которой авторы пришли к обобщенной группировке методических подходов, используемых в практике оценки социальных результатов. Ученые выделяют следующие подходы: количественный, целевой и множественности интересов заинтересованных сторон. Достаточно большой перечень используемых при этом методов (Приложение С) существенно осложняет процедуру оценки.

[26] Оценочные практики анализировались по 16 фондам. Источник: Измерение эффективности фондов: примеры из практики [Measuring Foundation Performance: Examples from the Field]. Электронный ресурс. Режим доступа https://ep-digest.ru/wp-content/uploads/2016/07/Measuring-Foundation-Performance-Table1-Rus-.pdf

Краенкова К.И. и Ванкевич Е.В., основываясь на мониторинге зарубежной литературы, считают наиболее распространенными такие методики: IRIS показатели, SROI-анализ, модель LBG, индекс BACO, методика оценки фонда «Наше будущее» [279, с. 46]. На основе их сопоставительного анализа (Приложение Т) ученые пришли к выводу, что применение к условиям социального предпринимательства в Республике Беларусь (можно экстраполировать и на ДНР), зарубежных практик сопряжено с рядом сложностей и проблем. Поэтому была предложена авторская методика, основанная на данных статистической отчетности и «позволяющая оценить деятельность субъектов социального предпринимательства в разных сферах его проявления» [280, с. 48]. В качестве оценочных показателей были определены: экономические показатели, социальные и бюджетные, а в качестве стейкхолдеров выделены работники, руководство, государство и покупатели. Методика основана на экспертных оценках и расчете интегрального показателя социальной отдачи бизнеса. Простота и достаточная универсальность применения дает основания возможности ее использования на отечественных предприятиях.

Лановенко О.А. предлагает использовать методику оценки эффективности предоставления социальных услуг, основываясь на следующих комплексных показателях: оценка учреждений, организаций, социальных служб, в рамках которых предоставляются социальные услуги; критериальные показатели оценки процесса предоставления социальных услуг; критерии оценки компетентности и квалификационного уровня поставщиков социальных услуг; критерии оценки конечного результата (услуги); критерии оценки внешней социальной эффективности [307, с. 145]. При этом в интегральный показатель эффективности предоставления социальных услуг автор вводит такие понятия как качество услуги, доступность услуги и показатель активизации жизненных сил незащищенных слоев населения в процессе предоставления социальных услуг. Не совсем понятным является механизм расчета показателей, информационная база, весовые значения. Отметим, также значительную

трудозатратность и продолжительный временной интервал по измерению показателей.

Плюхина А.А., «опираясь на существующие традиционные методики оценки, предлагает ввести и использовать для оценки эффективности социального предприятия интегральный коэффициент, который включает в себя совокупность критериев, таких как показатель социального эффекта от реализации социального проекта, эффективность деятельности социального предприятия; социальный индекс Вайсброда, отражающий «взаимосвязь между видами финансовых поступлений предприятия и характером предоставляемых им услуг или производимой продукции»; коэффициент социальной рентабельности; срок окупаемости социального проекта и др.» [278, с.1572]. Заметим, что расчет интегрального показателя основан на экспертных оценках и предполагает расчет 12 частных индикаторов. Кроме того, методика ориентирована на расчет коэффициента региональной полезности реализации проекта. Это существенно усложняет процедуру оценки, как в чисто информативном плане, так и в методическом.

Хетагурова Ю.И. в качестве методики оценки эффекта социального предпринимательства предлагает учет следующих параметров: требования к предпринимателям и фондам социального предпринимательства (включает 6 индикаторов); социальное воздействие (6 индикаторов); менеджмент (6 индикаторов); финансовая устойчивость (3 индикатора); сбалансированность инвестиционного портфеля (2 индикатора); риски при осуществлении деятельности (3 индикатора); маркетинговая деятельность (2 индикатора). «Также в методике возможно предусмотреть следующие показатели: количество трудоустроенных; количество обученных; количество оказанных социальных услуг; количество произведенных товаров, работ и услуг [311, с. 242-243]. Рассматривая возможность практического применения данной методики, следует отметить ее громоздкость – 28 индикаторов, отсутствие шкалы оценки, дискуссионность целесообразности отдельных показателей (например, корректность документирования в своей деятельности, позиция в коллективе и

др.). Принимая во внимание большой опыт и практику развития социального предпринимательства в США и европейских станах, рассмотрим существующие там методики оценки социального предпринимательства с целью исследования возможности их применения в Донецкой Народной Республике. Изучение значительного количества литературы [313-318, приложение У] показало, что в настоящее время социальные предприятия и фондирующие их организации используют для оценки результативности деятельности более 30 методик (39). Их характеристика и сфера применения приведена в Приложении У. Каждая из рассмотренных методик вносит определенный вклад в систему оценок социальной ценности. Заметим, что в интерактивной онлайновой базе данных TRASI (инструменты и ресурсы для социального влияния) насчитывается более 150 подходов, практикуемых социальными инвесторами, фондами, негосударственными структурами и организациями, занимающимися микрофинансированием к измерению социального влияния. Однако, «идеальной методологии не существует. Речь идет о наборе методов, позволяющих рассмотреть процесс создания социальной ценности под разными углами» [318, с. 58]. На наш взгляд, более внимательного рассмотрения заслуживают следующие методики (табл. 4.9).

Таблица 4.9 – Характеристика методик оценки деятельности социальных предприятий*

№	Методика	Характеристика метода	Область применения (сфера)
1	2	3	4
1	Best Available Charitable Option (BACO)	Является базисом для оценки социального воздействия и экономической эффективности инвестиции в социальный бизнес. Смысл методики заключается в количественной оценке того, «превзойдут» ли социальные инвестиции, проводимые компанией, приемлемые альтернативы.	Социальный бизнес, благотворительность, инвестиции в благотворительность.

Продолжение табл. 4.9

1	2	3	4
2	Center for High Impact Philanthropy Cost per Impact (CHIP)	Методика основана на оценке максимальной пользы от вложения капитала в программу. Используется для анализа сравнения социальных изменений с понесенными затратами. Для оценки используются два компонента: 1) социальное воздействие; 2) стоимость, измеряемая инвестициями для реализации воздействия. Оценка требует объективной и надежной информации о том, какой результат (воздействие) эффективен, какой нет, и сколько капитала требуется для достижения определенного эффекта.	Филантропия, благотворительность, спонсорство. Является критически важным для оценки эффективности масштабных благотворительных проектов (программ).
3	Foundation Investment Bubble Chart	Методика а представляет собой инструмент визуализации, который отображает поддающееся количественной оценке влияние на оси x, и процент реализации на оси y, а также относительный размер гранта от фонда в данной области. Это позволяет легко сравнивать эффективность корпораций.	Используют социальные предприятия, НКО, фонды для оценки эффективности инвестиций и для сравнения показателей.
4	Hewlett Foundation Expected Return	Этот метод предназначен для расчета ожидаемой доходности инвестиций и разработан с целью определения эффективности вложения средств в альтернативные социальные проекты. Ожидаемый результат представляет собой систематическую, последовательную, количественную оценку потенциальных благотворительных инвестиций, которая в значительной степени основана на анализе экономической эффективности и анализе затрат и выгод.	В настоящее время используется для анализа причинно-следственных связей и оценки достижения целей (принятия решений относительно целесообразности финансирования).
5	Robin Hood Foundation Benefit-Cost Ratio	Метод позволяет определить наиболее эффективные для вложения средств, социальные программы и проекты. Фонд «Робин Гуд» разработал инновационную методологию оценки показателей, применяемых для оценки	Применяется в социальной сфере, может также быть использован государством в

Продолжение табл. 4.9

1	2	3	4
		успеха программ всех типов. На основе соотношения прибыли и затрат методика измеряет ценность, которую программа приносит людям.	рамках проводимой социальной политики
6	Social Costs-Benefit Analysis (SCBA)	Анализ социальных затрат и выгод - это тип экономического анализа, в котором затраты и социальные последствия инвестиций выражаются в денежном выражении, а затем оцениваются в соответствии с одним или несколькими из трех показателей: 1 - чистая приведенная стоимость (совокупная стоимость всех расходов, доходов и социального воздействия); 2 - соотношение выгод и затрат (дисконтированная стоимость доходов и положительных воздействий, деленная на дисконтированную стоимость затрат и отрицательных воздействий); и 3 - внутренняя ставка доходности (чистая стоимость выручки плюс воздействие, выраженное как годовая процентная доходность от общих затрат на инвестиции). Метод считается одним из самых сложных.	Анализ затрат и выгод используется в корпоративном мире, государственном секторе, финансовыми учреждениями и некоммерческими организациями социальной направленности.
7	Social Cost-Effectiveness Analysis (SCEA)	Методика применяется с целью минимизации издержек достижения определённого социального стандарта или цели, поставленной исходя из научных или политических соображений. Он основан на соотношении расходов и результатом, который сложно измерить количественно.	Используется государством в рамках проводимой социальной политики, а также самими социальными предприятиями.
8	Social Return on Investment (SROI)	Метод разработан, чтобы оценить эффективность благотворительных инвестиций в предприятия социального назначения. Оценка включает в себя несколько этапов: -этап 1: Расчет стоимости предприятия. -этап 2: Расчет социальной ценности.	SROI применяется к любому типу организации в любой отрасли. Инструмент очень важен инвесторам и необходим, прежде всего,

Продолжение табл. 4.9

1	2	3	4
		-этап 3: Расчет смешанной стоимости. -этап 4: Расчет индекса доходности предприятия. -этап 5: Расчет индекса доходности для социальных целей. -этап 6: Расчет смешанного индекса доходности.	социальному бизнесу.
9	Big Society Capital Outcomes Matrix	Цель разработки матрицы результатов – охватить и зафиксировать все составляющие, необходимые человеку, чтобы вести полноценную и счастливую жизнь. Она нацелена на оценку воздействия во всем социальном секторе	Применяется в социальной сфере, может также быть использована государством в рамках проводимой социальной политики и инвесторами с целью определения и измерения ресурсов и результатов

*составлено на основе [313-317]

Выбор данных методик обоснован их тщательной проработкой, востребованностью и наиболее частым использованием на практике. Проанализировав представленные методики, отметим, что, несмотря на определенное сходство, они имеют ряд отличительных характеристик, которые проявляются в различных способах оценки расходов (издержек), результатов (преимуществ), пересчете в стоимостные измерители, расчете вероятности успеха и др. Обращает внимание фокусированность данных методик на экономической эффективности, доходности и возвратности инвестиций (капитала). Это свидетельствует о приоритетности в сознании инвесторов предпринимательской составляющей, о желании и нацеленности их на получение добавочной стоимости от капитала, вложенного в решение актуальнейших для общества проблем социальной сферы. Полностью разделяем позицию, заложенную методологами социального предпринимательства

(Г.Диза, Р. Мартина, С. Осберга, Дж. Мэйра, И. Марти) [318-320], Д. Кикала и Т. Лайноса о том, что «социальный предприниматель улучшает благосостояние всего общества и в некоторых случаях может также и участвовать в создании экономической ценности. Однако последняя будет представлять собой лишь средство, а не цель. Социальный предприниматель использует инновационные аспекты предпринимательства для общего блага, а не для личной выгоды» [321, с. 75].

Таким образом, речь пока не идет о формировании нового поколения руководителей, ориентированных на благотворительные и социальные цели. Поэтому развитие чувства гражданской ответственности, нравственно-этических детерминант, альтруистических и эмпатийных качеств, сможет переломить доминирование экономического вектора, повысив значимость социального фактора. В этом случае необходима трансформация существующих методик оценки деятельности социальных предприятий, тем более, что, несмотря на их большое количество, «нынешние подходы к измерению социального влияния пока что не выдерживают критики. Причин две: общая незрелость методов оценки (многие важные преимущества как результат программ не могут быть монетизированы); разнообразие целей, для достижения которых организации должны проводить анализ (*стейкхолдеров интересуют разные показатели*[27])» [318, с. 56]. На наш взгляд, к оценке деятельности социальных предприятий следует применить ситуативно-ориентированный подход, в основе которого лежит применение методики шкалирования для измерения качественных показателей, обоснованный выбор конкретного стейкхолдера и фокусных целевых социальных групп, приоритетность которых обусловлена текущей ситуацией в обществе.

Для ситуации в социальной сфере Донецкой Народной Республики, основным стейкхолдером, на наш взгляд, должно выступать государство, а целевой группой могут быть признаны благополучатели соответствующей социальной услуги или продукта. Принимая во внимание исследования,

[27] *курсив автора*

проведенные в п.4.1 настоящей работы, констатируем, что наиболее остро существующие проблемы в социальной сфере касаются лиц с ограниченными возможностями здоровья (инвалидов и детей инвалидов) и малообеспеченных граждан (в том числе пенсионеров). Сложная ситуация в Республике сложилась и с занятостью населения – по состоянию на 01.04.2021 г. состоят на учете в Центрах занятости 11246 человек и 131 человек, имеющий инвалидность[28].

Принимая во внимание особенности социальных проблем в Республике, ограничения, сложности и трудозатратность применения отдельных методик, считаем целесообразным для измерения результатов деятельности социальных предприятий и выработки единой позиции во всей социальной сфере, остановиться на использовании матрицы результатов (разработка компании BigSocietyCapital (BSC)), модифицировав ее содержание к специфике ДНР. Обоснованность выбора данной методики в рамках ситуативно-ориентированного подхода определяется несколькими факторами: наглядным отображением (картографированием) результатов; гармонизацией (сочетанием) результатов деятельности для общества и конкретного индивида; охватом ключевыми индикаторами всей деятельности социального предприятия; сочетанием количественных и качественных показателей деятельности предприятия. Следует заметить, что ряд показателей, приведенных в адаптированной методике были получены путем прямых консультаций с территориальными центрами социального обслуживания г. Донецка.

Матрица отображает общую структуру достигнутых результатов для определенной целевой социальной группы (реципиентов). Эти результаты разбиваются на показатели, которые впоследствии используются посредством оценочной шкалы, для формирования итогового значения в отношении оценки социального воздействия. Комплексность представления о степени решения социальных проблем отдельных граждан (индивидов) в той или иной сфере

[28] Данные официального Республиканского Центра занятости. Электронный ресурс. Режим доступа: https://rcz-dnr.ru/index.php?id=506 Дата обращения 5.04.2021 г.

дополняется результатами и показателями их измерения в масштабе всего общества.

Таким образом, применение матрицы позволит создать целостное восприятие развития экосистемы социального предпринимательства в Донецкой Народной Республике.

Матрица результатов в дискурсе ситуативно-ориентированного подхода к реалиям нашего государства (Приложение Ф) разработана для наиболее актуальных в социальном плане сфер:

1. Занятость населения, профессиональная переподготовка;
2. Психическое здоровье и благополучие;
3. Физическое здоровье;
4. Общественная безопасность и гражданское общество;
5. Жилье и инфраструктура (коммунальные услуги, транспорт, магазины);
6. Доходы и финансовая доступность;
7. Охрана окружающей среды.

Из оригинальной матрицы, содержащей 9 сфер, нами исключены не актуальные для социальной сферы Республики, на наш взгляд для данного момента, такие сферы как «Искусство, наследие, спорт и вера» и «Семья, друзья и отношения». Их отсутствие в методике было подтверждено результатами анкетного опроса и интервью с социальными работниками, руководителями территориальных центров социального обслуживания (предоставления социальных услуг), специалистами коммунального учреждения «Донецкий приют для временного проживания и реабилитации бездомных лиц». В качестве реципиентов, нами, также посредством прямых консультаций и бесед с практиками, работающими в социальной сфере, из 15 групп выбраны три, а именно: люди с ограниченными возможностями здоровья (ЛОВЗ); малообеспеченные граждане; безработные. Следует заметить, что к категории малообеспеченных граждан в нашем случае относятся: пожилые люди[29]

[29] Пожилые люди - оригинальная категория получателей помощи матрицы результатов

(пенсионеры, получающие минимальную пенсию (п.4.1 работы)), лица, живущие в бедности[30](малообеспеченные) и получатели материальной помощи (отдельным категориям лиц (выплат)). К группе «Люди с ограниченными возможностями здоровья (ЛОВЗ)» отнесены инвалиды и дети-инвалиды (в оригинальной методике выделяются отдельно «Лица, с особым состоянием здоровья», «Инвалиды», «Необучаемые», «Психические расстройства»).

Для каждой сферы в матрице результатов разработаны конкретные результаты (для индивида и общества в целом) и их измерители. В методике линейно-позиционным способом увязаны данные показатели. Обращает внимание большее количество измеряемых результатов и, соответственно, показателей для общества, а не для конкретного индивида, что оправданно с позиций роли, возможностей и значимости общественных институций в разрешении совокупности социальных проблем. Более того, при оценке результативности социального предпринимательства, следует учитывать, что именно обществом в большей степени формируются морально-нравственные детерминанты конкретного индивида, способствующие решению социальных вопросов или снижению напряженности в социальной сфере. Следует заметить, что приведенные в матрице результаты и показатели не являются исчерпывающими, они служат, в первую очередь, отправной точкой для социальных предпринимателей, желающих оценить или отследить динамику и результаты своей деятельности (например, с целью привлечения инвестиций или подготовки отчета перед общественностью).

Результаты деятельности социальных предприятий, приведенные в табл. 4.10, в разрезе индивида и общества тесно коррелируют между собой, однако четко прослеживается доминанта результата первого и значимость полученного результата для общества.

[30] Лица, живущие в бедности – оригинальная категория получателей помощи матрицы результатов

Таблица 4.10 – Результаты оценки деятельности социальных предприятий с определенными социальными группами (безработные; люди с ограниченными возможностями здоровья; малообеспеченные) в разрезе сфер деятельности

Сфера	Результаты	
	Для индивида	Для общества
1	2	3
1. Занятость населения, профессиональная переподготовка	1. Трудоустройство 2. Удовлетворенность и удовольствие от занятости на работе 3. Профессиональная переподготовка 4. Развитие необходимых навыков (в том числе гибких, надпрофессиональных)	1. Увеличение количества занятых лиц (в том числе с ограниченными возможностями); 2. Психическое здоровье работников 3.Увеличение количества занятых; повышение уровня образованности; доступность обучения 4. Улучшение поддержки и помощи реципиентам для возвращения к работе 5. Повышение в обществе стимулов к трудоустройству 6. Повышение уровня информированности и вовлеченности общественности в вопросах занятости 7. Улучшение участия заинтересованных сторон в решении проблем занятости
2. Психическое здоровье и благополучие	1. Снижение потребности в услугах по уходу; повышение уровня уверенности и самостоятельности 2. Улучшение доступа к социальным службам и расширение использования их перечня 3.Повышение целеустремленности и удовлетворенности жизнью	1.Повышение уровня информированности вовлеченности общественности 2. Повышение доступности профилактической поддержки и программ 3. Снижение дискриминации, связанной с психическим здоровьем и улучшение понимания того, как лучше

Продолжение табл.. 4.10

1	2	3
	4. Повышение уверенности и устойчивости перед проблемами; улучшение эмоционального развития и самооценки 5. Понимание и осознание собственного психического здоровья	всего оптимизировать психическое здоровье 4. Повышение качества услуг в области психического здоровья 5. Совершенствование политики и рост инвестиций в улучшение психического здоровья
3. Общественная безопасность и гражданское общество	1. Воздержание от совершения какого-либо правонарушения (повторного ареста, рецидив) 2. Воздержание от совершения какого-либо правонарушения, преступления 3.Улучшение отношения к людям из разных слоев общества 4. Расширение знаний в области права 5. Активное участие в жизни общества	1. Снижение уровня преступности 2. Повышение осведомленности общественности о законе и правах граждан 3. Повышение доступности юридических консультаций 4. Увеличение числа волонтеров 5. Расширение взаимодействия с обществом 6. Повышение уровня информированности общественности
4. Жилье и инфраструктура (коммунальные услуги, транспорт, магазины)	1. Получение льгот на коммунальные услуги и жилищное пособие 2.Своевременная оплата аренды 3. Хорошие отношения с соседями 4. Поддержание чистоты и содержание дома 5. Поддержка во временном размещении 6.Улучшение чувства безопасности и защищенности дома 7.Имеет жилье в надлежащем состоянии (безопасное)	1. Совершенствование политики в сфере жилищного хозяйства 2. Увеличение расходов на жилищное строительство 3. Предоставление качественного доступного жилья 4.Информирование и участие заинтересованных сторон в решении жилищного вопроса 5.Улучшение работы служб экстренной помощи 6. Повышение доступности коммунальных услуг

Продолжение табл. 4.10

1	2	3
	8. Доступ к местным магазинам, транспорту и местам отдыха	
5. Доходы и финансовая доступность	1. Получение соответствующих льгот 2. Увеличение дохода, необходимого для жизни 3.Достижение минимального уровня (прожиточного) жизни 4.Повышение финансовой грамотности 5. Улучшение финансовой самостоятельности и доступа к финансовым продуктам (услугам) и консультациям	1. Совершенствование законодательства, социальной политики 2.Увеличение инвестиций и расходов на социальные цели 3. Улучшение финансового благосостояния 4. Повышение информированности граждан о финансовых инструментах 5. Улучшение равенства в доходах 6. Улучшение доступности и появление справедливых (общедоступных, этически ответственных) финансовых продуктов
6. Охрана окружающей среды	1. Осознание важности окружающей среды и концепции устойчивого развития 2.Снижение личного негативного воздействия на окружающую среду 3.Активное использование (потребление) местной экологической продукции 4.Улучшение доступа к природе (заповедники, парки, водоемы, леса и пр.)	1. Строительство и реконструкция зданий с экологическими целями 2.Сокращение количества отходов и загрязнений окружающей среды 3.Улучшение использования водных ресурсов 4.Органическое земледелие 5.Совершенствование политики и законодательства в сфере защиты окружающей среды 6. Увеличение расходов и инвестиций 7. Изменение поведения людей и осознание важности проблемы на основе информирования общественности об окружающей среде и взаимодействии с ней

Продолжение табл. 4.10

1	2	3
		8.Сохранение природных пространств, природного наследия (дикой природы)
7. Физическое здоровье	1. Использование информации, связанной со здоровьем 2. Положительный опыт получения медицинской помощи 3. Позитивное отношение к собственному физическому здоровью 4. Использование медицинских услуг после эпизодов плохого самочувствия или после травмы 5.Забота о физическом здоровье, поддержание здорового образа жизни 6.Удовлетворение качеством жизни и хорошей поддержкой (уход)	1.Совершенствование политики и законодательства в сфере физического здоровья населения 2. Увеличение расходов и инвестиций 3. Повышение информированности граждан и понимание важности и значимости хорошего здоровья 4. Повышение уровня вовлеченности общественности 5. Высокая продолжительность жизни 6. Здоровое питание населения и соответствующие уровни нагрузки 7. Снижение уровня ожирения, курения, потребления алкоголя, наркомании 8. Повышение безопасности медицинских услуг 9. Повышение качества медицинских и социальных услуг и их эффективности в предотвращении преждевременной смерти людей 10. Повышение доступности профилактической поддержки, программ, к медицинским и социальным услугам

Так, деятельность социальных предприятий в сфере занятости и переподготовки позволит трудоустроить соответствующую категорию (социальную группу), что увеличит количество занятых, сохранит их психическое здоровье, снизит напряженность в обществе, поскольку повысит финансовое благополучие конкретного члена общества и снизит (предотвратит) в последнем уровень преступности. Таким образом, трудоустройство или переподготовка конкретного (определенного) числа людей из социально незащищенных групп можно считать позитивным социальным результатом, который трансформируется (переходит) в качественное изменение жизни общества. Более того, есть и экономический эффект для общества – сокращение расходов на выплату пособий по безработице и материальной помощи гражданам, в связи с истечением установленного периода их выплаты.

Для оценки степени достижения приведенных результатов разработана совокупность количественных и качественных показателей, измерение которых, как указывалось выше, основано на применении шкалы оценки. Заметим, что оценочных шкал может быть несколько, они могут быть ориентированные на измерения степени воздействия (позитивное, негативное); силы воздействия (существенное, умеренное, слабое) и масштаб охвата социальных целевых групп. Следует согласиться с Сергеем Пономаревым, что «все эффекты можно оценивать по бальной шкале, суммировать и объединять в интегральную оценку социального эффекта» [303].

Для измерения показателей, приведенных в матрице результатов (Приложение Ф), целесообразно разработать тесты оценки социальной эффективности социальных предприятий (Приложение Х), причем они формируются и для конкретного индивида, и для общества в целом. Для оценки результатов тестирования (преимущественно представленных качественными показателями) целесообразно применение методики шкалирования, которая разработана и активно используется компанией BigSocietyCapital при оценке заявок социальных предприятий на получение финансирования (высокий уровень – 3 балла; средний уровень – 1 балл; низкий уровень – 0 баллов).

На начальном этапе, в условиях отсутствия рынка преобразующих инвестиций и соответствующих заявок социальных предприятий, данную шкалу возможно успешно экстраполировать на оценку социальной эффективности. Именно она «необходима некоммерческому сектору для разумного распределения кадрового, финансового и политического капитала для создания устойчивых изменений. В конечном счете, более эффективное измерение социальных изменений может значительно увеличить общественный капитал благодаря разработке эффективных стратегий и реализации масштабных социальных инициатив. Кроме того, измерение социальных изменений позволяет определить, какой инструмент работает, а какой нет, и внести коррективы в стратегии и креативные подходы»[31]. Использование данной методики значительно упрощает оценку качественных показателей, которые выступают доказательством создания социальной ценности.

В таблице 4.11 приведен фрагмент тестов оценки социальной эффективности (социальных изменений) социальных предприятий для конкретного индивида. Особенностью измерения и, соответственно, оценки, будет отсутствие конкретного диапазона для ранжирования результатов по той или иной сфере деятельности. Это объясняется тем фактом, что приведенные тесты носят базовый характер, могут изменяться в каждом конкретном случае. Если предприниматель добавит полученные в его конкретном случае, результаты, то соответственно и количество тестов изменится. Это не дает возможность разработать единую вербально-числовую шкалу интерпретации показателей в целом по сфере деятельности социального предпринимателя.

Здесь важно точно определить – какому уровню соответствует социальная эффективность того или иного результата посредством ответа эксперта на тест (высокому, среднему или низкому).

Комплексное представление взаимосвязи сфер приложения социальных предпринимателей, результатов их деятельности, показателей и тестов для измерения индикаторов (показателей), представлено на рис. 4.7.

[31] Показатели эффективности: измерение социальных изменений. Электронный ресурс. Режим доступа: https://socialvalue.ru/wp-content/uploads/2020/02/Pokazateli-effektivnosti.pdf

Таблица 4.11 – Тесты оценки социальной эффективности (социальных изменений) социальных предприятий для конкретного индивида (фрагмент)

Сфера	**Результаты**	**Оценка показателей**		
		Высокий уровень - 3	**Средний уровень- 1**	**Низкий уровень – 0**
1	2	3	4	5
Занятость населения, профессиональная переподготовка	1. Трудоустройство	Сумма дохода существенно превышает пособие	Сумма дохода соответствует величине пособия	Пособие выше величины дохода
	2. Профессиональная переподготовка	Полученная квалификация; весомая положительная разница между доходом и пособием; факт трудоустройства	Полученная квалификация; небольшая разница между доходом и пособием; факт трудоустройства	Отсутствие переподготовки; отсутствие разницы между доходом и пособием; поиск места для трудоустройства
Психическое здоровье и благополучие	1. Снижение потребности в услугах по уходу; повышение уровня уверенности и самостоятельности	Значительное снижение количества обращений за медицинской помощью; значительное снижение уровня зависимости от социальных служб; факты самостоятельного поддерживания психического здоровья и ухода за собой; положительная динамика в развитии навыков самостоятельной жизни	Снижение количества обращений за медицинской помощью; снижение уровня зависимости от социальных служб; самостоятельное поддержание психического здоровья и ухода за собой; развитие навыков самостоятельной жизни	Рост динамики по количеству обращений за медицинской помощью; отсутствие динамики в снижении уровня зависимости от социальных служб; самостоятельно не поддерживается психическое здоровье и уход за собой; нет динамики в развитии навыков самостоятельной жизни

Рисунок 4.7 – Систематизация сфер, результатов, показателей и тестов оценки деятельности социальных предприятий

Следует заметить, что информация, приведенная на данном рисунке, охватывает только результаты и показатели деятельности для оценки влияния на конкретного человека (индивида). Так, для того, чтобы оценить полученные результаты по сфере «психическое здоровье и благополучие» для отдельного человека, необходимо измерить выделенные пять результатов путем расчета соответствующих показателей посредством тестирования. И если субъекты оценки – эксперты поставят низкий балл тому или иному результату, то это будет сигналом для изменения политики предприятия в отношении данного результата. Кроме того, и сам социальный предприниматель сможет оценить полученные им результаты, обратить внимание на проблемные и «узкие» места, продолжить свое развитие.

А потенциальный инвестор, общественность или государственные службы, благодаря сформированным результатам и освещенности их в СМИ различного уровня, смогут оказывать финансовую поддержку успешному (эффективному) социальному предпринимательству, имея уверенность в эффективности вложений, целевом использовании средств, а самое главное – понимании и осознании оказанного воздействия на повышение качества жизни уязвимых и малоимущих граждан. Речь идет о формировании эмоциональных, эмпатийных связей у членов социума с отдельными категориями лиц (социально незащищенных граждан), когда видя реальный (измеренный) результат, человек понимает, что это именно он помог данному человеку, ребенку, семье.

Аналогичная методика оценки характерна и для общества в целом. Измерение охватывает 7 сфер, 48 результатов и показателей деятельности.

Таким образом, в предложенном научно-методическом подходе оценки социального предпринимательства четко прослеживается его ценностно-мировоззренческая доминанта, выступающая основой когнитивно-качественного движения личности, социума, общества к истинным ценностям жизни человека в условиях социально-ориентированной экономики.

ВЫВОДЫ К РАЗДЕЛУ 4

Исследование среды развития социального предпринимательства в Донецкой Народной Республике и изучение проблем организации и методики аналитической оценки деятельности социальных предприятий стало основанием для обобщения и систематизации следующих результатов:

На территории Республики функционируют 32 территориальных центра социального обслуживания (предоставления социальных услуг); 31 отдел по делам семьи и детей; 31 управление труда и социальной защиты населения; **5** центров социальной реабилитации для детей-инвалидов и инвалидов; **2** отделения по социальной реабилитации детей-инвалидов при территориальных центрах социального обслуживания (предоставления социальных услуг); 5 детских социальных центров; 10 стационарных учреждений (дома-интернаты); 1264 социальных работников оказывают социальную помощь и поддержку социально незащищенным группам населения (данные 2020 г.).

Существующая инфраструктура социальной сферы предназначена для оказания государством различного рода социальных услуг и социальной помощи наиболее уязвимым группам населения (социальным целевым группам). При этом, треть территориальных центров социального обслуживания находится в Донецке, 5 центров в Макеевке и 3 учреждения в Горловке, в остальных населенных пунктах по одному территориальному центру. На территории Республики имеется шесть Интернатов для инвалидов (взрослые), в том числе психоневрологические интернаты (по состоянию на 1.06.2017 года в домах-интернатах постоянно проживает 2114 человек, из них – 94% являются инвалидами I и II групп).

В Донецкой Народной Республике за семь лет, начиная с 2014 года, наблюдается рост численности малообеспеченной категории населения. Значительное увеличение отмечается по такой целевой группе, как «получатели

материальной помощи» - с 10,9 тыс. чел. в 2016 году до 223, 8 тыс. человек в 2020 году, или более чем в 20 раз.

Изучение распределения льготных и малообеспеченных слоев населения по городам Республики, позволяет констатировать, что основная масса данных социальных категорий сосредоточена в городе Донецке.

Государство поступательно увеличивает размеры социальных пособий для всех социально незащищенных категорий населения Республики. В 7 раз была повышена социальная помощь на детей одиноким матерям (отцам), в два раза выросла финансовая помощь для детей-сирот, над которыми установлена опека или попечительство и детей, воспитываемых в детских домах, существенно повысилась государственная социальная помощь детям-инвалидам и инвалидам с детства, в три раза выросла помощь малообеспеченным семьям, возросла в 3,5 раза по сравнению с 2015 годом помощь инвалидам и лицам, не имеющим права на пенсию, в два раза увеличилось социальное пособие по уходу за инвалидом вследствие психического расстройства.

В Республике происходит постоянное увеличение размеров финансирования льготных и малообеспеченных слоев населения – в 2020 году было произведено социальных выплат на сумму 5403,9 млн. руб., что более чем в три раза больше по сравнению с 2015 годом.

Количество предприятий, трудоустроивших инвалидов варьирует на протяжении шести лет. Начиная с 2016 года, количество таких предприятий снижается (в 2020 г. – 110 учреждений).

Изучение социальной сферы Донецкой Народной Республики: численности основных категорий целевых групп, субъектов социальной сферы (инфраструктуру), работающих с социально незащищенными целевыми группами, размера их государственной поддержки и социальных выплат, позволяют констатировать, что в Республике имеются все предпосылки для развития социального предпринимательства.

В работе выделены основные его направления: уход, проживание и медико-социальная реабилитация инвалидов, детей-инвалидов; размещение,

уход и проживание одиноких престарелых граждан (пенсионеров); уход и медико-социальная поддержка престарелых граждан на дому; транспортное обслуживание мало мобильных граждан; организация питания малообеспеченных групп населения (в том числе трудоустройство); открытие специализированного магазина для малоимущих и многодетных семей и др.

Обосновано формирование совокупности условий (экономических, политических, социальных, правовых, развития системы духовно-нравственных ценностей), которые создают объективные предпосылки и образуют (выстраивают) основу для реализации ценностно-мировоззренческого подхода в практике построения социального предпринимательства в Республике.

Выделены три основных этапов аналитической оценки деятельности социальных предприятий, а именно: подготовительный этап, основной (аналитический, исследовательский) и заключительный. Предложена определенная последовательность шагов на каждом из этапов, что обеспечивает комплексный, системный обхват аналитическими процедурами в соответствии с четко поставленными целями и задачами и создает необходимые условия для качественной организации анализа на предприятии.

Рассмотрено когнитивное наполнение таких понятий как, социальная (общественная) эффективность, экономическая эффективность, социально-экономическая эффективность, коммерческая эффективность, бюджетная эффективность, социальное влияние, социальная ценность. Акцентировано внимание на социально-экономической эффективности социального предприятия, которая, по мнению автора, представляет собой комплексный показатель отношения социального результата и показателей деятельности к стоимости затраченных (вовлеченных) ресурсов.

Сформированы аналитические процедуры и определены соответствующие результаты на исследовательском этапе оценки: выбор системы показателей, обоснование соответствующего аналитического инструментария и непосредственно реализация аналитических процедур (действий, расчетов).

Обоснована целесообразность создания комбинированной методики (учитывая дихотомию целей социального предпринимательства) измерения социальной отдачи (эффекта и эффективности) на основе синтеза количественных и качественных показателей, которые в полной мере охватывают интересы внешних и внутренних пользователей. Данная методика будет способствовать формированию и развитию ценностных ориентаций у потенциальных предпринимателей, волонтеров, членов социума, решая, тем самым, неохваченные социальные проблемы и вовлекаясь в широкий круг потребностей (нужд), которые «недополучили» многие социально уязвимые группы населения.

Показана значимость отчета о результатах оценки социального предприятия, его роль в повышении качества и эффективности внутриорганизационного менеджмента, проектов (программ), реализуемых на предприятии, привлечении финансовых ресурсов, расширении круга волонтеров и как инструмента мотивации сотрудников. Обязательным условием формирования отчета является представление в нем развернутого результата своей деятельности, достижения цели, миссии. Акцентируется внимание на обязательном размещении отчетов в СМИ, на соответствующих информационных платформах, что будет способствовать правильному морально-нравственному воспитанию членов социума и привитию им детерминант высшей ценности на стыке наук и духовных знаний.

Разработана композиционная модель оценки деятельности социального предприятия, комплексность процесса которой позволяет наглядно продемонстрировать его многоаспектность при формулировании цели, связанной с большим числом пользователей выходной (отчетной) информации; методологические сложности (отсутствие необходимого методического обеспечения, проблемы формирования уникальных систем показателей); препятствия, связанные с финансирования процесса оценки и отсутствие времени на ее проведение (внутриорганизационный проблемы); недостаточность знаний и навыков у субъектов оценки (особенно у внутренних

специалистов); трудность получения точных сведений ввиду специфики социального эффекта (отсроченный эффект); разный фокус оценки (общественная ценность, социальный эффект, удовлетворенность клиента, поведенческие изменения); отсутствие универсальных показателей стоимости социальных результатов.

На основе изучения 39 методик оценки результативности деятельности социальных предприятий доказана необходимость трансформация существующих методик к условиям и реалиям Донецкой Народной Республики. Обосновано применение ситуативно-ориентированного подхода, в основе которого лежит использование методики шкалирования для измерения качественных показателей, грамотный выбор конкретного стейкхолдера и фокусных целевых социальных групп, приоритетность которых обусловлена текущей ситуацией в обществе. В качестве последних предлагается рассматривать лиц с ограниченными возможностями здоровья (инвалидов и детей инвалидов) и малообеспеченных граждан (в том числе пенсионеров).

Обоснована целесообразность использования для измерения результатов деятельности социальных предприятий и выработки единой позиции во всей социальной сфере Республики, модифицированной к специфике ДНР, матрицы результатов BSC. Доказательная база выбора данной методики в рамках ситуативно-ориентированного подхода определена следующими факторами: наглядным отображением (картографированием) результатов; гармонизацией (сочетанием) результатов деятельности для общества и конкретного индивида; охватом ключевыми индикаторами всей деятельности социального предприятия; сочетанием количественных и качественных показателей деятельности предприятия.

Разработана уникальная, модифицированная к социально-экономическим условиям Республики, матрица результатов, в которой определены конкретные результаты деятельности социального предприятия для индивида, общества в целом (социума) и их измерители. Предложено проводить оценивание на основе

разработанных тестов по 37 результатам и (соответственно) показателям для индивида и по 48 результатам и индикаторам для общества.

Основные научные результаты раздела опубликованы в работах [322-330].

РАЗДЕЛ 5 НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАЗВИТИЮ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

5.1 Формирование институциональной среды социального предпринимательства в Донецкой Народной Республике

Развитие социального предпринимательства в Донецкой Народной Республике как альтернативного способа решения имеющихся социальных проблем требует формирования системы соответствующих институтов. Формирование и развитие системы институтов и институциональной среды в этом специфическом сегменте предпринимательской деятельности позволит: во-первых, ликвидировать административно-правовые барьеры для социальных предпринимателей, начинающих свою деятельность; во-вторых, снизить транзакционные издержки социального бизнеса; в-третьих, позиционировать и пропагандировать социальное предпринимательство в обществе; в-четвертых, стимулировать участие гражданского общества в решении социальных, экологических, культурных и т.д. проблем; в-пятых, создать положительный имидж социального предпринимателя и сформировать позитивное отношение к нему в обществе. Согласимся с проф. М.В. Фоминой, что до сих пор «не выявлена совокупность институтов, обеспечивающих его развитие» [331, с. 27].

Исходя из выше сказанного, следующим этапом настоящего исследования является моделирование институциональной среды социального предпринимательства. Для ее достижения поставлены такие задачи:

- обоснование сущности институтов социального предпринимательства;

- выявление формальных и неформальных институтов, непосредственно влияющих на деятельность социальных предприятий;

- анализ факторов, характеризующих формальные и неформальные институты;

- моделирование институциональной среды развития социального предпринимательства в Донецкой Народной Республике.

Первый аспект исследования касается обоснования сущности институтов социального предпринимательства. Само понятие «институт» традиционно рассматривают как форму общественного устройства или совокупность норм права в любой сфере общественных отношений или научное учреждение, занимающиеся исследовательской деятельностью. Роль институтов в обществе сводится к минимизации неопределенности путем регламентации и формирования устойчивого поведения экономических агентов за счет введения ограничений по социальному, экономическому, политическому взаимодействию индивидов [332, с. 267]. Мы склонны рассматривать институты социального предпринимательства как систему законодательно установленных и устойчивых правил и норм, регламентирующую взаимодействие между отдельными экономическими агентами, осуществляющими деятельность по созданию и потреблению социальной и экономической ценности на основе оптимального перераспределения социальных функций и обязанностей между государством и предпринимателем. При этом, под институциональной политикой понимаем – действия государства, направленные на формирование новых или трансформацию существующих правовых, финансовых, политических, социальных и др. институтов, влияющих на развитие социально-экономической системы общества.

Анализ мирового опыта организации и развития социального предпринимательства свидетельствует, что этот вид деятельности функционирует в рамках формальной и неформальной институциональной среды. Первая – установленные законодательные нормы, на основе которых реализуется социальная функция государства; вторая – совокупность культурных и нравственных ценностей общества.

Выделяют три разновидности социальных институтов: регулятивные, поддерживающие и культурно когнитивные [333]. Регулятивные институты относятся к формальной институциональной среде; поддерживающие – частично

регламентируют, а, в большей степени, стимулируют те или иные действия экономических агентов; культурно-когнитивные институты представляют собой совокупность норм и правил, созданных самими индивидами, они относятся к неформальной сфере.

Представляется, что данный подход правомерно применить при анализе сущности и значимости институтов развития социального предпринимательства (рис. 5.1).

Рисунок 5.1 – Институты и институциональная среда развития социального предпринимательства

Институциональная среда развития социального предпринимательства делится на формальную и неформальную и включает регуляторные, поддерживающие и культурно-когнитивные институты.

К институтам регулятивной среды традиционно относят: институт частной собственности, институт социального обеспечения, институты налогообложения и противодействия коррупции.

Наиболее важной, с точки зрения влияния на развитие социального предпринимательства, по нашему мнению, является именно регулятивная среда, т.к. именно она в условиях хаотичности и нестабильности экономического развития формирует правовой базис, который не только регулирует деятельность отдельных экономических агентов, но и обеспечивает их защиту. Согласно результатам отдельных исследований, предпринимательская деятельность в социальной сфере более эффективна в той институциональной среде, которая базируется на сильной правовой системе. Так, конституционно гарантированное право частной собственности предполагает наличие эффективных ограничений на действия исполнительных органов власти, что снижает риски потерь социальных предпринимателей в результате экспроприации. Таким образом, институт частной собственности способствует развитию индивидуального предпринимательства, в том числе и в социальной сфере.

Значимость института социального обеспечения определяется глубиной «провалов государства» и «провалов рынка», которые способствуют формированию институциональных пустот [334, с. 45-57]. Согласно концепции «институциональных пустот», незначительный уровень участия государства в решении социальных проблем общества стимулирует рост потребности в социальных предпринимателях, т.е. социальные предприятия появляются в тех сферах, где государство и рынок не могут по каким-то причинам удовлетворить социальные потребности. Таким образом, сильные институты социального обеспечения способствуют удовлетворению социальных потребностей на государственном уровне, а недостаточно развитые – стимулируют развитие социального предпринимательства.

Налогообложение всегда накладывает определенные ограничения на деятельность предпринимателя, т.к. по сути, налоги способствуют росту издержек. Институт налогообложения ориентированный на стимулирование развития социального предпринимательства должен оперировать не только «налогами и сборами», а и «дотациями». При введении дополнительных налогов или повышении их ставок стимулы к развитию социального предпринимательства снижаются. Применение системы гибкого налогообложения и дотаций – важное условие развития социального предпринимательства.

Коррумпированность властных структур и государственного аппарата управления ведет к нерациональному использованию экономических ресурсов, снижению эффективности, результативности, конкурентоспособности предприятий, падению уровня доходов государства, спаду производительности труда, снижению уровня занятости и росту безработицы, падению уровня инновационного развития, т.е. к депрессионному или кризисному состоянию национальной экономики. Отдельные ученые считают, что «богатые» страны менее коррумпированы, чем развивающиеся и трансформационные [335, с. 457], что достаточно спорно. Но как бы ни было, наличие коррупции формирует институциональную коррупционную ловушку, т.е. систему барьеров, препятствующих развитию не только социального предпринимательства, но и экономики в целом. Формирование института противодействия коррупции призвано нейтрализовать эти барьеры.

Институты поддерживающей среды призваны формировать механизмы и модели поведения предпринимателей на основе культуры и практики функционирования общественных социальных структур. Фактически, поддерживающая институциональная среда формирует основную направленность деятельности социальных предпринимателей посредством систематизации и обобщения норм предпринимательского поведения [336, с. 340-360]. Считаем, что поддерживающие институты формируются одновременно в рамках и формальной и неформальной институциональных

структур, в отличии от регулятивных – исключительно формальных, а также культурно-когнитивных – неформальных. К поддерживающим институтам социального предпринимательства относятся: институты кредитования и заимствования; экономического развития; образования; религиозные организации.

Институты кредитования и заимствования являются важнейшим элементом организации социального предпринимательства (см. п. 2.3.). Особенно актуальной проблематика привлечения финансовых ресурсов становится в условиях трансформационных экономик, которые испытывают дефицит ресурсов и характеризуются слабым уровнем поддержки со стороны формальных институтов (государства). Влияние этого института на развитие социального предпринимательства можно сформулировать таким образом: наличие «сильной рыночной логики» способствует притоку коммерческих и государственных инвестиций в социальную сферу, ее отсутствие приводит к сокращению притока капитала [337, с. 650-660].

Влияние институтов экономического развития на социальное предпринимательство традиционно связывают с такими факторами: уровень национального богатства страны, конкурентоспособность национальной экономики, показатель ВВП, эффективность распределения экономических ресурсов, национальный уровень сбережений и т.д. В условиях трансформационных экономик, к которым условно можно отнести и экономику ДНР, невозможно отследить причинно-следственных связей между показателями экономического развития и уровнем социально ориентированной деятельности. На наш взгляд, главными факторами, влияющими на развитие социального бизнеса, являются: уровень социально-экономического развития общества и наличие институциональной среды социального предпринимательства. Чем ниже уровень социального развития общества, тем больше потребность в социальных предпринимателях, и наоборот. Но, чем меньше развита институциональная среда, тем меньше возможностей для формирования и развития социального бизнеса.

В научной среде признается влияние уровня образования на развитие социального предпринимательства, но единое мнение относительно его механизма отсутствует. Вместе с тем, все исследователи данной проблематики сходятся в одном – чем большим объемом общих и специфических знаний обладает предприниматель, тем эффективнее развивается его бизнес [338, 339].

Роль религии в жизни общества в целом, а особенно в процессе социально-экономического развития государства не является приоритетом в научных исследованиях. Многие социальные проблемы общества, на самом деле, уходят своими корнями в религиозные особенности и различия, препятствующие формированию полноценных межгрупповых коммуникаций. Считается, что именно религиозные институты, выступая в роли бизнес-инкубаторов, предоставляющих капитал, могут оказывать значительное влияние на развитие социального предпринимательства [340, с. 275 - 280].

К группе институтов культурно-когнитивной институциональной среды, в рамках проводимого исследования, отнесены: институт культурных и социальных ценностей, институт гендерных отношений, институт развития социального капитала. Данные институты считаются наиболее устойчивыми и призваны формировать правила и нормы взаимодействия между группами индивидов, влиять на направления государственной экономической политики в сфере содействия развитию социального предпринимательства.

Значимость института культурных и социальных ценностей трудно переоценить, потому что именно он является основой разработки и реализации стратегий эффективного развития социального предпринимательства. Данный тезис обусловлен тем фактом, что, во-первых, социально-культурные нормы формируют мотивацию предпринимателей к социально ориентированной деятельности; во-вторых, определяя правила взаимодействия отдельных групп индивидов, снижают транзакционные издержки социального бизнеса.

Важность института гендерных отношений как фактора развития социального предпринимательства исследуются относительно недавно [341, с. 387 – 406]. Сущность их сводится к тому, что женщины более социально

ответственны, чем мужчины, поэтому, стремясь к финансовому благополучию, они не руководствуются исключительно рыночными подходами, а акцентируются на осуществлении социальной миссии.

Институты развития социального капитала призваны минимизировать транзакционные издержки общества в процессе обмена информационными ресурсами. Поскольку социальный капитал формируется за счет устойчивых национально-культурных особенностей и специфических черт общества и имеет политическую «окраску», возникает своеобразная система взаимосвязей: с одной стороны – уровень развития социального капитала в рамках национальной экономики предопределяет уровень развития предпринимательства в целом, а с другой – уровень развития социального предпринимательства является отражением степени развитости социального и общественного капитала на национальной уровне. Таким образом, социальные предприниматели, являясь фундаментом формирования социального капитала, способствуют развитию национального предпринимательства и экономическому росту в целом.

Проведенное исследование институциональной среды социального предпринимательства позволяет сделать следующие выводы:

1 – теоретически институты социального предпринимательства исследованы фрагментарно;

2 – функционирование отдельных институтов социального предпринимательства не взаимосвязаны, а их функционирование сводится к использованию отдельных инструментов развития социального предпринимательства (например, влияние формальных институтов на социальных предпринимателей, привлечение ресурсов в социальное предпринимательство, попытка популяризации социальной ответственности бизнеса);

3 – отсутствует парадигма комплексного целостного развития институциональной среды социального предпринимательства, основанная на синхронном и однонаправленном функционировании регуляторных, поддерживающих и культурно-когнитивных институтов.

Считаем, что парадигма развития институциональной среды социального предпринимательства, исходя из используемого методологического подхода, должна формироваться на базе ценностно-мировоззренческого института социального предпринимательства, целью функционирования которого, является определение ценностных ориентиров развития общества (рис. 5.2).

Рисунок 5.2 – Парадигма развития институциональной среды социального предпринимательства

При этом, ценностно-мировоззренческий институт социального предпринимательства должен иметь следующие характерные признаки:

1 – устойчивость (четкое определение политики относительно стратегии развития социального предпринимательства);

2 – социальный характер (функционирование институтов регламентируется правилами социального межгруппового взаимодействия);

3 – преемственность (функционирование институтов предопределяется опытом предшествующего развития);

4 – трансформативность (качество этих институтов предопределяет результаты функционирования и развития институтов регулятивной и поддерживающей институциональной среды);

5 – эмерджентность (любая экономическая система имеет открытый характер и является субъектом управления по отношению к внутренней среде, и объектом по отношению к внешней. При этом эндогенные факторы формируют синергетические, а экзогенные – эмерджентные свойства системы.

Качественной характеристикой системы, как единого целого, в значительной степени являются эмерджентные свойства, которые не присущи ее отдельным элементам, а возникают благодаря их объединению. Под эмерджентностью (целостностью) будем понимать наличие у системы таких свойств, которые не присущи ни одному из отдельных элементов, взятых отдельно вне системы. Источником таких свойств является институциональная структура системы: при разных структурах у систем, образующихся из одинаковых элементов, возникают разные свойства.

Отметим, что под парадигмой мы понимаем – совокупность основополагающих предпосылок, методологию исследования, а также комплексные представления о способах решения поставленной проблемы. Исходя из этого, формирование парадигмы развития институциональной среды социального предпринимательства предполагает разработку стратегии, которая, по нашему мнению, должна базироваться на реализации трех последовательных этапов:

1 - формирование законодательной базы, регламентирующей деятельность социальных предпринимателей;

2 – разработка мер по инфраструктурной поддержке социальных предпринимателей;

3 – развитие институтов социального инвестирования.

Необходимость формирования законодательной базы, регламентирующей деятельность социальных предпринимателей, связана с тем, что именно предпринимательство наиболее чувствительно к ее изменениям.

По данным мониторинга предпринимательства в России, выделяют следующие негативные факторы его развития: низкая эффективность госпрограмм поддержки; высокий уровень бюрократии; неэффективность политики господдержки предпринимателей; отсутствие или затрудненный доступ к финансовым ресурсам; процедурная сложность во внедрении инноваций; высокие барьеры для входа на рынок [342, с. 55].

Если говорить о социальном предпринимательстве, то кроме перечисленных, главным негативным фактором является отсутствие законодательной основы этого вида бизнеса. Поэтому в рамках реализации указанной стратегии необходимо: во-первых, создание институциональной государственной структуры, ответственной за развитие социального предпринимательства; во-вторых, разработка комплекса мероприятий по государственной поддержке и легитимации социального предпринимательства.

Инфраструктурная поддержка социального предпринимательства предполагает выделение и развитие институтов социального предпринимательства.

К основным задачам инфраструктурной поддержки можно отнести: увеличение количества коммерческих и некоммерческих предприятий на рынке услуг социальной сферы; ликвидация дефицита социальных услуг и повышение их качества; стимулирование развития коммерческих и некоммерческих предприятий в сфере социального предпринимательства; разработка механизмов государственно-частного партнёрства в социальной сфере.

Развитие институтов социального инвестирования предполагает организацию специализированного фонда, выполняющего следующие функции:

формирование базы и инфраструктуры социальных инноваций; развитие социального капитала и кадрового потенциала; стимулирование социальной ответственности бизнеса; популяризация идеологии социального предпринимательства, социальной ответственности и социального инвестирования.

С целью реализации представленной парадигмы в Донецкой Народной Республике, в работе разработана модель процесса развития институциональной среды социального предпринимательства. Она выполняет роль своеобразной дорожной карты и предполагает следующую последовательность действий:

1) Создание институциональной государственной структуры.
2) Формирование законодательной базы социального предпринимательства.
3) Разработка комплекса мероприятий по поддержке социального предпринимательства.
4) Создание центра инноваций в социальной сфере.
5) Оценка динамики контрольных показателей реализации мероприятий (рис. 5.3).

Остановимся на каждом этапе подробно. Итак, создание институциональной государственной структуры предполагает четкую классификацию потребностей социального предпринимателя и закрепление функций по его поддержке в разрезе государственных структур, регламентирующих их деятельность (табл. 5.1).

При этом, в качестве критериев такой классификации выбраны: поддержка социального предпринимательства; создание условий для развития социального предпринимательства; исследование проблем социального предпринимательства; защита интересов социальных предпринимателей; создание положительного имиджа социального предпринимателя.

Рисунок 5.3 – Модель процесса развития институциональной среды социального предпринимательства в Донецкой Народной Республике» *(авторская разработка)*

Таблица 5.1 – Институциональная государственная структура социального предпринимательства *(авторская разработка)*

№	Потребность	Государственная структура	Результат
1	Поддержка социального предпринимательства	Фонд поддержки социального предпринимательства	Создание положительного имиджа социального предпринимателя, участие в разработке законодательных актов, касающихся деятельности социальных предпринимателей, защита в государственных органах власти, расширение взаимодействия власти и бизнеса, научно-методическое обеспечение социально ориентированной деятельности
2	Создание условий для развития социального предпринимательства	Законотворческие структуры, представленные органами власти (Министерство экономического развития, Комитет по экономической политике и предпринимательству)	Законодательное закрепление сущности, принципов и особенностей социального предпринимательства, разработка перечня общественно полезных услуг
3	Исследование проблем социального предпринимательства	Институт экономических исследований	Выявление рисков и проблем в развитии социального предпринимательства
4	Защита интересов социальных предпринимателей	Общественные организации, Торгово-промышленная палата	Правовая, информационная, отраслевая поддержка, лоббирование интересов социального бизнеса, проведение съездов и конференций
5	Создание положительного имиджа социального предпринимателя	СМИ, социальные сети	Реклама, освещение и распространение передового опыта социального предпринимательства, отчеты о реализации социальных проектов

Формирование законодательной базы социального предпринимательства должно быть ориентировано на закрепление отличительных особенностей социального предпринимательства, с одной стороны и на адаптацию действующих законов к особенностям социального предпринимательства, с ругой стороны (табл. 5.2 и табл. 5.3).

Примерный перечень общественно полезных услуг[32]:

1. Предоставление социального обслуживания в форме «на дому».

2. Предоставление социального обслуживания в стационарной форме.

3. Предоставление социального обслуживания в полустационарной форме.

4. Социально-трудовые услуги, направленные на оказание содействия в вопросах трудоустройства и в решении вопросов, связанных с трудовой адаптацией молодежи, матерей с детьми, инвалидов, граждан пожилого возраста, лиц, освободившихся из мест лишения свободы.

Таблица 5.2 – Законодательное обеспечение социального предпринимательства

№	Отличительный признак	Содержание
1	Легитимация понятия “социальное предпринимательство” в правовом поле	Закон «О развитии социального предпринимательства» должен содержать четкие формулировки, приведенные в соответствие с Трудовым кодексом, но при этом ужесточает критерии отнесения бизнеса к категории «социального предпринимательства». К числу таких критериев могут быть отнесены: социальная миссия; предпринимательский подход; новаторство в решении социальной проблемы; тиражируемость; самоокупаемость и финансовая устойчивость.
2	Правовое обоснование понятий «социальное предпринимательств	Разграничение этих понятий определяет принципы оказания господдержки социальным предпринимателям, например, оговаривает возможность льготной аренды государственного и

[32] составлен по аналогии с перечнем, утвержденным Федеральным законом «О некоммерческих организациях» от 12.01.1996 N 7 ФЗ

Продолжение табл. 5.1

	о», «социальные услуги» и «социально ориентированная деятельность»	муниципального имущества, доступа к банкам франшиз и образовательным программам.
3	Оказание юридической поддержки социально ориентированным некоммерческим организациям	Органы исполнительной власти и местные администрации, оказывающие поддержку социально ориентированным некоммерческим организациям, должны формировать и вести реестры социально ориентированных некоммерческих организаций – получателей поддержки.
4	Законодательное закрепление перечня услуг, имеющих общественно полезную значимость	Под исполнителем общественно полезных услуг понимается социально ориентированная некоммерческая организация, которая на протяжении одного года и более оказывает общественно полезные услуги надлежащего качества, не является некоммерческой организацией, выполняющей функции иностранного агента. Данный перечень должен утверждаться Правительством ДНР.

Таблица 5.3 – Адаптация законодательной базы ДНР к особенностям социального предпринимательства

№	Признак	Наименование закона, регламентирующего предпринимательскую деятельность
1	Свобода деятельности	О развитии малого и среднего предпринимательства, О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, О несостоятельности (банкротстве)
2	Конкуренция	О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках
3	Производство	О лицензировании, Об акционерных обществах, Об обществах с ограниченной ответственностью, Об общественных объединениях
4	Обмен	О техническом регулировании, О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц

5. Услуги, предусматривающие реабилитацию и социальную адаптацию инвалидов, социальное сопровождение семей, воспитывающих детей с ограниченными возможностями здоровья.

6. Услуги по оказанию социальной помощи детям, инвалидам, гражданам пожилого возраста, лицам, находящимся в трудной жизненной ситуации, в том числе пострадавшим в результате стихийных бедствий, экологических, техногенных или иных катастроф, социальных, национальных, религиозных конфликтов, беженцам и вынужденным переселенцам, а также по их социальному сопровождению.

7. Участие в деятельности по профилактике безнадзорности и правонарушений несовершеннолетних.

8. Услуги по профилактике социального сиротства, включая психолого-педагогическое и социальное сопровождение семей для предотвращения отказа от новорожденного ребенка, сокращения случаев лишения родительских прав в части консультативной, психологической, педагогической, юридической, социальной и иной помощи родителям детей и профилактики отказа родителей от воспитания своих детей, ограничения их в родительских правах, лишения их родительских прав, а также в целях обеспечения возможности восстановления родителей в родительских правах или отмены ограничения родительских прав.

9. Услуги, направленные на социальную адаптацию и семейное устройство детей, оставшихся без попечения родителей.

10. Оказание помощи семье в воспитании детей.

11.Услуги по организации отдыха и оздоровления детей, в том числе детей с ограниченными возможностями здоровья и детей, находящихся в трудной жизненной ситуации, в том числе организация деятельности специализированных (профильных) лагерей.

12.Услуги в сфере дошкольного и общего образования, дополнительного образования детей.

13.Услуги по психолого-педагогическому консультированию, медицинской и социальной помощи обучающимся, испытывающим трудности в

освоении основных общеобразовательных программ, развитии и социальной адаптации.

14.Услуги в сфере дополнительного образования граждан пожилого возраста и инвалидов, в том числе услуги обучения навыкам компьютерной грамотности.

15.Услуги в сфере дополнительного образования сотрудников и добровольцев социально ориентированных некоммерческих организаций (в том числе проведение консультативных и просветительских мероприятий), направленного на повышение качества предоставления услуг такими организациями.

16.Услуги по профилактике социально значимых заболеваний, курения, алкоголизма, наркомании, включая просвещение и информирование граждан о факторах риска для их здоровья, формирование мотивации к ведению здорового образа жизни.

17.Услуги, предусматривающие медико-социальное сопровождение лиц, страдающих тяжелыми заболеваниями, и лиц, нуждающихся в медицинской паллиативной помощи, включая организацию оказания медицинской паллиативной помощи и содействие в ее получении.

18.Услуги, направленные на медико-социальную реабилитацию лиц с алкогольной, наркотической или иной токсической зависимостью.

19.Услуги в области физической культуры и массового спорта.

20.Услуги по сбору, обобщению и анализу информации о качестве оказания услуг организациями культуры, социального обслуживания, медицинскими организациями и организациями, осуществляющими образовательную деятельность, в части популяризации системы независимой оценки качества оказания услуг организациями в сфере культуры, социального обслуживания, охраны здоровья и образования и возможности участия в ней потребителей услуг, вовлечение граждан в независимую оценку.

21. Деятельность по оказанию услуг, направленных на развитие межнационального сотрудничества, сохранение и защиту самобытности,

культуры, языков и традиций, социальную и культурную адаптацию и интеграцию мигрантов.

Разработка комплекса мероприятий по поддержке социального предпринимательства включает в себя ряд мероприятий с конкретным описанием предполагаемого результата их реализации (табл. 5.4)

Таблица 5.4 – Мероприятия по поддержке социального предпринимательства

№	Мероприятие	Результат
1	Законодательное оформление социального предпринимательства	Разработка и принятие основного закона и внесение изменений и дополнений в законы, регламентирующие предпринимательскую деятельность.
2	Создание механизмов государственной поддержки развития социального предпринимательства	Развитие социального предпринимательства, расширение масштабов социальной деятельности
3	Подготовка и реализация информационной программы по поддержке социального предпринимательства	Повышение престижности социального предпринимательства
4	Разработка плана мероприятий по информационной поддержке деятельности социального предпринимателя	Правовая, информационная, отраслевая поддержка, лоббирование интересов социального предпринимателя, проведение съездов и конференций

Создание центра инноваций в социальной сфере ориентировано на решение актуальных проблем социального предпринимателя, посредством активной популяризации социальных проектов и инноваций, формирования структуры (общественной организации) по поддержке развития социального предпринимательства; обучения и повышения квалификации социальных предпринимателей; создания эффективных коммуникаций и информационной поддержки (посредством цифровой платформы) (табл. 5.5.).

Таблица 5.5 – Основные задачи центра инноваций и их характеристика

№	Задача	Характеристика результата
1	Популяризация социальных проектов	Подготовка и реализация информационной программы по поддержке социального предпринимательства и продвижению социально значимых проектов
2	Создание Союза социальных предпринимателей (центра социальных инициатив и новаций)	Аккумулирование данных по социальным проектам и социальным предпринимателям с целью их поддержки и распространения наиболее эффективного опыта и лучших практик
3	Обучение и повышение квалификации социальных предпринимателей	Проведение образовательных программ, направленных на подготовку социальных проектов и разработку бизнес-планов социального предпринимательства
4	Создание эффективных коммуникаций	Проведение съездов и конференций для обмена опытом в сфере социального предпринимательства
5	Информационная поддержка	Консультационное, информационное, аналитическое сопровождение деятельности социальных предпринимателей
6	Поддержка развития социального предпринимательства	Создание институтов и инструментов поддержки социального предпринимательства (включая полное ресурсное обеспечение).

Оценка динамики контрольных показателей реализации всех мероприятий, представленных в формализованной модели (рис. 5.3), должна осуществятся ежегодно на основе сравнения плановых и реально достигнутых значений показателей и определения темпов прироста по каждому из них. Для осуществления контроля целесообразно использовать такие показатели:

1 – количество зарегистрированных социальных предпринимателей либо лиц, оказывающих социально значимые услуги;

2 – количество региональных программ поддержки социального предпринимательства;

3 – количество негосударственных организаций, осуществляющих социальные проекты (в целом и по отраслям);

4 – количество учреждений социального обслуживания (всего и по формам собственности).

Реализация разработанной модели и всех ее мероприятий, позволит создать институциональную структуру социального предпринимательства и обеспечить его эффективное развитие в Донецкой Народной Республике. Особое внимание при этом должно отводиться вопросам внедрения новых информационно-коммуникационных технологий, созданию сайтов и цифровых платформ.

5.2 Социальные предприятия в дискурсе единой информационной платформы

Развитие социального предпринимательства в эпоху доминирующего сегодня технологического уклада предполагает активное привлечение информационных технологий на всех этапах, сопровождающих создание, функционирование, оценку деятельности социальных предприятий. Проникновение цифровых стратегий и цифровых коммуникаций, инноваций и облачных технологий во все сферы жизнедеятельности человека и бизнеса, актуализируют вопросы создания цифровых платформ в некоммерческом секторе. Более того, этот процесс (процесс создания платформ) постепенно захватывает все больше областей и сфер деятельности социальных предприятий во всем мире, он приобретает глобальный характер.

Следует заметить, что без формирования информационной цифровой платформы невозможно в настоящее время эффективно развивать социальное предпринимательство в любой стране. Современные технологии позволяют не только значительно расширить возможности для финансовой поддержки социальных предпринимателей (их инновационных проектов, стартапов), но и содействуют объединению усилий всех стейкхолдеров (государства и частного бизнеса, в первую очередь), повышают информированность общественности о целевом назначении и успехах социального предпринимательства, улучшают

качество оказываемых (предоставляемых) социальных услуг, способствуют повышению конкурентоспособности социальных предприятий и усилению оказываемого ими социального воздействия (эффекта).

Таким образом, цифровая трансформация социального предпринимательства – «это не только внедрение новых технологий (искусственный интеллект, блокчейн, анализ данных, интернет вещей), но и глубокое комплексное преобразование продуктов и услуг, структуры организации, стратегии ее развития, организационной культуры, работы с донорами, клиентами-благополучателями» [343, с.52].

Если рассматривать цифровые платформы как оптимальный способ коммуникации участников бизнес-сообщества, то более эффективного средства для сбора средств на социальные цели сложно представить. Online-взаимодействие рассматривается как неотъемлемая часть функционирования современного социального предприятия, предоставляющее уникально новые возможности. По данным Global NGO Technology Report 2018, подавляющее большинство НКО в мире располагает официальным сайтом (92%), из которых 87% обладают версиями для мобильных телефонов. Более половины НКО используют в качестве инструмента коммуникации электронную почту; 63% — регулярно отправляют обращения с просьбами по сбору средств благотворителям. Среднее число корреспондентов электронной почты: для малых НКО — 7357, средних — 28 932 и крупных — 63 048. Потенциал социальных сетей в качестве инструмента коммуникации признают во всем мире и с каждым годом их роль только увеличивается. Для НКО социальные сети, или, как еще их часто называют, «социальные медиа» представляют широкий спектр возможностей, начиная от поиска волонтеров и заканчивая сбором необходимых ресурсов для проектов. По данным все того же исследования Global NGO Technology Report 2018 выделяются три самые распространенные платформы социальных сетей используемые НКО в мире: это Facebook (93%), профили Twitter (77%) и каналы YouTube (57%) (Global NGO Technology Report, 2018) [344].

Следовательно, говоря о развитии и эффективном функционировании впоследствии, социального предпринимательства в Донецкой Народной Республике необходимо акцентировать внимание на создании, в первую очередь, цифровой платформы как технической основы для реализации различных технологических решений, начиная со сбора информации и заканчивая предоставлением инструментария для аналитики и визуализации различных направлений деятельности социальных предпринимателей. При этом в фокусе цифровизации должны находиться все стейкхолдеры социальных предприятий (предпринимателей). То есть необходимо применение платформенного решения как системы (комплекса) сервисов и сайтов всех акторов и участников социального бизнеса.

Если обратиться к международной практике цифровизации в предпринимательстве, то речь, в первую очередь, пойдет о WEB-сайтах социального предпринимательства, разработанных и успешно функционирующих в Европейских странах. Благодаря их наличию международные благотворительные фонды, крупные корпорации активно участвуют в поддержке и развитии социального предпринимательства, формируя эффективно функционирующие международные совместные социальные предприятия.

С целью формирования авторского видения развития социального предпринимательства в Республике, остановимся более детально на вопросах цифровизации отдельных стран. Принимая во внимание то факт, что «наиболее успешно социальное предпринимательство реализуется в Великобритании, Германии и Нидерландах» [22, с. 86], выделим особенности использования информационных технологий в практике социального предпринимательства этих стран.

WEB-сайт социального предпринимательства Нидерландов (Приложение Ц) обладает большим массивом, как теоретической, так и практической информации о проблематике социального предпринимательства. Он содержит детальное описание всех нюансов и преимуществ работы социальных

предпринимателей. Особо выделяется детализированный обзор влияния социального предпринимательства на экономику и общество. Описываются конкретные шаги помощи и поддержки для социальных предприятий. Визуально выделены ссылки, отвечающие за членство в организации и предложения товаров и услуг от социальных предприятий, которые пользователь может приобрести, чтобы поддержать социальный бизнес.

Как показал детальный анализ содержимого сайта социального предпринимательства Германии (Приложение Ш), то следует отметить его простоту и лаконичность. Создатели сайта не рассматривают теоретические аспекты социального предпринимательства, как, например в Нидерландах. Общественность хорошо информирована о роли и функциях социальных предпринимателей, поэтому значительная часть сайта отведена тем, кто намеревается организовать предприятие или стать членом команды социальных предпринимателей, или получить финансовую поддержку на создание и развитие.

На WEB-сайте, посвященном социальному предпринимательству Великобритании (Приложение Щ) главное место отведено общей информации об организации социальных предпринимателей, консультациям по различным вопросам, мотивирующей информации об участии в проводимой организацией и спонсорами программе по распределению 1 млрд. фунтов среди социальных предприятий-членов данной организации, а также информированию о всех нюансах членства в организации. Значительное внимание уделяется социальной ценности и политической вовлеченности в функционирование социальных предприятий.

На сайте польского социального предпринимательства (Приложение Э) можно ознакомиться с последними новостями и изменениями в области социального предпринимательства. По сути, сайт оформлен как новостной, что подтверждается и наличием многочисленных видео. Также на сайте находится карта с обозначенными социальными предприятиями, переживающими критическую ситуацию из-за пандемии.

Кроме сайта социального предпринимательства в Польше есть сайт фонда общественно-экономических инициатив (Приложение Ю). Он содержит достаточно большой объем информации в рамках осуществляемых программ поддержки социального предпринимательства. Данный фонд, как показал анализ сайта, имеет довольно обширную сеть и имеет отдельные мини-сайты для своих программ, на которых имеется более подробная информация о проводимых программах. Исходя из детального исследования сайта, становятся понятны масштабы деятельности данной организации, поддерживающей социальное предпринимательство. Судя по количеству проводимых программ и размаху деятельности социальное предпринимательство в Польше можно назвать довольно развитым, о чем в свою очередь, упоминалось в обзоре социального предпринимательства Польши (раздел 3).

Сайт словацкого предпринимательства (Приложение Я) не изобилует многочисленными картинками и графикой, не интерактивен, что ухудшает навигацию по сайту. С другой стороны, небольшое количество этих ссылок значительно упрощает работу с информацией. На сайте находится краткое описание социального предприятия и ссылка, переход по которой позволяет зарегистрировать своё социальное предприятие. Регистрация происходит путём заполнения пользователем формуляра, в котором указывается все данные о социальном предприятии (местонахождение, название, контакты, вид деятельности, оборот, целевая группа клиентов), приводится описание товаров и услуг, которые оно предлагает. Кроме того, заполняется мотивационное письмо, в котором описывается, почему нужно покупать продукцию именно у этого социального предприятия.

Следует отметить прикладной характер сайта, который заключается в возможности быстрой и доступной регистрации своего социального предприятия. Размещенная информация переадресовывается потенциальным потребителям: профиль фирмы размещается на подобных веб-ресурсах для ознакомления общественности, что в последствии будет выступать в роли рекламы.

Сайт Чешского социального предпринимательства (Приложение АА) содержит новости, статьи и тематические информационные видео, перечень и профиль экспертов, которые оказывают помощь по различным вопросам, ссылки и информацию о прошедших и актуальных программах. На сайте приведена большая интерактивная карта страны с расположенными на ней территориальными метками местонахождения всех зарегистрированных социальных предприятий, и информацией об основной их деятельности. Прикладной характер сайта сводится к получению новой полезной информации о проблематике социального предпринимательства в Чехии, а также доступностью связи (телефон, электронная почта) с экспертом-консультантом в желаемой области.

На основе проведенного исследования опыта работы европейских НКО в цифровой среде, становится очевидным, что сайт социального предпринимательства представляет собой уникальную информационную площадку, которая выполняет важнейшие социальные функции:

1. Оказывает различные виды помощи и поддержки социальным предпринимателям, социально-незащищенным категориям населения посредством он-лайн консультаций;

2. Способствует соединению тех, кто нуждается в помощи и тех, кто эту помощь может оказать.

Таким образом, экстраполируя опыт стран ЕС, можно констатировать, что для результативного продвижения парадигмы социального предпринимательства в Донецкой Народной Республике, объективно очевидным становится необходимость технологического решения целого ряда проблем социальных предпринимателей посредством разработки WEB-сайта «Социальное предпринимательство Донецкой Народной Республики».

Именно сайт, в соответствии с моделью процесса (рис.5.3), будет способствовать эффективному функционированию центра инициатив и инноваций в социальной сфере, который институционально будет представлен

Союзом социальных предпринимателей ДНР. В его функции, на наш взгляд, должны входить:

- информационно-образовательная и разъяснительная работа по популяризации роли социального предпринимательства в обществе;

- оказание консультационной и организационно-методической помощи в создании предприятия (социального стартапа);

- координационная связь с органами государственной власти;

- лоббирование интересов социальных предпринимателей при разработке законопроектов, формировании государственных проектов и программ поддержки предпринимательства;

- поиск программ финансирования: международных грантов, Фондов.

Перечисленные функции (большинство из них) будут реализованы посредством разработанного автором проекта WEB-сайта «Социальное предпринимательство Донецкой народной Республики» (Приложение АБ).

Принимая во внимание, что «основу любого гражданского общества составляют различные общественные объединения» [345, с. 209], для эффективного функционирования Союза социальных предпринимателей, как общественной организации, необходим Устав. В Приложении АВ представлен разработанный автором проект Устава Союза социальных предпринимателей Донецкой Народной Республики, в котором в восьми разделах приведены основополагающие вопросы функционирования данной общественной организации (объединения). Кроме того в Приложении АГ представлен Формуляр для вступления в члены Союза.

Как общественная организация, Союз социальных предпринимателей, должен иметь соответствующую структуру (рис 5.4, Приложение АД). Следует отметить, что эксперты организации предоставляют высококачественные консультации по любым вопросам, которые связаны с социальным предпринимательством в пределах своих компетенций (табл. 5.6).

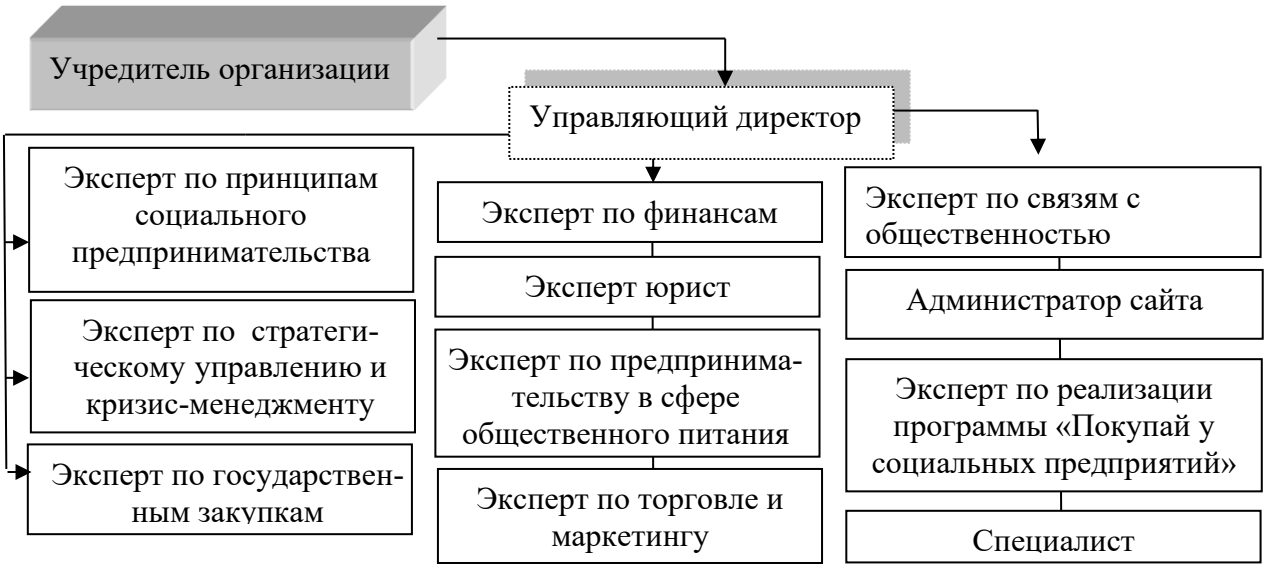


Рисунок 5.4 – Структура Союза социальных предпринимателей Донецкой народной Республики *(авторская разработка)*

Данные консультации предоставляются заинтересованным лицам абсолютно бесплатно в рамках информационно-образовательной кампании, проводимой «Союзом социальных предприятий ДНР». Обслуживание сайта его администратором, которое осуществляется на базе цифровых платформ, как технологий нового информационно-коммуникационного взаимодействия участников, требует разработки соответствующей Концепции создания единой цифровой платформы социального предпринимательства Донецкой Народной Республики (Приложение АЕ).

Она разработана с целью реализации основных направлений и мер реализации государственной политики в области технологического развития Республики.

В основу ее создания положен концептуальный подход, который формирует научно-обоснованный базис развития социального предпринимательства в условиях цифровой трансформации. Реализация данного подхода предполагает общую оценку ожидаемых результатов и социально-экономического эффекта, указывает основные барьеры и вызовы при внедрении и функционировании платформы, содержит ее основные характеристики и потенциальные возможности.

Таблица 5.6 – Области специализации экспертов Союза социальных предпринимателей *(авторская разработка)*

№	Эксперт	Области специализации
1	2	3
1	Эксперт по принципам социального предпринимательства	Включение принципов социального предпринимательства в основополагающие документы предприятия. Реализация принципов социального предпринимательства на практике. Помощь в выборе подходящей юридической формы для социального предприятия. Бизнес-консультирование при написании бизнес-планов и создании социальных предприятий. Получение финансовой поддержки для создания социального предприятия
2	Эксперт по финансам	Финансовый менеджмент. Финансовое планирование и инвестиционные решения Источники финансирования. Бизнес планирование. Стратегическое планирование. Антикризисное управление
3	Эксперт по торговле и маркетингу	Определение миссии и стратегии компании; шагов к их реализации. Разработка маркетинг-стратегии. Кадровый консалтинг: роли и компетенции сотрудников в компании. Маркетинг и торговля
4	Эксперт по стратегическому управлению и кризис-менеджменту	Стратегическое планирование, управление социальным предприятием (СП). Поддержка в управлении изменениями. Источники финансирования. Условия для создания предприятия. Поддержание и развитие СП. Бизнес-ориентация СП. Антикризисный план и антикризисное управление
5	Эксперт по предпринимательству в сфере общественного питания	Гастро-менеджмент и гастро-персонал, включая полную разработку бизнес-плана (в т.ч. рентабельности, прогноза роста). Предоставление необходимых ноу-хау, опыта, материалов и услуг
6	Эксперт по государственным закупкам	Социально ответственные государственные закупки
7	Эксперт по связям с общественностью	Создание индивидуальной медиа-стратегии и плана медиа-деятельности. Формирование целевой группы. PR-мероприятия - выявление

Продолжение табл. 5.6

1	2	3
		интересных моментов в компании и предложение для вдумчивого использования в медиа-коммуникации. Разработка новостей, использование различных информационных потоков, информация для СМИ. Предложения для создания информационных видео (в т.ч видео за одну минуту), рекомендации и консультации в области дизайна и презентации
8	Администратор сайта	Разработка концепции сайта, его оформление. Контроль за работоспособностью сервера и сетевой безопасностью. Анализ веб-сайта
9	Эксперт-юрист	Правовая экспертиза документов и договоров. Разработка проектов юридических документов. Правовая поддержка

Концепция определяет цели и задачи, основные принципы создания и обеспечения функционирования Единой цифровой платформы (ЕЦП) социального предпринимательства ДНР, порядок ее создания, основные составляющие ее элементы, а также общую оценку ожидаемых результатов и ожидаемого социально-экономического эффекта от ее создания. Так, создание и функционирование ЕЦП должно обеспечивать:

реализацию базовых платформенных сервисов, а также прикладных– цифровые сервисы для осуществления социальной предпринимательской деятельности;

подключение и удаленное информационное взаимодействие органов государственной власти, администраций городов и районов, социальных предприятий и предпринимателей, социальных служб, с целью осуществления предпринимательской деятельности в социальной сфере;

получение помощи социальными целевыми группами проактивно и комплексно, исходя из возникающих у них жизненных ситуаций;

получение помощи социальными целевыми группами омниканально и экстерриториально;

получение помощи социальными целевыми группами персонифицированно (с учетом их фактической нуждаемости).

Следует отметить, что реализация ЕЦП в Республике предоставит участникам, вовлеченным в социальный бизнес не только целый ряд возможностей, но и потребует преодоления определенных проблем (рис. 5.5). Так, основными барьерами и вызовами при внедрении и функционировании ЕЦП социального предпринимательства следует признать:

- технологические (обеспечение безопасности (защиты) данных, которыми обмениваются пользователи платформы; применение программ и продуктов, размещенных в открытом пространстве (облачные технологии)). Отметим, что учитывая серьезность данной проблемы, компания Microsoft разработала специальный инструмент (PowerPoint Presentation (microsoft.com)), предназначенный для оценки использования организацией технологий и подхода к таким важным темам, как конфиденциальность и безопасность. Эта оценка призвана помочь выявить слабые места и обозначить возможности в цифровой стратегии предприятия. Она охватывает четыре ключевые области решения (привлечение доноров и добровольцев; расширение возможностей своих сотрудников; оптимизация операций; инновации для воздействия). Правильная облачная платформа может обеспечить поэтапное улучшение безопасности для социальных предприятий без больших первоначальных инвестиций. Это важно, как для обеспечения кибербезопасности, так и для соблюдения требований по защите данных.

Кроме того, ключевым требованием большинства всеобъемлющих законов о защите данных, включая, например, Директиву ЕС о защите данных, является то, что организации, обрабатывающие персональные данные, должны принимать технические и организационные меры для обеспечения безопасности любой персональной информации, которую они собирают или обрабатывают.

Рисунок 5.5 – Характеристика возможностей и проблем функционирования цифровых платформ социального предпринимательства *(авторская разработка)*

Это требует внедрения систем и гарантий, которые надёжно защищают данные:

- организационные (изменения в организационных структурах и процессах управления, которые должны быть взаимоувязаны и синхронизированы);

- стратегические (изменения традиционных стратегий на цифровые, в которых увеличиваются расходы на коммуникацию (в том числе виртуальную) и продвижение организации в социальных медиа). Заметим, что согласно исследованию NetHope за 2017 год, большинство опрошенных социальных предприятий не имеют всеобъемлющей цифровой стратегии;

- финансовые (недостаток средств для финансирования новых технологических решений и развития бизнеса);

- инфраструктурные (неразвитость инфраструктурного окружения для взаимодействия в условиях новой цифровой реальности);

- культурные (адаптация внутриорганизационной культуры к требованиям и реалиям цифровой трансформации, так как последняя «означает не только внедрение целого ряда технологий, включая облачные технологии, аналитику данных и онлайн-каналы, но и фундаментальные изменения в корпоративной культуре» [346];

- кадровые (нехватка сотрудников, владеющих информационно-коммуникационными технологиями).

Заметим, что «кадровый вопрос играет ключевую роль для развития цифровой экономики, поскольку она строится на знаниях, навыках, …… гибкости персонала, внедряющего новые технологии» [347, с. 1421].

Благодаря использованию новых цифровых технологий (блокчейн, искусственный интеллект, анализа данных, краудсорсинг[33] данных, интернет

---

[33] Краудсо́рсинг (англ. *crowdsourcing,* от *crowd* — толпа и *sourcing* — поиск источников) — привлечение к решению тех или иных проблем инновационной производственной деятельности широкого круга лиц для использования их творческих способностей, знаний и опыта по типу субподрядной работы на добровольных началах с применением информационных технологий. Электронный ресурс. Режим доступа https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D1%80%D0%B0%D1%83%D0%B4%D1%81%D0%BE%D1%80%D1%81%D0%B8%D0%BD%D0%B3

вещей, фандрайзинг[34]) и принимая во внимание характеристики цифровой платформы:

- омниканальность как основной принцип построения взаимодействия с пользователями цифровых сервисов;

- адаптивность и способность реагировать на различные трансформации и изменения, используя архитектурные решения и инновации;

- функциональность и совместимость для моделирования контента;

- ориентация на результат;

- готовые сервисы и процессы, доступные для использования;

- совокупность технологических и архитектурных решений на единой площадке, обеспечиваются широкие возможности трансформации деятельности социальных предприятий.

Так, цифровизация позволит социальным предприятиям:

Сформировать единый центр кросс-канального взаимодействия участников (социальных целевых групп, социально-ориентированных предприятий, волонтеров, доноров, граждан, государственных органов, социальных служб и др.);

Аккумулировать и анализировать большой объем информации;

Существенно улучшить конкурентную среду в конкретном целевом сегменте;

Повысить эффективность деятельности, снизить затраты, усилить специализацию;

Выполнения задач исследовательского характера;

Привлечения потенциальных бенефициаров за счет повышения доверия;

---

[34] Сбор пожéртвований *(фандрáйзинг от англ. fundraising)* — привлечение сторонних ресурсов для реализации социально значимых задач, культурных проектов или поддержания существования организации. Процесс сбора пожертвований включает в себя поиск потенциальных жертвователей, в роли которых могут выступать как частные лица, так и компании. Электронный ресурс. Режим доступа https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%B1%D0%BE%D1%80_%D0%BF%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D1%80%D1%82%D0%B2%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B9

Повышения эффективности контроля за целевым использованием финансовых ресурсов;

Получить доступ к лучшим практикам СП, мерам поддержки и граждан.

В контексте данного исследования необходимо сделать акцент на том, что несмотря на открывающиеся возможности, современные информационные технологии не находят широкого применения в деятельности НКО в России и за рубежом. Основным сдерживающим фактором является стоимость IT и достаточно ограниченный доступ к необходимым услугам. Вместе с тем, цифровые технологии эффективно себя проявляют в целом ряде сфер (рис. 5.6).

Рисунок 5.6 – Сферы применения цифровых технологий

Возможности виртуального пространства: ресурсов ИНТЕРНЕТ, социальных медиа, фандрайзинга, мобильных приложений для развития коммуникации с социальными целевыми группами, требуют соответствующих

знаний и компетенций, как у руководителей социальных предприятий, так и у его персонала.

Существенную помощь в освоении новых технологий могут оказать соответствующие образовательные программы или сотрудничество с IT специалистами, которые поддержат социально значимую деятельность конкретными решениями.

На рис. 5.7 представлена модель цифровой платформы социального предпринимательства – системы алгоритмического регулирования на основе цифровых технологий взаимоотношений основных участников социального бизнеса, которые объединены единой информационной средой.

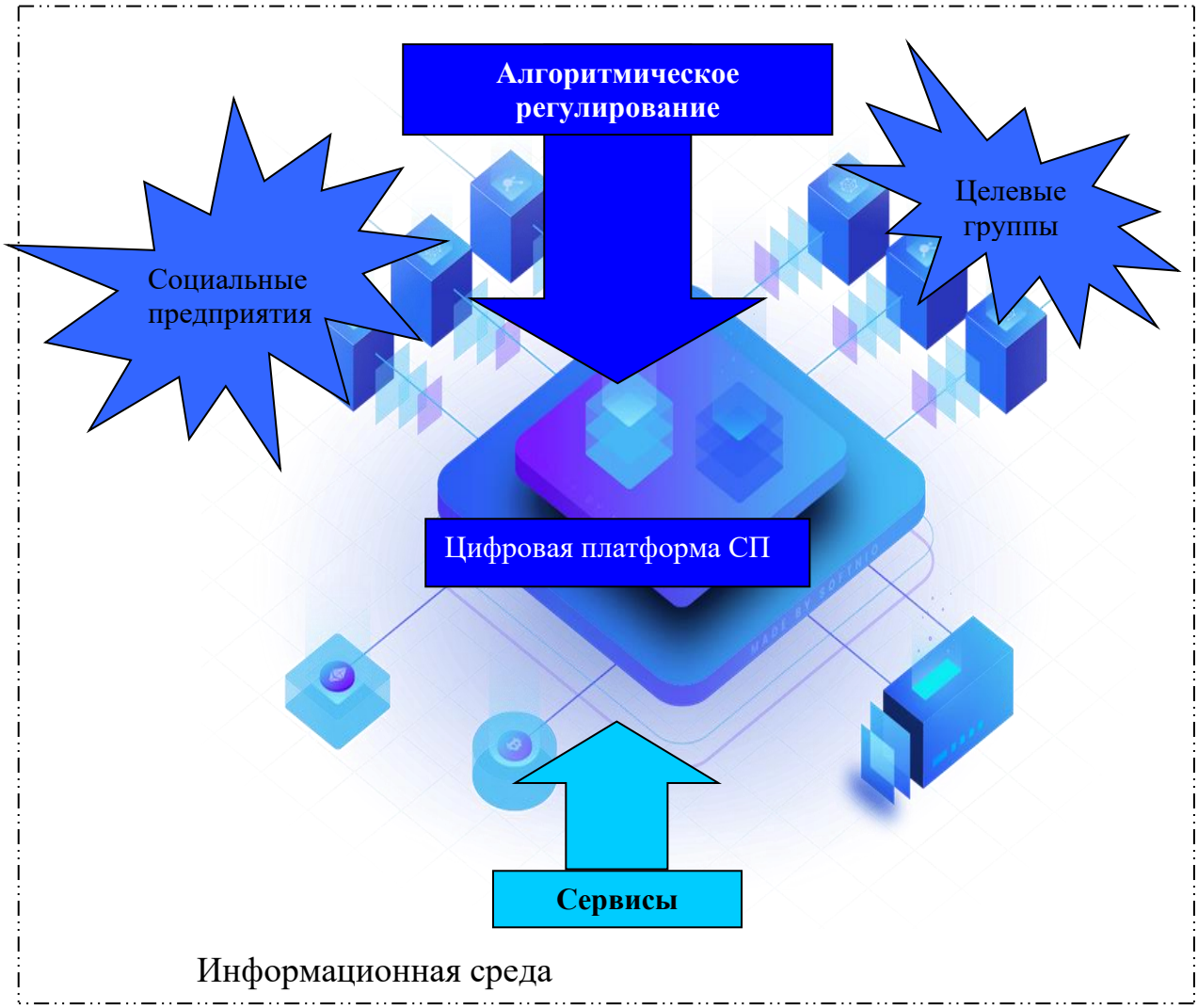


Рисунок 5.7 – Модель цифровой платформы социального предпринимательства

Несмотря на все достоинства цифровизации деятельности социальных предприятий (повышение открытости и прозрачности бюджетов, улучшение имиджа и репутации предприятия, ускорение и автоматизация рабочих процессов и документооборота, экономия ресурсов), критически важным остается роль человеческого фактора, а именно готовности персонала предприятий к использованию новых технологий и осознание того потенциала, который способен вывести предприятие в лидеры социального бизнеса.

Следует согласиться с профессором И.В. Пеньковой о том, что «наиболее важной задачей в цифровой трансформации является развитие новых способностей и навыков» [348]. Речь идет о смене традиционного мышления на сетевое, в соответствии с концепцией которого эффективность деятельности предприятия связана, в том числе, с результатами «нематериального» свойства (например, доверительные взаимоотношения; информационные потоки). Цифровизация социального бизнеса, как показывает опыт Российской Федерации и европейских стран, часто сталкивается с внутриорганизационным сопротивлением сотрудников. «Сотрудники, занимающие как высокие, так и низкие должности, должны быть заинтересованы в этом процессе и иметь возможность экспериментировать с новыми подходами. Однако лишь немногие компании, по-видимому, проводят фундаментальные изменения, которые, по мнению их руководителей, необходимы для достижения этих целей. Это вывод из опроса более 3500 организаций, опубликованного MIT Sloan Management Review и Deloitte Digital. Исследование показало, что 71% зрелых в цифровом плане организаций преодолели этот барьер, поощряя свои организации экспериментировать и принимать риск неудачи, по сравнению с 29% компаний на ранней стадии» [346]. Кроме данного фактора к сдерживающим «человеческим» факторам внедрения новых информационных технологий можно отнести недостаток необходимых компетенций и навыков. При этом, среди ТОП-5 знаний в цифровой среде, которых не хватает, сотрудники НКО отмечают следующие:

- умения продвижения услуг (товара) в социальных сетях;

- использование цифровых технологий в фандрайзинге;

- навыки работы с данными (сбор, анализ, управление данными);

- знание существующих цифровых продуктов и сервисов их стоимости;

- создание и развитие собственных цифровых продуктов [349]. Следовательно, открывая социальный бизнес в условиях 4-промышленной революции, следует не только взять в штат специалиста по IT-технологиям, но и усилить компетенции сотрудников в сфере цифровых коммуникаций, «проводить их обучение, развивать организационную культуру и культуру работы с данными. Более необходимо выделять цифровизацию в качестве новой зоны ответственности сотрудников» [349].

Стремительная экспансия новых информационно-коммуникационных технологий во все сферы общества, в том числе и в социальную сферу (например, в РФ - 20.02.2021 года утверждена концепция цифровой и функциональной трансформации социальной сферы, относящейся к сфере деятельности Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации, на период до 2025 года; обсуждается национальная концепция электронного здравоохранения; цифровая платформа науки и высшего образования РФ), предполагает организацию работы современных социальных предприятий сразу с ориентацией на цифровой формат (рис. 5.8).

Речь идет об активном использовании сайта, социальных сетей, электронной почты, электронных баз многочисленных стейкхолдеров, фандрайзинга, чат-бота, мобильного приложения и CRM-систем.

Вместе с тем, успешный цифровой опыт достигается путем итерации (повторения). Успешные цифровые свойства почти всегда приводят к успеху с помощью подхода «тестируй и учись», когда новые функции регулярно добавляются, измеряются, корректируются и сокращаются на основе отзывов пользователей и данных об использовании.

Применение гибких процессов и технологий является важнейшим фактором, который приводит к эффективным цифровым результатам. Кроме того, часть итерационного процесса включает в себя необходимость

корректировки рабочих процессов, бизнес-правил, представления контента и (потенциально) использования данных другими способами, чем первоначально предполагалось при создании систем.

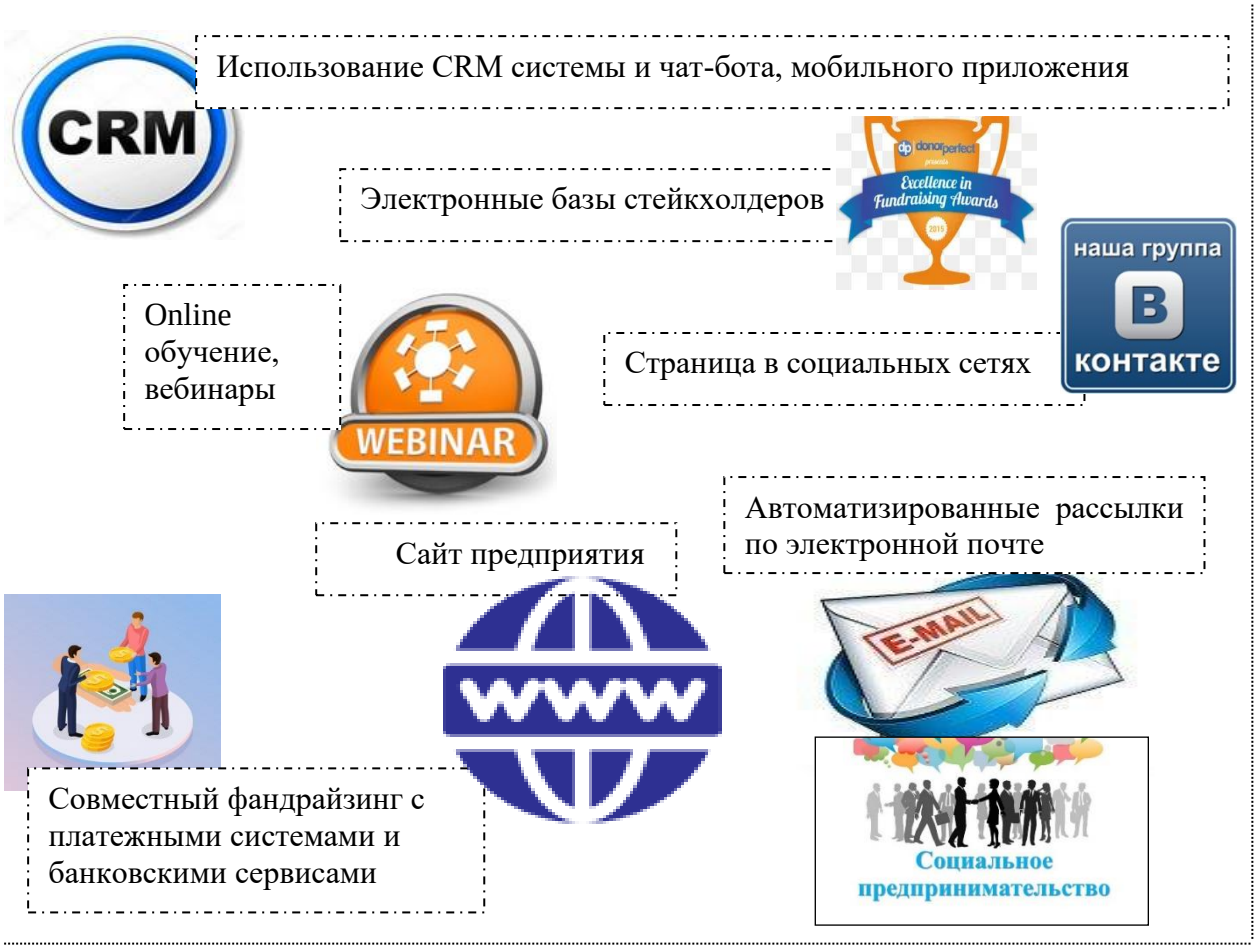


Рисунок 5.8 – Цифровой формат функций современного социального предприятия *(авторская разработка)*

Компании, пытающиеся создать гибкий и универсальный цифровой опыт на основе устаревших технологических стеков, обречены на провал. Предприятию не обязательно отказываться от мэйнфрейма, но современный социальный бизнес должен сделать свои данные доступными для чтения/записи с помощью надежных и безопасных API-интерфейсов и обеспечить доступ к своей бизнес-логике таким образом, чтобы она не зависела от уровней ее представления. Следует заметить, что если основные системы были разработаны

более пяти лет назад, они, будут нуждаться в серьезном рефакторинге[35] для поддержки эффективного цифрового исполнения. Принимая во внимание, роль и значимость информационных технологий в эпоху вхождения мирового сообщества в шестой технологический уклад, их применение современными социальными предприятиями является «ключевым условием устойчивости НКО-сектора» [350].

В настоящее время активно продвигается технология QR- кодирования, позволяющая эффективно отображать зашифрованную в коде информацию. В рамках данного исследования нами разработан QR- кода для социального предпринимательства (рис. 5.9).

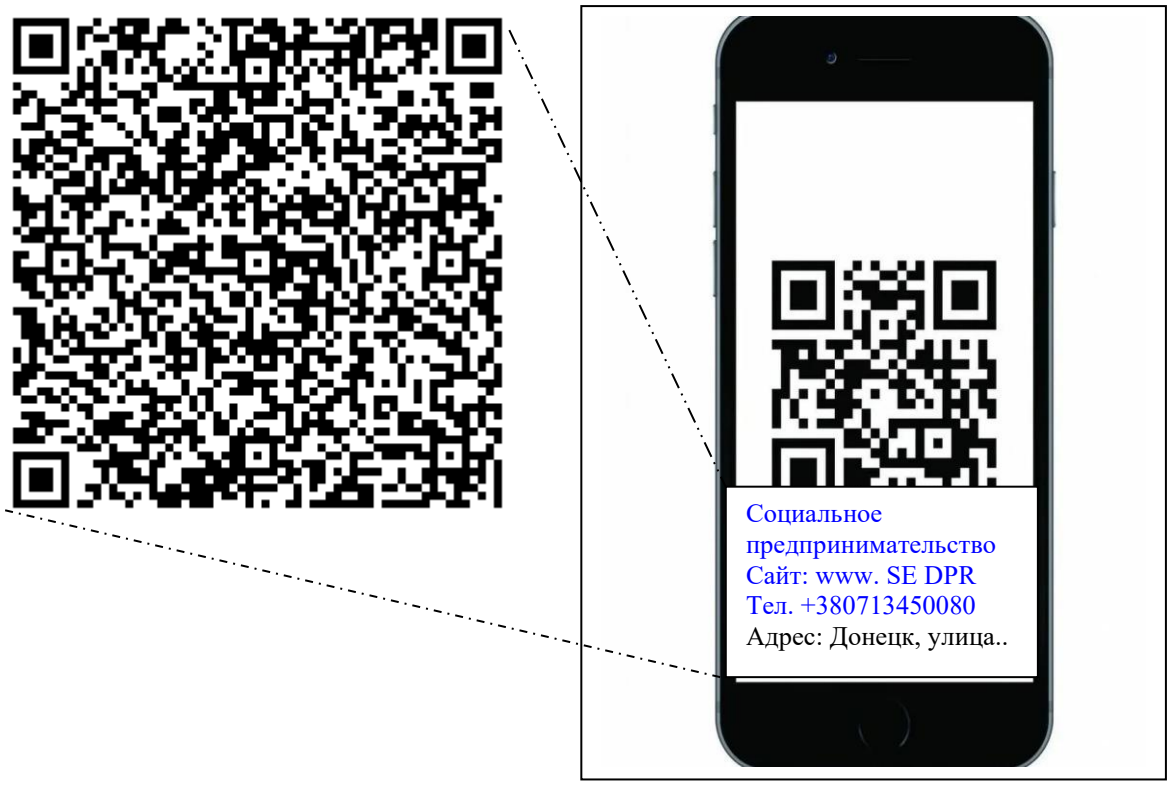


Рис. 5.9 – Уникальный QR- код для социального предпринимательства *(разработано автором)*

[35] Рефа́кторинг (англ. *refactoring*), или перепроектирование кода, переработка кода, равносильное преобразование алгоритмов — процесс изменения внутренней структуры программы, не затрагивающий её внешнего поведения и имеющий целью облегчить понимание её работы. Электронный ресурс. Режим доступа https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B5%D1%84%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B3

Данная технология является достаточно эффективной в целях рекламы социальных товаров, социальных предприятий, услуг, оказываемых социальными предпринимателями. QR- код, при наведении камеры смартфона мгновенно выдаст зашифрованную в нем информацию, что позволит большему числу людей узнать о миссии, целях, социальном эффекте и результатах деятельности социальных предприятий в Республике.

Высокая стоимость цифровизации социального бизнеса, как и любого другого, выступает еще одним сдерживающим фактором его активного применения. В этом плане существенную помощь могут оказать стейкхолдеры социальных предприятий (табл. 5.7).

Обращает внимание значительный блок мер помощи и поддержки, которую могут оказать органы государственной власти. Эти виды помощи следует учитывать при реализации мероприятий (рис. 5.3) – блок «Разработка комплекса мероприятий по поддержке социального предпринимательства».

Следует заметить, что поддержка со стороны государства не является безвозмездной, так как и государство, в свою очередь, зависит от социальных предприятий - они не только создают рабочие места для людей с ограниченными возможностями, что позволяет государству имплементировать свою социальную политику на местах, но и берут на себя целый ряд функций органов власти в социальной сфере. Однако, бюрократия и сложная структура государственных органов может существенно осложнить (замедлить) такое сотрудничество.

Таблица 5.7 – Виды поддержки социального предпринимательства в целях внедрения цифровых технологий*

Стейкхолдеры социального предпринимательства	**Виды поддержки и помощи**
Государство (органы власти)	Включить задачи по цифровизации социального бизнеса в государственные программы развития и поддержки некоммерческого сектора; Распределять целевые гранты для освоения предпринимателями и сотрудниками цифровых технологий; Организовать бесплатные семинары, тренинги обучения цифровым технологиям; Перенаправить часть ресурсов, участвующих в развитии государственных цифровых сервисов на развитие цифровых технологий в НКО-секторе; Перевести коммуникации «государство-НКО» в цифровой формат; Финансировать налоговый вычет для провайдеров, оказывающих цифровые услуги; Создать условия для привлечения ресурсов бизнеса для цифровой трансформации социального бизнеса
Грантодающие организации	Выделять гранты на разработку и внедрение IT-решений
Крупный бизнес	Компании, владеющие цифровыми технологиями, обучать сотрудников социальных предприятий на принципах pro bono решать конкретные задачи; Компании, оказывающие цифровые услуги, сформировать специальные (более льготные) предложения; развивать программы pro bono волонтерства
Крупные НКО-лидеры	Делиться опытом цифровизации, демонстрировать лучшие и худшие практики; Совместно разрабатывать или «шерить» IT-решения в интересах нескольких социальных предприятий, имеющих схожие потребности; Популяризовать цифровизацию НКО на профильных дискуссионных площадках, доступным для большинства, языком
IT-компании и специалисты	Разрабатывать готовые пакетные IT-решения, которые можно использовать без доработки; Предоставлять НКО бесплатные или льготные демоверсии IT-решений; Предлагать практико-ориентированные курсы по освоению конкретных IT-решений

* составлено на основе [349-351]

В контексте данного исследования уместно отметить необходимость цифровой трансформации (рис. 5.10) всех взаимодействующих процессов и всех участников, вовлеченных в социальное предпринимательство. Безусловно, основную, главенствующую роль в вопросах цифровой трансформации, должно играть государство, проведя предварительный анализ степени «цифровой готовности» Республики. Разделяем позицию А.Г. Китаевой, что внедрение цифровой трансформации в организационную деятельность государственных органов и субъектов предпринимательства должно проходить следующие этапы:

I. Оценка готовности к цифровой трансформации;
II. Расчёт индекса готовности государственной трансформации;
III. Автоматизация внутренних процессов создания цифровой основы государственных органов и субъектов предпринимательства;
IV. Внедрение цифровых технологий в деятельность организационных структур [352].

Возглавлять процесс цифровой трансформации должен лидер государства, который обозначит основные цели, задачи, стратегию и тактику перехода на новый уровень взаимодействия всех участников экономических отношений.

Так, Глава Донецкой Народной Республики Д.В. Пушилин отметил, что «Цифровизация, которая сейчас уже имеет место на некоторых экспериментальных площадках, будет реализована в других министерствах и ведомствах, других государственных структурах»[36]. То есть, речь идет о разработке и реализации на уровне государства технологического решения по цифровой трансформации органов государственной и исполнительной власти. Это неминуемо повлечет за собой цифровизацию коммерческого и не коммерческого сектора экономики, финансов, социальной сферы и откроет новые возможности для социума и живущих в нем людей.

[36] Цифровизация будет реализована во всех органах власти. Электронный ресурс. Режим доступа: DNR LIVE: https://dnr-live.ru/v-dnr-provedut-tsifrovizatsiyu-organov-vlasti-d-pushilin/DNR LIVE: https://dnr-live.ru/v-dnr-provedut-tsifrovizatsiyu-organov-vlasti-d-pushilin/

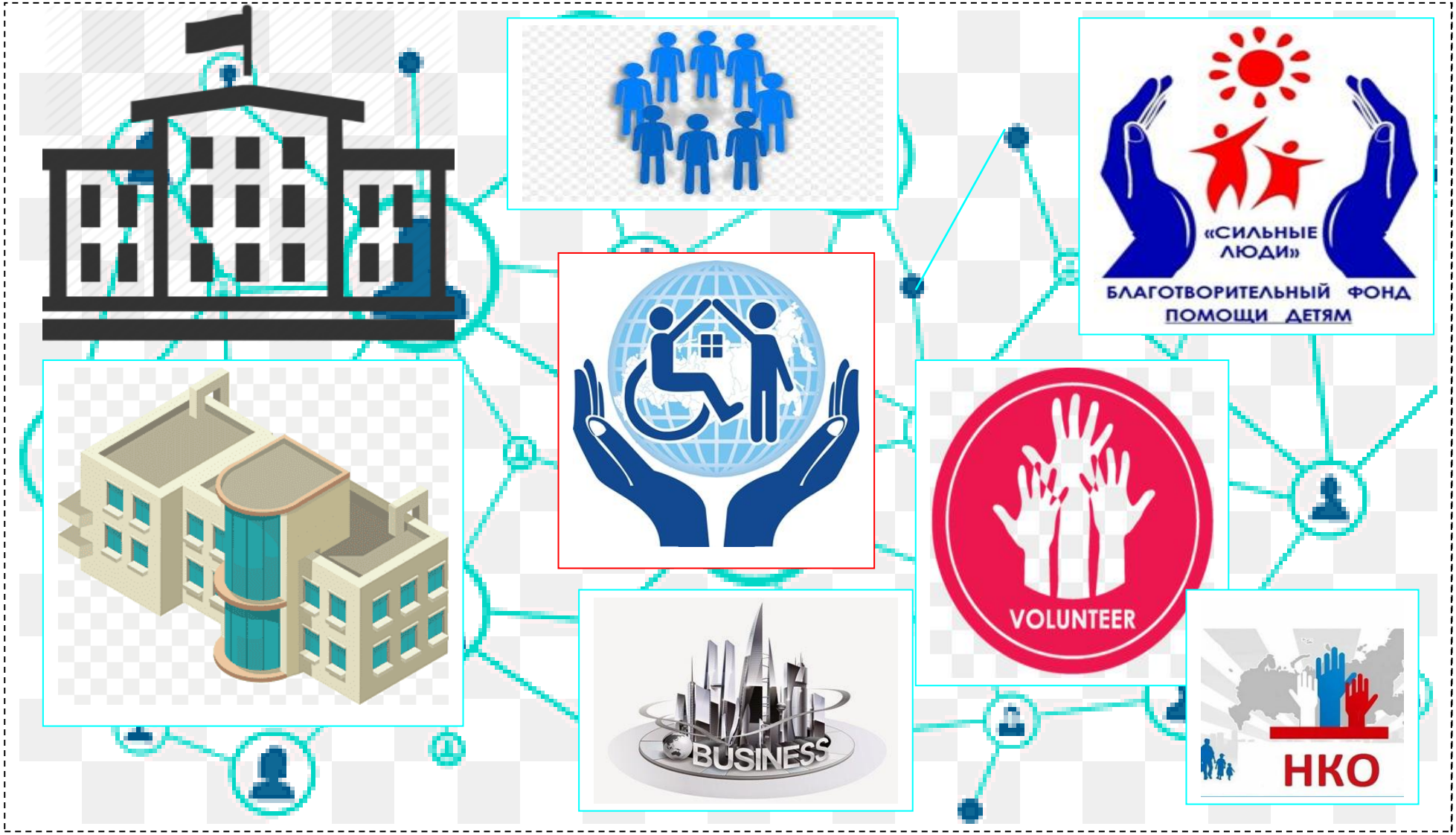


Рисунок 5.10 – Цифровое взаимодействие стейкхолдеров социального предприятия

Следует согласиться с R.Dyal-Chand и J.Rifkin, что такая цифровая инфраструктура «позволит реализовать альтруистические мотивы современных людей, акцентируя внимание на различных формах кооперации, взаимопомощи….и ориентированной на решение социально значимых проблем» [353, 354].

Таким образом, цифровое взаимодействие всех участников на единой цифровой платформе обеспечит, в первую очередь, значительную оптимизацию всех процессов ведения социального бизнеса, изменит модели оказания услуг в социальной сфере, снизит административную нагрузку, сделает прозрачным распределение бюджетов, повысит эффективность технологических и функциональных решений. Следовательно, создание единой цифровой платформы социального предпринимательства в Республике, как нового экономического актора и как новой технологической инстанции, создаст базис эффективного взаимодействия его многочисленных участников (стейкхолдеров), позволит оказывать более сильное долгосрочное социальное воздействие, решать целый спектр актуальных задач, стоящих перед государством в социальной сфере.

ВЫВОДЫ К РАЗДЕЛУ 5

Результаты проведенных исследований процесса формирования институциональной среды социального предпринимательства и его развития на базе новых информационных технологий сведены к следующему:

Обоснована значимость формирования и развития системы институтов и институциональной среды социального предпринимательства: во-первых, ликвидации административно-правовых барьеров для социальных предпринимателей, начинающих свою деятельность; во-вторых, снижения транзакционных издержек социального бизнеса; в-третьих, пропаганды

социального предпринимательства в обществе; в-четвертых, стимулирования участие гражданского общества в решении социальных, экологических, культурных и т.д. проблем; в-пятых, создания позитивного имиджа социального предпринимателя.

Доказана целесообразность рассмотрения институтов социального предпринимательства как системы законодательно установленных и устойчивых правил и норм, регламентирующих взаимодействие между отдельными экономическими агентами, осуществляющих деятельность по созданию и потреблению социальной и экономической ценности на основе оптимального перераспределения социальных функций и обязанностей между государством и предпринимателем. При этом, под институциональной политикой предложено понимать – действия государства, направленные на формирование новых или трансформацию существующих правовых, финансовых, политических, социальных и др. институтов, влияющих на развитие социально-экономической системы общества.

Определено и обосновано, что теоретически институты социального предпринимательства исследованы фрагментарно; функционирование отдельных институтов социального предпринимательства не взаимосвязаны, а их функционирование сводится к использованию отдельных инструментов развития социального предпринимательства; отсутствует парадигма комплексного целостного развития институциональной среды социального предпринимательства, основанная на синхронном и однонаправленном функционировании регуляторных, поддерживающих и культурно-когнитивных институтов.

Предложено формирование институциональной среды на базе ценностно-мировоззренческого института социального предпринимательства, целью функционирования которого, является определение ценностных ориентиров развития общества. При этом, ценностно-мировоззренческий институт социального предпринимательства должен иметь следующие характерные

признаки: устойчивость; социальный характер; преемственность; трансформативность; эмерджентность.

Определено, что формирование парадигмы развития институциональной среды социального предпринимательства предполагает разработку стратегии, реализация которой включает три последовательных этапа: формирование законодательной базы, регламентирующей деятельность социальных предпринимателей; разработка мер по инфраструктурной поддержке социальных предпринимателей; развитие институтов социального инвестирования.

С целью реализации парадигмы развития институциональной среды социального предпринимательства в Донецкой Народной Республике разработана модель процесса ее развития, предполагающая следующую последовательность действий: создание институциональной государственной структуры; формирование законодательной базы социального предпринимательства; разработка комплекса мероприятий по поддержке социального предпринимательства; создание центра инноваций в социальной сфере; оценка динамики контрольных показателей реализации мероприятий.

На основе реализации концептуального подхода обосновано создание цифровой платформы как технической основы для реализации различных технологических решений, начиная со сбора информации и заканчивая предоставлением инструментария для аналитики и визуализации различных направлений деятельности социальных предпринимателей. При этом необходимо применение платформенного решения как системы (комплекса) сервисов и сайтов всех акторов и участников социального бизнеса.

В работе разработана Концепция создания единой цифровой платформы (ЕЦП) социального предпринимательства Донецкой Народной Республики, которая определяет цели и задачи, основные принципы создания и обеспечения функционирования ЕЦП социального предпринимательства, порядок ее формирования, основные составляющие элементы, а также общую оценку ожидаемых результатов и ожидаемого социально-экономического эффекта от

создания платформы. Ее практическое воплощение поддерживается предложенным проектом WEB-сайта «Социальное предпринимательство Донецкой Народной Республики», разработанным уставом Союза социальных предпринимателей Донецкой Народной Республики, определением его структуры и соответствующих областей специализации экспертов Союза социальных предпринимателей.

Определены основные проблемы и вызовы при внедрении и функционировании ЕЦП социального предпринимательства: технологические; стратегические; финансовые; инфраструктурные; культурные; кадровые. Обозначены основные сдерживающие факторы, а именно: стоимость IT и достаточно ограниченный доступ к необходимым услугам. Акцентировано внимание на необходимости соответствующих знаний и компетенций, как у руководителей социальных предприятий, так и у его персонала. Доказано, что использование новых цифровых технологий (блокчейн, искусственный интеллект, анализа данных, краудсорсинг данных, интернет вещей, фандрайзинг) и характеристик цифровой платформы обеспечивают широкие возможности трансформации деятельности социальных предприятий.

Основные научные результаты раздела опубликованы в работах [355-359].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В диссертационной работе представлено решение проблемы развития социального предпринимательства на основе ценностно-мировоззренческого подхода, что позволило прийти к следующим выводам:

1. Исследовано социальное предпринимательство как социально-экономический феномен. Проявление феномена обосновано дихотомией целей социального предпринимательства, доминантой социальной миссии, высокой мерой ответственности предпринимателя за социальные проблемы в обществе. Изменение ценностных ориентиров общества, смещение целевых ориентиров в бизнесе, перераспределение социальных функций между государством и бизнесом определено в качестве основных характеристик при исследовании социального предпринимательства с позиции равнозначной функциональной составляющей в системе «государство – предприниматель – общество».

2. Обосновано применение ценностно-мировоззренческого подхода в качестве методологии исследования социального предпринимательства. Отмечен приоритет ценностно-мировоззренческого подхода, как методологии, лежащей в основе исследования экономического развития, трансформации ценностей и ценностных ориентиров применительно к теории и практике предпринимательства. Установлено, что совокупность ценностей формирует ценностную систему, которая в соответствии с мировоззренческой позицией субъекта (социального предпринимателя), складывается в определенную уникальную иерархическую подсистему ценностей, которая оказывает заметное влияние на выбор вида деятельности и мотивацию его экономического поведения. Доказано, что именно духовные ценности в значительной степени определяют потребности в создании или дальнейшем развитии социального предпринимательства, как особого способа экономической деятельности.

3. Разработана концепция развития социального предпринимательства, в основу разработки которой положена парадигма, основанная на: концепции

предпринимательства; концепции социального государства; концепции «народного капитализма»; концепции благосостояния. Определена система принципов, позволяющая сформировать в предпринимательстве и в социально-экономическом развитии общества качественно новую систему ценностей. Обоснован основополагающий концептуальный принцип функционирования социального предпринимательства – правило максимизации социального результата. Предложены основные направления развития социального предпринимательства в современных условиях.

4. Изучены проблемы формирования, развития и реинвенции социальных предприятий. Их систематизация позволила выделить наиболее значимые и существенные: ограниченная поддержка со стороны государства; пассивность частного сектора экономики; недостаточное финансирование; неэффективное внутриорганизационное управление (планирование, организация, коммуникация); слабая адаптивность к изменениям внешней среды; отсутствие постоянного информационного продвижения и популяризации в СМИ. Выделены внешние и внутренние (социально направленные и бизнес направленные) проблемы, повторяющиеся и уникальные, контролируемые и частично контролируемые факторы международного социального предпринимательства. Акцентировано внимание на проблемах ментального (психологического) характера, конфликтности целей социальных предпринимателей (получение прибыли и социальный эффект) и наличии критически важных, не контролируемых факторов влияния.

5. Разработана типология социального предпринимательства в контексте развития социально-ориентированной экономики, что позволило классифицировать социальные предприятия по: социальной значимости; сфере экономической деятельности; формам собственности; масштабам деятельности; применяемым социальным технологиям; целевой группе; виду социального бизнеса. Обосновано, что теории «провалов рынка» и «провалов государства» являются первоосновой зарождения и становления новых организационных форм социального предпринимательства. Предложена в качестве

организационной формы смешанная модель социального бизнеса: производственный эндаумент; финансовый эндаумент, образовательный эндаумент.

6. Разработана модель социального предпринимательства, представленная как система взаимосвязанных элементов: мотивация и базовая стратегия; потребительский спрос на социальные товары и услуги; внешняя среда; внутренняя среда. Выявлены противоречия социального предпринимательства: сущностное, целеполагающее, декларативное, результативное. Предложены механизмы их разрешения посредством развития институциональной среды и разработки новой парадигмы социального инвестирования, предполагающей формирование сложной финансовой экосистемы, ориентированной на социальную сферу.

7. Изучение практики социального предпринимательства в странах Европейского Союза на примере Чехии, Словакии, Польши, позволило систематизировать основные существующие в этих странах проблемы: недостаточность источников финансирования, отсутствие или несовершенство законодательства, сложность выхода на рынок, трудности с получением дотаций и грантов, недостаточная просветительская работа относительно общественной значимости деятельности социальных предпринимателей, неприятие ее отдельными членами социума.

8. Рассмотрен опыт социального предпринимательства в Великобритании, где существует специально разработанная для социальных предприятий организационно-правовая форма - компании общественной пользы и создана одна из лучших в мире система государственной поддержки. Правительством Великобритании введена 30% налоговая льгота для стимулирования инвестиций в социальные предприятия. Основная часть социальных предприятий сосредоточена в здравоохранение, сфере услуг и образовании. Основной проблемой для начала деятельности и развития социальных предпринимателей является отсутствие или недостаточный доступ к финансированию.

9. Исследование практики развития социального предпринимательства в Российской Федерации показало, что страна находится на этапе формирования его инфраструктурной поддержки, механизмов и инструментов дальнейшего развития. Государство оказывает финансовую, имущественную, инфраструктурную, образовательную, информационно-консалтинговую помощь социальным предприятиям и предпринимателям. В стране насчитывается 77 961 социальных предприятий (1% от всех субъектов малого и среднего бизнеса; доля в ВВП – 0,36%). Основными проблемами в развитии социального предпринимательства являются: механизм предоставления налоговых и имущественных преференций, отсутствие инструментов привлечения бизнеса для развития социального предпринимательства, неразвитость государственно-частного партнерства, недостаточная информированность общества о целях и задачах социальных предприятий и как результат низкий уровень его общественного признания.

10. Проведенная оценка состояния социальной сферы Донецкой Народной Республики как среды развития социального предпринимательства показала, что по численности основных категорий целевых групп, субъектов социальной сферы (инфраструктуры), работающих с социально незащищенными целевыми группами, размеру их государственной поддержки и социальных выплат, в Республике имеются все предпосылки для развития социального предпринимательства.

11. Обоснованы этапы и аналитический инструментарий оценки деятельности социальных предприятий. Предложена определенная последовательность шагов на каждом из этапов, что обеспечивает комплексный, системный обхват аналитическими процедурами и создает необходимые условия для качественной организации анализа на предприятии. Доказана целесообразность создания комбинированной методики (учитывая дихотомию целей социального предпринимательства) измерения социальной отдачи (эффекта и эффективности) на основе синтеза количественных и качественных

показателей, которые в полной мере охватывают интересы внешних и внутренних пользователей.

12. Предложен методический подход к оценке деятельности социальных предприятий. Разработана уникальная, модифицированная к социально-экономическим условиям Республики, матрица результатов BSC (BigSocietyCapital), в которой определены конкретные результаты деятельности социального предприятия для индивида, общества в целом (социума) и их измерители. Предложено проводить оценивание на основе разработанных тестов по 37 результатам и (соответственно) показателям для индивида и по 48 результатам и индикаторам для общества.

13. Предложена модель институциональной среды социального предпринимательства в Донецкой Народной Республике, которая базируется на реализации трех последовательных этапов: формирование законодательной базы, регламентирующей деятельность социальных предпринимателей; разработка мер по инфраструктурной поддержке социальных предпринимателей; развитие институтов социального инвестирования.

14. Обоснована необходимость разработки цифровой платформы социального предпринимательства как технической основы для реализации различных технологических решений. Определены основные проблемы и вызовы при внедрении и функционировании цифровой платформы социального предпринимательства; обозначены основные сдерживающие факторы. Доказано, что использование новых цифровых технологий и характеристик цифровой платформы обеспечивают широкие возможности развития деятельности социальных предприятий и предпринимательства в целом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бартомел М. Римское право. Понятие, термины, определения / Бартомел М. – М.: Изд-во Юрид-й лит-ры. – 1988. – 93 с.

2. Kangle R.P. The Kantilla Althasast VI / Kangle R. – Bombay, 1960. – 109 p.

3. Спор о соли и железе (Янь те Лунь). – В 2-х томах. – М.: Изд-во «Восточная литература РАН». – 2001. – Т2. – 1238 с.

4. Гоббс Т. Левиафан или материя, форма и власть государства чиновничьего и гражданского / Гоббс Т. – М.: Госиздат, 1936. – 376 с.

5. Блауг М. 100 великих экономистов до Кейнса / пер. с англ. под ред. А.А. Фофонова. – СПб.: Экономическая школа, 2008. – 352 с.

6. Кенэ Ф., Тюрго А.Р.Ж. , Дюпон де Немур П.С. Физиократы. Избранные экономические произведения /пер. с фр., англ., нем. – М. Эксмо, 2008. – 1200 с.

7. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народа: пер. с англ. / предисл. В.С. Афанасьева. – М.: Эксмо, 2007. – 960 с.

8. Сей Ж.Б. Трактат по политической экономии / Ж.Б. Сей // Экономические софизмы. Экономические гармонии / Ф. Бастиа. – М.: Инфра-М, 2008. – 512 с.

9. Миль Дж.С. Основы политической экономики с некоторыми приложениями к социальной философии /пер. с англ.; биогр. очерк М.И. Туган-Барановского. – М.: Эксмо, 2007. – 1040 с.

10. Хайлбронер Р.Л. Философы от мира сего / пер. с англ. И. Файбисовича. – М.: Изд-во «КоЛибри», 2008. – 432 с.

11. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии / предисл. Ф. Энгельс: пер. И.И. Скворцова-Степанова. Т.1. – М.: Политиздат, 1969. – 908 с.

12. Маршал А. Основы экономической науки / предисл. Дж.М. Кейнс: пер. с англ. В.И. Бомкина, В.Т. Рысина, Р.И. Столпера. – М.: Эксмо, 2007. – 832 с.

13. Гальперин В.М. Микроэкономика / В.М. Гальперин, С.М. Игнатьев, В.И. Моргунов – СПб: Экономическая школа, 2000. – Т2. – 503 с.

14. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия /предисл. В.С. Автономова; пер. с.нем. В.С. Автономова, М.С. Любского, А.Ю. Чепуренко; пер. с англ. В.С. Автономова, Ю.В. Автономова [и др.]. – М.: Эксмо, 2007. – 864 с.

15. Кейнс Дж.М. Общая теория занятости, процента и денег. Избранное / вст. Ст. Н.А. Макашевой. – М.: Эксмо, 2007. – 960 с.

16. Мизес Л. фон Человеческая деятельность: трактат по экономической теории / пер. с 3-го испр. англ. изд. А.В. Кудрявцева. – Челябинск: Социум, 2008. – 878 с.

17. Найт Ф. Понятие риска и неопределенности // THESIS. 1994. Вып. 5. С. 12 – 28.

18. Блауг М. 100 великих экономистов после Кейнса / пер. с англ. под ред. М.А. Сторчевого. – СПб.: Экономическая школа, 2008. – 384 с.

19. Хайек Ф. фон. Право, законодательство и свобода / пер. с англ. изд. Б. Пинскера, А. Кустарева. – Челябинск: ИРИСЭН, 2006. – 648 с.

20. Друкер П.Ф. Рынок: как выйти в лидеры. Практика и принципы. – М.: Дело, 1992. – 352 с.

21. Сагинова О.В. К вопросу определения социального предпринимательства / О.В. Сагинова, Ю.Л. Сагинов // Российское предпринимательство. – 2012. - № 6 (204). – С. 47-54.

22. Жохова В.В. Социальное предпринимательство: сущность и понятие // Известия ДВФУ. Экономика и управление. – 2015. - № 1. – С. 85 – 98.

23. Макаревич А. Сущность и специфика социального предпринимательства в России / А. Макаревич, Т. Сазонова // Российское предпринимательство. – 2012. - № 24 (222). – С. 52-56.

24. Московская А. Социальное предпринимательство в России и мире: практика и исследования: М., НИУ «Высш. школа экономики». – 2011. – 284 с.

25. Московская А.А. Между социальным и экономическим благом: конфликт проектов легитимизации социального предпринимательства в России / А.А. Московская, А.А. Берендяев, А.Ю. Москвина // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. – 2017. - № 6. – С. 31 – 51.

26. Дегтярева С.В. Социальное предпринимательство как источник социальных изменений в современной экономике: системный подход / С.В. Дегтярева, Т.О. Дегтярева // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». – 2019. Т.17 - № 2. – С. 99 – 110.

27. Полетаева Н.И. Экономическая история зарубежных стран / Н.И. Полетаева, В.И. Голубович, Л.Ф. Пашкевич. – Мн.: ИП «Экоперспектива», 1997. – 432 с.

28. Сулакшин С.С., Багдасарян В.Э. История мира на основе ценностного критерия развития человека // Bylye Gody. - 2014. - № 34 (4). – С.727-735

29. Мокий М.С., Зайцева Е.В. Ценностный подход в хозяйствовании: объективные факторы// Московский экономический журнал № 1. – 2019. – С.391-406

30. Колодко Гжегож В. Куда идет мир: политическая экономия будущего / Г.В. Колодко; пер. с пол. Ю. Чайникова. – М.: Магистр. 2014. - 528с.

31. Экономическая доктрина Российской Федерации (макет-проект). Монография. – М.: Научный эксперт, 2008. – 360 с.

32. Сергейчик Е.М. Философия истории. 2-е изд., испр. и доп. Учебник. М.: Издательство «Юрайт», 2019. – 407 с.

33. Inglehart R. Modernization and Postmodernization: Cultural, Ekonomik and Politikal Change in Forti Societis. Princeton University Press, 1997. P. 34 40.

34. Диоген Лаэртский. О жизни, учениях и изречениях знаменитых философов. – М.: Мысль, 1979. – 629 с.

35. Сухина И.Г. Ценность как универсальный антропологический феномен: основы философского анализа /И.Г. Сухина// Российский гуманитарный журнал. – 2015. Том 4. - №5.- С. 368-380.

36. Столович Л.Н. Об общечеловеческих ценностях /Л.Н. Столович // Вопросы философии. – 2004. - №7. –С. 86-97.

37. Лотце Р. Г. Микрокосм: мысли о естественной и бытовой истории человечества. Опыт антропологии: Душа. Пер. с нем. изд. 2. Москва : Либроком, 2012. - 162 с.

38. Риккерт Г. О системе ценностей // Логос. Международный ежегодник по философии культуры. 1914. Том I - выпуск 1. С. 45-79.

39. Виндельбанд В. Прелюдии. Философские статьи и речи. Москва : Гиперборея : Кучково поле, 2007. – 399 с.

40. Шелер М. Избранные произведения. М.: Издательство «Гнозис», 1994. – 490 с.

41. Гартман Н. Этика. М.: Владимир Даль, 2002. – 708 с.

42. Вебер М. Избранные произведения / М. Вебер. – М.: Прогресс, 1990. – 804 с.

43. Ильин В.В. Теория познания. Философия как оправдание абсолютов. В поисках causa finalis [Электронный ресурс] : монография / В.В. Ильин .— М. : Проспект, 2016 .— 272 с.

44. Каган М. С. Философская теория ценности. СПб.: ТОО ТК «Петрополис», 1997. -205 с.

45. Крымский С. Ценностно-смысловой универсум как предметное поле философии: Философское понимание человека // Философская и социологическая мысль. — 1996. — № 3-4. — С. 102—116.

46. Малахов В.П. Самопротиворечивость идей в русской философии права. / Философия права в России: история и современность: Материалы третьих философско-правовых чтений памяти акад. В.С. Нерсесянца. М.: Норма, 2009. С. 34–47.

47. Попович М. Що таке філософія? // Філософська думка. – 2006. – № 1. – С. 3–24.

48. Рокич М. Природа человеческих ценностей / М. Рокич // Свободная пресса. – 1973. – №5. – С. 20-28.

49. Дюркгейм Э. Социология. Еѐ предмет, метод, предназначение / Э. Дюркгейм. – М.: ТЕРРА, Книжный клуб, 2008. – 400 с.

50. Йоас Х. Возникновение ценностей. Пер. с нем. К.Г. Тимофеевой. СПб.: Алетейя, 2013. – 312 с.

51. Парсонс Т. О структуре социального действия. М.: Академический Проект, 2000. - 880 с

52. Парсонс Т. Система современных обществ / Т. Парсонс. – М.: Аспект Пресс, 1997. – 270 с.

53. Смелзер Н. Социология экономической жизни : пер. с англ. / Н. Смелсер. - Пермь: Изд-во ППИ, 1978.-254 с.

54. Лапин Н. Социальные ценности и реформы в кризисной России // Социологические исследования. - 1993. - № 9.- С. 17-28.

55. Мид Дж.Г. Сборник переводов. Сост. и пер. с англ. В.Г. Николаев; Отв. ред. Д.В. Ефременко. М.: ИНИОН РАН, 2009. - 290 с.

56. Олпорт Г. Становление личности. Избранные труды. М.: НПФ «Смысл», 2012. – 813 с.

57. Розенберг, М. Язык жизни: ненасильственное общение. М.: София, 2009. – 267 с.

58. Рубинштейн, С. Л. Основы общей психологии / С. Л. Рубинштейн. – Санкт-Петербург : Питер, 2000. – 705 с.

59. Леонтьев Д. А. Ценность как междисциплинарное понятие: опыт многомерной реконструкции. Электронный ресурс http://ecsocman.hse.ru/data/977/645/1219/6_vypusk_1.pdf

60. Андреева, Г.М. Социальная психология / Г.М. Андреева. – Москва: Аспект-Пресс, 2010. – 363 с.

61. Божович Л. И. Проблемы формирования личности: Избр. психол. тр. / Под ред. Д.И. Фельдштейна ; Рос. акад. образования, Моск. психол.-соц. ин-т. - 3-е изд. - М. : МПСИ ; Воронеж : МОДЭК, 2001. - 349 с.

62. Бобнева М.И., Шорохова Е.В. Психологические механизмы регуляции социального поведения. М.: Издательство «Наука», 1979. – 339 с.

63. Зотова О.Ю. Социально-психологическая безопасность личности: дис. … д-ра психол. наук: 19.00.05 / Зотова Ольга Юрьевна. – М., 2011. – 524 с.

64. Майерс, Д. Социальная психология / Д. Майерс. – СПб. : Питер, 1997. – 688 с.

65. Елишев С.О. Теоретико-методологические подходы к изучению понятий «ценность», «ценностные ориентации» / С.О. Елишев //Вестник Московского университета. – Серия 18. Социология и политология. – 2010. - №3. – С. 74-90

66. Агацци Э. Человек как предмет философии // Вопросы философии. 1989. №2. С. 24–34.

67. Малахов В. А. Цінність як категорія культури /В.А. Малахов // Філософська думка. - 1983.- №2. - С. 76–85

68. Гуревич П. С. Преображение ценностей как чрезвычайная ситуация. М.: Московский психолого-социальный институт, 2007. 120 с

69. Столович Л. Н. Эстетическая и художественная ценность: сущность, специфика, соотношение. М.: Знание, 1983. 64 с.

70. Kluckhohn C. Values and Value Orientations in the Theory of Action // Towars a General Theory of Action. Ed. by T.Parsons, E.Shils/ Cambridge: Harvard UP, 1951, Pp.388–433

71. Schwartz S. H. Value orientalons: Measurement, antecedents and consequences across nalons. // Measuring aqtudes crossnalonally: Lessons from the European Social Survey / Ed. by R.Jowell, C. Roberts, R. Fitzgerald, G. Eva. London: Sage, 2007. P. 173

72. Магун В.С., Руднев М.Г. Базовые ценности россиян в европейском контексте // Общественные науки и современность, 2010.- № 3. - С. 5–22.

73. Спиркин А.Г. Философия: Учебник. М.: Гардарики, 2000. - 368 с.

74. Абакумова И.В., Рядинская Е.Н. Ценностно-смысловые установки как фактор социальной интеграции личности в условиях вооруженного конфликта //Вестник Удмурдского университета. – 2017. Т.27. – вып. 1. – С. 52-58.

75. Харченко Л.Н., Березовская О.В. Понятие «ценность» в отечественной научной литературе: к постановке проблемы // Вестник ИрГТУ. - 2013.- №5 (76). – С.294-299.

76. Журавлева Н.А. Динамика ценностных ориентаций личности в Российском обществе / Н.А. Журавлева. – М.: ИП РАН, 2006. – 335 с.

77. Рычков А.К., Яшин Б.Л. Философия: учебник для студентов вузов. - М.: Элит, 2005. - 480 с.

78. Батанина И.А., Бродовская Е.В. Категории «ценности» и «ценностные ориентации» в дискурсе политологического сообщества: к истории вопроса // Среднерусский вестник общественных наук. – 2013. - №3. – С. 110-123

79. Финогентов В.Н. Религиозный ренессанс или философия гуманизма? Мировоззренческий выбор современной культуры. М.: Книжный Дом «Либроком», 2016. – 304 с

80. Римский клуб, юбилейный доклад. Вердикт: «Старый Мир обречен. Новый Мир неизбежен!». [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.ji-magazine.lviv.ua/2020/matvejchev-rimskij-klub.htm

81. Глазьев С.Ю. Как не проиграть в войне. – М.: Военные материалы, 2014. – 23 с

82. Манхейм К. Диагноз нашего времени /К.Манхейм /Пер. с нем. и англ. М.: Юристь, 1994. - 693 с.

83. Сазонова С.Л. Ценности хозяйственной деятельности как основание социально-экономических систем // Вестник университета. - 2016. - №1. – С.257-262

84. Чебунин А.В. Мировоззренческие основы материальных, социальных и духовных ценностей /А.В. Чебунин // Вестник Бурятского государственного университета. – 2018. - №3. Т.1. – С. 30-41

85. Микешина Л.А. Эпистемология ценностей. - М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2007. - 439 с.

86. Нуреев Р. М. Азиатский способ производства и социализм / Р. М. Нуреев // Вопросы экономики. – 1990. – № 3. – С. 47-58.

87. Каячев Г.Ф., Локтионов Д.А. Эволюция ценностного подхода в управлении компанией // Лидерство и менеджмент. – 2019. - №4. – С.397-408

88. Питерс Т.Дж., Уотерман Р.Х. В поисках совершенства. Уроки самых известных компаний Америки. М.: Издательство «Альпина Паблишер», 2014. – 524 с.

89. Porter M.E., Kramer M.R. Creating shared value // Harvard Business Review. – 2011. - №1-2. – p. 62-77.

90. Жернов Е.Е., Нехода Е.В., Редчикова Н.А. Этические аспекты концепции создания общих ценностей // Российское предпринимательство. – 2018. – Том 19. – № 12. – С. 4077-4092.

91. Дюркгейм Э. О разделении общественного труда // Метод социологии. М.: Наука, 1991.- 576 с.

92. Бондаренко В.М. Мировоззренческий подход к формированию, развитию и реализации «цифровой экономики» /В.М. Бондаренко // Современные информационные технологии и ИТ-образование. – 2017. Том 13. - №1. – С.237-251

93. Бронштейн Д. Как изменить мир. Социальное предпринимательство и сила новых идей. – М.: Альпина Паблишер, 2012. – 504 с.

94. Юнус М. Создавая мир без бедности: Социальный бизнес и будущее капитализма. – М.: Альпина Паблишер, 2010. – 307 с.

95. Чухно А. Постиндустриальная экономика: теория, практика и их значение для Украины /А. Чухно // Экономика Украины. – 2001. - № 11-12. – С. 42-54.

96. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования: Пер. с англ. – 2-е изд. – М.: Academia, 2004. – 788с.

97. Кастельс М. Становление общества сетевых структур // Новая постиндустриальная волна на Западе: Антол. – М.: Academia, 1999. – С. 492 – 506.

98. Spicker, P. Solidarity in G.Room (ed.). Towards a European welfare state? - Bristol: SAUS, 1991. – pp. 74

99. Coote, N. Catholic social teaching. Social Policy and Administration - 23 (2), 1989. - pp. 150-160.

100. Dupeyroux, J.J. Droit de la Seciirite Sociale (He edition) - Paris, 1989, p.p. 290.

101. Вебер М. Избранные произведения. – М.: Мысль, 1990. – С. 497

102. Маркс К. Сочинения. // К. Маркс, Ф. Энгельс – М., 1955. – Т. 46. Ч. 1. – С. 368 – 401.

103. Фромм Э. Человек для себя. – Минск., Коллетиум, 1992. – С. 130 – 147.

104. Гелбрейт Дж. Новое индустриальное общество: Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1969. – 959 с.

105. Кругман П. Кредо либерала / Центр исследований постиндустриального общества; Вступ. статья В.Л. Иноземцева. – М.: Издательство «Европа», 2009. – 368 с.

106. Маршал А. Принципы экономической науки. – М.: Прогресс, 1983.- Т.1. – 431 с.

107. Кейнс Дж.М. Общая теория занятости, процента и денег. – М.: Гелиос АРВ, 2002. – 352 с.

108. Пигу А. Экономическая теория благосостояния. – М.: Прогресс, 1987. – 367 с.

109. Фомина М.В. Частно-государственное партнерство как форма социального предпринимательства // М.В. Фомина. - Торговля и рынок: научный

журнал, выпуск № 3, (55), 2020 / Главный ред. Азарян Е.М. – Донецк: ГОВПО «ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского», 2020. – С. 180-186.

110. Фомина М.В. Партнерство государства и бизнеса: сущность и содержание // М.В. Фомина, В.В. Приходько. В.В. Приходько. - The 2nd International scientific and practical conference “Fundamental and applied research in the modern world” (September 23-25, 2020) BoScience Publisher, Boston, USA. 2020. - С. 545-552.

111. Thomson A.M., Perry J.L. & Miller T.K. (2007). Conceptualizing and measuring collaboration. Journal of Public Administration Research and Theory Advance.

112. Гладкий Н.А. Ценностная детерминанта в формировании и развитии социального предпринимательства // Н.А. Гладкий, И.В. Сименко. - Торговля и рынок: научный журнал. – Донецк: ГО ВПО «ДонНУЭТ», 2019. – № 3 (51). Том 2. – С. 60-69.

113. Гладкий Н.А. Концептуальный базис парадигмы социального предпринимательства // Н.А. Гладкий. - Торговля и рынок: научный журнал. – Донецк: ГО ВПО «ДонНУЭТ», 2019. – № 4 (52). Том 2. – С. 95-103.

114. Гладкий Н.А. Ценностно-мировоззренческий подход к социальному предпринимательству в дискурсе современных концепций ценностей // Н.А. Гладкий, И.В. Сименко. - Торговля и рынок: научный журнал. – Донецк: ГО ВПО «ДонНУЭТ», 2020. – № 2 (54). – С.179-187.

115. Гладкий Н.А. Система ценностей общества как фактор развития социального предпринимательства // Н.А. Гладкий. - Актуальные проблемы экономики и права, Ч.1. – Ростовский институт ВГУА. – Ростов-на-Дону, 2020. – С. 248-253.

116. Гладкий Н.А. Социальное предпринимательство: теоретические и методологические основы // Н.А. Гладкий. - Scientific achievements of modern society: материалы X Междунар. науч.-практич. конф. – Ливерпуль, Англия, 2020. – С.375-381.

117. Гладкий Н.А. Эволюция научных представлений о содержании и сущности категорий теории предпринимательства // Н.А. Гладкий, И.В. Сименко - Вестник Донецкого национального университета: научный журнал. Серия В. Экономика и право. – Донецк, 2020. – № 1. – С. 148-156.

118. Гладкий Н.А. Методологический базис социального предпринимательства // Н.А. Гладкий. - Фундаментальные и прикладные исследования в современном мире: материалы 2-й Междунар. науч.-практич. конф. – Бостон, США, 2020. – С. 263-268.

119. Гладкий Н.А. Типы социального предпринимательства и их роль в развитии национальной экономики // Н.А. Гладкий. - Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право: науч. журнал. – Донецк, 2020.– № 2. – С. 47-52.

120. Гладкий Н.А. Методологические основы теории социального предпринимательства // Н.А. Гладкий. - Вестник Института экономических исследований. – Донецк: ГУ «Институт экономических исследований», 2021. – № 2 (22). – С. 109-115

121. Филимендиков Ю.А. Социальное предпринимательство в здравоохранении / Ю.А. Филимендиков // Российское предпринимательство. — 2017. — Том 18. — № 3 — С. 275-282.

122. Качко Д.С. Социальное предпринимательство: проблемы и перспективы развития в России / Д.С. Качко // Российское предпринимательство.— 2017.— Том 18.— №3.— С. 215-221.

123. Борнштейн Д. Как изменить мир: Социальное предпринимательство и сила новых идей / Д. Борнштейн / пер. с англ.— М.: Альпина Паблишер, 2014.— 499 с

124. Ершова З.И. Актуальные проблемы социального предпринимательства / З.И. Ершова // Молодой ученый, - 2019. - №46(284). – С. 335-338.

125. Буянова А.В. Проблемы социального предпринимательства / А.В. Буянова // Социально-политические науки. – 2015. - №4. – С. 92-95

126. Cox, A., & Healy J. (1998). Promises to the poor: The record of European development agencies. Poverty Briefing, I. London, England: Overseas Development Institute.

127. Boris, E., & Steuerel, E. (1999). Nonprofits and government: Collaboration and conflict. Washington, DC: Urban Institute Press.

128. Tuckman, H. P., & Chang, C. (2004). Commercial activity, technological change, and non-profit mission. In W. W. Powel & R. Steinberg (Eds.), The non-profit sector: A research handbook. New Haven: Yale University Press.

129. Social Enterprise Alliance. (2009b). Social entrepreneurship profile—Canadian Society of Association Executives (PTBA). [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.se-alliance.org/case_studies/1_2003.pdf

130. Anderson, S. (2009a). Civic ventures. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.fastcompany.com/magazine/131/civic-ventures-silicon-valley-encore-initiative.html

131. Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both? Entrepreneurship: Theory & Practice, 30(1), 1–22.

132. Pearce, J. (2003). Social enterprise in any town. London, England: Calouste Gulbenkian Foundation.

133. Bloom, P. N., & Chatterji, A. K. (2009). Scaling social entrepreneurial impact. California Management Review, 51(3), 114–133.

134. Light, P. C. (2008). The search for social entrepreneurship. Washington, DC: Brookings Institution Press.

135. Korosec, R., & Berman, E. (2006). Municipal support for social entrepreneurship. Public Administration Review, 66(3), 448–462.

136. Tyson, L. D. A. (2004). Good works—with a business plan. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.businessweek.com/magazine/content/04_18/b3881047_mz007.html

137. Banuri, T., & Najam, A. (2002). A civil society perspective on sustainable development. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://humandevelopment.bu.edu/papers/civic_entrepreneurship.pdf

138. Puttnam, D. (2004). Hearts before pockets. New Statesman, (17) 793, 26.

139. Mort, G. S., Weerawardena, J., & Carnegie, K. (2003). Social entrepreneurship: Towards conceptualization. International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing, 8(1), 76–88.

140. Rogerson, C. M. (2004). The impact of the South African government's SMME programmes: A ten-year review (1994–2003). Development South Africa, 21(5), 765–784.

141. Svetlicic, M., Jacklic, A., & Burger, A. (2007). Internationalization of small and medium enterprises from selected Central European economies. Eastern European Economics, 45(4), 36–65.

142. Ashoka Foundation. (2004). Ashoka's mission. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.ashoka.org.za

143. Frank, R. (2007). Richistan: A journey through the American wealth boom and the lives of the new rich. New York: Three Rivers.

144. Chetty, S., & Agndal, H. (2007). Social capital and its influence on changes in internationalization mode among small and medium sized enterprises. Journal of International Marketing, 1(1), 1–29.

145. Vermeulen, F. (2001). Controlling international expansion. Business Strategy Review, 12(3), 29–36.

146. Aldrich, H. E., & Whetten, D. A. (1981). Organization sets, action sets, and networks: Making the most of simplicity. In P. Nystrom and W. Starbuck (Eds.), Handbook of organizational design I. London, England: Oxford University Press.

147. Thompson, J., Alvy, G., & Lees, A. (2000). Social entrepreneurship: A new look at the people and the potential. Management Decision, 38, 328–338.

148. Fillis, I. (2000). Being creative at the marketing/entrepreneurship interface: Lessons from the art industry. Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship, 2(2), 125–137.

149. Madsen, T. K., & Servais, P. (1997). The internationalization of born globals: An evolutionary process? International Business Review, 6(6), 561–583.

150. Harding, R., & Harding, D. (2008d). Social Entrepreneurship in the UK. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.deltaeconomics. com/media/ social2008 fullreport.pdf

151. Zahra S.A., Wright M. Understanding the Social Role of Entrepreneurship // Jour. of Manage. Stud. – 2016. Vol. 53. – P. 610 – 629

152. Kraenkova K.I., Vankevich E.V. Prereguisites and Factor of Social Enterepreneurship Development in the Republic of Belarus. Vestnic of Vitebsk State Technological Uneversiti, 2018, no. 1 (34), p. 164 - 178

153. Арай Ю.Н. Бизнес-модели в социальном предпринимательстве: типология и особенности формирования: Автореф. дис. к.э.н.: 08.00.05 / Ю.Н. Арай. – СПб. – 2015. – 14 с.

154. Климанов Д.Е. Бизнес-модели: основные направления исследований и поиски содержательного фундамента концепции / Д.Е. Климанов, О.А. Третьяк // Российский журнал менеджмента. – 2014. – Т.12. - № 3. С. 107-130.

155. Теория и практика корпоративной социальной ответственности / под. ред. Е.В. Неходы. – Томск : ТГУ, 2015. – 340 с.

156. Corporate Social Responsibility (CSR) [Электронный ресурс]. – URL: http: // ec.europa.eu/growth/industry/corporate)social)responsibility (date 27.06.2015).

157. Социальная ответственность бизнеса – опыт России и Запада / Комитет по укреплению социальной ответственности бизнеса. – М. : Деловая Россия, 2004. – 94 с.

158. Повышение информационной открытости бизнеса через развитие корпоративной нефинансовой отчетности. Аналитический обзор корпоративных нефинансовых отчетов, 2008–2011 / А.Н. Шохин, Л.В. Аленичева, Е.Н. Феоктистова и др. – М. : РСПП, 2012. – 102 с.

159. Фролова Е.А. Экономические основы социальной ответственности бизнеса // Вестник Томского гос. пед. ун)та. – 2011. – Вып. 12. – С. 66–70.

160. Кикал Дж., Лайоне Т. Социальное предпринимательство: миссия – сделать мир лучше / пер. с англ. – М. : Альпина Паблишер, 2014.

161. Франчайзинг для социальных проектов: чему можно научиться у бизнеса? /О.П. Недоспасова и др. // Baikal Research Journal: электронный научный журнал. – 2017. – Т. 8, № 1. – С. 12.

162. Недоспасова О.П., Барышева Г.А., Таран Е.А. Многосубъектный подход к обеспечению благополучия: взгляд с позиций теории человеческого капитала. – Томск : Изд-во ТГУ, 2015. – С. 228–248.

163. Roodman D., Morduch J. The Impact of Microcredit on the Poor in Bangladesh: Revisiting the Evidence // Center for global development, 2013. URL: https: www.cgdev.org/sites/default/files/impact-of-microcredit-jn-poor-in-bangladesh-2013.pdf

164. Ashoka Foundation. Leading Social Enterpreneurs. URL: https: www.ashoka.org/en/collection/leading-social-enterpreneurs

165. Беккер Г. Человеческое поведение: экономический анализ. – М.: ГУ ВШЭ, 2003 – 336 с.

166. Margolis H. Selfishness, Altruism and Rationality: A Theory of Social Choice. The University of Chicago Press, Chicago and London. - 1982. - 16p.

167. Агентство стратегических инициатив: информационный портал. Enterpreneurs. URL: https: //asi.ru/.

168. Осадчая И.М. Экономика. Толковый словарь. – М.: «ИНФРА-М», Изд-во «Весь Мир». Дж. Блэк. Общая ред.: д.э.н. Осадчая И.М. – 2000.

169. Константинов Ф.В. Философская Энциклопедия. В 5-х. – М.: Советская энциклопедия. Под ред. Ф.В. Константинова. – 1960-1970.

170. Кордуэл М. Психология. А-Я. Словарь-справочник / пер. с англ. К.С. Ткаченко. – М.: ФАИР – ПРЕСС. Майк Кордуэл. – 2000.

171. Федеральный закон Российской Федерации от 26.07.2019 г. № 254 – ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (в части закрепления понятий

«социальное предпринимательство», «социальное предприятие») // СПС «КонсультантПлюс». URL: http: // www.consultant.ru/.

172. Сафронов С.М. Основы социального предпринимательства. - Иваново: Роща, 2014 – 294 с.

173. Фонд поддержки социальных проектов. – URL: http: // fundsp.ru/pages/our-history.html

174. Официальный сайт конкурса «Импульс добра» фонда «Наше будущее». - URL: www.impulsdobra.ru

175. Гладкий Н.А. Практика социального предпринимательства в Словакии и Польше: сопоставительный контекст // Н.А. Гладкий. - Вести Автомобильно-дорожного института: международный научно-технический журнал / АДИ ГОУВПО «ДОННТУ». – Донецк, 2020. – № 2(33). – С. 200-205.

176. Гладкий Н.А. Типология проблем в контексте жизненного цикла социальных предприятий // Н.А. Гладкий. - Eurasian scientific congress: материалы VI Междунар. науч.-практич. конф. – Барселона, Испания, 2020. – С. 512-517.

177. Гладкий Н.А. Проблемы развития социального предпринимательства // Н.А. Гладкий, И.В. Сименко. - Торговля и рынок: научный журнал. – Донецк: ГО ВПО «ДонНУЭТ», 2020. – № 3 (55). Том 1. – С. 145-152.

178. Гладкий Н.А. К вопросу о классификации организационных форм социального предпринимательства // Н.А. Гладкий. - Научный журнал «Менеджер. Вестник Донецкого государственного университета управления». – Донецк: ГОУ ВПО «ДонАУиГС», 2020. – № 2 (92). – С. 172-177.

179. Гладкий Н.А. К некоторым методологическим вопросам исследования противоречий социального предпринимательства // Н.А. Гладкий. - Торговля и рынок: научный журнал. – Донецк: ГО ВПО «ДонНУЭТ», 2020. – № 3 (55). Том 2. – С. 115-122.

180. Гладкий Н.А. Социальное предпринимательство: противоречия и их проявления // Н.А. Гладкий. - Географические и экономические исследования в

контексте устойчивого развития государства и региона: Материалы II Междунар. науч.-практич. конф. – Донецк: Изд-во ДонНУ, 2020. – С. 224-226.

181. Greblikaite, J., et al. (2015). Development of social entrepreneurship in european union: policy and situation of Lithuania and Poland. Transformations in Business & Economics, 14 (2B-35B), 376-396.

182. Defourny, J., & Nyssens, M. (2010). Conceptions of Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and Divergences. Journal of Social Entrepreneurship, 1 (1), 32-53.

183. Zelinger, Š. (2013). Sociální podnikání v UK. Cit. 29.3.2020, [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.ceske-socialni-podnikani.cz/cz/clanky/655-socialni-podnikani-v-uk

184. Dohnalová, Marie. 2012. Sociální ekonomika a sociální podnikání v České republice. Praha : Wolters Kluwer ČR, 2012. stránky 30-70.

185. Social enterprise. Social enterprise UK. [Online] [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.socialenterprise.org.uk/advice-services/sector/social-enterprises.

186. Seznam sociálních podniků podle místa výkonu, Ceske-socialni-podnikani.cz [online]. 2016. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ceske-socialni-podnikani.cz/cz/adresar- socialnich-podniku/misto-vykonu2>

187. Taušl Procházkova, P. (2016). Social enterprises practices: Czech Republic case study. Actual Problems in Economics, 185 (11), 150-159.

188. Seznam sociálních podniků podle společenské prospěšnosti, Ceske-socialni-podnikani.cz [online]. 2016. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ceske-socialni- podnikani.cz/cz/adresar-socialnich-podniku/ spolecenska-prospesnost>

189. Seznam sociálních podniků podle cílové skupiny, Ceske-socialni-podnikani.cz [online]. 2016. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ceske-socialni-podnikani.cz/cz/adresar- socialnich-podniku/cilova-skupina>

190. MPSV (2015b). Sociální podnikání pomáhá řešit i dlouhodobou nezaměstnanost. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.mpsv.cz/cs/22533

191. Abramuszkinová Pavlíková, E. (2012). Social economy and responsibility. Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis, 60 (4), 9-14.

192. České sociální podnikání (2017). České sociální podnikání. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.ceske-socialni-podnikani.cz

193. MPSV (2015a). Sociální podnikání aneb Veřejný prospěch je důležitější než zisk. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.mpsv.cz/cs/20310

194. MMR ČR (2017e). Výzvy a akce. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Kalendar-akci

195. Wildmannová, M. (2015). New Trends in Employment Policy: Social Entrepreneurship. In public economics and administration 2015, 11th International Scientific Conference, 209-214

196. Dohnalová, M., et al. (2015a). Lidské zdroje v sociálních podnicích. Praha: Wolters Kluwer.

197. Pčolinská, L. (2014). Social Economy, Its Perception and Possibilities of Its Development in Conditions of the Slovak Republic (CIRIEC Working paper No. 10). Liege: CIRIEC.

198. Szántó, Š. (2010). Škandál v Gemerskom sociálnom podniku. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.gemerland.sk/?p=2316

199. Korimová, G. (2013). Osvedčené sociálne podnikanie. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://nazory.pravda.sk/analyzy-a-postrehy/clanok/275713-osvedcene-socialne- podnikanie/

200. Ústredie práce, sociálnych vecí a rodiny (2017). Ústredie práce, sociálnych vecí a rodiny. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.upsvar.sk/

201. SME Ekonomika (2017). Marcinčin: Vidíme obrovský záujem o sociálne podniky. [Электронный ресурс]. Режим доступа:

https://ekonomika.sme.sk/c/20471406/marcincin-vidime- obrovsky-zaujem-o-socialne-podniky.html

202. Zákon Slovenské republiky č. 5/2004, § 50b, Zákon o službách zamestnanosti a o zmene a doplnení niektorých zákonov. Zakonypreludi.sk [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.zakonypreludi.sk/zz/2004-5>

203. Blahová kvetoslava, sociálny podnik v podmienkach obce, samosprávnych krajov, združeniach obcí a samosprávnych krajov a v podmienkach právnických osôb založených alebo zriadených obcou alebo samosprávnym krajom. Ústredie práce, sociálnych vecí a rodiny. SZ, OISS, Ústredie práce, sociálnych vecí a rodiny [online]. 2009.18s.

204. Strečanský, B., & Stoláriková, K. (2012). Social economy and social enterprises in Slovakia. Civil Szemle, (4), 87-100.

205. Majerčáková, D. (2015). Social entrepreneurship as challenge for Slovak social system. ACRN Journal of Finance and Risk Perspectives, 4(1), 1-8.

206. Vyskočil, Marek. Podklad pro koncepci politiky vlády vůči NNO do roku 2020

207. WOES (2017). Ośrodek. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://woes.pl/osrodek/projekt/

208. FISE (2017). FISE. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.fise.org.pl/

209. Starnawska, M. (2015). Exploring Governance Among Social Co-Operatives: Three Models From Poland. Social Sciences, 90(4), 78-95.

210. Kurleto, M. (2013). Possibility of Using in Poland Contemporary Solutions Concerning Philanthropy and Social Entrepreneurship Adopted in the US. Global Management Journal, 5(1/2), 27-34

211. European Commission (2013). Policy Brief on Social Entrepreneurship. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.oecd.org/cfe/leed/Social%20entrepreneurship%20policy%20brief%20EN_ FINAL.pdf

212. Srpová, J., et al. (2010). Základy podnikání. Praha: Grada.

213. Bednarikova, daniela; francová, Petra. Studie infrastruktury sociální ekonomiky v ČR - plná verze. Praha: Nová ekonomika, o.p.s., 2011. 63 s.

214. European Commission (2015), A Map of Social Enterprises and their Eco-Systems in Europe, Synthesis Report. Luxembourg: Directorate-General for Employment, Social Affairs and Inclusion.

215. SELUSI Research Consortium. 2010. “Social Entrepreneurs as Lead Users for Service Innovation.” [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.selusi.eu.

216. Department for Trade and Industry. 2002. “Social Enterprise: A Strategy for Success.” London: Department for Trade and Industry.

217. Social Enterprise UK. “About Social Enterprises.” [Электронный ресурс]. Режим доступа:http://www.socialenterprise.org.uk/about/about-social-enterprise.

218. UnLtd. “Rooted: Growing Your Own Social Venture: The Extended Online Version.” [Электронный ресурс]. Режим доступа:http://unltd.org.uk/rooted-guide

219. Social Enterprise UK. 2013. “The People’s Business: State of Social Enterprise Survey 2013.” [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.socialenterprise.org.uk/uploads/files/2013/07/the_peoples_business.pdf

220. Shanmugalingam, Cynthia, Jack Graham, Simon Tucker, and Geoff Mulgan. 2011. “Growing Social Ventures: The Role of Intermediaries and Investors: Who They Are, What They Do, and What They Could Become.” [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.nesta.org.uk/publications/growing-social-ventures.

221. Teasdale, Simon, Fergus Lyon, and Robert Baldock. 2013. “Playing with Numbers: A Methodological Critique of the Social Enterprise Growth Myth.” Journal of Social Entrepreneurship.

222. Cabinet Office and BMG Research. 2013. “Social Enterprise: Market Trends.” [Электронный ресурс]. Режим доступа:

https://www.gov.uk/government/publications/social-enterprise-market-trends. London: Cabinet Office

223. UK Government. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://gov.uk/

224. Cabinet Office. 2013. “2012-13 Community Life Survey.” [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://communitylife.cabinetoffice.gov.uk/explore-the-data.html

225. HM Government. 2013. “Growing the Social Investment Market: 2013 Progress Report.” [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/205295/Social_Investment_Strategy_Update_201 3.pdf.

226. Cabinet Office. 2014. “Interactive Map of Public Service Mutuals.” [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://mutuals.cabinetoffice.gov.uk/interactive-map-publicservice-mutuals.

227. Poverty and Social Exclusion. 2013. “The Impoverishment of the UK.” [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.poverty.ac.uk/sites/default/files/attachments /The_Impoverishment_of_the_UK_PSE_UK_first_results_summary_report_March_28.pdf.

228. Department of Energy & Climate Change. 2013. “Fuel Poverty Report – Updated August 2013.” [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.gov.uk /government/uploads/ system/uploads/attachment_data/file/226985/fuel_poverty_report_2013.pdf.

229. Parliament. 2010. “Value for Money in Public Services: The Aging Population.” [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.parliament.uk/business /publications/research/key-issues-for-the-new-parliament/value-for-money-in-public-services/the-ageing-population.

230. Social Care Institute for Excellence. 2011. “Preventing Loneliness and Social Isolation: Interventions and Outcomes.” [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.scie.org.uk/publications/briefings/files/briefing39.pdf.

231. House of Commons Library. 2014. “Youth Unemployment Statistics.” [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.parliament.uk/business/publications/research/briefing-papers/SN05871/youth-unemployment-statistics.

232. The Work Foundation. 2012. “Short-term Crisis – Long-term Problem? Addressing the Youth Unemployment Challenge.” [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.theworkfoundation.com/downloadpublication/report/314_short-term%20crisis_long_term_problem.pdf.

233. Marmot, Michael, Jessica Allen, Peter Goldblatt, Tammy Boyce, Di McNeish, Mike Grady, and Ilaria Geddes. 2010. “Fair Society, Healthy Lives: The Marmot Review.” London: UCL Institute of Health Equity. Retrieved from [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.instituteofhealthequity.org/projects/fair-society-healthy-lives-the-marmot-review on March 14, 2014.

234. Estrin, Saul, Tomasz Mickiewicz, and Ute Stephan. 2013. “Entrepreneurship, Social Capital, and Institutions: Social and Commercial Entrepreneurship Across Nations.” Entrepreneurship Theory and Practice 37 (3): 479–504.

235. Populus. 2014. “RBS Enterprise Tracker, in Association with UnLtd: 1st Quarter 2014.” [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://unltd.org.uk/wpcontent/uploads/2014/03/RBS-Youth-Enterprise-Tracker-Summary_1st-Quarter-2014-FINAL.pdf.

236. Балтачеева Н.А. Практика социального предпринимательства в Австрии: государственная поддержка и условия развития // Торговля и рынок: научный журнал, выпуск №4'(56), том 2, часть 2, 2020 / Главный редактор Е.М. Азарян. – Донецк: ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 2020. – С. 90-95.

237. Балтачеева Н.А. Развитие социального предпринимательства в Англии: барьеры и проблемы // Торговля и рынок: научный журнал, выпуск №3 (59), 2021 / Главный редактор Е.М. Азарян. – Донецк: ГО ВПО «Донецкий

национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 2021. – С. 124-129.

238. Salamon, Lester M., S. Wojciech Sokolowski, and Associates. 2004. Global Civil Society: Dimensions of the Nonprofit Sector, Volume Two. Bloomfield, CT: Kumarian Press. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://ccss.jhu.edu/wpcontent/uploads/downloads/2013/02/Comparative-data-Tables_2004_FORMATTED_2.2013.pdf

239. Inspiring Impact. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://inspiringimpact.org/

240. Московская А. Актуальность социального предпринимательства в современном государстве / А. Московская // Мир социального предпринимательства. – 2019. - №11. – С.3-8

241. Мельник Е.Н. Критерии и организационно-правовые формы социального предпринимательства / Е.Н. Мельник // Вестник ВГУ. Серия: Экономика и управление. – 2020. - № 1. – С. 64-70

242. Лаврова И. Выгода и общество: как развивается социальное предпринимательство / И. Лаврова // Мой бизнес. – 2019. - 13 декабря. - выпуск №1. – [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://plus.rbc.ru/news/5dc192557a8aa936c82d2fed

243. Гавловская Г.В. Проблемы и тенденции в социальной сфере России в условиях устойчивого развития / Г.В. Гавловская, Н.О. Пушкарева //Вестник алтайской академии экономики и права. – 2020. - №4. – С.19-28

244. Аганбегян А. Доходы российских граждан – сравнение с миром // Институт экономики роста им. Столыпина П.А. – № 4. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://stolypin.institute/wp-content/ uploads/2018/04/issledovanie-ier_dohody-grazhdan.pdf

245. На экономическом форуме в Санкт-Петербурге обсудили инвестиции в социальную сферу [Электронный ресурс]. Режим доступа https://www.asi.org.ru/news/2019/06/06/pmef-investitsii-sotsialnaya-sfer/

246. Почти 1200 субъектов МСП получили статус «социальное предприятие». Фонд региональных социальных программ «Наше будущее» (22 апреля 2020). . [Электронный ресурс]. Режим доступа : http://www.nb-fund.ru/press-center/news/pochti-1200-subektov-msp-poluchili-status-sotsialnoe-predpriyatie/

247. Выгоды и общество: как развивается социальное предпринимательство. [Электронный ресурс]. Режим доступа : https://plus.rbc.ru/news/5dc192557a8aa 936c82d2fed

248. Развитие социального предпринимательства на территории России // NB-FUNd. RU: Информационно-аналитический портал // Наше будущее. – 2018. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www. nb-fund.ru

249. Московская А. Как сделать ЦИССы эффективным инструментом развития социального предпринимательства в регионах? / А. Московская, И. Климов //Мир социального предпринимательства. – 2019.-№13. – С.3-5

250. Зверева Н.И. Регулирование социального предпринимательства в России / Н.И. Зверева, Н.Ю. Сурова // Вестник РЭУ им. Г.В. Плеханова. – 2018. - №5(101). – С.101-109

251. Приказ Министерства экономического развития РФ от 14.03.2019 г. № 125 «Об утверждении требований к реализации мероприятий, осуществляемых субъектами Российской Федерации, бюджетам которых предоставляются субсидии на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства в субъект Российской Федерации для достижения целей, показателей и результатов региональных проектов, обеспечивающих достижение целей, показателей и результатов федеральных проектов, входящих в состав национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы», и требований к организациям, образующим инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства». [Электронный ресурс]. Режим доступа : http://base.garant.ru/72264634/

252. Зверева Н.И. и др. Атлас практик развития социального предпринимательства субъектами Российской Федерации / Н.И.Зверева Соавторы: Бесшапошникова Е.Н., Сидорова О.А., Панчетовская Л.В., Шлыкова О.В. - Фонд региональных социальных программ «Наше будущее», 2019. – 65 с.

253. Полтавская М.Б. Информированность населения и представителей малого бизнеса о социальном предпринимательстве: региональный аспект / М.Б. Полтавская // Logos et Praxis. – 2018.-Т.17. - №3. – С. 70-81

254. ЦИРКОН. Социальное предпринимательство: восприятие россиян: по результатам массовых опросов населения РФ (2008-2016). - Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://www. zircon.ru/upload/iblock/a1c/Socia lnoe_predprinimatelstvo_PR_13-07-11.pdf

255. Потапов А. Потенциал развития социальных инноваций в России и странах ЕС / А.Потапов, Т. Соловьева // Современная Европа. – 2020. - №1. – С. 170-181/

256. Федеральный закон от 19.12.2016 № 415-ФЗ "О федеральном бюджете на 2017 год и на плановый период 2018 и 2019 годов". [Электронный ресурс]. Режим доступа http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/00012016122100 08

257. АСИ: капитализация фонда по поддержке социальных проектов составит 1,5 млрд рублей [Электронный ресурс]. – URL: https://asi.ru/news/80055/

258. Фонд «Наше будущее» [Электронный ресурс]. URL: http://www.nbfund ru/

259. Аликперов В. Совпадение интересов. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://nb-forum.ru/useful/social_investing/sovpadenie-interesov-vagit-alekperov-forbes

260. Социальное предпринимательство в России. Аналитический центр ОАО «МСП Банк». [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://edu53.ru/np-includes/upload/2015/04/02/7673.pdf

261. Социальное предпринимательство идет по стране, но нуждается в поддержке журналистов и бизнеса //Мир социального предпринимательства. – 2019.-№13. – С.17

262. Джамалудинова М.Ю. Государственная поддержка социального предпринимательства в России / М.Ю. Джамалудинова, Ю.А.Борисова // Региональные проблемы преобразования экономики. – 2018. - №12. – С.304-310/

263. Гладкий Н.А. Социальное предпринимательство: идентификация проблем / Н.А. Гладкий // Менеджмент и предпринимательство в парадигме устойчивого развития: материалы III Междунар. науч.-практ. конф. – Екатеринбург, 2020. – С. 32-34.

264. Гладкий Н.А. Социальное предпринимательство Великобритании в контексте государственной и международной поддержки / Н.А. Гладкий // Экономика. Стратегические приоритеты развития территорий: сборник науч. работ. – Донецк: ДонАУиГС, 2020. – Вып. 18. – С. 75-83.

265. Гладкий Н.А. Социальное предпринимательство Российской Федерации: оценка развития и государственная поддержка / Н.А. Гладкий // Актуальные проблемы менеджмента, экономики и экономической безопасности: сборник материалов II Междунар. научн. конф. – Чебоксары: ИД «Среда», 2020. – С. 19-22.

266. Гладкий Н.А. Финансовая поддержка социального предпринимательства в Российской Федерации / Н.А. Гладкий // Бизнес-менеджмент, экономика и социальные науки: Сборник научных статей. - Agenda Publishing House LTD, Лондон, Великобритания, 2020. – С. 54-57.

267. Гладкий Н.А.. Социальное предпринимательство в Российской Федерации: Институциональный этап развития // Н.А. Гладкий, И.В. Сименко. - Торговля и рынок: научный журнал. – Донецк: ГО ВПО «ДонНУЭТ», 2020. – № 4 (56). Том 1. – С. 149-158.

268. Гладкий Н.А. Социальное предпринимательство в Чехии: опыт и проблемы функционирования // Н.А. Гладкий. - Научный журнал «Менеджер.

Вестник Донецкого государственного университета управления». – Донецк: ГОУ ВПО «ДонАУиГС», 2020. – № 3 (93). – С. 175-180.

269. Программа восстановления и развития экономики и социальной сферы города Донецка на 2020 год. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://gorod-donetsk.com/programma-vosstanovleniya-i-razvitiya

270. Петренко Е.С. Компаративный анализ ментальных моделей восприятия социального предпринимательства в России и Казахстане / Е.С. Петренко, Н.О. Столяров, К.А. Витер // Экономические отношения. – 2019. – Том 9. - №1. – С.107-122

271. Припотень В.Ю. Социальный бизнес в условиях развития социального предпринимательства /В.Ю. Припотень // Торговля и рынок: научный журнал, выпуск № 3'(47), том 1, 2018 / Главный редактор Е.М. Азарян. – Донецк: ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 2018. – С. 77–86

272. Кадол Ф.В. Нравственные аспекты социального предпринимательства: морально-этическое самосознание и чувство личного достоинства / Ф.В. Кадол, Н.Ф. Кадол // Социальное предпринимательство и корпоративная социальная ответственность. – 2020. – Том 1. - №1. – С. 13-26

273. Кадол Н.Ф. Гражданская ответственность социального предпринимательства в мировой практике // Народная асвета. — 2020. — №5. — С. 8-12.

274. Кадол Н.Ф. Институциональные основы развития социального предпринимательства: зарубежный опыт / Монография. — Москва: МАКС Пресс, 2020. — 140 с.

275. Припотень В.Ю. Диагностика факторов интенсификации и препятствий развития корпоративной социальной ответственности и социального предпринимательства / В.Ю. Припотень, Л.Е. Шульженко // Сборник научных работ серии «Экономика». Вып.12: Инфраструктурное обеспечение экономического развития территории /ГОУ ВПО «ДонАУиГС». – Донецк: ДонАУиГС, 2018. – С. 44–57.

276. Государство должно учитывать потенциал социального предпринимательства. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.kommersant.ru/doc/2961112

277. Виханский О.С. Лидерство-служение как фактор социального предпринимательства / О.С. Виханский, А.Г. Миракян // Управленческие науки. – 2018. – Т.8. - №1. – С. 100-109/

278. Плюхина А.А. Совершенствование методики оценки деятельности социальных предприятий // Российское предпринимательство. — 2016. — Т. 17. — № 13. — С. 1569–1582.

279. Припотень В.Ю. Инструментарий оценки деятельности социальных предприятий в сфере социального бизнеса / В.Ю. Припотень, Н.П. Пяткова // Экономика строительства и городского хозяйства. – 2018. – Т.14. - №4. – С. 295-304.

280. Краенкова К.И. Методические подходы к оценке деятельности субъектов социального предпринимательства / К.И. Краенкова, Е.В. Ванкевич // Научный результат. Экономические исследования. – 2017. - Том 3, Выпуск №2 . – С. 46-52.

281. Сіменко І.В. Якість систем управління підприємствами: Методологія, організація, практика: монографія / І.В. Сіменко. – Донецьк: [ДонНУЕТ], 2009. – 394 с.

282. Гусева Е. Мониторинг и оценка проектов / Е.Г.Гусева, Ю.С.Крылова, А.Ю.Москвина, А.В.Орлова, Д.А.Шубина. — СПб: ЦРНО, 2014. – 45 с.

283. Стандарт социальной ответственности IC CSR-08260008000 «Социальная ответственность организации. Требования». Разработан АНО «Центр экспертных программ Всероссийской организации качества» взамен стандарта ВОК/КСО-2007/CSR/КСО – 2008. [Электронный ресурс]. Режим доступа сайт: ksovok.com

284. Лапшина А. Подходы к оценке социального предпринимательства. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.soc-invest.ru/resources/

285. Оценка: От и До. – Новосибирск: Некоммерческое партнерство «Информационно-аналитический центр развития гражданских инициатив» (НП «ИнА-Центр»), 2015. – 44 с.

286. Сименко И.В. Государственный контроль финансирования социальной сферы: теория, организация, практика / И.В. Сименко, Т.В. Переверзева. – Донецк: ГО ВПО «ДонНУЭТ», 2019. – 262 с.

287. Social impact assessment [Electronic resource]. – S. l. : s. n., 2011 – 7 p. – [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://vai.org.uk/wp/wp content/uploads/2011/07/110707Social Impact Toolkit.pdf

288. The social value guide. Implementing the Public Services (Social Value) Act [Electronic resource]. In: An Enterprising Future. – November 2012 – 17p.– [Электронный ресурс]. Режим доступа: [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.socialenterprise.org.uk/Handlers/ Download. ashx? IDMF=2e2c2f33 30d6 4ad5 a08c e5221821c8d5.

289. Assessing social enterprises: The need for new parameters [Electronic resource]. In: Knowledge in Civil Society. – 136 p. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://villgro.org/assets/img/Resource/research/KICS CWS.pdf

290. Hehenberger, L. A.; Harling, A.; Scholten, P. Practical guide to measuring and managing impact [Electronic resource]. In: European Venture Philanthropy Association. – April 2013 – 124 p. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.oltreventure.com/wpcontent/uploads/2015/05/EVPA_A_ Practical_Guide_to_Measuring_and_ Managing_Impact_final.pdf.

291. Оценка: обзор ключевых международных публикаций 2016 года. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://socialvalue.ru/wp-content/uploads/2017/05/Ozenka_trends_2016.pdf

292. Петрушевский Ю.Л. Социализация малого и среднего бизнеса: проблемы и перспективы развития / Ю.Л. Петрушевский, А.Е. Ревунов // Сборник научных работ серии «Государственное управление». Вып. 11: Экономика и управление народным хозяйством. – 2018. – С. 198- 208.

293. Петрушевский Ю.Л. Становление и развитие социальной ответственности бизнеса в современной экономике / Ю.Л. Петрушевский // Торговля и рынок. – 2018. – Вып.3'(47), т. 1. – С. 220-227.

294. Бессарабов В.О. Развитие социальной ответственности бизнеса в предпринимательской среде: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Бессарабов Владислав Олегович. – Донецк, 2018. – 350 с.

295. Особенности использования данных «для действий» и «получения социального эффекта». Джим Фрухтерман [Features: Using Data for Action and for Impact. Jim Fruchterman] The Stanford Social Innovation Review (США). Лето 2016 // Реферативный обзор материалов по теме «Измерение и оценка» на аккаунте Dropbox некоммерческой организации Evolution & Philanthropy (2016 г.)

296. Influencing Impact. Understanding impact measurement in social investment // SIAA Social Investment Working Group [Электронный ресурс]. URL: http://socialvalueint.org/wp-content/uploads/2015/05/SIAA_Influencing-Impact-Report_April-2015.pdf (2015).

297. Соколов Н.А. Методологические аспекты оценки эффективности в социальной сфере. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://core.ac.uk/reader/11315698

298. Priscilla Boiardi, Lisa Hehenberger, Alessia Gianoncelli. Impact measurement in practice – in depth case studies. Publisher: EVPA. – 147 p

299. Хатри Г.П. Мониторинг результативности в общественном секторе: Пер. с англ. — М.: Фонд «Институт экономики города», 2005. — 276 с.

300. Руководство по мониторингу и оценке проектов, программ и политик, подготовленное Г. Маматкеримовой, А. Болотбаевым, С. Билаловой. – Программа ПРООН по политическому и административному управлению на центральном уровне. – Бишкек: Издательский Дом Принтхаус, 2002. – 56 с.

301. Размышления о подотчетности и системах оценки эффективности НКО, 2016, Дайджест публикаций международного филантропического сообщества №66. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://ep-digest.ru/?p=7446

302. Hehenberger, L.; Harling, A. (2013) “European Venture Philanthropy and Social Investment 2012/2013” EVPA. [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.eban.org

303. Пономарев С. Как измерить социальный эффект. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://nb-forum.ru/

304. Итоги сессии «Государственный подходы и частные инициативы к определению эффективных социальных практик». [Электронный ресурс]. Режим доступа: [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://socialvalue.ru/

305. Стандарт доказательности практик в сфере детства (Версия №2. 31 августа 2018). [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://ozenka.info/about/dokazatelniy_podhod/standart_dokazatelnosti_praktik/402_file_2.pdf

306. Автономов А.С. Методика и практика обучения мониторингу социальных проектов. Учебно-методическое пособие/ Под общей редакцией А.С.Автономова. М.: Национальная Ассоциация благотворительных организаций (НАБО), 2018. – 240 с.

307. Лановенко О.А. Социальная эффективность предоставления социальных услуг: критериальные показатели ее оценки / О.А. Лановенко //Вісник Харьківського національного університету імені В.Н. Каразина. – 2010. - №889. – С. 142-147.

308. Рождественская Н.В., Богуславская С.Б., Боброва О.С.: Оценка эффективности проектов некоммерческих организаций, социального предпринимательства и гражданских инициатив.— СПб., Издательство Политехнического университета, 2016. — 168 с.

309. Тимохович А.Н. Измерение эффективности социального предпринимательства / А.Н. Тимохович, О.И. Никурадзе // Социальные технологии и процессы. – 2020. - № 7. – С.193-198.

310. Рекомендации по оценке социально-экономической эффективности бюджетных расходов на реализацию государственных и муниципальных программ в социальной сфере. [Электронный ресурс]. Режим доступа:

http://docx.lib-i.ru/29ekonomika/7717-1-rekomendacii-ocenke-socialno-ekonomicheskoy-effektivnosti-byudzhetnih-rashodov-realizaciyu-gosudarstvennih-municipalni.php

311. Хетагурова Ю.И. Методика оценки социального предпринимательства в современных условиях / Ю.И. Хетагурова // Новый взгляд. Международный научный вестник. – 2015. - № 7.- С.236-244

312. Рекомендации по оценке социально-экономической эффективности социальных программ. Определения, подходы, практический опыт / Е.И. Андреева, И.Д. Горшкова, А.С. Ковалевская — М.: Издательство «Проспект», 2014. — 72 с.

313. Emerson J, Wachowicz J and Chun S (2000) Social Return on Investment: Exploring Aspects of Value Creation in the Non-Profit Sector San Francisco, The Roberts Foundation

314. Forbes DP (1998) Measuring the unmeasurable: Empirical studies of nonprofit organization effectiveness from 1977 to 1997. Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly. Social impact assessment Annual Review of Sociology 12.1 451–478

315. Friedman M (1970) The social responsibility of business is to increase its profits The New York Times Magazine (September 13) 32–33, 122, 126.

316. Fry LW, Keim GD and Meiners RE (1982) Corporate contributions: Altruistic or for-profit? The Academy of Management Journal 25.1 94–106.

317. IPIECA (2008) Creating Successful, Sustainable Social Investment; Guidance Document for the Oil and Gas Industry London, International Petroleum Industry Environmental Conservation Association.

318. Dees J.G., Emerson J. Enterprising nonprofits: A toolkit for social entrepreneurs. - New York: John Wiley & Sons, 2001. – 134 с.

319. Martin R.L., Osberg S. Social Entrepreneurship: the Case for Definition // Stanford Social Innovation Review. – 2007. – С. 89.

320. Mair J., Marty I. Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight // Journal of World Business. – 2006. – № 41. – С. 36-44.

321. Джилл Кикал, Томас Лайонс. Социальное предпринимательство. Миссия – сделать мир лучше. Москва: ООО «АЛЬПИНА ПАБЛИШЕР», 2014. – 430 с.

322. Гладкий Н.А. Стандартизация оценки деятельности социальных предприятий // Н.А. Гладкий. - I Международная научно-практическая конференция «Результаты современных научных исследований и разработок» (4-6 апреля 2021 г.) Barca Academy Publishing, Мадрид, Испания, 2021. С. 468-474

323. Гладкий Н.А. Предпосылки развития социального предпринимательства в Донецкой Народной Республике // Н.А. Гладкий. - Финансово-экономическое развитие Донбасса: проблемы, пути решения : тез. докл. Республик. науч.- практ. конф. молодых ученых и студентов. – Донецк : ГОУ ВПО «ДонАУиГС», 2021 – 337 с. С. 14-16

324. Гладкий Н.А. Информационно-методическая составляющая оценки деятельности социального предприятия // Н.А. Гладкий. - Информационное пространство Донбасса: проблемы и перспективы: материалы III Респ. с междунар. участием науч.-практ. конф., посв. 100-летию осн-ия ДонНУЭТ, 30 окт. 2020г. – Донецк: ГО ВПО «ДонНУЭТ», 2020. – С. 79-82.

325. Гладкий Н.А. Аналитическая оценка социального предпринимательства: этапы и содержание работ // Н.А. Гладкий. - Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности. сб. науч. стат. - Вып.9/ ГО ВПО "Донецкий национальный университет экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского", каф. Экономики и предприятия. – Донецк: ФЛП Кириенко С.Г., 2021. – С. 79-83

326. Гладкий Н.А. Оценка деятельности социального предприятия: характеристика организационно-аналитических процедур // Н.А. Гладкий. -

Торговля и рынок: научный журнал. – Донецк: ГО ВПО «ДонНУЭТ», 2021. – № 2 (58). – С. 147-154.

327. Гладкий Н.А. Оценка социального предпринимательства: обзор методик и моделей // Н.А. Гладкий. - Сборник научных работ серии «Экономика». Вып.23: Стратегические приоритеты развития территорий / ГОУ ВПО «ДонАУиГС». – Донецк: ДонАУиГС, 2021. – С. 49-59.

328. Гладкий Н.А. Социальная сфера Донецкой Народной Республики как среда развития социального предпринимательства // Н.А. Гладкий. - Вестник Челябинского государственного университета. 2021. № 6 (452). Экономические науки. Вып. 75. С. 135—141.

329. Гладкий Н.А. Развитие социального предпринимательства на основе новых технологических решений // Н.А. Гладкий. - Сборник научных работ серии «Экономика». Вып.24: Стратегические приоритеты развития территорий / ГОУ ВПО «ДонАУиГС». – Донецк: ДонАУиГС, 2021. – С. 75-83.

330. Гладкий Н.А. Методика оценки деятельности социальных предприятий на основе ситуативно-ориентированного подхода // Н.А. Гладкий. - Вести Автомобильно-дорожного института = Bulletin of the Automobile and Highway Institute: международный научно-технический журнал / АДИ ГОУВПО «ДОННТУ». – Донецк, 2021. – № 3(38). – С.123-130.

331. Фомина М.В. Социальное предпринимательство с позиции институциональной теории // М.В. Фомина, Е.В. Стельмашенко. - Торговля и рынок: научный журнал, выпуск № 1 (57), 2021 / Главный ред. Азарян Е.М. – Донецк: ГОВПО «ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского», 2021. – С. 25-32.

332. North D.N. Institutions, institutional Change and Economic Performance. Cambridge: Cambridge University Press, 1990. – 267 p.

333. Scott W.R. Institutions and organizations. Thousand Oaks, CA: Sage, 2001. – 280 p.

334. Dacin M.T., Goodstein J., Scott W.R. Institutional theory and institutional changes // The Academy of Management Journal. 2002. Vol. 45. № 1. P. 45-57.

335. Treisman D. The causes of corruption: a cross-national study // Journal of Public Economics. 2000. Vol. 76. № 3. P. 399-457.

336. Seelos C., Mair J., Battilana J., Dacin T. The embeddedness of social entrepreneurship: understanding variation across communities // Research in the Sociology of Organization. 2011. Vol. 33. № 4. – P. 333 – 363.

337. Zhao E., Lounsbury M. An institutional Logics Approach to Social Entrepreneurship: Market Logic, Religious Diversity, and Resource Acquisition by Microfinance Organizations. Journal of Business Venturing. 2016, vol. 31, № 6, pp. 643 – 662.

338. West III G.P., Noet T.W. The impact of knowledge resources on new venture performance // Journal of small business management. 2009. Vol. 47. № 1. – P. 1 – 22.

339. Castrogiovanni G.J. Pre-startup planning and the survival of new small businesses: theoretical link-ages // Journal of Management. 1996. Vol. 22. № 6. – P. 801 – 822.

340. Choi H. Religious institutions and ethnic entrepreneurship: The Korean ethnic churches a small business incubator // Economic Development Quarterly. 2010. Vol. 24. № 4. – P. 372 – 383.

341. Wilson F., Kickul J., Marlino D. Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intention: implications for entrepreneurship education // Entrepreneurship Theory and Practice. 2007. Vol. 31. № 3. – P. 387 – 406.

342. Верховская О.Р., Дорохина М.В., Сергеева А.В. Национальный отчет «Глобальный мониторинг предпринимательства. Россия 2013». – СПб, 2014. – С. 55

343. Вишнева К.В. Цифровизация некоммерческого сектора / К.В. Вишнева // «Ученые заметки ТОГУ». – Том 10. - №4.- С. 49-52

344. Global NGO Technology Report 2018. URL: http://techreport.ngo/wp-content/ uploads/2018-Tech-Report-English.pdf.

345. Ганберов Д. Правовой статус и особенности общественных объединений / Д. Ганберов // Публічне право. – 2018. - №3 (31). – С. 204-210

346. J. McKendrick, “The 5 traits of digitally advanced companies,” 2017. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.forbes.com.

347. Олейникова Ю.А. Вызовы и модели развития бизнеса в условиях прогрессии цифровой экономики / Ю.А. Олейникова // Вопросы инновационной экономики. – 2019. – Том 9. - №4. – С.1415-1426.

348. Пенькова И.В. Проблемы цифровой трансформации социальных предприятий// И.В. Пенькова. - Торговля и рынок: научный журнал, выпуск №3'(59), 2021 / Главный редактор Е.М. Азарян. – Донецк: ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 2021. – С. 152-157.

349. Скокова Ю., Корнеева И., Краснопольская И. и др. Цифровизация некоммерческого сектора: готовность, барьеры и эффекты. 2021. Исследование выполнено Центром оценки общественных инициатив ИППИ НИУ ВШЭ при поддержке программы «Центр развития филантропии» Благотворительного фонда Владимира Потанина и в партнерстве с Благотворительным фондом поддержки и развития социальных программ «Социальный навигатор». [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.fondpotanin.ru/upload/iblock/0a0/%D0%A6% D0%B8%D1%84%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%B7%D0% B0%D1%86%D0%B8%D1%8F%20%D0%9D%D0%9A%D0%9E_ %D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%B7%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F.pdf

350. Информационные технологии в НКО-секторе. [Электронный ресурс]. Режим доступа https://ep-digest.ru/wp-content/uploads/2015/08/4_2016_IT.pdf

351. Первое в России исследование вовлеченности российских благотворительных организаций в цифровую трансформацию. [Электронный ресурс]. Режим доступа: istoki-foundation.org

352. Китаева, А. Г. Организационная модель взаимодействия субъектов цифровой платформы информационного обеспечения регулирования

предпринимательской деятельности Донецкой Народной Республики / Мартынов И. Ю., Китаева А. Г. //Сборник научных работ серии «Государственное управление». Вып. 19: Экономика и управление народным хозяйством / ГОУ ВПО «ДонАУиГС». – Донецк: ДонАУиГС, 2020.–№3(34), с. 132-141.

353. Dyal-Chand R. Regulating sharing: The sharing economy as an alternative capitalist system // Tulane Law Review. Dec. 2015. Vol. 9, N 2. P. 241–309.

354. Rifkin J. The zero marginal cost society: The Internet of things, the collaborative commons, and the eclipse of capitalism. 2014.

355. Гладкий Н.А. Новая парадигма инвестирования социального предпринимательства // Н.А. Гладкий. - Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право: науч. журнал. – Донецк, 2021.– № 1. – С. 33-39.

356. Гладкий Н.А. Социально ориентированная модель экономики: теоретический базис // Н.А. Гладкий. - Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право: науч. журнал. – Донецк, 2021.– № 4. – С. 72-77

357. Гладкий Н.А. Формирование парадигмы развития институциональной среды социального предпринимательства // Н.А. Гладкий. - Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право: науч. журнал. – Донецк, 2021.– № 3. – С. 96-102.

358. Гладкий Н.А. Цифровизация социального предпринимательства: вызовы и открывающиеся возможности // Н.А. Гладкий. - Торговля и рынок: научный журнал. – Донецк: ГО ВПО «ДонНУЭТ», 2021. – № 3 (59). – С. 189-194.

359. Гладкий Н.А. Институты социального предпринимательства: сущность и структура // Н.А. Гладкий. - Торговля и рынок: научный журнал. – Донецк: ГО ВПО «ДонНУЭТ», 2021. – № 4 (60). – С. 114-119.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А
Содержание концепта тройной выгоды

1. Экономическая выгода:
    - прибыль используется преимущественно для развития социального предприятия, либо для достижения социально выгодных целей;
    - способность противостоять экономическим рискам;
    - минимальная доля продаж и предоставления услуг в валовом доходе;
    - ограничение операций с недвижимостью;
    - проведение многосоставной деятельности;
2. Социальная выгода:
    - проведение деятельности, приносящей выгоду как организации, так и определенной группе людей;
    - участие работников в формировании будущих трендов развития компании;
3. Выгоды для окружающей среды:
    - удовлетворение нужд преимущественно локальных групп и локального спроса;
    - использование преимущественно локальных источников;
    - принятие во внимание аспектов окружающей среды;
    - сотрудничество социального предприятия с локальными физическими и юридическими лицами;

Приложение Б

Международные организации поддержки социального предпринимательства в Европе

CIRIEC (Международный научно - исследовательский и информационный центр по вопросам государственной, социальной и кооперативной экономики) это международная государственная исследовательская организация с очень долгой историей, а также с представительствами по всему миру. Она возникла в 1947 году и одним из её главных областей деятельности является социальная экономика, которую данная организация исследует с глобальной точки зрения. Организация создаёт и публикует квалификационные заключение и статьи, которые посвящены текущей ситуации, масштабам деятельности и роли сектору социальных предприятий. (CIRIEC, 2017), (Dohnalová, 2011)

EMES является исследовательской сетью научных учреждений, которая возникла в 1996 году и занимается развитием социальной экономики преимущественно в Европе. Эта сеть состоит из известнейших крупнейших исследовательских центров, высоких школ, университетов, а также отдельных исследователей. Занимается публикацией мультидисциплинарных исследований, которые освещают различия в понимании социальной экономики. Организация стремится внести свой вклад в образование в области социальной экономики в европейских университетах. С 2013 года членами этой организации могут стать исследователи и учёные из любой страны мира. (EMES, 2017), (Dohnalová, 2011)

CEFEC (Социальные Фирмы Европы)

Это европейская сеть фирм и организаций, целью которой является создать оплачиваемые рабочие места для людей с ограниченными функциями. Членами этой организации, главный офис который находится в Бельгии, являются социальные фирмы, социальные кооперативы, государственные организации и организации, преследующие подобную цель. В 2016 году эта организация насчитывала порядка 40 членов.

Организация имеет три категории членства: полное членство, благотворительное членство, и членство индивидуальное. Членство может получить как организация, так и отдельный человек. Членский взнос составляет от 25 до 300 €, размер зависит от типа членства и размера организации. (Social Firms Europe CEFEC, 2017)

Преимущества членства:

- конференции проходят каждый год в разных странах европейского Союза;
- поддержка членов в создании новых рабочих мест;
- участие в конкурсе, награда «Year Award» - вручается лучшему предприятию;
- обмен информацией и взаимная поддержка на международном уровне;
- помощь в европейских проектах. (Social Firms Europe CEFEC, 2017)

Приложение В

Характеристика сфер окружения социального предпринимательства в Великобритании

Политика	Предпринимательство	Волонтёрство
Затраты на социальную сферу: 23,8% ВВП, выше, чем среднее по миру **Политическая стабильность и отсутствие насилия:** Индекс 60 (0-минимум, 100-максимум), ниже, чем среднее по миру **Верховенство закона:** Индекс 93(0-минимум, 100-максимум), намного выше среднего по миру	**Предпринимательская активность** - общая предпринимательская активность на ранних стадиях (средний балл) - уровень зарождающегося предпринимательства (средний балл) - уровень владения новым бизнесом (средний балл) - предпринимательская активность сотрудников (средний балл) **Предпринимательское стремление** - международная ориентация (средний балл) - развитие нового продукта на ранних стадиях предпринимательской деятельности (средний балл) - ожидания роста (средний балл) **Предпринимательские отношения и культура поддержки** - видимые предпринимательские способности (средний балл) - страх неудачи (средний балл) - предпринимательство рассматривается как желательный выбор карьеры (средний балл) - внимание СМИ к предпринимательству (средний балл) - вера в высокий статус успешных предпринимателей (высокий балл)	**Добровольнические организации** -161 266 независимых активных добровольных организаций используют 2,7% рабочей силы Великобритании и генерируют £11,8 млрд британского валового внутреннего продукта; - они занимаются широким спектром деятельности: социально-экономической, социально-культурной, здравоохранением, образованием, религией, спортом; - наибольшее количество организаций сосредоточено на социальном обслуживании, культуре и отдыхе, религии; - самое большое количество организаций нацелено на то, чтобы приносить пользу детям и молодежи, широкой общественности и пожилым людям. **Индивидуальное волонтерство:** - 72% населения Англии регулярно вызывались добровольцами в прошлом году - 74% населения Англии регулярно отдают деньги на благотворительность

Источники: Global Entrepreneurship Monitor 2013, Organisation for Economic Co-operation and Development 2013, World Bank 2012, Global Entrepreneurship Monitor 2011, NCVO UK Civil Society Almanac 2014. "Voluntary Sector Statistics." Cabinet Office. 2013

Приложение Г

Сведения о численности отдельных категорий целевых групп в Макеевке

Категории целевых групп	Года, количество человек, тыс.						
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Инвалиды (взрослые), всего, в том числе:	19,8	17,5	17,1	16,2	19,7	19,4	19,8
-инвалиды 1-й группы	1,9	1,7	1,5	1,5	1,7	1,7	1,7
-инвалиды 2-й группы	6,8	6,2	5,9	5,6	6,4	6,1	6,1
-инвалиды 3-й группы	11,1	9,6	9,7	9,1	11,6	11,6	12,0
Дети-инвалиды	0,9	0,8	0,7	0,6	0,9	1,0	1,0
Малообеспеченные и социально незащищенные люди, из них:*							
малообеспеченные	1,6	2,5	2,3	1,0	1,4	1,5	1,8
получатели материальной помощи отдельным категориям лиц (выплат)	0	0	2,0	21,6	24,2	24,8	33,3
Дети из неблагополучных семей, дети-сироты из них:*							
дети из семей, оказавшихся в сложных жизненных обстоятельствах	-	1,8	1,2	1,1	0,9	0,9	1,0
дети-сироты и дети, оставшиеся без попечения родителей	-	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,7
Мамы с маленькими детьми, беременные, многодетные, из них:*							
получатели помощи на ребенка до достижения им трехлетнего возраста	10,0	7,0	9,1	9,4	8,9	7,8	7,3
получатели помощи семьям, имеющим трех и более детей	0	1,1	4,3	1,4	1,6	1,7	1,8
Пожилые люди (пенсионеры)	91,3	112,6	113,7	113,3	112,2	111,0	109,5
Дети в детских домах семейного типа (в том числе дети-сироты и дети, оставшиеся без попечения родителей)	-	0,008	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Дети в приемных семьях	-	0,03	0,02	0,02	0,02	0,01	0,01

* целевая группа показана отдельно по категориям

Приложение Д

Сведения о численности отдельных категорий целевых групп в Горловке

Категории целевых групп	Года, количество человек, тыс.						
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Инвалиды (взрослые), всего	20,6	18,8	19,4	18,9	19,6	19,9	19,5
В том числе:							
-инвалиды 1-й группы	1,5	1,4	1,4	1,4	1,5	1,5	1,5
-инвалиды 2-й группы	6,1	5,6	5,8	5,6	5,8	5,8	5,7
-инвалиды 3-й группы	13,0	11,8	12,2	11,9	12,3	12,6	12,3
Дети-инвалиды	0,8	0,6	0,6	0,6	0,7	0,7	0,7
Малообеспеченные и социально незащищенные люди, из них:*							
малообеспеченные	2,5	1,8	1,0	0,7	1,1	1,1	1,4
получатели материальной помощи отдельным категориям лиц (выплат)			1,1	12,7	12,9	14,3	20,8
Дети из неблагополучных семей, дети-сироты из них:*							
Дети из семей, оказавшихся в сложных жизненных обстоятельствах	-	0,9	1,0	0,6	0,6	0,8	0,7
Дети-сироты и дети, оставшиеся без попечения родителей	-	0,4	0,4	0,4	0,3	0,4	0,4
Мамы с маленькими детьми, беременные, многодетные, из них:*							
получатели помощи на ребенка до достижения им трехлетнего возраста	6,4	5,2	4,3	4,1	4,3	4,2	3,8
получатели помощи семьям, имеющим трех и более детей		0,6	0,7	0,7	0,9	1,0	1,0
Пожилые люди (пенсионеры)	56,8	72,2	77,3	77,4	76,4	75,2	73,5
Дети в детских домах семейного типа (в том числе дети-сироты и дети, оставшиеся без попечения родителей)	-	0,005	0	0,002	0,001	0	0
Дети в приемных семьях	-	0,01	0,01	0,01	0,02	0,02	0,02

* целевая группа показана отдельно по категориям

Приложение Е

Сведения о численности отдельных категорий целевых групп в Енакиево

Категории целевых групп	Года, количество человек, тыс.						
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Инвалиды (взрослые), всего	9,0	7,8	8,1	7,8	7,6	7,5	7,5
В том числе:							
-инвалиды 1-й группы	0,7	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6
-инвалиды 2-й группы	2,6	2,2	2,4	2,3	2,2	2,1	2,1
-инвалиды 3-й группы	5,7	5,0	5,1	4,9	4,8	4,8	4,8
Дети-инвалиды	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
Малообеспеченные и социально незащищенные люди, из них:*							
малообеспеченные	0,8	0,1	0,2	0,2	0,3	0,4	0,4
получатели материальной помощи отдельным категориям лиц (выплат)	0	0	0,8	6,1	6,1	6,5	10,0
Дети из неблагополучных семей, дети-сироты из них:*							
Дети из семей, оказавшихся в сложных жизненных обстоятельствах	-	0,4	0,4	0,4	0,4	0,6	0,6
Дети-сироты и дети, оставшиеся без попечения родителей	-	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3
Мамы с маленькими детьми, беременные, многодетные, из них:*							
получатели помощи на ребенка до достижения им трехлетнего возраста	3,6	2,4	3,1	3,1	2,9	2,6	2,3
получатели помощи семьям, имеющим трех и более детей		0,4	0,4	0,5	0,5	0,6	0,6
Взрослые люди, нуждающиеся в лечении							
Пожилые люди (пенсионеры)	32,3	41,7	42,2	41,9	41,2	40,5	39,8
Дети в детских домах семейного типа (в том числе дети-сироты и дети, оставшиеся без попечения родителей)	-	0,007	0	0	0	0	0
Дети в приемных семьях	-	0,01	0,01	0,007	0,007	0,007	0,004

* целевая группа показана отдельно по категориям

Приложение Ж

Сведения о численности отдельных категорий целевых групп в Шахтерске, количество чел.

Категории целевых групп	Года, количество человек, тыс.						
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Инвалиды (взрослые), всего	4,3	5,0	5,3	5,2	5,4	5,4	5,4
В том числе:							
-инвалиды 1-й группы	0,3	0,4	0,4	0,4	0,5	0,4	0,4
-инвалиды 2-й группы	1,0	1,2	1,3	1,3	1,3	1,4	1,3
-инвалиды 3-й группы	3,0	3,4	3,6	3,5	3,6	3,6	3,7
Дети-инвалиды	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Малообеспеченные и социально незащищенные люди, из них:*							
малообеспеченные	0,6	1,1	1,0	0,4	0,5	0,7	0,8
получатели материальной помощи отдельным категориям лиц (выплат)			0,3	5,8	4,3	4,5	8,8
Дети дошкольного возраста							
Дети школьного возраста							
Дети из неблагополучных семей, дети-сироты из них:*							
Дети из семей, оказавшихся в сложных жизненных обстоятельствах	-	1,7	1,1	0,3	0,2	0,3	0,5
Дети-сироты и дети, оставшиеся без попечения родителей	-	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Мамы с маленькими детьми, беременные, многодетные, из них:*							
получатели помощи на ребенка до достижения им трехлетнего возраста	2,3	2,9	2,1	2,0	1,9	1,7	1,6
получатели помощи семьям, имеющим трех и более детей		0,3	0,4	0,4	0,4	0,4	0,5
Взрослые люди, нуждающиеся в лечении							
Пожилые люди (пенсионеры)	20,7	25,2	26,0	26,0	25,7	25,5	24,9
Выпускники детских домов							
Воспитанники детских домов							
Дети, нуждающиеся в лечении							
Дети в детских домах семейного типа (в том числе дети-сироты и дети, оставшиеся без попечения родителей)	-	0	0	0	0	0	0
Дети в приемных семьях	-	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01

* целевая группа показана отдельно по категориям.

Приложение И

Социальные целевые группы в Харцызске, количество чел.

Категории целевых групп	Года, количество человек, тыс.						
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Инвалиды (взрослые), всего	5,5	4,5	4,4	5,1	6,4	6,3	6,3
В том числе:							
-инвалиды 1-й группы	0,6	0,5	0,5	0,6	0,6	0,5	0,5
-инвалиды 2-й группы	1,6	1,4	1,3	1,7	1,7	1,7	1,7
-инвалиды 3-й группы	3,3	2,6	2,6	2,8	4,1	4,1	4,1
Дети-инвалиды	0,3	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3
Малообеспеченные и социально незащищенные люди, из них:*							
малообеспеченные	0,5	0,2	0,2	0,2	0,3	0,4	0,5
получатели материальной помощи отдельным категориям лиц (выплат)	0	0	0,6	6,2	5,4	6,0	17,7
Дети дошкольного возраста							
Дети школьного возраста							
Дети из неблагополучных семей, дети-сироты из них:*							
Дети из семей, оказавшихся в сложных жизненных обстоятельствах	-	1,5	0,9	0,2	0,2	0,3	0,4
Дети-сироты и дети, оставшиеся без попечения родителей	-	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Мамы с маленькими детьми, беременные, многодетные, из них:*							
получатели помощи на ребенка до достижения им трехлетнего возраста	3,1	3,4	3,0	2,8	2,6	2,3	2,1
получатели помощи семьям, имеющим трех и более детей	0	0,4	0,5	0,5	0,6	0,6	0,6
Взрослые люди, нуждающиеся в лечении							
Пожилые люди (пенсионеры)	25,3	31,5	32,1	32,0	31,7	31,4	31,0
Выпускники детских домов							
Воспитанники детских домов							
Дети, нуждающиеся в лечении							
Дети в детских домах семейного типа (в том числе дети-сироты и дети, оставшиеся без попечения родителей)	-	0,007	0,007	0,007	0,007	0,006	0,006
Дети в приемных семьях	-	0,02	0,02	0,02	0,02	0,01	0,01

* целевая группа показана отдельно по категориям.

Приложение К

Социальные целевые группы в Торезе, количество чел.

Категории целевых групп	Года, количество человек, тыс.						
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Инвалиды (взрослые), всего	4,7	4,1	4,1	4,1	4,8	4,7	4,7
В том числе:							
-инвалиды 1-й группы	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
-инвалиды 2-й группы	1,5	1,3	1,4	1,3	1,5	1,4	1,4
-инвалиды 3-й группы	2,7	2,3	2,2	2,3	2,8	2,8	2,8
Дети-инвалиды	0,2	0,2	0,2	0,1	0,2	0,3	0,2
Малообеспеченные и социально незащищенные люди, из них:*							
малообеспеченные	0,6	0,6	0,5	0,3	0,4	0,4	0,5
получатели материальной помощи отдельным категориям лиц (выплат)	0	0	0,4	3,9	4,1	4,3	6,7
Дети дошкольного возраста							
Дети школьного возраста							
Дети из неблагополучных семей, дети-сироты из них:*							
Дети из семей, оказавшихся в сложных жизненных обстоятельствах	-	1,9	1,0	0,3	0,3	0,3	0,3
Дети-сироты и дети, оставшиеся без попечения родителей	-	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Мамы с маленькими детьми, беременные, многодетные, из них:*							
получатели помощи на ребенка до достижения им трехлетнего возраста	2,1	2,1	2,0	1,9	1,8	1,6	1,4
получатели помощи семьям, имеющим трех и более детей	0	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4	0,5
Взрослые люди, нуждающиеся в лечении							
Пожилые люди (пенсионеры)	20,7	24,5	24,8	24,6	24,2	23,9	23,4
Выпускники детских домов							
Воспитанники детских домов							
Дети, нуждающиеся в лечении							
Дети в детских домах семейного типа (в том числе дети-сироты и дети, оставшиеся без попечения родителей)	-	0	0	0	0	0,007	0,007
Дети в приемных семьях	-	0,002	0,007	0,004	0,007	0,005	0,003

* целевая группа показана отдельно по категориям.

Приложение Л

Таблица 1 – Размеры государственной поддержки социально незащищенных групп ДНР*

Пособие	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
1	2	3	4	5	6	7	8
Государственная помощь на детей одиноким матерям (отцам)	1000,0	1000,0	1000,0	1000,0	1500,0	1500,0-4800,0	1800,0 – 6912,0
Государственная помощь на детей, над которыми установлена опека или попечительство До 6 лет От 6 до 18 лет	4400,0	4400,0	4400,0	5968,0 7440,0	5968,0 7440,0	7200,00 8900,00	9240,0 9800,0
Государственная помощь на детей-сирот и детей, лишенных родительского попечения, которые воспитываются в детских домах До 6 лет От 6 до 18 лет От 18 до 23 лет	4400,0	4400,0	4400,0	5698,0 7440,0 7048,0	5698,0 7440,0 7048,0	7200,00 8900,00 8500,00	9240,0 9800,0 9800,0
Государственная социальная помощь детям-инвалидам и инвалидам с детства 1 группы 2 группы 3 группы	2100,0 - 2400,0	2100,0 - 3600,0	2100,0 - 3600,0	2100,0 - 5642,0	2994,0 - 6236,0	4000,0 - 7450,00	6600,0 - 11952,0
Государственная социальная помощь лицам, не имеющим права на пенсию, и инвалидам 1 группы 2 группы 3 группы	1800,0	1800,0	2100-3200	2100-3200	2994-3200	4000-4800	5520 - 6336
Государственная социальная помощь малообеспеченным семьям	2100,0	2100,0	2100,0	2800,0	2800,0	2800,0	3300,0
Социальное пособие по уходу за инвалидом I и II группы вследствие психического расстройства		2436,0	2436,0	2436,0	3706,0	4100,00	5760,0

Продолжение табл. 1

1	2	3	4	5	6	7	8
Государственная помощь в связи с беременностью и родами	2000,0	2000,0	2000,0	3700,0	3700,0	4500,00	5940,0
Единовременная помощь при рождении ребенка	20640	20640	20640,0	20640,0	20640,00	20640,00	22000,0
Государственная помощь на ребенка до достижения им трехлетнего возраста	1720,0	1720,0	1720,0	1720,0	1720,0	2500,00	5400,0
Временная государственная помощь детям, родители которых уклоняются от уплаты алиментов, не имеют возможности содержать ребенка, или место жительства их неизвестно (на каждого ребенка	1000,0	1000,0	1000,0	1000,0	1827,0	2000,00	2200,0
Государственная помощь семьям, имеющим трех и более детей (на каждого ребёнка возрастом до 18 лет)	1000,0	1000,0	1000,0	1000,0	1800.0	2000,00	2400,0
Компенсация по уходу за инвалидом 1 группы и престарелым, достигшим 80-летнего возраста	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	500,00	500,0
пособие на погребение ребенка-инвалида, инвалида с детства, лица, не имеющего права на пенсию, и инвалида, участника боевых действий		5000,0	5000,0	5000,0	5500,0	6000,0	6500,0

*составлено на основании:

1. *Указ Главы Донецкой Народной Республики от 29 апреля 2015 года № 162 «Об организации назначения и выплаты социальных пособий на территории Донецкой Народной Республики». Электронный ресурс. Режим доступа https://gb-dnr.com/normativno-pravovye-akty/4823/12639/*

2. Указ Главы ДНР № 362 от 15.12.2017 «О внесении изменений в Указ Главы Донецкой Народной Республики от 29 апреля 2015 года 162 (с изменениями и дополнениями)» Электронный ресурс. Режим доступа https://gb-dnr.com/normativno-pravovye-akty/5646/

3. Указ №203 от 28 июня 2019 года «О внесении изменений в некоторые нормативные правовые акты Главы ДНР, регулирующие вопросы назначения и выплаты социальных пособий». Электронный ресурс. Режим доступа https://denis-pushilin.ru/doc/ukazy/Ukaz_N203_28062019.pdf

4.Указ Главы Донецкой Народной Республики № 371 от 27.12.2019г. «О внесении изменений в некоторые нормативно-правовые акты Главы Донецкой Народной Республики, регулирующие вопросы назначения и выплаты социальных пособий. Электронный ресурс. Режим доступа https://gb-dnr.com/normativno-pravovye-akty/8065/

***5.** Указ Главы Донецкой Народной Республики от 25.12.2020 г. №463 **«О** внесении изменений в некоторые нормативные правовые акты Главы Донецкой Народной Республики, регулирующие вопросы назначения и выплаты социальных пособий» Электронный ресурс. Режим доступа https://gb-dnr.com/normativno-pravovye-akty/9123/*

Приложение М

Таблица 1 – Социальные выплаты незащищенным слоям населения ДНР, млн. руб.

Выплаты	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1	2	3	4	5	6	7	8
ВСЕГО СОЦИАЛЬНЫХ ВЫПЛАТ, В ТОМ ЧИСЛЕ:	**0,0**	**1 563,9**	**2 698,1**	**3 040,9**	**3 460,5**	**3 902,4**	**5 403,9**
Государственная социальная помощь лицам, не имеющим право на пенсию и инвалидам	0,0	49,1	130,4	223,3	264,3	342,2	582,5
Государственная помощь в связи с беременностью и родами	0,0	10,4	15,2	13,5	21,0	18,5	19,4
Государственная помощь на ребенка до достижения им трехлетнего возраста (на каждого ребенка)	0,0	375,5	697,4	807,1	779,1	734,1	949,5
Единовременная помощь при рождении ребенка (на каждого ребенка)	0,0	176,5	222,3	270,9	244,6	211,8	186,8
Государственная помощь на детей, над которыми установлена опека или попечительство	0,0	89,8	155,6	157,0	266,2	269,0	325,1
Государственная помощь на детей одиноким матерям (на каждого ребенка)	0,0	225,4	383,5	423,6	450,5	577,1	846,0
Государственная помощь на детей-сирот и детей, лишенных родительского попечения, которые воспитываются в детских домах семейного типа и приемных семьях, и денежное вознаграждение родителям-воспитателям и приемным родителям в детских домах семейного типа и приемных семьях	0,0	6,6	11,0	12,0	16,2	15,4	20,2
Государственная социальная помощь малообеспеченным семьям	0,0	242,3	166,3	101,5	197,0	233,3	319,5
Государственная помощь семьям, имеющих трех и более детей (на каждого ребенка)	0,0	128,6	247,6	273,1	335,4	501,2	729,3

Продолжение таблицы 1

1	2	3	4	5	6	7	8
Временная государственная помощь детям, родители которых уклоняются от уплаты алиментов, не имеют возможности содержать ребенка или место жительства их неизвестно (на каждого ребенка)	0,0	22,6	30,9	37,0	38,4	55,0	83,7
Компенсация по уходу за инвалидом 1 группы и престарелым, достигшим 80-летнего возраста	0,0	0,3	0,2	0,3	0,3	0,4	8,8
Пособие по уходу за инвалидом 1 и 2 группы вследствие психического расстройства	0,0	0,0	65,0	88,0	99,1	133,1	183,5
Государственная социальная помощь детям-инвалидам и инвалидам с детства	0,0	236,8	572,7	633,6	748,4	340,7	1 145,4
Пособие на погребение ребенка-инвалида, инвалида с детства, из числа получателей государственной социальной помощи лицам, не имеющим права на пенсию, и инвалидам, участника боевых действий, лица, погибшего в результате агрессии вооруженных формирований Украины против мирных граждан из числа гражданского населения	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	470,6	4,2
ВСЕГО КОМПЕНСАЦИОННЫХ ВЫПЛАТ, **В ТОМ ЧИСЛЕ:**	**0,0**	**196,7**	**207,3**	**372,1**	**437,4**	**625,8**	**773,8**
Единовременная компенсация за вред жизни и здоровью граждан, причиненные в результате агрессии ВСУ и вооруженных формирований Украины	0,0	27,1	17,2	5,5	51,6	224,1	240,8

Продолжение таблицы 1

1	2	3	4	5	6	7	8
Материальная помощь в денежном выражении	0,0	0,0	16,4	183,4	198,7	215,7	339,8
Компенсационная выплата единовременного и (или) ежемесячного пособия членам семьи Главы ДНР, прекратившего полномочия в связи со смертью	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	4,5	1,9
Единоразовая денежная помощь ко Дню Победы	0,0	34,7	70,9	77,9	84,0	85,7	100,5
Выдача продуктовых наборов к праздничным дням и памятным датам	0,0	0,0	0,0	0,5	3,8	4,8	5,7
Компенсационная выплата на приобретение твердого топлива (угля) для бытовых нужд отдельным категориям лиц	0,0	134,9	102,8	104,8	99,3	91,0	85,1

Приложение Н

Таблица 1 – Финансируемые социальные проекты и программы

Наименование проекта или программы	**Год**	**Фокусная группа (на кого нацелено)**	**Эффект (результат)**	**Объем финансирования**
1	2	3	4	5
Гуманитарная программа по воссоединению народа Донбасса	2017	1. Отдельные категории граждан, проживающие в районах Донбасса, временно находящихся под контролем Украины: - ветераны Великой Отечественной войны, принимавшим непосредственное участие в боевых действиях в 1941-1945г.г., ко Дню Победы; - ко Дню Шахтера; - лицам с многолетним педагогическим стажем, внесшим значительный вклад в развитие русской словесности и культуры. 2. Отдельные категории граждан, проживающие в Донецкой Народной Республике: - ко Дню Шахтера; - лицам с многолетним педагогическим стажем, внесшим значительный вклад в развитие русской словесности и культуры.	35,9 % (из доведенных лимитов 15,3 млн. руб.)	5,5 млн. руб.

Продолжение таблицы 1

1	2	3	4	5
Гуманитарная программа по воссоединению народа Донбасса	2018	1. Отдельные категории граждан, проживающие в районах Донбасса, временно находящихся под контролем Украины: - участники боевых действий и инвалиды Великой Отечественной войны, а также Второй мировой войны ко Дню Победы; - семьи, имеющие трех и более детей возрастом до 18 лет; - семьи, в которых воспитываются дети-инвалиды в возрасте до 18 лет. 2. Отдельные категории граждан, проживающие в Донецкой Народной Республике: - семьи, в которых воспитываются дети-инвалиды в возрасте до 18 лет.	46,7 % (из доведенных лимитов 43,2 млн. руб.)	20,2 млн. руб.
Гуманитарная программа по воссоединению народа Донбасса	2019	1. Отдельные категории жителей, проживающие на территории ДНР, временно подконтрольной Украине: - участники боевых действий и инвалиды Великой Отечественной войны, а также Второй мировой войны ко Дню Победы; - семьи, имеющие трех и более детей возрастом до 18 лет; - лица, имеющие особые трудовые заслуги перед Родиной, вдовам (вдовцам) указанных лиц; - учителя (преподаватели) русского языка и (или) литературы, внесшие значительный вклад в развитие русской словесности и литературы; - тренера спортсменов, участвующие в реализации Гуманитарной программы по воссоединению народа Донбасса.	68,4 % (из доведенных лимитов 35,2 млн. руб.)	24,1 млн. руб.

Продолжение таблицы 1

1	2	3	4	5
		2. Отдельные категории жителей, проживающие на территории ДНР: - лица, имеющие особые трудовые заслуги перед Родиной, вдовам (вдовцам) указанных лиц; - учителя (преподаватели) русского языка и (или) литературы, внесшие значительный вклад в развитие русской словесности и литературы; - тренера спортсменов, участвующие в реализации Гуманитарной программы по воссоединению народа Донбасса.		
Гуманитарная программа по воссоединению народа Донбасса	2020	1. Отдельные категории жителей Донецкой Народной Республики, проживающие на территории, временно находящейся под контролем государства Украина: - участники боевых действий (в том числе лица, которым установлен статус инвалида войны) Великой Отечественной войны, а также войны с Японией периода с 09 августа 1945 года по 03 сентября 1945 года, ко Дню Победы; - семьи, имеющие трех и более детей возрастом до 18 лет; - тренерам спортсменов, участвующим в реализации Гуманитарной программы по воссоединению народа Донбасса. 2. Отдельные категории жителей Донецкой Народной Республики: - тренерам спортсменов, участвующим в реализации Гуманитарной программы по воссоединению народа Донбасса.	91,4 % (из доведенных лимитов 7,0 млн. руб.)	6,4 млн. руб.

Приложение П
Социально-ориентированные предприятия

Наименование, город	**Сфера деятельности**	**Социальная продукция**	**Объем**
Донецкий республиканский протезно-ортопедический центр г. Донецк	Производство протезно-ортопедических изделий и ортопедической обуви	Ортопедические изделия; Ортопедическая обувь и обувь на протезы	Объем продукции в 2020 году: изготовлено и выдано льготным категориям населения продукции на общую сумму 109,85 млн. руб., а именно: 5 173 ед. протезно-ортопедических изделий, 7 586 пар ортопедической обуви и обуви на протезы, 1 592 комплектов протезов молочной железы (в т.ч.: протезов – 1 592, лифов для крепления протезов молочной железы – 4 587 ед., компрессионных рукавов – 1 181 ед.), выполнено 123 ремонта протезно-ортопедических изделий и 59 ремонтов ортопедической обуви

Приложение Р

Подходы к определению понятия «эффективность»

Источник	Определение
Price J. The Study of Organizational Effectiveness // Sociological Quarterly. – 1972. – Vol.13	Эффективность как способность достигать поставленные цели
Heyne P. Efficiency. The Concise Encyclopedia of Economics // Library of Economics and liberty [Электронный ресурс]. URL: http:// www.econlib.org/library/enc/Efficitnse.html	Эффективность как соотношение полезного результата деятельности и затраченных ресурсов
Yuchtman E., Seashore S. A System Resource Approach to Organizational Effectiveness // American Sociological Review. – 1967. – Vol.32	Эффективность как способность организации обеспечить необходимые для бесперебойной деятельности ресурсы
Connolle T., Conlon E., Deutsh S. Organizational Effectiveness: A Multiple Constituency Approach // Academy of Management Review. – 1980. – Vol.5	Эффективность как степень удовлетворенности процессом реализации проекта или деятельности его участников
Рождественская Н.В., Богуславская С.Б., Боброва О.С.: Оценка эффективности проектов некоммерческих организаций, социального предпринимательства и гражданских инициатив.— СПб, Издательство Политехнического университета, 2016. — 168 с.	Эффективность как соответствие нормативу, отрасли, мировой практике или иному выбранному эталону
Рекомендации по оценке социально-экономической эффективности социальных программ. Определения, подходы, практический опыт / Е.И. Андреева, И.Д. Горшкова, А.С. Ковалевская — М.: Издательство «Проспект», 2014. — 72 с.	Экономическая эффективность — критерий, показывающий соотношение полученных результатов и затраченных ресурсов (произведенных затрат) в стоимостном выражении.
	Социальная эффективность — критерий, характеризующий соотношение социальных результатов и непосредственных результатов деятельности. С помощью этого критерия можно сравнивать программы, использующие различный набор услуг и/или мероприятий для достижения одной и той же цели. Оценка, которая опирается на данный критерий, позволяет выяснить, какие услуги (мероприятия, методики) наиболее эффективны с точки зрения достижения желаемого социального результата безотносительно ресурсных затрат, необходимых для оказания данных услуг.

Приложение С

Таблица 1 – Сравнительная характеристика методических подходов к оценке социальных результатов

Наименование подхода	Методы	Преимущества	Недостатки
Количественный	HIP (human impact + profit) framework, PULSE, политическая рентабельность инвестиций (PROI (political return on investment)), SIA, социальный рейтинг (Social rating), социальная рентабельность инвестиций (SROI), MARII, социальная отчетность и аудит (Social Accounting and Audit), измерение социального воздействия на местные экономики (Social IMPact measurement for Local Economies (SIMPLE)), индикаторы результативности социальных и экологических показателей (Environmental and Social Performance Indicators (CESPIs)), подход фонда ассоциации по развитию «Fit for Purpose» (Development Trusts Association «Fit for Purpose»), подход Европейского фонда по управлению качеством (European Foundation for Quality Management (EFQM)), глобальная инициатива по отчетности (Global Reporting Initiative (GRI))	Формирует четкое представление о получении социального результата; обеспечивает возможности сравнивать результаты реализации одних программ (проектов, деятельности) с результатами других. Служит наглядной информационной базой для потенциальных инвесторов.	Ограниченная сфера его применения, то есть возможность оценить лишь определенный спектр социальных результатов, а именно только те, которые можно измерить количественно. Оценка не отражает причинно-следственные связи между целями и результатами.

Целевой	Система отслеживания затрат на производстве (Development Outcome Tracking System), теория изменений (Theory of Change), панель мониторинга успешности третьего сектора (Third Sector Performance Dashboard), система сбалансированных показателей социального предприятия (Social Enterprise Balanced Scorecard), картина в целом (Big Picture)	Позволяет отразить причинно-следственные связи между процессом деятельности и достигнутыми результатами. Соответственно это дает возможность проанализировать отдельные этапы реализации программы и выявить слабые места.	Невозможность применения, когда цели деятельности трудно поддаются операционному описанию. Применение этого подхода не позволяет определить прогресс в деятельности предприятия.
Множественности интересов заинтересованных сторон	Система отчетности экологических показателей (Environmental performance reporting system), Сертификация Справедливой Торговли (Fair Trade Certification), Индекс прогресса борьбы с бедностью (PPI (progress out of poverty index), Root Capital, Trucost, Outcomes Stars, Опросник для определения уровня достатка компании «New Philan thropy Capital», Измерение воздействия на окружающую среду (Measuring Environmental Impact), Шкала Рихтера (Rickter Scale), Ecomapping, Схема осуществления экологического менеджмента и аудита ЕС (EMAS) (EMAS – The EU Eco Management and Audit Sche me)), или на определенную группу стейкхолдеров (Программа для оценки влияния волонтерской работы (Volunteering	Многомерная оценка социальных результатов. Учет особенностей соответствующего вида социального результата, специфики социальных проблем отдельной территории, конкретных интересов стейкхолдеров, в том числе инвесторов.	Невозможность согласовать должным образом понимание целей деятельности предприятия различными группами стейкхолдеров и соответственно комплексно оценить достигнутые социальные результаты.

	Impact Assessment Toolkit), Стандарт организации «Investors in People» (Investors in People Standard)), или на определенную территорию (LocalMultiplier 3, Измерение социального воздействия на местные экономики (SIMPLE) (Social IMPact measurement for Local Economies (SIMPLE)), Prove It !) подходы к оценке социальных результатов.		

Приложение Т

Сравнительная характеристика зарубежных методик оценки деятельности субъектов социального предпринимательства

Критерий	Наименование методики		
	IRIS-показатели	SROI-анализ	Методика оценки фонда «Наше будущее»
Группы показателей	- комплекс универсальных показателей; - базовые показатели для каждой сферы деятельности	- система монетизированных экономических, социальных, экологических и культурных показателей; - комплексный показателей социальной эффективности проекта	- базовые показатели по 4 группам деятельности; - комплексный показатель социального воздействия
Стейкхолдеры	не выделяют	поставщики, покупатели, работники, руководство	не выделяют
Источники информации	оперативные данные деятельности, международная отчетность	оперативные данные деятельности, международная отчетность	оперативные данные деятельности

Приложение У

Таблица 1 – Характеристика наиболее известных методов оценки (измерения) деятельности социальных предприятий

№	Название метода		Характеристика метода	Область применения (сфера)
	Английский вариант	Русский вариант		
1.	Balanced Scorecard (BSc)	Сбалансированная система показателей	Инструмент стратегического управления результативностью, частично стандартизированная форма отчётности, позволяющая менеджерам отслеживать исполнение заданий сотрудниками, а также последствия исполнения или неисполнения.	Сбалансированная система показателей является примером контроля с обратной связью, действие которого направлено на реализацию корпоративной стратегии. Такой тип контроля предполагает измерение результативности, сравнение показателя с табличным значением и осуществление корректировок при наличии отклонений. Подобный контроль требует трёх предпосылок: -выбор подлежащих измерению данных; -установление табличных значений; -принципиальная возможность осуществить корректировки.
2.	Atkisson Compass Assessment for Investors (ACAFI)	Индекс устойчивости от компании «АтКиссон»	Интегрируется и руководствуется принципами КСО (Корпоративная Социальная Ответственность), в частности, Глобальной инициативы по отчетности (GRI) и Индекса устойчивости Доу-Джонса (DJSI) по мере развития предприятия. Метод включает структуру с пятью ключевыми областями: N - природа (экологические выгоды и воздействия) S - общество (влияние и участие общества) E - экономика (финансовое здоровье и экономическое	Метод предназначен для инвесторов, применяется для оценки устойчивости сообществ.

			влияние) и W - благополучие (влияние на качество личности). жизни), и пятый элемент, «+» - синергия (связи между другими четырьмя областями), включает систему баллов по каждой из пяти областей. В каждой области есть несколько показателей, каждый из которых имеет определенные критерии. Этот метод прошел экспертную оценку руководителей корпораций, ученых-экономистов и специалистов по инвестициям.	
3.	Acumen Scorecard	Система показателей «Акумен»	Расширенный пакет метода сбалансированной системы показателей, практические инструменты и методы для стимулирования роста и прибыльности компании. Процесс разработки системы показателей «Акумен» направит руководство на создание системы управления, которая будет иметь баланс между финансовыми и операционными показателями, а также мерами, которые отражают особенности и потребности компании.	Использование системы показателей «Акумен» поможет сосредоточить тактическое и стратегическое мышление на следующих восьми основных областях. -создание единства, консенсуса и концентрации; -концепция ценности и конкурентное позиционирование; -понимание рынков и клиентов; -управление операциями и взаимоотношениями с клиентами; -согласование основных компетенций с потребностями клиентов; -коммуникация и принятие решений -управление предпринимательским ростом и обучением; -преобразование организации и ориентация на стратегию

4.	Base of the Pyramid Impact Assessment Framework	Пирамидальная система воздействия	Аналитическая основа для определения и измерения бизнес-результатов и влияния на клиентов компании, местных дистрибьюторов и окружающие сообщества.	Может применяться качественно, для получения высокого уровня понимания воздействий, либо количественно, для оценки производительности.
5.	Best Available Charitable Option (BACO)	Лучший доступный вариант благотворительности (показатель оценки лучшей альтернативной возможности для благотворительности)	Является отправной точкой для оценки социального воздействия и экономической эффективности каждой из осуществлённых компанией инвестиции. Смысл анализа заключается в количественной оценке того, «превзойдут» ли социальные инвестиции, проводимые компанией приемлемые альтернативы.	Благотворительность, инвестиции в благотворительность.
6.	BoP Impact Assessment Framework	Система оценки воздействия «основания пирамиды»	Целью данной системы оценки является понимание того, кто в «основании пирамиды» находится под влиянием предприятий. Система разработана для оценки и формулирования воздействий, определения стратегии и принятия более эффективных инвестиционных решений. Кроме того, система способствует более глубокому пониманию взаимосвязи между прибыльностью и сокращением масштабов бедности и распознает последствия различных типов предприятий для снижения уровня бедности.	Финансовая и экономическая сферы, социальная политика, государственная и институциональная система, окружающая среда.
7.	Center for High Impact Philanthropy Cost per Impact (CHIP)	Затраты на филантропическое воздействие (показатель затрат на влияние)	Филантропия с высоким уровнем воздействия означает получение максимальной пользы за свои деньги. Это процесс, с помощью которого филантроп вносит наибольшие изменения, учитывая	Филантропия, благотворительность, спонсорство. Является критически важным для оценки эффективности масштабных благотворительных проектов (программ).

			размер вложенного капитала. Чтобы оценить стоимость воздействия, филантропы должны быть в состоянии оценить два компонента: 1) социальное воздействие, измеряемое с помощью конкретных объективных критериев успеха; 2) стоимость, измеряемая инвестициями для реализации воздействия. Оценка требует объективной и надежной информации о том, что эффективно, а что нет, и сколько капитала требуется для достижения определенного эффекта.	
8.	Charity Assessment Method of Performance (CHAMP)	Оценка благотворительности - метод эффективности	Благотворительность определяется 2-мя аспектами эффективности (что было достигнуто, и насколько быстро и экономично это было достигнуто?) Эффективность и действенность можно измерить на пяти различных уровнях: 1. Воздействие на общество: как на общество влияет благотворительность? 2. Воздействие на общественность: каким образом результаты благотворительной деятельности улучшают положение целевой группы? 3. Результат: какие конкретные результаты дает основная деятельность благотворительной организации с использованием исходных факторов (деньги, волонтеры)? 4. Деятельность: насколько эффективны основные виды деятельности благотворительной организации?	Некоммерческий организации, общественность, волонтёры, инвесторы, спонсоры, меценаты.

			5. Вклад: насколько эффективны действия, связанные с исходными факторами, такими как сбор средств и набор добровольцев? Данный метод предоставляет индикаторы для измерения производительности на всех уровнях. Этот инструмент разработан, чтобы помочь инвесторам и волонтерам выбирать между широким кругом некоммерческих корпораций.	
9.	Foundation Investment Bubble Chart	Пузырьковый график (диаграммы)	Эта форма анализа больше похожа на инструмент визуализации, который отображает поддающееся количественной оценке влияние на оси x, и процент реализации на оси y, а также относительный размер гранта от фонда в данной области. Это позволяет легко сравнивать эффективность корпораций и может иметь разные переменные для оси x и y, и разный размер пузырьков для отображения переменных данных.	Данный подход могут использовать совет директоров и высшее руководство фонда для оценки эффективности и размера инвестиций фонда, а также для сравнения с показателями эффективности, которые их больше всего интересуют. Анализ может быть использован для обсуждения производительности и для информирования о будущих инвестициях.
10.	GEMI Metrics Navigator	Глобальная инициатива по управлению окружающей средой – навигатор метрики	Представляет собой руководящие принципы, включая рабочие листы, для выявления, измерения, оценки и определения приоритетов экологических и социально-экономических воздействий при ответных мерах руководства.	Инструмент предназначен для использования менеджерами и практиками в области окружающей среды, здоровья и безопасности, а также устойчивого развития. Любая организация может использовать инструмент и применять его на любом организационном уровне. Этот процесс очень гибкий и не требует указания того, как заполнять рабочие листы. Фактически, инструмент вообще не требует использования рабочих листов,

				если организация уже использует проверенные внутренние процессы для определенных шагов. Сила этого инструмента в том, что он предлагает строгий мыслительный процесс. Наибольшая ценность заключается в том, как это помогает отдельным лицам, группам или целым организациям продумать процесс логической последовательности шагов
11.	Global Impact Investing Rating System (GIIRS)	Система рейтинга глобального воздействия инвестирования	Это комплексная и прозрачная система оценки социального и экологического воздействия компаний и фондов, действующих на развитых и развивающихся рынках с использованием рейтингового и аналитического подходов. GIIRS занимает уникальное положение на рынке импакт-инвестирования, является единственной системой, которая сосредоточивает внимание на эффективности воздействия частных компаний, использует кросс-отраслевую и кросс-географическую методологию, что предоставляет прозрачные, независимые и проверенные данные. GIIRS публикует данные о совокупном воздействии на рынок и предоставляет инвесторам информацию о том, как использовать эти данные.	Используется как часть инвестиционного процесса для компаний, фондов и инвесторов, а также для глобальных инвестиций.
12.	Hewlett Foundation Expected Return	Ожидаемый возврат (ожидаемая отдача)	Этот метод рассчитывает ожидаемую доходность инвестиций и разработан для	В настоящее время используется только в области глобального развития, но

			того, чтобы фонды могли задавать правильные вопросы для каждого инвестиционного портфеля и отвечать на них: Какова цель? Насколько это хорошо? Это хороший выбор? Насколько мы изменим ситуацию? Какая цена? Метод сугубо перспективный. Ожидаемый результат представляет собой систематическую, последовательную, количественную оценку потенциальных благотворительных инвестиций, которая в значительной степени основана на анализе экономической эффективности и анализе затрат и выгод.	планируется использовать в других областях. Фонд стимулирует людей проверять свои неявные предположения на основании чисел. Побуждает сотрудников программы понять причинно-следственные связи в теории изменений и оценить, достигает ли программа того, что считалось необходимым.
13.	Impact Measurement Framework	Система измерения влияния	Данная система определяет соответствующие социально-экономические воздействия, индикаторы и метрики для каждого из четырех стратегических факторов бизнеса: -достижение роста; -достижение операционной эффективности и повышения производительности за счет цепочки создания стоимости; -ответственный бизнес; -улучшение операционной среды.	Используется преимущественно для агробизнеса, энергетики, финансовых услуг, информационных и коммуникационных технологий.
14.	Impact Reporting and Investment Standards (IRIS)	Стандарты влияния инвестиций	Представляют собой общие и отраслевые библиотеки социально-экономических показателей, показателей «деятельности» и «производительности» со стандартными определениями в 5 категориях: описание организации, описание продукта, финансовые показатели, операционное	Менеджеры компаний; внешние заинтересованные стороны.

			воздействие и влияние продукта. Общие, межотраслевые и отраслевые индикаторы включают в себя сельское хозяйство, образование, энергетику, финансовые услуги, здравоохранение, жилищное строительство / общественные объекты и водоснабжение. Также включен и глоссарий терминов, используемых в определениях показателей. Разработчик - Фонд Рокфеллера, Acumen Fund, некоммерческий венчурный фонд, инвестирующий в предприятия, направленные на борьбу с глобальной бедностью, B-Lab, некоммерческая организация, которая создает рыночную инфраструктуру, предназначенную для поддержки такого бизнеса. Эти партнеры-основатели получили поддержку и со стороны Deloitte и PricewaterhouseCoopers.	
15.	Input-Output Modeling	Моделирование «затраты-выпуск»	Это статистическое моделирование, использующее данные компании, страны и отрасли для получения количественных оценок поддерживаемых рабочих мест и экономической добавленной стоимости компании в национальной экономике.	Используется главным образом правительством, т.к. система обладает генерируемыми показателями, т.е. количество поддерживаемых рабочих мест и стоимость экономической добавленной стоимости на национальном уровне. Методика моделирования «затраты-выпуск» хорошо известна и считается академически строгой; Внедрение третьей стороной (учеными и консультантами) повышает достоверность результатов.

16.	London Benchmark Group (LBG)	Лондонская группа сравнительного анализа	Данная модель исходит из того, что вся социально значимая деятельность компании является дополнительной к ее основной деятельности. Затем, на основе определений основных понятий, разработанных LBG, становится возможно произвести материальную оценку расходов компании, ее материальных и нематериальных ресурсов, включая рабочее время сотрудников и другие виды непосредственной социальной деятельности.	Эта модель помогает компаниям в прояснении мотивов своей деятельности: почему компания участвует в социальных проектах, в чем состоит ее социальная вовлеченность и что именно она делает. В процессе такого анализа можно определить непосредственный социальный вклад компании по нескольким показателям: - количество членов сообщества, получивших пользу от деятельности компании; - объем материальных и других ресурсов, привлеченных для реализации программы из других источников; - непосредственная выгода для основной деятельности компании.
17.	Local Economic Multiplier	Местный экономический мультипликатор	Экономический мультипликатор - это центральное понятие в кейнсианской и посткейнсианской экономической теории. Это коэффициент пропорциональности, который измеряет, насколько эндогенная переменная изменяется в ответ на изменение какой-либо экзогенной переменной. Местный экономический мультипликатор основан на идее, что деньги, потраченные в местных магазинах, повлияют на местную экономику в два или три раза больше, нежели деньги, потраченные в национальных розничных сетях. Основы методологии местного мультипликатора - определение дохода в три раунда. Первый	Используется прежде всего в государственном секторе, на макроэкономическом уровне

			этап измеряет прямой доход исследовательской группы, второй этап измеряет косвенный доход, то есть местные расходы исследовательской группы, третий этап измеряет индуцированный доход, то есть местные расходы местных получателей расходов исследовательской группы. Местный мультипликатор - это сумма прямого, косвенного и индуцированного дохода, деленная на прямой доход.	
18.	MDG Scan	Сканер целей развития тысячелетия (ЦРТ)	Сканер ЦРТ - это инструмент, предназначенный для корпораций для измерения положительного вклада в достижение Целей развития тысячелетия (ЦРТ) и демонстрации их роли в глобальной инициативе по достижению этих целей. Сканер ЦРТ измеряет влияние каждой корпорации на глобальные цели. Это практический инструмент для корпораций. Не тратя много времени и усилий, корпорации могут получить представление о своем вкладе. На основе ключевых данных об основной и инвестиционной деятельности сообщества, сканирование ЦРТ оценивает вклад данной корпорации в каждую из глобальных целей. Создание результатов в реальном времени позволяет быстро получить понятную информацию в глобальном масштабе, по стране или по сектору / отрасли. Каждая корпорация может загрузить персонализированный	Хотя итоговые показатели слишком агрегированы, чтобы самостоятельно определять бизнес-действия, основная структура модели может помочь менеджерам компании организовать их мышление, расстановку приоритетов и стратегическое планирование. Внешне показатели могут представлять большой интерес для заинтересованных сторон в области развития, особенно органов ООН. Отрицательные эффекты, включая побочные, не учитываются. Более того, чтобы быть относительно быстрой и простой в использовании, модель делает важные упрощения и допущения. Важно помнить, что полученные данные являются приблизительными. Предварительный анализ чувствительности занятости и экономических эффектов обнаружил погрешность 25%.

			отчет о результатах воздействия на ЦРТ, который облегчит внутренние обсуждения и углубленный анализ воздействия.	
19.	Measuring Impact Framework	Система измерения воздействия	Система измерения воздействия разработана для того, чтобы помочь корпорациям понять свой вклад в общество и использовать это понимание для обоснования своих операционных и долгосрочных инвестиционных решений, и проведения более информированных бесед с заинтересованными сторонами. Эта структура основана на четырехэтапной методологии, которая пытается объединить деловые перспективы своего вклада в развитие социальных перспектив. Шаг первый, установление границ: определение объема и глубины общей оценки с точки зрения географических границ (местных или региональных) и типов деловой активности, которые будут оцениваться. Шаг второй - измерение прямых и косвенных воздействий: выявление и измерение прямых и косвенных воздействий, возникающих в результате деятельности корпорации, определение того, какие воздействия находятся в пределах контроля корпорации и на что она может влиять посредством своей коммерческой деятельности. Шаг третий: оценка вклада в развитие, в какой степени влияние корпорации способствует	Внутрикорпоративный инструмент, используется высшим менеджментом и руководством.

			приоритетам развития. Шаг четвертый: определение приоритетов реакции руководства. Не существует универсального способа использования этой методологии. Чтобы надлежащим образом адаптировать методологию к бизнесу и его операционному контексту, а также обеспечить принятие последующих мер, корпорациям рекомендуется проводить оценку с максимально возможным участием, консультируясь с людьми как внутри, так и, если возможно, за пределами корпорации.	
20.	Measuring Impact Toolkit	Инструменты для измерения влияния	Это открытый ресурс, призванный помочь инвесторам ориентироваться в инструментах измерения и управлении воздействием. Набор инструментов позволяет инвесторам составить список ресурсов, соответствующих назначению, и является наиболее полной базой данных систем, методов, показателей и данных, ориентированных на воздействие.	Предназначены для пользования инвесторами.
21.	Ongoing Assessment of Social Impacts (OASIS)	Текущая оценка социального воздействия	Данная система разработана для внутреннего пользования некоммерческих агентств, для оценки социальных результатов и результатов их деятельности в целом, включая социальные предприятия, которыми они управляют. Система представляет собой индивидуализированную комплексную постоянно действующую	Применяется социальными предприятиями для оценки результатов их деятельности.

			информационную систему социального управления (ИСУ). Это влечет за собой как разработку системы управления информацией, которая интегрируется с практикой и потребностями агентства в отслеживании информации, так и последующее внедрение процесса отслеживания для отслеживания прогресса в достижении краткосрочных и среднесрочных результатов.	
22.	Participatory Impact Assessment	Совместная оценка воздействия	Международный центр Файнштейна с начала девяностых годов разрабатывает и адаптирует подходы к измерению воздействия вмешательств, основанных на средствах к существованию. Совместная оценка воздействия использует данную методологию и применяет ее к исходным корпоративным целям, задавая критические вопросы (напр. «Что мы делаем?»). Система предлагает не только полезный инструмент для обнаружения произошедших изменений, но и способ понять, почему они произошли. Она не ставит своей целью предоставить жесткую пошаговую формулу или набор инструментов для проведения оценок воздействия проекта, но описывает восьмиэтапный подход и представляет примеры инструментов, которые могут быть адаптированы к различным контекстам.	Используется организациями, которые несут гуманитарную миссию.

			1.Определить вопросы, на которые нужно ответить; 2.Определить географические и временные рамки проекта; 3.Выявить приоритетность локально определенных показателей воздействия; 4.Решить, какой метод использовать, и протестировать его; 5.Решить, какой образец выборки использовать; 6.Оценить авторство проекта; 7.Триангулировать; 8.Подтвердить результаты.	
23.	Poverty Footprint	«След бедности»	Представляет собой индикаторы для идентификации, измерения, оценки и приоритезации социально-экономических воздействий в цепочке создания стоимости для заинтересованных сторон.	Пользователи - менеджеры компании; полученная информация также может представлять большой интерес для заинтересованных сторон, в частности гражданского общества, т.к. относится к «результатам» и «воздействиям» и включает как положительные, так и отрицательные воздействия. Разработка (а часто и внедрение) данной системы в НГО повышает доверие к ней.
24.	Poverty Social Impact Assessment (PSIA)	Оценка социального влияния бедности	PSIA - это систематический аналитический подход к «анализу распределительного воздействия реформ политики на благосостояние различных групп заинтересованных сторон, с особым упором на бедных и уязвимых». Это не инструмент для оценки воздействия сам по себе, а, скорее, процесс разработки систематической оценки воздействия для данного проекта. Его компоненты не	Используется организациями, которые несут гуманитарную миссию, международными организациями, государствами, в рамках проведения социальной политики.

			новы, но в 2003 году Всемирный банк официально сформулировал его как системный подход. Этот метод подчеркивает важность проведения анализа путем определения допущений, каналов передачи, через которые будут реализованы эффекты программы, а также соответствующих заинтересованных сторон и институциональных структур. Затем оцениваются воздействия программы и сопутствующие социальные риски с использованием аналитических методов, адаптированных к изучаемому проекту.	
25.	Progress out of Poverty Index	Индекс бедности	Эта методология включает подробные инструкции, инструменты обследования и рабочие листы, для вычисления процента опрошенного населения, которое находится ниже национальной черты бедности и международных ориентиров бедности 1 и 2 доллара в день.	Руководители компаний, которым необходимы данные о доходах, сегментация (для управления цепочкой поставок, развития каналов сбыта, разработки продуктов или услуг и / или потребительского маркетинга). Данные о доходах представляют большой интерес для заинтересованных сторон, включая НПО, международных финансовых учреждений, «влиятельных инвесторов» и правительства.
26.	Public Value Scorecard (PVSc)	Система показателей общественной ценности	Система показателей общественной ценности всецело основана на концепции сбалансированной системы показателей. Учитываются все основные принципы сбалансированной системы показателей: нефинансовые показатели, показатели процесса и показатели результатов.	НПО, Социально ответственный бизнес, Гуманитарные миссии

27.	Robin Hood Foundation Benefit-Cost Ratio	Соотношение прибыли и затрат фонда «Робин Гуд»	Метод позволяет определить, является ли определенная программа профессионального обучения лучшим вложением средств. Чтобы ответить на этот вопрос, фонд «Робин Гуд» разработал инновационную методологию оценки показателей. Во-первых, применяется общая оценка успеха для программ всех типов: насколько программа повышает будущие доходы (или, в более общем плане, уровень жизни) бедных семей по сравнению с тем, что они получили бы в отсутствие помощи фонда «Робин Гуд». Во-вторых, для данной программы рассчитывается соотношение прибыли и затрат, при котором предполагаемый общий прирост доходов делится на размер гранта от фонда «Робин Гуд». Соотношение для каждого гранта измеряет ценность, которую он приносит бедным людям на единицу затрат фонда, что сопоставимо с нормой прибыли в коммерческом мире.	Применяется в социальной сфере, главным образом этот метод используется самим фондом «Робин Гуд», может также быть использован и государством в рамках проводимой социальной политики
28.	Social Compatibility Analysis (SCA)	Анализ социальной совместимости	Этот метод определяет объективные критерии, по которым оценивается социальная совместимость. Во-первых, пользователь данного инструмента делит систему на несколько подсистем, то есть продукт может быть разделен на подсистемы в соответствии с этапами жизненного цикла: подготовка производства, производство, использование и утилизация. Во-вторых,	Используется государством чтобы учесть социальный аспект при принятии решений и планировании. Таким образом, рассматриваются как преднамеренные, так и непреднамеренные, как положительные, так и отрицательные воздействия на удовлетворение человеческих потребностей и совместное проживание людей, с акцентом на

			выбираются соответствующие критерии оценки. Наконец, подсистемы относят к классам: A (очень актуальные социальные проблемы), B (средней релевантности), C (низкой релевантности) или «неактуальные». Данный метод полезен, когда речь идет о социальном измерении проекта, когда необходимо разъяснение различных мнений заинтересованных сторон или когда необходимо согласовать наборы решений.	психологические, социальные и культурные потребности.
29.	Social Costs-Benefit Analysis (SCBA)	Анализ социальных затрат-выгод	Анализ социальных затрат и выгод - это тип экономического анализа, в котором затраты и социальные последствия инвестиций выражаются в денежном выражении, а затем оцениваются в соответствии с одним или несколькими из трех показателей: 1 - чистая приведенная стоимость (совокупная стоимость всех расходов, доходов и социального воздействия; 2 - соотношение выгод и затрат (дисконтированная стоимость доходов и положительных воздействий, деленная на дисконтированную стоимость затрат и отрицательных воздействий); и 3 - внутренняя ставка доходности (чистая стоимость выручки плюс воздействие, выраженное как годовая процентная доходность от общих затрат на инвестиции). Он считается одним из самых сложных	Анализ затрат и выгод используется в большом количестве различных областей. Он используется в корпоративном мире, государственном секторе, финансовыми учреждениями и некоммерческими организациями социальной направленности.

30.	Social Cost-Effectiveness Analysis (SCEA)	Анализ социальной эффективности затрат	Термин «анализ эффективности» относится к экономическому анализу вмешательства. Это общеэкономический инструмент для измерения производительности. С 1990-х годов традиционный анализ экономической эффективности был расширен и теперь включает влияние на общество. Это один из методов, применяемый с целью минимизации издержек достижения определённого социального стандарта или цели, поставленной исходя из научных или политических соображений. Анализ экономической эффективности также разбивает затраты и ресурсы, необходимые для реализации вмешательств - персонал, обучение, расходные материалы, транспорт, аренда, накладные расходы, волонтерские услуги и т.д.	Используется государством в рамках проводимой соцполитики, а также самими социальными предприятиями.
31.	Social e-valuator	Социальный электронный оценщик	Социальный электронный оценщик разработан в 2007 году компанией d.o.b. Foundation и Noaber Foundation и голландской консалтинговой корпорации Scholten Franssen. Социальный электронный оценщик - это веб-инструмент, основанный на методологии SROI. Для дальнейшего описания см. SROI. п. 35	см. описание SROI, п. 35
32.	Social Foot print	Социальный след	Социальный след - это метод, который корпорации могут использовать для управления, измерения и рапортования об устойчивости своего воздействия на	Показатель используется как социальными компаниями, так и государством в рамках проведения социальной политики.

			людей и общество. Это инструмент, который учитывает реальные человеческие и социальные условия в мире в качестве основы для измерения показателей социальной устойчивости корпораций. Показатели устойчивости позволяют измерять нефинансовую деятельность организации в сравнении со стандартами эффективности. Числитель выражает фактическое воздействие на жизненно важные показатели здоровья, а знаменатель выражает нормы того, какими должны быть такие воздействия для обеспечения благополучия людей.	
33.	Social Impact Assessment (SIA)	Оценка социального воздействия	Данная концепция включает адаптивное управление воздействиями, проектами и политиками (а также прогнозированием, смягчением и мониторингом), поэтому она используется при планировании проекта или политики с самого начала. SIA может применяться к широкому спектру воздействий и предприниматься по указанию широкого круга участников, а не только в рамках нормативной базы. Подразумевается, что социальные и биофизические воздействия (а также человеческая и биофизическая среда) взаимосвязаны.	Используется теми организациями и государствами, которые преследуют цель сделать мир более устойчивым, и рассматривают вопросы социальной и экологической устойчивости, поскольку данная концепция также понимается как зонтичная или всеобъемлющая структура, которая включает в себя все воздействия человека, включая эстетические воздействия, археологические воздействия (наследие), воздействия на сообщества, культурные воздействия, демографические воздействия, воздействия на развитие, экономические и финансовые последствия, гендерную оценку, воздействие на здоровье, права коренных народов, инфраструктурные воздействия, институциональные воздействия, политические воздействия

				(права человека, управление, демократизация и т. д.), оценку бедности, психологические воздействия, проблемы с ресурсами (доступ к ресурсам и владение ими), влияние туризма и другие воздействия на общества.
34.	Social Return Assessment (SRA)	Оценка социальной отдачи	Эта система была разработана в 2000 году Pacific Community Ventures (PCV), некоммерческой организацией, которая управляет двумя инвестиционными фондами, инвестирующими средства в корпорации, которые предоставляют рабочие места и обучение на рабочем месте для людей с низким доходом, и которые расположены в неблагополучных районах Калифорнии. PCV разработала метод для собственного использования при оценке социальной отдачи каждого инвестора и его портфеля в целом. Система включает отслеживание прогресса, в частности, в отношении количества и качества рабочих мест. Это помогает фонду нацеливать и улучшать свои услуги, оказываемые инвесторам и корпорациям, и которым он предоставляет бизнес-консультационные услуги.	Используется социальными предприятиями и социальными инвесторами.
35.	Social Return on Investment (SROI)	Социальная отдача (возврат) от инвестиций	Метод разработан, чтобы ответить на ряд вопросов, касающихся благотворительных инвестиций в предприятия социального назначения. -как мы можем измерить успех наших усилий?	SROI применяется к любому типу организации в любой отрасли. Инструмент очень важен и необходим для использования инвесторам и прежде всего социальному бизнесу.

			-как филантропы / инвесторы узнают, достигаем ли мы того, что мы намеревались сделать? -как практикующим специалистам и филантропам / инвесторам принимать обоснованные решения о постоянном использовании ресурсов? -как мы можем проверить и убедить других в том, что мы считаем правдой: что каждая денежная единица, вложенная в инвестируемые нами предприятия, приносит значительные, поддающиеся количественной оценке, конечные выгоды для людей и общества? Оценка включает в себя несколько этапов: -этап 1: Расчет стоимости предприятия. -этап 2: Расчет социальной ценности. -этап 3: Расчет смешанной стоимости. -этап 4: Расчет индекса доходности предприятия. -этап 5: Расчет индекса доходности для социальных целей. -этап 6: Расчет смешанного индекса доходности.	
36.	Social-Economic Assessment Toolbox (SEAT)	Инструменты для социально-экономической оценки	Набор инструментов предполагает несколько этапов. (1) профилирование собственной деятельности и местного сообщества, (2) выявление и взаимодействие с ключевыми заинтересованными сторонами, (3) оценка деятельности - как положительного, так и отрицательного	Основные пользователи данной методики - менеджеры компаний. Собираемая извне информация, вероятно, будет представлять большой интерес для местных заинтересованных сторон. Правительство и НПО также будут заинтересованы в данных инструментах.

			результата, (4) разработка плана управления для смягчения любых негативных аспектов присутствия и максимального использования преимуществ, которые приносит данная деятельность, (5) работа с заинтересованными сторонами и сообществами, (6) подготовка отчета вместе с заинтересованными сторонами, чтобы сформировать основу для постоянного взаимодействия и поддержки сообщества.	
37.	Stakeholder Value Added (SVA)	Анализ ценности заинтересованных сторон	Анализ ценности заинтересованных сторон основан на установлении стандартов и стратегическом управлении корпорациями, которые используется для анализа отношений между заинтересованными сторонами и корпорациями. Измерение вклада в стоимость корпорации за счет отношений с заинтересованными сторонами (ценность заинтересованных сторон) выполняется в четыре этапа. На первых двух шагах рассчитывается рентабельность заинтересованного лица (RoSt) для рассматриваемой корпорации и эталонной корпорации (например, в среднем по рынку). RoSt отражает относительный вклад заинтересованной стороны в стоимость корпорации. На третьем этапе RoSt эталонной корпорации вычитается из RoSt рассматриваемой корпорации. На последнем этапе	Используется менеджментом крупных корпораций, преимущественно частными компаниями, заинтересованными в получении максимальной прибыли.

			результат умножается на затраты заинтересованных сторон корпорации, чтобы получить добавленную стоимость заинтересованных сторон.	
38.	Toolbox for Analyzing Sustainable Ventures	Инструменты для анализа предприятий с устойчивым ростом	Набор инструментов разработан, чтобы ответить на вопросы, связанные с определением возможностей, пониманием детерминант успеха и оценкой затрат и выгод. В нем рассматриваются инициативы, поддерживающие предприятия с устойчивым ростом, включая программы благотворительности, частных и государственных инвесторов и программы профессионального образования. Этими предприятиями могут использоваться инструменты для систематического выявления, оценки, консультирования и роста. Инструменты отвечают на три вопроса: -где находятся возможности для создания ценности за счет лучшего и более эффективного удовлетворения потребностей? -какие факторы определяют успех предприятия? -каковы затраты и выгоды предприятия для бизнеса, общества и окружающей среды?	Используется инвесторами в предприятия с устойчивым ростом, а также самими этими предприятиями.
39.	Wellventure Monitor	-	Wellventure Monitor измеряет влияние инвестиций в сообщества по нескольким аспектам. Этот метод разъясняет не только то, что целевая группа выигрывает	Метод используют корпорации-инвесторы и крупные социальные предприятия, которые имеют как

			от того или иного проекта, но и показывает выгоду для корпорации, сотрудников и социального предприятия. Wellventure Monitor дает представление об эффектах конкретного проекта. Таким образом становятся видимыми долгосрочные выгоды от инвестиций в сообщества. С помощью этого инструмента корпорации могут создать опрос после завершения проекта и отправить его всем участникам, сотрудникам организации и целевой группе. Опросы обрабатываются автоматически. Инструмент можно использовать для просмотра, анализа и представления результатов.	общественно-полезные, так и коммерческие цели.

Составлено на основе [1-55]*

1. Aguilera RV, Rupp DE, Williams CA and Ganapathi J (2007) Putting the s back in corporate social responsibility: A multilevel theory of social change in organizations The Academy of Management 32.3 836–863
2. Ann KB, Allen CA and Matthew AR (1999) Beyond resources: The mediating effect of top management discretion and values on corporate philanthropy Business and Society 38.2 167–187
3. Ben-Ner A and v. Hoomissen T (1992) An empirical investigation of the joint determination of the size of for-profit, nonprofit and governmental sectors Annals of Public and Cooperative Economics 63.3 392–415
4. Boyne G (2002) Public and private management: What's the difference? Journal of Management Studies 39.1 97–121
5. Burdge RJ and Vanclay F (1996) Social impact assessment: A contribution to the state of the art series Environmental and Social Impact Assessment 14 59–86
6. Burritt RL and Saka C (2006) Environmental management accounting applications and eco-efficiency: Case studies from Japan Journal of Cleaner Production 14.14 1262–1275
7. Clark C, Rosenzweig W, Long D and Olsen S (2004) Double Bottom Line Project Report: Assessing Social Impact in Double Bottom Line Ventures; Methods Catalog, Viewed 28 May 2010 [online] Available from Internet URL <http://www.shidler.hawaii.edu/Portals/1/resources/DoubleBottomLine.pdf>
8. Conner KR (1991) A historical comparison of resource-based theory and five schools of thought within industrial organization economics: Do we have a new theory of the firm? Journal of Management 17.1 121–154
9. de Bakker FGA, Groenewegen P and den Hond F (2005) A bibliometric analysis of 30 years of research and theory on corporate social responsibility and corporate social performance Business and Society 44.3 283–317
10. Dentchev NA (2004) Corporate social performance as a business strategy Journal of Business Ethics 55.4 395–410
11. Ebrahim A (2005) NGOs and Organizational Change: Discourse, Reporting, and Learning Cambridge, Cambridge University
12. Eccles RG (1991) The performance measurement manifesto Harvard Business Review 69.1 131–137

13. Elkington J (1999) Cannibal with Forks, The Triple Bottom Line of 21st Century Business Oxford, Capstone
14. Elkington J, Emerson J and Beloe S (2006) The value palette: a tool for a full spectrum strategy California Management Review 48.2 6–28
15. Emerson J, Wachowicz J and Chun S (2000) Social Return on Investment: Exploring Aspects of Value Creation in the Non-Profit Sector San Francisco, The Roberts Foundation
16. Emerson J (2003) The blended value proposition: Integrating social and financial returns California Management Review 45.4 35–51
17. Epstein MJ (2008) Making Sustainability Work: Best Practices in Managing and Measuring Corporate Social, Environmental, and Economic Impacts Sheffield, Greenleaf Publishing Ltd.
18. Forbes DP (1998) Measuring the unmeasurable: Empirical studies of nonprofit organization effectiveness from 1977 to 1997 Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly 27.2 183–202Freudenburg WR (1986) Social impact assessment Annual Review of Sociology 12.1 451–478
19. Friedman M (1970) The social responsibility of business is to increase its profits The New York Times Magazine (September 13) 32–33, 122, 126
20. Fry LW, Keim GD and Meiners RE (1982) Corporate contributions: Altruistic or for-profit? The Academy of Management Journal 25.1 94–106
21. Gentile MC (2000) Social Impact Management, a Definition Discussion Paper II Aspen ISIB: The Aspen Institute [online] [Cited 28 May 2010] Available from Internet URL <http://www.aspenisib.org>
22. GRI (2006) Sustainability Reporting Guidelines (G3) Amsterdam, Global Reporting Initiative
23. Husted BW and de Jesus Salazar J (2006) Taking Friedman seriously: Maximizing profits and social performance Journal of Management Studies 43.1 75–91
24. IPC (2008) PSIA Gauging Poverty Impacts Poverty in Focus series 14 Brasilia, International Poverty Centre
25. IPIECA (2008) Creating Successful, Sustainable Social Investment; Guidance Document for the Oil and Gas Industry London, International Petroleum Industry Environmental Conservation Association
26. Ittner CD and Larcker DF (1998) Innovations in performance measurement: Trends and research implications Journal of Management Accounting Research 10 205–238
27. Juholin E (2004) For business or the good of all? A Finnish approach to corporate social responsibility Corporate Governance 4.3 20–31
28. Kolodinsky J, Stewart C and Bullard A (2006) Measuring economic and social impacts of membership in a community development financial institution Journal of Family and Economic Issues 27.1 27–47
29. Labuschagne C, Brent AC and van Erck RPG (2005) Assessing the sustainability performances of industries Journal of Cleaner Production 13.4 373–385
30. Lamberton G (2005) Sustainability accounting – a brief history and conceptual framework Accounting Forum 29.1 7–26
31. Latané B (1981) The psychology of social impact American Psychologist 36.4 343–356
32. Lepak DP, Smith KG and Taylor MS (2007) Value creation and value capture: A multilevel perspective Academy of Management Review 32.1 180–194
33. Loew T (2003) Environmental cost accounting: Classifying and comparing selected approaches in Bennett M, Rikhardsson PM and Schaltegger S Environmental Management Accounting – Purpose and Progress Dordrecht, Kluwer Academic Publishers 41–56
34. Loew T, Fichter K, Müller U, Schultz WF and Strobel M (2001) Ansätze der umweltkostenrechnung im vergleich – unveröffentlichter endbericht Berlin (available only in German)
35. London T (2009) Making better investments at the base of the pyramid Harvard Business Review 87.5 106–113
36. Maas KEH and Bouma JJ (2005) Sociale meerwaarde van MVO: Een welvaartseconomisch perspectief in Dentchev NA, Heene A, Herstroter CAJ and de Graaf FJ (Maatschappelijk verantwoord ondernemen, pragmatisch bekeken) Gent, Academia Press 125–137 (available only in Dutch)
37. Maas KEH and Boons F (2010) CSR as a strategic activity: value creation, integration and redistribution in Louche C, Idowu SO and Filho WL Innovative CSR Sheffield, Greenleaf Publishing 154–172
38. Margolis JD and Walsh JP (2003) Misery loves corporations: Rethinking social initiatives by business Administrative Science Quarterly 48.2 268–305
39. Matten D, Crane A and Chapple W (2003) Behind the mask: Revealing the true face of corporate citizenship Journal of Business Ethics 45.1 109–120
40. McWilliams A and Siegel D (2000) Corporate social responsibility and financial performance: Correlation or misspecification? Strategic Management Journal 21.5 603–609
41. McWilliams A and Siegel D (2001) Corporate social responsibility: A theory of the corporation perspective The Academy of Management Review 26.1 117–127
42. Pearce D, Atkinson G and Mourato S (2006) Cost–Benefit Analysis and the Environment: Recent Development Paris, OECD Publishing

43. Pearce D, Turner RK and Bateman I (1994) Environmental Economics, an Elementary Introduction London, Harvester Wheatsheaf
44. Porter ME and Kramer MR (2006) Strategy and society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility Harvard Business Review 84.12 76–92
45. Schaltegger S and Burritt R (2000) Contemporary Environmental Accounting, Issues, Concepts and Practice Sheffield, Greenleaf Publishing
46. Schaltegger S, Hahn T and Burritt R (2000) Environmental Management Accounting – Overview and Main Approaches Working paper Lunenburg, Centre for Sustainability Management
47. Schaltegger S, Herzig C, Kleiber O and Muller J (2002) Sustainability Management in Business Enterprises: Concepts and Instruments for Sustainable Corporation Development Luneburg, Centre for Sustainability Management
48. Shell (2008a) Managing Social Performance, Delivering Benefits Confidential, Den Haag
49. Shell (2008b) Managing Social Performance, Measuring and Communicating Social Performance Confidential, Den Haag
50. US-EPA (1995) An Introduction to Environmental Accounting as a Business Management Tool Washington, DC, United States Environmental Protection Agency
51. Verwaal E, Commandeur HR and Verbeke W (2009) Value creation and value claiming in strategic outsourcing decisions: A resource-contingency perspective Journal of Management 35.2 420–444
52. Wainwright S (2002) Measuring Impact: A Guide to Resources London, NCVO Publications
53. Weisbrod B (1988) The Non-Profit Economy Cambridge, Harvard University Press
54. Wikipedia (2008) [online] [Cited on 28 may 2010] Available from Internet URL <http://en.wikipedia.org/wiki/Social_impact_assessment>
55. Zimmerman JL (2009) Accounting for Decision Making and Control New York, McGraw-Hill Education

Приложение Ф

Таблица 1 - Методика оценки социально-экономической эффективности социального предприятия

Сфера	Реципиенты	Для индивида		Для общества	
		Результаты	Показатели	Результаты	Показатели
1. Занятость населения, профессиональная переподготовка	1. Безработные; 2. Люди с ограниченными возможностями здоровья (ЛОВЗ) 3.Малообеспеченные	1. Трудоустройство 2. Удовлетворенность и удовольствие от занятости на работе 3. Профессиональная переподготовка 4. Развитие необходимых навыков (в том числе гибких, надпрофессиональных)	1. Разница между доходами и пособием 2.Психоэмоциональ-ное состояние чело-века, выражающееся в отсутствии (снижении) больничных листов 3. Полученная квалификация; разница между доходом и пособием; трудоустройство 4. Уровень мастерства; количество принятых предложений о	1. Увеличение количества занятых лиц (в том числе с ограниченными возможностями); 2. Психическое здоровье работников 3.Увеличение количества занятых; повышение уровня образованности; доступность обучения 4. Улучшение поддержки и помощи реципиентам вернуться к работе	1. Количество занятых рабочих мест; снижение уровня безработицы; количество предприятий, нанимающих ЛОВ 2. Сокращение уровня отсутствия сотрудников; повышение уровня занятости 3. Количество и доля лиц, прошедших переподготовку; уровень безработицы; количество вакансий 4. Количество и доля лиц, получивших новую профессию; государственные расходы на

			работе, развитие навыков	5. Повышение стимулов к трудоустройству 6. Повышение уровня информированности и вовлеченности общественности в вопросах занятости 7. Улучшение участия заинтересованных сторон в решении проблем занятости	переподготовку; наличие программ, по переподготовке; наличие законодательных актов по обеспечению равного доступа к возможностям трудоустройства и переподготовки 5. Уровень минимальной заработной платы; государственная поддержка гибкого графика работы 6. Наличие информации о трудоустройстве и переобучении; количество статей по теме; общественные мероприятия, митинги, радио; волонтерство, связанное с занятостью; изменение общественного восприятия 7. Факты взаимодействия работодателей с сетями

					поиска работы; уровень участия заинтере-сованных сторон в трудоустройстве и переподготовке
2. Психическое здоровье и благополучие		1. Снижение потребности в услугах по уходу; повышение уровня уверенности и самостоятельности	1. Количество обращений за медицинской помощью; снижение уровня зависимости от социальных служб; самостоятельно поддерживается психическое здоровье и уход за собой; развитие навыков самостоятельной жизни	1.Повышение уровня информированност и вовлеченности общественности	1. Количество кампаний, проводимых для информирования общественности о проблемах психического здоровья; количество статей на эту тему; ТВ программы; уровень осведомленности общественности; общественные мероприятия; общественные пожертвования в соответствующие благотворительные организации; общественное волонтерство в проектах и инициативах, связанных с психическим здоровьем

		2. Улучшение доступа к социальным службам и расширение использования их перечня	2. Доступ к качественным услугам (эмоциональной поддержки, управления гневом); консультации, поддержка и лечение; понимание членов семьи; улучшение психического здоровья	2. Повышение доступности профилактической поддержки и программ	2.Количество и географический охват общественных программ; количество случаев (инцидентов) с психическими расстройствами и госпитализацией; количество и географический охват государственных центов психического здоровья; доля людей, которым предлагаются реабилитационные услуги после выписки из стационара
		3. Повышение целеустремленности и удовлетворенности жизнью	3. Наличие работы, удовлетворенности в досуге; энергичность и позитивизм; имеет цель и надежды на будущее	3. Снижение дискриминации, связанной с психическим здоровьем и улучшение понимания того, как лучше всего оптимизировать	3. Количество антидискриминационных тренингов, проводимых на рабочих местах и в учебных заведениях; клинические испытания, статьи по

		4. Повышение уверенности и устойчивости перед проблемами; улучшение эмоционального развития и самооценки 5. Понимание и осознание собственного психического здоровья	4. Контроль над психическим и эмоциональным здоровьем; отсутствие отрицательных эмоций; уменьшение стресса; повышение чувства самоуважения 5. Снижение проблем с психическим здоровьем; удовлетворенность членов семьи услугами по охране здоровья; хорошая информированность в вопросах, касающихся психического здоровья	психическое здоровье 4. Повышение качества услуг в области психического здоровья 5. Совершенствование политики и рост инвестиций в улучшение психического здоровья	лечению; новые идеи в области психического здоровья; финансирование исследований 4. Количество и доля людей, выздоравливающих (улучшение самочувствия) после использования услуг; время ожидания в чрезвычайных ситуациях в области психического здоровья 5. Изменения в законодательстве, способствующие улучшению общественного психического здоровья; государственные инвестиции (расходы) на улучшение психического здоровья; практика госзакупок для социальных предприятий
3. Общественная безопасность и		1. Воздержание от совершения какого-либо правонарушения	1. Уровень повторного правонарушения в течение года после	1. Снижение уровня преступности	1. Количество совершенных преступлений; уровень повторных

гражданское общество		(повторного ареста, рецидив) 2. Воздержание от совершения какого-либо правонарушения, преступления 3.Улучшение отношения к людям из разных слоев общества 4. Расширение знаний в области права 5. Активное участие в жизни общества	освобождения из мест лишения свободы 2.Отсутствие ареста 3. Позитивное отношение к людям из разных слоев общества (отсутствие дискриминации в течение года) 4.Знание и понимание закона, юридических вопросов 5. Количество времени, посвященного волонтерству, активное взаимодействие с общественными организациями	2. Повышение осведомленности общественности о законе и правах граждан 3. Повышение доступности юридических консультаций 4. Увеличение числа волонтеров 5. Расширение взаимодействия с обществом 6. Повышение уровня информированности общественности	правонарушений; уровень притеснений (инвалидности, расы, пола..) Уровень понимания принципов права 3. Доступность юридических консультаций для уязвимых групп населения 4.Количество дней волонтерства; доля волонтеров 5. Членство в общественных организациях; пожертвования в благотворительные организации; участие в общественной деятельности 6. Изменение общественного восприятия ценностей сообщества

4. Жилье и инфраструктура (коммунальные услуги, транспорт, магазины)		1. Получение льгот на коммунальные услуги и жилищное пособие 2.Своевременная оплата аренды 3. Хорошие отношения с соседями 4. Поддержание чистоты и содержание дома 5. Поддержка во временном размещении	1. Получение льгот (включая топливо на зиму) и жилищного пособия 2. Не выселяется за неуплату; обладает навыками финансового менеджмента, чтобы справиться с арендными платежами; отсутствие долгов 3.Помощь соседям (за последние 6 месяцев); количество жалоб/ споров, связанных с проблемами с соседями 4. Развитие навыков приготовления пищи и уборки (обслуживания дома)	1. Совершенствование политики в сфере жилищного хозяйства 2. Увеличение расходов на жилищное строительство 3. Предоставление качественного доступного жилья 4.Информирование и участие	1. Изменения в политике и законодательстве в поддержку качественного жилья 2. Государственные расходы; государственная поддержка жилищных льгот; расходы на улучшение жилья с социальной целью 3. Доля людей, живущих в надежном, доступном жилье (или арендуемом); списки очередников на жилье для людей с особыми потребностями; количество домов, отвечающих стандарту достойного жилья; доля нуждающихся людей, которые могут переехать во временное жилье; количество и доля лиц, признанных

		6. Улучшение чувства безопасности и защищенности дома 7.Имеет жилье в надлежащем состоянии (безопасное) 8. Доступ к местным магазинам, транспорту и местам отдыха	5. Имеет доступ к временному размещению; имеет доступ к специализированной поддержке для поиска жилья 6.Чувствует себя безопаснее в своем доме; количество несчастных случаев в доме 7. Имеет дом в хорошем состоянии; жилье, оборудованное необходимой мебелью; жилье, подключенное ко всем коммуника-циям; переезд из временного жилья в стабильное (договор, минимум на 6 месяцев) 8. Имеет доступ к магазинам, качественному и недорогому общественному	заинтересованных сторон в решении жилищного вопроса 5.Улучшение работы служб экстренной помощи 6. Повышение доступности коммунальных услуг	местными властями бездомными 4. Процент населения, которое чувствует себя хорошо информированным как арендаторов, землевладельцев и бездомных; уровень воздействия СМИ (статьи, репортажи, радио, интернет); общественные мероприятия, кампании, волонтерство (в инициативах, связанных с жильем; и изменением общественного восприятия, лежащего в основе предрассудка или стигматизации)[37] 5. Время реагирования аварийных служб 6.Наличие доступных коммунальных услуг;

[37] Стигматизация – клеймение, навешивание социальных ярлыков

			транспорту, к спорту и культуре		доля личного дохода, потраченного на коммунальные услуги4 доля людей, живущих в «топливной бедности»
5. Доходы и финансовая доступность	1. Малообеспеченные 2. Безработные; 3. Бывшие правонарушители; 4. Лица с ограниченными возможностями здоровья	1. Получение соответствующих льгот 2. Увеличение дохода, необходимого для жизни 3.Достижение минимального уровня (прожиточного) жизни 4.Повышение финансовой грамотности 5. Улучшение финансовой самостоятельности и доступа к финансовым продуктам (услугам) и консультациям	1. Своевременность получения льгот 2. Сумма полученного дохода 3. Соотнесение полученного дохода и установленного минимального уровня жизни 4. Навыки заполнения необходимых формуляров; знание и понимание своего бюджета и управления им 5. Доступ к счетам; использование основных финансовых инструментов;	1. Совершенствование законодательства, социальной политики 2.Увеличение инвестиций и расходов на социальные цели 3. Улучшение финансового благосостояния 4. Повышение информированност и граждан о финансовых инструментах 5. Улучшение равенства в доходах	1. Изменения в законодательстве (например, налоговые льготы); создание профильных комитетов 2. Сумма государствен-ных расходов на социальные цели; финансирование социальных программ и проектов; расходы на улучшение финансовой инклюзивности 3.Количество и доля людей, имеющих право на льготы 4. Количество статей, передач на ТВ, радио, в сети Интернет; общественные мероприятия, волонтерство 5. Соотношение самых высокооплачиваемых и самых

				6. Улучшение доступности и появление справедливых (общедоступных, этически ответственных) финансовых продуктов	низкооплачиваемых работников; национальный коэффициент GINI[38] 6. Количество учреждений, предлагающих гибкие банковские счета и доступные кредиты; Доля населения, не имеющая банковского счета, не имеющая доступа к доступному (недорогому) кредиту; наличие финансовой поддержки малого бизнеса; наличие платформ и IT систем для поддержки в обслуживании клиентов с низкими доходами
6. Охрана окружающей среды		1. Осознание важности окружающей среды и концепции устойчивого развития	1.Доступ к понятной информации; знания и понимание проблем окружающей среди	1. Строительство и реконструкция зданий с экологическими целями	1.Количество зданий, построенных (отремонтированных) в соответствии с экологическими стандартами

[38] Национальный коэффициент GINI показывает, насколько велика пропасть между богатыми и бедными

		2.Снижение личного негативного воздействия на окружающую среду 3.Активное использование (потребление) местной экологической продукции 4.Улучшение доступа к природе (заповедники, парки, водоемы, леса и пр.)	и изменения климата 2. Увеличение количества сэкономленной энергии, воды, газа; увеличение использования безопасных для экологии вариантов транспорта 3.Доступ к экологически чистой продукции (био) – фермерские рынки; выращивание собственной продукции 4.Доступ к природному или охраняемому пространству; количество посещений в течении года	2.Сокращение количества отходов и загрязнений окружающей среды 3.Улучшение использования водных ресурсов 4.Органическое земледелие	2.Объем вредных и токсичных отходов, ответственно утилизированных; сокращение отходов (доля переработанных, доля повторно используемых, количество отправленных на свалку) 3. Объем потребляемой воды, объем переработанной воды, объем воды, сэкономленной с помощью эффективных технологий и схем 4.Объем органической продукции; площадь земель, обрабатываемых экологично; сокращение использования удобрений, смягчение эрозии почв; число организаций, достигших признанных стандартов экологичного сельского хозяйства; наличие

				5.Совершенствование политики и законодательства в сфере защиты окружающей среды 6. Увеличение расходов и инвестиций 7. Изменение поведения людей и осознание важности проблемы на основе информирования общественности об окружающей среде и взаимодействии с ней	фермерских рынков и фермерских продуктов питания в магазинах 5.Изменения в политике и законодательстве, способствующие повышению экологичности и сохранению окружающей среды; формирование соответствующих комитетов 6. Расходы и инвестиции в устойчивое развитие и экологию; практика закупок и контракты государственного сектора, предназначенные для защиты окружающей среды (в том числе контракты, позволяющие социальным предприятиям участвовать в торгах) 7. Доступность и наличие информации (статьи, передачи на

				8.Сохранение природных пространств, природного наследия (дикой природы)	ТВ, интернет трансляции, радио); общественные мероприятия по защите окружающей среды; количество образовательных программ 8.Восстановленное или созданное природное пространство; количество посаженных деревьев; численность диких животных; показатели качества воздуха; количество посетителей охраняемых территорий; стоимость въезда в национальные парки
7. Физическое здоровье		1. Использование информации, связанной со здоровьем 2. Положительный опыт получения медицинской помощи 3. Позитивное отношение к	1. Наличие доступа к медицинской информации 2.Улучшение самочувствия; улучшение качества своей жизни	1.Совершенствование политики и законодательства в сфере физического здоровья населения	1. Изменения в политике и законодательстве, способствующие улучшению физического здоровья населения; формирование соответствующих комитетов

		собственному физическому здоровью 4. Использование медицинских услуг после эпизодов плохого самочувствия или после травмы 5.Забота о физическом здоровье, поддержание здорового образа жизни 6.Удовлетворение качеством жизни и хорошей поддержкой (уход)	3.Оптимизм и удовлетворение своим состоянием здоровья 4.Нахождение на учете у врача; реабилитация дома или в специализированном учреждении; доступ и использование качественных услуг 5.Занятия физическими упражнениями; здоровый образ жизни; отсутствие лишнего веса; правильный (полезный0 рацион питания; отсутствие проблем с зависимостями 6.Проводит меньше времени в больнице; улучшение качества жизни	2. Увеличение расходов и инвестиций 3. Повышение информированности граждан и понимание важности и значимости хорошего здоровья	2. Расходы и инвестиции программ здравоохранения; практика закупок и контракты государственного сектора, направленные на улучшение социальных результатов – на улучшение физического здоровья (в том числе контракты, позволяющие социальным предприятиям участвовать в торгах) 3. Рост числа организаций, содействующих здоровью; число граждан, пользующихся медицинскими услугами и чувствующие себя выслушанными и проинформированными; количество членов семьи, опекунов, которые сообщили, что

			(например, занятость); не нуждается в поступлении в дом престарелых; снижение уровня зависимости от ухода; способность управлять состоянием своего здоровья	4. Повышение уровня вовлеченности общественности	они были проконсультированы о человеке, о котором они заботятся; факт (количество) статей, клинических испытаний, исследований в области лечения; количество людей, хорошо информированных по вопросам, связанным со здоровьем; уровень воздействия СМИ; доступность вспомогательных услуг для уязвимых детей и родителей 4. Уровень осведомленности общественности о причинах и последствиях проблем физического здоровья (общественные мероприятия, митинги и кампании, общественные пожертвования в благотворительные организации); волонтерство

				5. Высокая продолжительность жизни 6. Здоровое питание и соответствующие уровни нагрузки 7. Снижение уровня ожирения, курения, потребления алкоголя, наркомании	9изменение общественного восприятия и улучшение любого, лежащего в основе предрассудка или стигматизации 5.Средняя продолжительность жизни; общий уровень смертности (в том числе младенческой); частота основных заболеваний (сердечнососудистых, респираторных и т.д.) 6.Уровень потребления фруктов и овощей; наличие спортивных сооружений; доля населения, участвующего минимум в 150 минутах умеренной аэробной активности в неделю 7. Количество людей, поступающих и успешно покидающих реабилитационное лечение; доля курящего населения, доля населения, пьющего

				8. Повышение безопасности медицинских услуг 9. Повышение качества медицинских и социальных услуг и их эффективности в предотвращении преждевременной смерти людей 10. Повышение доступности профилактической поддержки, программ, к медицинским и социальным услугам	более рекомендованных доз алкоголя; расходы домохозяйств на алкоголь и курение, наркотики 8. Количество случаев госпитальной смерти; количество случаев медицинских ошибок в лечении 9.Снижение уровня смертности в возрасте до 75 лет от основных заболеваний (ССЗ, заболевания печени, онкология); время ожидания экстренной медицинской помощи; доля людей, испытывающих улучшение здоровья после запланированного лечения 10.Частота острых медицинских инцидентов и госпитализаций в больницы и центры ухода; постоянные госпитализации в

					интернаты и дома престарелых на 1000 населения; количество и географический охват центров здравоохранения, включая социальные услуги; доля населения, состоящего на учете в больнице

Приложение Х

Таблица 1 - Тесты оценки социально-экономической эффективности социальных предприятий для конкретного индивида

Сфера	Результаты	Оценка показателей		
		Высокий уровень -3	Средний уровень- 1	Низкий уровень – 0
1	2	3	4	5
Занятость населения, профессиональная переподготовка	1. Трудоустройство	Сумма дохода существенно превышает пособие	Сумма дохода соответствует величине пособия	Пособие выше величины дохода
	2. Удовлетворенность и удовольствие от занятости на работе	Хорошее психоэмоциональное состояние человека, выражающееся в отсутствии больничных листов	Нормальное психоэмоциональное состояние человека, выражающееся в снижении количества больничных листов	Плохое психоэмоциональное состояние человека, выражающееся в постоянном пребывании (часто) на больничном листе
	3. Профессиональная переподготовка	Полученная квалификация; весомая положительная разница между доходом и пособием; факт трудоустройства	Полученная квалификация; небольшая разница между доходом и пособием; факт трудоустройства	Отсутствие переподготовки; отсутствие разницы между доходом и пособием; поиск места для трудоустройства
	4. Развитие необходимых навыков (в том числе гибких, надпрофессиональных)	Повышенный уровень мастерства; значительное количество предложений о работе, развитие навыков	Не значительно повышенный уровень мастерства; незначительное количество предложений о работе, развитие навыков	Уровень мастерства не повышен; отсутствуют предложения о работе, навыки не развиты

Продолжение табл. 1

1	2	3	4	5
2. Психическое здоровье и благополучие	1. Снижение потребности в услугах по уходу; повышение уровня уверенности и самостоятельности	Значительное снижение количества обращений за медицинской помощью; значительное снижение уровня зависимости от социальных служб; факты самостоятельного поддерживания психического здоровья и ухода за собой; положительная динамика в развитии навыков самостоятельной жизни	Снижение количества обращений за медицинской помощью; снижение уровня зависимости от социальных служб; самостоятельное поддержание психического здоровья и ухода за собой; развитие навыков самостоятельной жизни	Рост динамики по количеству обращений за медицинской помощью; отсутствие динамики в снижении уровня зависимости от социальных служб; самостоятельно не поддерживается психическое здоровье и уход за собой; нет динамики в развитии навыков самостоятельной жизни
	2. Улучшение доступа к социальным службам и расширение использования их перечня	Наличие доступа к качественным услугам (эмоциональной поддержки, управления гневом); оказание консультаций, поддержки и лечения; понимание членов семьи; значительное улучшение психического здоровья	Наличие доступа к услугам (эмоциональной поддержки, управления гневом); оказание консультаций, поддержки и лечения; понимание членов семьи; незначительное улучшение психического здоровья	Отсутствие доступа к качественным услугам (эмоциональной поддержки, управления гневом); отсутствие консультаций, поддержки и лечения; отсутствие понимания членов семьи; отсутствие улучшения психического здоровья

	3.Повышение целеустремленности и удовлетворенности жизнью	Наличие работы, полной удовлетворенности в досуге; энергичность и высокий уровень позитивизма; имеет цель и надежды на будущее	Наличие работы, но нет удовлетворенности в досуге; достаточный уровень энергичности и позитивизма; имеет цель и надежды на будущее	Отсутствие работы, нет удовлетворенности в досуге; энергичность и позитивизм на низком уровне; не имеет цель и надежду на будущее
	4. Повышение уверенности и устойчивости перед проблемами; улучшение эмоционального развития и самооценки	Полный контроль над психическим и эмоциональным здоровьем; полное отсутствие отрицательных эмоций; значительное уменьшение стресса; существенное повышение чувства самоуважения	Контроль над психическим и эмоциональным здоровьем; отсутствие отрицательных эмоций; заметное уменьшение стресса; заметное повышение чувства самоуважения	Отсутствие контроля над психическим и эмоциональным здоровьем; присутствие отрицательных эмоций; отсутствие снижения стресса; отсутствие повышения чувства самоуважения
	5. Понимание и осознание собственного психического здоровья	Стабильное снижение проблем с психическим здоровьем; высокая степень удовлетворенности членов семьи услугами по охране здоровья; хорошая информированность в вопросах, касающихся психического здоровья	Снижение проблем с психическим здоровьем; удовлетворенность членов семьи услугами по охране здоровья; достаточная информированность в вопросах, касающихся психического здоровья	Отсутствие динамики снижения проблем с психическим здоровьем; не удовлетворенность членов семьи услугами по охране здоровья; низкая информированность в вопросах, касающихся психического здоровья

3. Общественная безопасность и гражданское общество	1. Воздержание от совершения какого-либо правонарушения (повторного ареста, рецидив)	Низкий уровень (отсутствие) повторного правонарушения в течение года после освобождения из мест лишения свободы	Низкий уровень повторного правонарушения в течение года после освобождения из мест лишения свободы	Высокий уровень повторного правонарушения в течение года после освобождения из мест лишения свободы
	2. Воздержание от совершения какого-либо правонарушения, преступления	Отсутствие ареста	Отсутствие ареста при наличии приводов в следственные органы	Факт ареста за совершение правонарушения
	3.Улучшение отношения к людям из разных слоев общества	Доброжелательное отношение к людям из разных слоев общества (отсутствие дискриминации в течение года)	Позитивное отношение к людям из разных слоев общества (в большинстве случаев отсутствие дискриминации в течение года)	Негативное отношение к людям из разных слоев общества (присутствие дискриминации в течение года)
	4. Расширение знаний в области права	Хорошие знания и понимание закона, юридических вопросов	Посредственные знания и понимание закона, юридических вопросов	Отсутствие знаний и не понимание законов и юридических вопросов
	5. Активное участие в жизни общества	Значительное количество времени, посвященного волонтерству, активное взаимодействие с общественными организациями	Незначительное количество времени, посвященного волонтерству, ограниченное взаимодействие с общественными организациями	Отсутствие взаимодействия и участия в общественных мероприятиях, посвященных волонтерству

4. Жилье и инфраструктура (коммунальные услуги, транспорт, магазины)	1. Получение льгот на коммунальные услуги и жилищное пособие	Факты получение льгот (включая топливо на зиму) и жилищного пособия	Единичные факты получения льгот (включая топливо на зиму) и жилищного пособия	Отсутствие фактов получения льгот (включая топливо на зиму) и жилищного пособия
	2.Своевременная оплата аренды	Не выселяется за неуплату; обладает хорошими навыками финансового менеджмента, чтобы справиться с арендными платежами; полное отсутствие долгов	Не выселяется за неуплату; обладает достаточными навыками финансового менеджмента, чтобы справиться с арендными платежами; частичное отсутствие долгов	Выселяется за неуплату; не обладает навыками финансового менеджмента, чтобы справиться с арендными платежами; присутствие долгов
	3. Хорошие отношения с соседями	Активная помощь соседям (за последние 6 месяцев); отсутствие жалоб/ споров, связанных с проблемами с соседями	Помощь соседям (за последние 6 месяцев); несколько жалоб/ споров, связанных с проблемами с соседями	Отсутствие фактов помощи соседям (за последние 6 месяцев); наличие жалоб/ споров, связанных с проблемами с соседями
	4. Поддержание чистоты и содержание дома	Достаточный уровень навыков приготовления пищи и уборки (обслуживания дома)	Наличие определенных навыков приготовления пищи и уборки (обслуживания дома)	Отсутствие навыков приготовления пищи и уборки (обслуживания дома)
	5. Поддержка во временном размещении	Имеет доступ к временному размещению; имеет доступ к специализированной	Имеет ограниченный доступ к временному размещению и к специализированной	Отсутствие доступа к временному размещению и к специализированной

		поддержке для поиска жилья	поддержке для поиска жилья	поддержке для поиска жилья
	6. Улучшение чувства безопасности и защищенности дома	Чувствует себя в полной безопасности в своем доме; отсутствие несчастных случаев в доме	Чувствует себя относительно безопасно в своем доме; незначительное количество несчастных случаев в доме	Не чувствует себя безопасно в своем доме; значительное количество несчастных случаев в доме
	7.Имеет жилье в надлежащем состоянии (безопасное)	Наличие дома (жилья) в хорошем состоянии (оборудованное мебелью и всеми коммуникациям)	Наличие дома (жилья) в удовлетворительном состоянии (оборудованное необходимой мебелью и коммуникациям)	Отсутствие дома (жилья) в надлежащем состоянии (оборудованное необходимой мебелью и всеми коммуникациям)
	8. Доступ к местным магазинам, транспорту и местам отдыха	Имеет доступ к магазинам, качествен-ному и недорогому общественному транспорту, к спорту и культуре	Имеет ограниченный доступ к магазинам, качественному и недорогому обществен-ному транспорту, к спорту и культуре	Не имеет доступа к магазинам, качествен-ному и недорогому общественному транспорту, к спорту и культуре
Доходы и финансовая доступность	1.Получение соответствующих льгот	Льготы получают своевременно и в полном объеме	Льготы получают в полном объеме, но не своевременно	Не своевременно и не в полном объеме получают льготы
	2. Увеличение дохода, необходимого для жизни	Отмечен факт роста доходов	Отсутствие изменений	Снижение дохода, необходимого для жизни
	3.Достижение минимального уровня (прожиточного) жизни	Полученный доход превышает установленный минимальный	Полученный доход не превышает установленный минимальный	Полученный доход ниже установленного минимальный

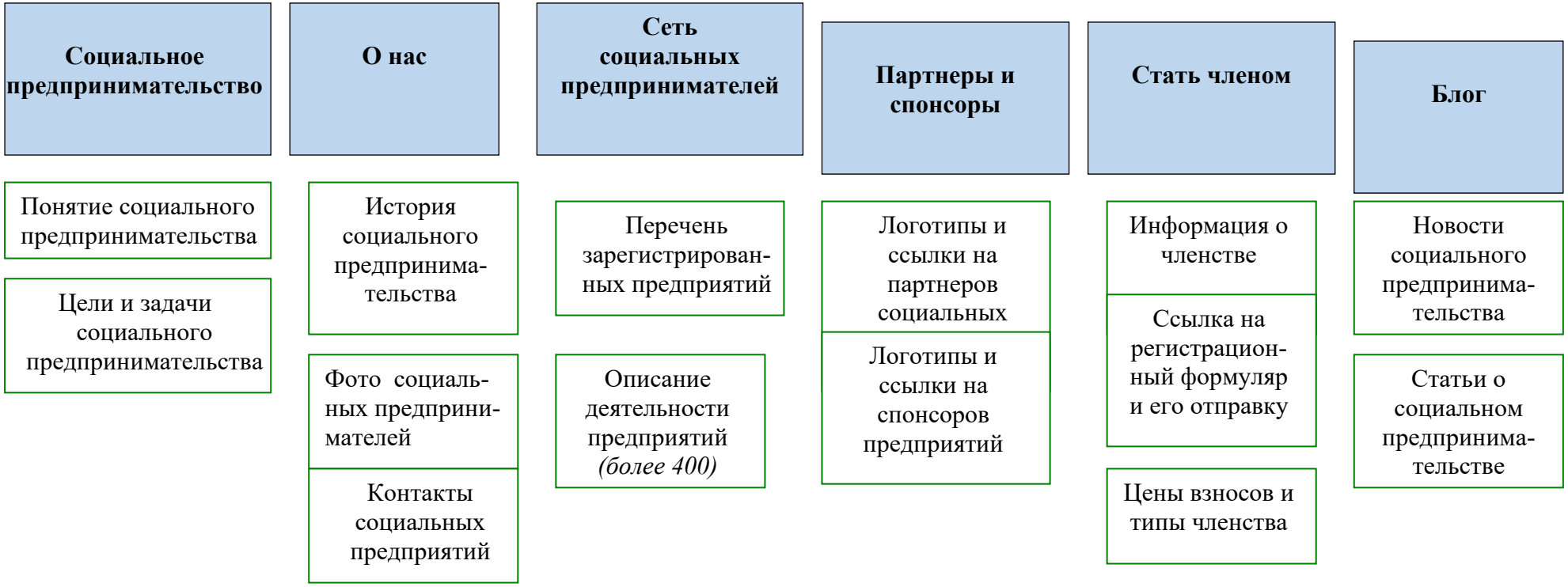
		(прожиточный) уровень жизни	(прожиточный) уровень жизни	(прожиточного) уровня жизни
	4.Повышение финансовой грамотности	Существенное развитие навыков заполнения необходимых формуляров, хорошее знание и понимание своего бюджета и управления им	Минимальное развитие навыков заполнения необходимых формуляров, отмечается знание и понимание своего бюджета и управления им	Отсутствие навыков заполнения необходимых формуляров, знаний и понимания своего бюджета и управления им
	5. Улучшение финансовой самостоятельности и доступа к финансовым продуктам (услугам) и консультациям	Открыт доступ к счетам; хорошие и устойчивые навыки использования основных финансовых инструментов	Открыт доступ к счетам; отмечены определенные навыки использования основных финансовых инструментов	Нет доступа к счетам; отсутствуют самостоятельные навыки использования основных финансовых инструментов
Охрана окружающей среды	1. Осознание важности окружающей среды и концепции устойчивого развития	Отмечается активное и осознанное понимание роли, значения и важности окружающей среды и концепции устойчивого развития	Отмечается понимание роли окружающей среды и концепции устойчивого развития	Не осознанность важности и значимости окружающей среды и концепции устойчивого развития
	2.Снижение личного негативного воздействия на окружающую среду	Выработана и реализуется на практике активная жизненная позиция, направленная на сохранение окружающей среды	Отмечается факт снижения личного негативного воздействия на окружающую среду	Отсутствует понимание вреда, наносимого человеком и обществом окружающей среде и, как факт, личное негативное воздействие на среду

	3.Активное использование (потребление) местной экологической продукции	Факт активного использования (потребление) местной экологической продукции	Факт (периодически) использования (потребление) местной экологической продукции	Не использование (потребление) местной экологической продукции
	4.Улучшение доступа к природе (заповедники, парки, водоемы, леса и пр.)	Открытый доступ к природе (заповедники, парки, водоемы, леса и пр.)	Ограниченный доступ к природе (заповедники, парки, водоемы, леса и пр.)	Отсутствие доступа к природе (заповедники, парки, водоемы, леса и пр.)
Физическое здоровье	1. Использование информации, связанной со здоровьем	Наличие доступа к медицинской информации	Ограниченный доступ к медицинской информации	Отсутствие доступа к медицинской информации
	2. Положительный опыт получения медицинской помощи	Факт значительного улучшения самочувствия; улучшения качества своей жизни	Факт незначительного улучшения самочувствия и улучшения качества своей жизни	Факт значительного улучшения самочувствия; улучшения качества своей жизни
	3. Позитивное отношение к собственному физическому здоровью	Выработанный оптимизм и удовлетворение своим состоянием здоровья	Факт удовлетворения своим здоровьем	Отсутствие позитивного отношения к собственному здоровью
	4. Использование медицинских услуг после эпизодов плохого самочувствия или после травмы	Факт постоянного внимания со стороны врача, нахождение на учете; реабилитация дома или в	Нахождение на учете у врача; реабилитация дома или в специализированном учреждении; доступ и	Отсутствие факта учета у врача; реабилитация дома; отсутствие доступа и использования качественных услуг

		специализированном учреждении; доступ и использование качественных услуг	использование качественных услуг	
	5.Забота о физическом здоровье, поддержание здорового образа жизни	Активные занятия физическими упражнениями; здоровый образ жизни; отсутствие лишнего веса; правильный (полезный) рацион питания; отсутствие проблем с зависимостями	Периодические занятия физическими упражнениями; здоровый образ жизни; отсутствие лишнего веса; правильный (полезный) рацион питания; отсутствие проблем с зависимостями	Отсутствие занятий физическими упражнениями; периодически здоровый образ жизни; факт наличия лишнего веса; неправильный (неполезный) рацион питания; проблемы с зависимостями
	6.Удовлетворение качеством жизни и хорошей поддержкой (уход)	Сокращение времени пребывания в больнице; улучшение качества жизни (например, занятость); не нуждается в поступлении в дом престарелых; снижение уровня зависимости от ухода; способность управлять состоянием своего здоровья	Незначительное сокращение времени пребывания в больнице; незначительное улучшение качества жизни (например, занятость); не нуждается в поступлении в дом престарелых; снижение уровня зависимости от ухода; способность управлять состоянием своего здоровья	Увеличение времени пребывания в больнице; отсутствие факта улучшения качества жизни; нуждается в поступлении в дом престарелых; нет снижения уровня зависимости от ухода; не в состоянии управлять состоянием своего здоровья

Приложение Ц
Структура WEB-сайта социального предпринимательства в Нидерландах

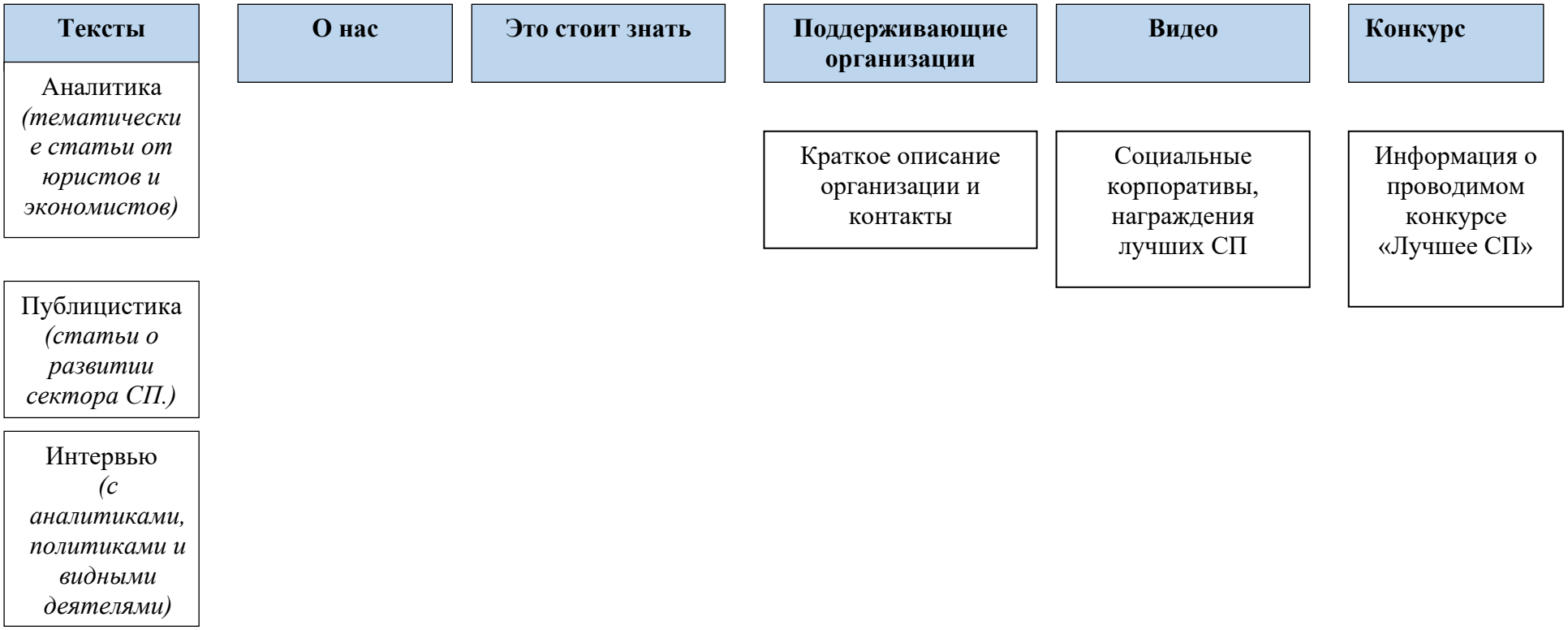
Приложение Ш
Структура WEB-сайта социального предпринимательства в Германии



Приложение Щ
Структура WEB-сайта социального предпринимательства в Великобритании

О социальном предприятии	С кем мы работаем?	Чем мы занимаемся	Консультации и средства	Работа на местном уровне	Новости и события
Карта социальных предприятий	Общественный сектор	Обзор деятельности *(описание работы с разными*	Хотите создать социальное предприятие?	Районирование социальных предприятий (*карта, формуляр для включения города в район социального предпри-нимательства)*	Туры и делегации (приглашают посетить СП)
О чём идёт речь? *(статьи о влиянии СП на общество, экономику и*	Фирмы	Кампании *(обзор проводимых мероприятий вроде «покупай у СП»)*	Практические инструкции *(ссылки на информационные*		
Часто задаваемые вопросы	Международные клиенты	Конкурс на распределение 1 млрд. фунтов *(партнеры, описание конкурса)*	Отчеты о состоянии социального предпринимательства *(ссылки на скачивание)*	Программа чемпионов (описание программы, предназначенной для введения в массы важности социальных предприятий)	
Купите у социального предприятия *(можно найти любой интересующий товар и сайт предложит социальное предприятие, у которого его можно приобрести)*	Университеты	Исследования *(ссылка на отчет о социальном предпринимательстве)*	Социальные инвестиции		
		Будущее работы *(статьи о том, что СП это будущее бизнеса)*	Оказание финансовых и бухгалтерских услуг		
		Социальная ценность	Юридические консультации *(телефон)*		
		Политическая вовлеченность *(информация о сотрудничестве с властью)*			
		Туры и делегации *(приглашают посетить СП)*			

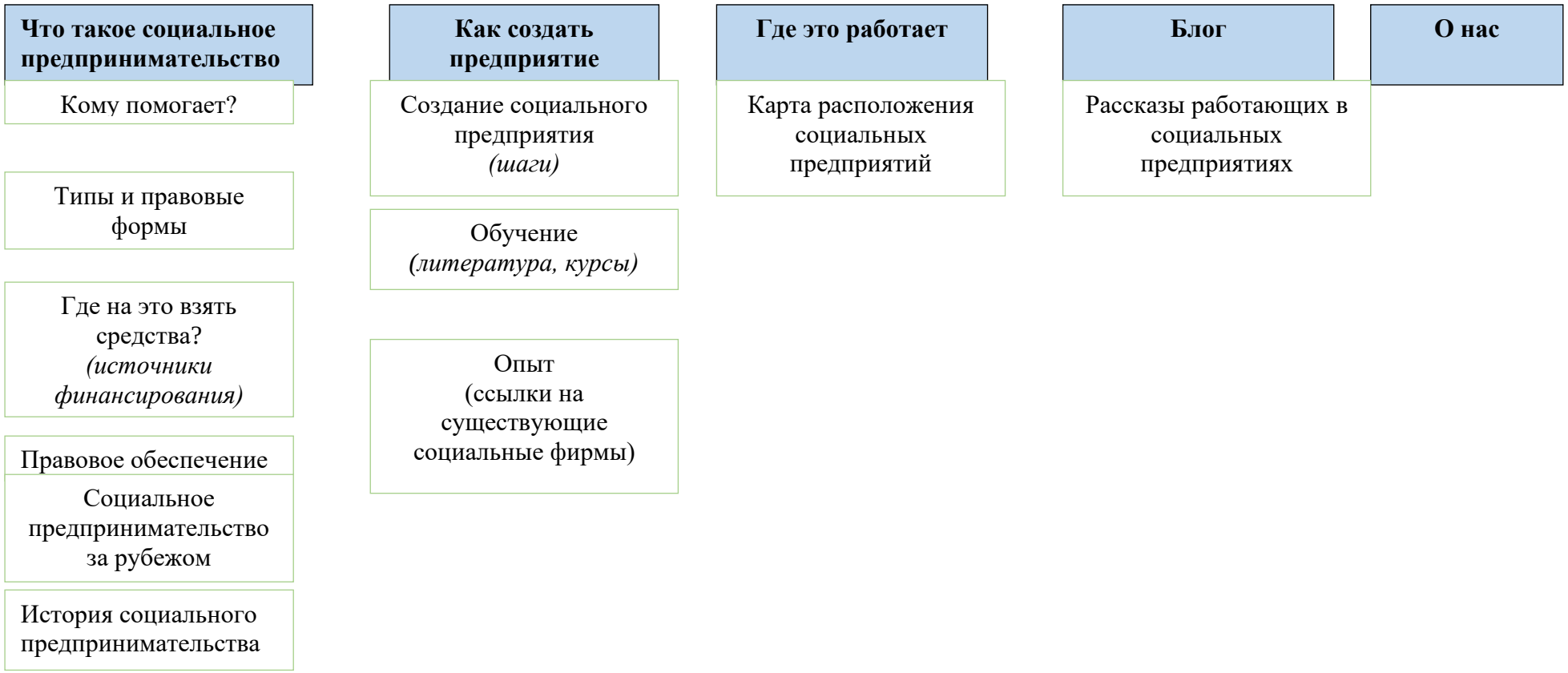
Приложение Э
Структура WEB-сайта социального предпринимательства в Польше



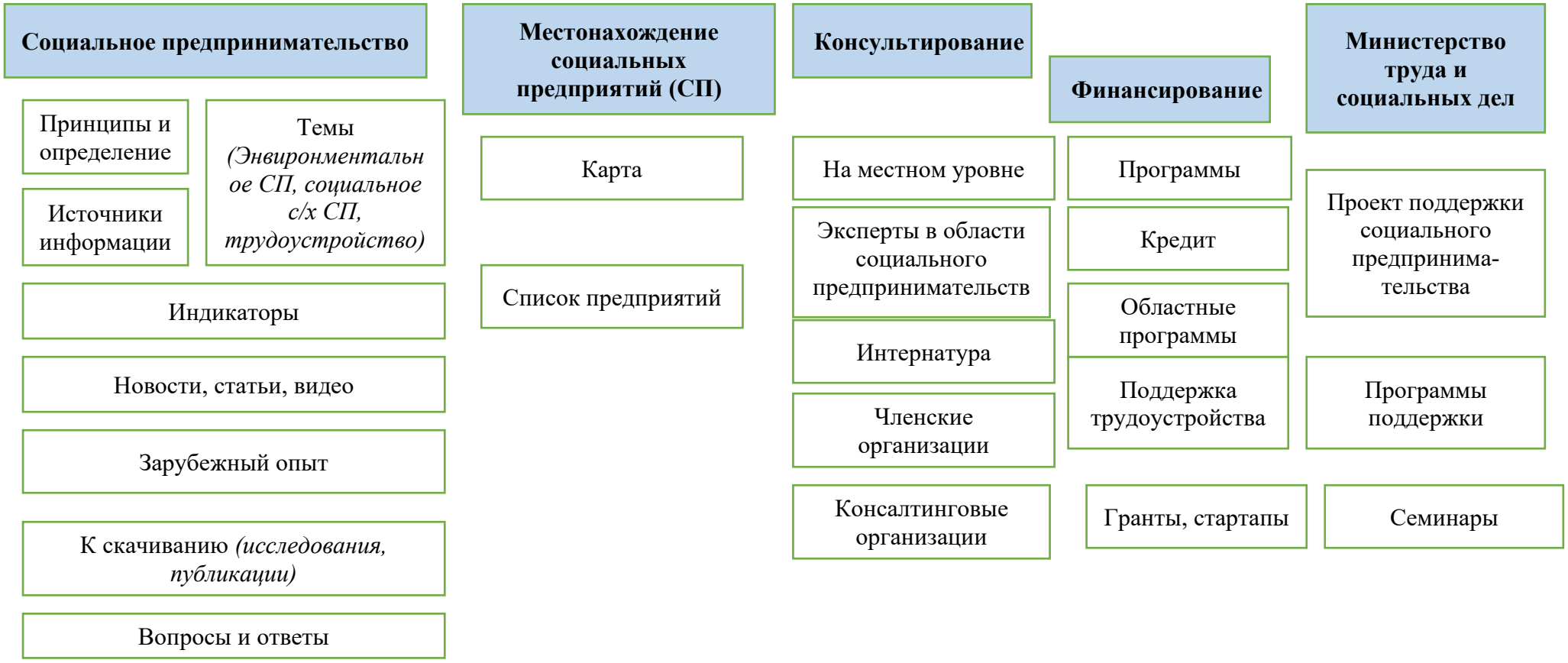
Приложение Ю

Структура WEB-сайта польского фонда общественно-экономических инициатив

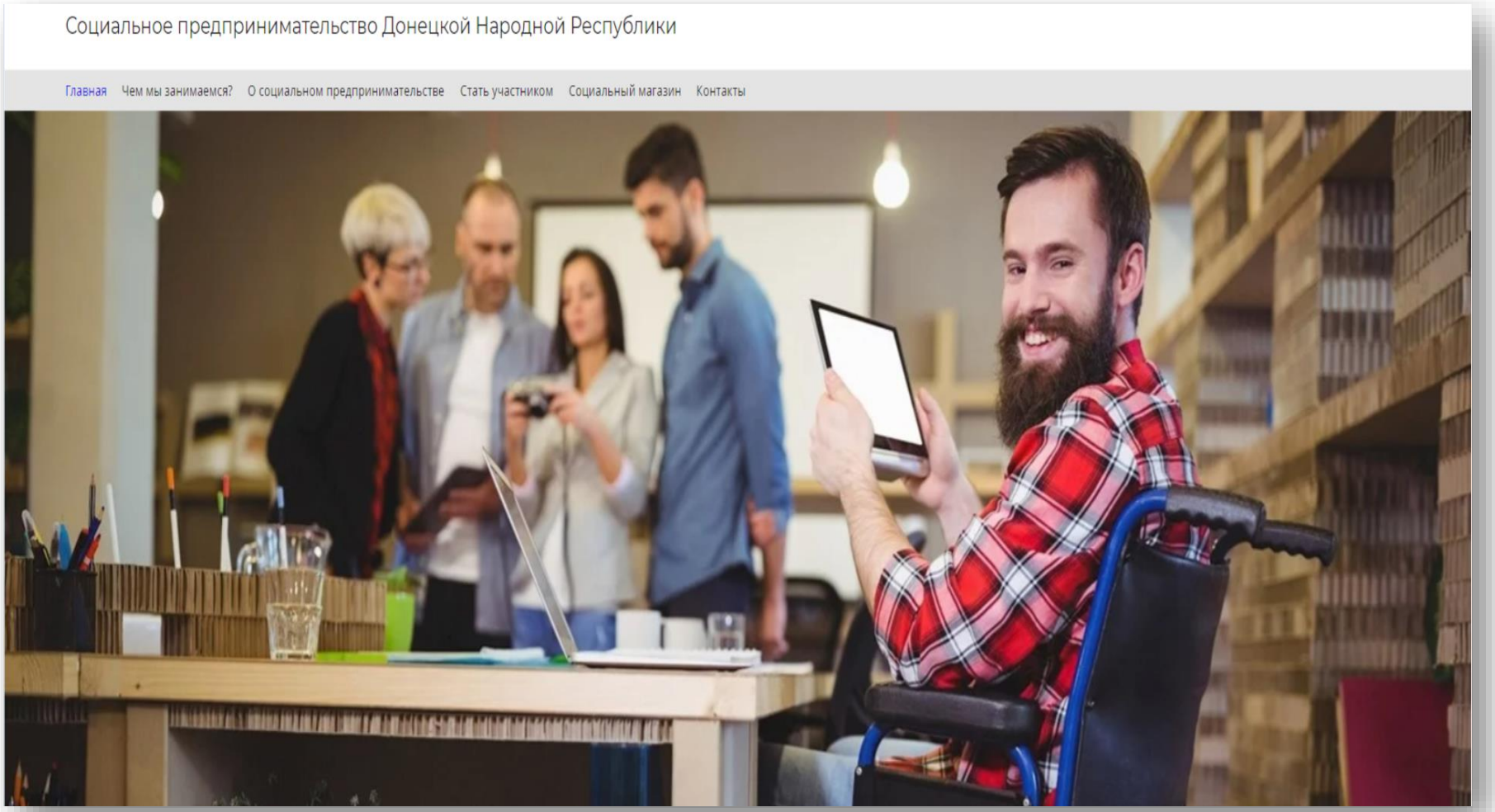
Приложение Я
Структура WEB-сайта социального предпринимательства в Словакии



Приложение АА
Структура WEB-сайта социального предпринимательства в Чехии



Приложение АБ
Проект сайта «Социальное предпринимательство ДНР»



Продолжение приложения АБ

Наша деятельность

Меняем ситуацию к лучшему

Новости

С каждым годом количество социальных предприятий неуклонно растет. Социальный бизнес помог миллионам людей во всем мире. Как социальные компании могут помочь нашей экономике и населению?

Поддержка

В рамках этой программы мы предлагаем поддержку всем, кто в этом нуждается. Получая необходимую помощь, люди обретают возможность раскрыть свой потенциал, обрести уверенность в себе и добиться задуманного. Обращайтесь к нам за более подробной информацией о нашей работе.

Обучение

Наша организация всегда делает все, что в ее силах, для решения данной задачи. Обучение — очень непростое дело, но мы верим, что благодаря общественной поддержке достигнем значительных успехов и в этой области. Мы добиваемся положительных изменений в обществе и призываем вас узнать больше о нашей работе и поддержать нас.

Продолжение приложения АБ

Информация о деятельности организации	Теоретическая информация	Информация о членстве в организации, формуляр	Возможность приобрести товары у социального
Союз социальных предприятий ДНР поддерживает социальных предпринимателей, увеличивая их видимость и помогая консультациями, предоставляя помощь посредством программы членства. А также способствует созданию сообщества единомышленников, которые поддерживают друг друга.	Основной задачей социального предпринимательства является решение социальных проблем. Это достигается за счет постоянного использования предпринимательских ресурсов и приводит к новым и инновационным решениям.	У вас есть социальное предприятие? Нет? Тогда присоединяйтесь к Союзу социальных предприятий ДНР! Таким образом, Вы не только инвестируете в повышение профессионализма своей компании и достижение своей социальной миссии. Вы также помогаете другим социальным предпринимателям двигаться вперед и стимулировать рост социального предпринимательства в Донецкой Народной Республике	

Приложение АВ

УТВЕРЖДЕН
Общим собранием учредителей
____ «_____» 202_ года

УСТАВ
СОЮЗА СОЦИАЛЬНЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

Донецк, 202_

1. Общие положения

1.1. Союз социальных предпринимателей Донецкой Народной Республики (далее – союз) является социально ориентированной некоммерческой организацией, созданной в организационно-правовой форме союза в соответствии с Конституцией Донецкой Народной Республики (в редакции от 06.03.2020 года № 106-IIНС), иными нормативными правовыми актами.

1.2. Союз социальных предпринимателей является объединением социальных предпринимателей, образованным на добровольной основе объединениями социальных предприятий и социальных предпринимателей.

Союз социальных предпринимателей осуществляет свою деятельность в соответствии с Конституцией, Гражданским кодексом Донецкой Народной Республики, иными нормативными правовыми актами и настоящим Уставом.

1.3. Положения настоящего Устава обязательны для исполнения самим союзом и его членами.

1.4. Полное официальное наименование Союза:

- на русском языке: Союз социальных предпринимателей Донецкой Народной Республики;

- на английском языке –The Union of Social Entrepreneurs Donetsk Public Republic.

1.5. Сокращенное официальное наименование союза социальных предпринимателей на русском языке – ССП ДНР.

Сокращенное официальное наименование союза социальных предпринимателей на английском языке – USE DPR.

1.6. Союз обладает исключительным правом использования своего наименования после его регистрации в установленном порядке.

1.7. Место нахождения Союза – г. Донецк, Донецкая Народная Республика.

1.8. По месту нахождения Союза располагается единоличный исполнительный орган союза социальных предпринимателей, а также находятся документы Союза, подлежащие постоянному хранению.

1.9. Союз может создавать отделения на местах.

1.10. Союз может быть членом национальных, иностранных и международных организаций, цели которых совпадают с целями Союза.

1.11. Союз может осуществлять предпринимательскую деятельность в установленных объемах для достижения своих уставных целей.

1.12. Союз создается на неограниченный срок.

II. Цели и принципы деятельности Союза

2.1. Целью Союза является:
- развитие социального предпринимательства;
- осуществление и укрепление социальных, экономических и культурных инициатив;
- создание и развитие компаний, неправительственных организаций;
- содействие созданию достойных рабочих мест;
- повышение знаний о социальной экономике и рынке труда, о качестве рабочих мест, трудовом праве и этике на рынке труда;
- укрепление эффективного функционирования местных органов власти и создание благоприятных условий для межсекторального сотрудничества;
- забота о демократии, гражданских правах и правах человека и развитие гражданское общество.

2.2. Союз осуществляет свою деятельность не с целью получения прибыли.

2.3. Союз является неконфессиональным и аполитичным и в своей деятельности руководствуется принципами участия, надежности, равенства, недискриминации, объективности и профессионализма, а также уважения к окружающей среде и принципам устойчивого развития.

2.4. Союз реализует свои цели путём:

1) экономических, финансовых, организационных и других консультаций, предоставляемых физическим и юридическим лицам, начинающим и осуществляющим предпринимательскую деятельность;
2) экономических, финансовых и организационных консультаций, предоставляемых физическим лицам, намеревающимся создать негосударственные и социальные организации;
3) проведения учебных и других образовательных мероприятий в области рынка труда;
4) организации конкурсов, бирж, ярмарок, встреч и тренингов;
5) присуждения стипендий, премий и грантов физическим и юридическим лицам, которые вносят значительный вклад в достижение целей Союза.
6) проведения рекламной, издательской и информационной деятельности;
7) ведения собственного бизнеса;
8) создания предприятий, неправительственных организаций и обществ;
9) консультаций по повышению квалификации;

10) сотрудничества с профсоюзами, местными органами власти, общественными и научными организациями, ассоциациями;
11) внедрения инициатив, способствующих развитию предпринимательства и созданию рабочих мест;
12) поддержки в процессе создания и развития субъектов социальной экономики, в частности социальных предприятий и социальных инноваций;
13) аналитической, исследовательской или научной деятельности;
14) создания или ведения веб-сайтов, включая порталы, а также форумы.

2.5. Для достижения целей, предусмотренных настоящим Уставом, Союз может являться учредителем (участником) и членом организаций, ассоциаций или союзов.
2.6. Союз может достигать свои цели, поддерживая деятельность людей, учреждений и других организаций.
2.7. Союз может учреждать и вручать медали, почетные звания, награды и другие отличия физическим лицам, юридическим лицам, общинам, организациям, учреждениям и другим лицам, выбранным Союзом. Правила и порядок их предоставления определяются Правлением.

III. Органы управления

3.1. Органами управления Союза являются:
- Совет Союза, именуемый в дальнейшем Совет;
- Учредительный совет;
- Президент.

3.2. Совет Союза состоит из не более, чем пятнадцати рядовых членов Совета и почетных членов, избираемых Советом. Первые члены Совета назначаются Учредителями.
3.3. Члены Совета Союза:
а) не могут быть членами Совета директоров Союза или быть связаны с ними родственными отношениями, родством или зависимостью от места работы,
б) не должны быть под судом и следствием.

3.4. Порядок и правила отбора и увольнения рядовых членов Совета изложены в «Положении о программном совете Союза».
3.5. Совет избирает председателя и заместителя председателя из числа обычных членов. Он также может избрать секретаря из числа членов.
3.6. Срок полномочий обычных членов Совета Союза составляет три года.
3.7. До истечения срока полномочий срок обычного членства в Совете истекает в случае:
1) смерти;

2) потере дееспособности;
3) увольнения простым большинством голосов Совета;
4) отставки;
5) неучастия в работе Совета в течение двух лет (путем принятия решения простым большинством голосов).

3.8. Почетные члены Союза назначаются на неопределенный срок.

3.9. Члены Совета выполняют свои функции. Союз может возместить члену Совета расходы, понесенные в связи с его функциями.
3.10. Совет Союза проводит заседания не реже двух раз в год. Заседания Совета могут проводиться с использованием электронных средств дистанционной связи, таких как телефон, Skype, электронная почта и другие электронные средства связи.
3.11. Члены Правления и приглашенные гости могут участвовать в заседаниях Правления.
3.12. Подробный порядок работы Совета, правила созыва и проведения заседаний изложены в «Положении о программном совете Союза».
3.13. Решения Совета Союза принимаются простым большинством голосов открытым голосованием при наличии не менее половины числа простых членов органа.
3.14. Решения Совета Союза также могут быть приняты в форме письменного (заочного) голосования, а также с помощью электронных средств дистанционной связи, таких как телефон, Skype, электронная почта и другие электронные средства связи.
3.15. Тайное голосование проводится на выборах; по ходатайствам об увольнении членов органов управления Союза; при назначении ликвидационной комиссии (ликвидатора) и по требованию не менее 25% рядовых членов Совета, присутствующих на заседании.
3.16. Совет Союза является органом с инициативными, мнениеобразующими и учредительными полномочиями.
3.17. Совет Союза является надзорным органом, отдельным от Союза и независимым от него в сфере внутреннего контроля или надзора.
3.18. Совет Союза имеет право, в частности:

1) высказывать мнения о долгосрочных и годовых планах Союза;
2) рассматривать и утверждать годовые финансовые и нефинансовые отчеты Союза;
3) принимать регламент Совета;
4) назначать и освобождать от должности членов правления Союза;
5) принимать решения Правления о внесении изменений в устав Союза, ликвидации Союза, объединении Союза с другим Союзом;
6) определять размер вознаграждения членам совета Союза.

3.19. Совет Союза управляет своей деятельностью и представляет ее за своими пределами.

3.20. Правление Союза состоит не более чем из пяти членов, включая Председателя Правления. В состав Совета Союза могут также входить: Первый вице-президент Совета Союза, вице-президент Совета Союза и члены Совета Союза.

3.21. Президент Совета Союза и его заместитель. Первый заместитель Председателя Совета Союза руководит текущей деятельностью Союза, определяет размер занятости, принципы оплаты труда и размер средств для выплаты вознаграждения работникам Союза.
3.22. Правление Союза назначается на неопределенный срок.
3.23. Президент Совета Союза, Первый Вице-президент Совета Союза, Вице-президент Совета Союза и члены Совета Союза имеют право отказаться от должности в Совете, о которой они письменно уведомляют Председателя или Вице-президента Совета Союза.
3.24. Совет Союза может распустить всё Правление или его членов по следующим причинам:

1) за деятельность члена Правления, противоречащую уставу Союза;
2) за деятельность в ущерб Союзу, подтвержденную постановлением Совета;
3) в случае осуждения члена Правления путем вынесения окончательного приговора за умышленное преступление.

3.25. Уволенный член Правления должен быть немедленно уведомлен в письменной форме о своем увольнении.
3.26. Заседания Совета Союза проводятся по мере необходимости, не реже двух раз в год.
3.27. Заседания Совета Союза созываются Президентом Совета по его собственной инициативе, по требованию любого из других членов или по требованию Программного Совета.
3.28. Правление принимает решения на заседаниях в форме решений простым большинством голосов, если иное не предусмотрено другими положениями настоящего Устава; в случае ничьей Президент Правления имеет решающий голос.
3.29. Решения Правления Союза могут также приниматься в форме письменного (заочного) голосования с использованием процедуры принятия решений, изложенной в разделе 3 настоящего пункта.
3.30. Правление несет ответственность за принятие решений по всем вопросам, в частности:

1) подготовка ежегодных финансовых и основных отчетов Союза,
2) составление и изменение финансовых планов Союза,
3) принятие субсидий, пожертвований,
4) принятие решений относительно цели и объема финансовых ресурсов и правил их использования,

5) принятие решений по вопросам ведения бизнеса, его масштабам и организационным формам,
6) создание и ликвидация представительств, офисов, заводов Союза и других его организационных подразделений,
7) надзор за деятельностью офиса Союза и других организационных подразделений Союза,
8) принятие решений о присоединении к коммерческим юридическим компаниям,
9) внесение изменений в устав Союза, в том числе изменение целей Союза,
10) принятие решения о ликвидации Союза,
11) принятие решения о слиянии Союза с другим Союзом.

3.31. Заявления о решениях от имени Союза выносятся:

1) Президент правления Союза – самостоятельно,
2) Первый вице-президент правления Союза – самостоятельно,
3) два члена совета Союза – на основе совместного решения,
4) один член правления Союза и вице-президент правления Союза – на основе совместного решения,
5) Вице-президент Правления Союза и доверенное лицо, действующее в пределах полномочий, предоставленных ему Правлением, - на основе совместного решения,
6) один член Совета Союза и доверенное лицо, действующее в пределах полномочий, предоставленных ему Советом, - на основе совместного решения.

3.32. Президент Правления или Первый вице-президент Правления могут также предоставить другому лицу доверенность на совершение юридических действий, связанных с текущей деятельностью Союза, а также доверенность на совершение действий определенного типа.

IV. Активы Союза

4.1. Активы Союза состоят из средств, внесенных Учредителями, членских взносов и пожертвований, а также доходов от собственного бизнеса и собственной недвижимости.

4.2. Бухгалтерский баланс Союза формируется бухгалтером в соответствии с положениями уставов и постановлений, регулирующих деятельность неправительственных организаций.

4.3. Средства Союза не могут быть использованы для:

1) выдачи займов членам или работникам Союза и лицам, с которыми работники состоят в браке или находятся в родственных или близких отношениях,

2) приобретения товаров или услуг на особых условиях у организаций, в которых участвуют члены Союза или его сотрудники и их родственники,
3) передачи членам Союза или его сотрудникам и их родственникам на иных условиях, чем в отношении третьих лиц, в частности, если такая передача является бесплатной или на льготных условиях.

V. Бухгалтерский учет и хозяйственная деятельность Союза

5.1. Финансовый менеджмент и бухгалтерский учет Союза ведутся в соответствии с правилами, применяемыми к неправительственным организациям.

5.2. Союз может создавать организационно и финансово обособленные предприятия для ведения предпринимательской деятельности.
5.3. Союз может вести предпринимательскую деятельность, в том числе:
Производство канцелярских товаров;
Услуги, связанные с подготовкой к печати;
Переплетные и сопутствующие услуги;
Воспроизведение записанных носителей;
Розничная торговля в неспециализированных магазинах;
Прочая розничная торговля в неспециализированных магазинах;
Розничная торговля книгами в специализированных магазинах;
Розничная торговля газетами и канцелярскими товарами в специализированных магазинах;
Розничная торговля прочими новыми продуктами в специализированных магазинах;
Розничная торговля подержанными товарами в специализированных магазинах;
Прочая розничная торговля вне сети магазинов, торговых палаток и рынков;
Туристические средства размещения и краткосрочного проживания;
Прочие виды размещения;
Рестораны и другие постоянные предприятия общественного питания;
Издательство и печать книг и газет;
Издательство журналов и других периодических изданий;
Прочая издательская деятельность;
Деятельность в области звукозаписи и записи музыки;
Деятельность, связанная с ИТ-консалтингом;
Деятельность, связанная с управлением ИТ-устройствами;

Обработка данных, управление веб-сайтом (хостинг) и аналогичные виды деятельности;
Деятельность интернет-порталов;
Прочая деятельность по поддержке финансовых услуг, кроме страховых и пенсионных услуг;
Покупка и продажа недвижимости;
Аренда и управление собственной или арендуемой недвижимостью;
Операции с недвижимым имуществом;
Управление недвижимым имуществом;
Юридические услуги;
Бухгалтерская деятельность;
Консультирование по вопросам налогообложения;
Связи с общественностью и коммуникации;
Консультирование по вопросам коммерческой деятельности и управления;
Научные исследования и разработки в области общественных и гуманитарных наук;
Исследования рынка и общественного мнения;
Деятельность, связанная с поиском работы и наймом;
Деятельность агентств по временному трудоустройству;
Прочая деятельность, связанная с обеспечением работников;
Деятельность, связанная с организацией ярмарок и выставок;
Прочая деятельность по поддержке бизнеса, не включенная в другие категории;
Прочие внешкольные формы образования, не включенные в другие категории;
Вспомогательная деятельность в области образования.

5.4. Доходы от предпринимательской деятельности будут полностью направлены на реализацию уставных целей Союза.

VI. Слияние и разделение Союза

6.1. Для эффективной реализации своих уставных целей Союз может объединиться с другим Союзом.

6.2. Слияние с другим Союзом может основываться на решении Совета Союза, принятом единогласно в присутствии всех членов Совета. Решение Правления требует одобрения Правления, которое принимает форму решения, принятого простым большинством голосов в присутствии не менее половины обычных членов Правления.

6.3. Решение о слиянии Союза принимается на основании меморандума о взаимопонимании, согласованного между Правлениями объединяющихся Союзов, в частности в отношении Устава и форм достижения целей Союза, вытекающих из слияния.

6.4. При разделении Союза положения п. 6.1-6.3 должны применяться соответственно.

VII. Ликвидация Союза

7.1. Союз подлежит ликвидации в случае исчерпания средств и имущества Союза, а также в случае достижения цели, для которой Союз был создан.
7.2. Ликвидация осуществляется ликвидационной комиссией, назначенной Советом Союза.
7.3. В обязанности ликвидационной комиссии входит:

1) уведомление о начале ликвидации органа, контролирующего Союз, и соответствующих финансовых органов;
2) объявление через прессу, уведомление кредиторов в течение 3 месяцев с даты настоящего объявления;
3) составление бухгалтерского баланса по состоянию на день начала ликвидации;
4) подготовка плана выполнения обязательств;
5) составление бухгалтерского баланса на день завершения ликвидации;
6) уведомление о завершении процедуры ликвидации в суде.

7.4. Активы Союза, оставшиеся после его ликвидации, направляются на цели, в интересах которых был создан Союз или на благотворительность. Они не могут быть использованы в качестве дохода юридических и физических лиц.

VIII. Поправки к Уставу

8.1. Изменения в Уставе могут применяться к любому положению Устава, включая цели Союза.
8.2. В Устав вносятся поправки решением Правления Союза, принятым единогласно с участием всех членов Совета. Для внесения поправок в Устав требуется одобрение Совета, который принимает форму резолюции, принятой простым большинством голосов в присутствии по меньшей мере половины рядовых членов Совета.

Приложение АГ

Формуляр для вступления в Союз социальных предприятий ДНР

Название
организации_____

Местонахождение (город, улица, индекс)_____
Контактная особа (ФИО, телефон, эл. адрес)_____

_____

Вид деятельности вашего предприятия_____

Количество
работников_____

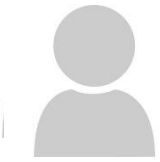
Годовой оборот в тыс. рос. рублей_____

Целевая группа клиентов предприятия, ненужное зачеркнуть (инвалиды, безработные, люди преклонного возраста, сироты, многодетные семьи)

Кратко опишите свои товары и услуги:

Приложение АД
НАШИ ЭКСПЕРТЫ

ФИО
Эксперт по принципам социального предпринимательства и стратегическому управлению
Контакты:



ФИО
Эксперт по финансам
Контакты:

ФИО
Эксперт по государственным закупкам
Контакты:

ФИО
Эксперт по торговле и маркетингу
Контакты:

ФИО
Эксперт по связам с общественностью
Контакты:

ФИО
Эксперт по реализации программы «Покупай у социальных предприятий»
Контакты:

ФИО
Эксперт по предпринимательству в сфере общепита
Контакты:

ФИО
Эксперт по менеджменту и кризис-управлению
Контакты:

ФИО
Рядовой специалист
Контакты:

Наши эксперты предоставляют высококачественные консультации по любым вопросам, которые связаны с социальным предпринимательством. Данные консультации предоставляются заинтересованным лицам абсолютно бесплатно в рамках информационно-образовательной кампании, проводимой «Союзом социальных предприятий ДНР»

Приложение АЕ

КОНЦЕПЦИЯ СОЗДАНИЯ ЕДИНОЙ ЦИФРОВОЙ ПЛАТФОРМЫ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

I. Общие положения

Концепция создания Единой цифровой платформы (ЕЦП) социального предпринимательства ДНР разработана с целью реализации основных направлений и мер реализации государственной политики в области технологического развития Донецкой Народной Республики (далее – Концепция).

Концепция определяет цели и задачи, основные принципы создания и обеспечения функционирования Единой цифровой платформы социального предпринимательства ДНР, порядок ее создания, основные составляющие ее элементы, а также общую оценку ожидаемых результатов и ожидаемого социально-экономического эффекта от ее создания.

Концепция разработана для достижения следующих основных целей:

- повышение адресности и эффективности предоставления мер социальной поддержки на республиканском и муниципальном уровнях;

- повышение эффективности использования средств, выделенных из Республиканского бюджета предпринимателям;

- оптимизация взаимодействия с гражданами при получении ими мер социальной поддержки, в том числе сроков их получения, состава представляемых документов;

- оптимизация взаимодействия с гражданами при проведении медико-социальной экспертизы

- снижение административной нагрузки на социальных предпринимателей, оптимизация процессов их взаимодействия с Пенсионным

фондом ДНР и Фондом социального страхования на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством Донецкой Народной Республики;

- снижение издержек на осуществление функций, оказание государственных услуг и повышение эффективности основных и обеспечивающих процессов, в том числе расходов в сфере информационных технологий, республиканских органов исполнительной власти, органов местного самоуправления;

- оптимизация организационных структур социальных предприятий, а также осуществляемых ими функций.

Создание ЕЦП должно обеспечивать:

1) реализацию базовых платформенных сервисов, а также прикладных– цифровые сервисы для осуществления социальной предпринимательской деятельности;

2) подключение и удаленное информационное взаимодействие органов государственной власти, администраций городов и районов, социальных предприятий и предпринимателей, социальных служб, с целью осуществления предпринимательской деятельности в социальной сфере;

3) получение помощи социальными целевыми группами проактивно и комплексно, исходя из возникающих у них жизненных ситуаций;

4) получение помощи социальными целевыми группами омниканально и экстерриториально;

5) получение помощи социальными целевыми группами персонифицированно (с учетом их фактической нуждаемости).

II. Принципы и подходы к разработке ЕЦП

Развитие социального предпринимательства на основе ЕЦП должно осуществляться на основе следующих принципов:

- ориентация на потребности и интересы граждан и организаций (клиентоцентричность);

- переход на предоставление услуг, объединенных в клиентские сценарии и жизненные ситуации, включающие в себя негосударственные и государственные услуги разных организаций (бесшовный клиентский путь);

- обеспечение возможности начать предпринимательскую деятельность в социальной сфере на едином портале при сохранении всей истории взаимодействия (омниканальность);

- перепроектирование услуг в парадигме "изначально цифровые" при условии недопустимости полного отказа от офлайн-каналов предоставления услуг, поступательного сокращения нагрузки на офлайн и смещения приоритета в сторону цифровых каналов;

- отказ от разрозненной работы организаций по предоставлению социальных услуг с последующей интеграцией информационных ресурсов, процессов и технологий (консолидация процессов Пенсионного фонда ДНР, Фонда социального страхования ДНР и муниципальных учреждений медико-социальной экспертизы);

- цифровизация внутренних процессов организаций, включая обеспечивающие, максимальный отказ от бумажных документов, переход к использованию юридически значимых цифровых записей в информационных системах;

- развитие межведомственной интеграции, основанной на совместном использовании данных (нацеленность на работу с общими данными, а не с локальными данными или разрозненными наборами сведений, полученными от других ведомств).

III. Цели и задачи создания ЕЦП

Учитывая связь между задачами, поставленными в рамках концепции Единой цифровой платформы социального предпринимательства, ЕЦП призвана обеспечить техническое взаимодействие между всеми участниками, создание общих сервисов. Под общими сервисами понимается функциональность, необходимая к реализации в отдельно взятой платформе, но возможная к

использованию платформой как сервис. К таким сервисам относятся, например, авторизация пользователей, централизованный ввод и распространение единых справочников, обеспечение юридической значимости информации. Создание общих сервисов позволит оптимизировать структуру расходов, повысить достоверность информации за счет получение информации из первичных источников, обеспечить принцип единства ввода информации.

Основной целью создания ЕЦП является обеспечение цифровых платформ в сфере предпринимательства, информационных систем социальной сферы и внешних информационных систем базовыми платформенными сервисами, а также прикладными цифровыми сервисами. ЕЦП обеспечит возможность взаимодействия заинтересованных сторон, став единой точкой информационного взаимодействия в сфере социального предпринимательства.

Для достижения поставленных целей необходимо выполнить следующие организационные задачи:

- провести анализ процессов и функций, исполняемых субъектами–социальными предпринимателями, а также нормативного правового поля;

- разработать дорожную карту внесения изменений в нормативно-правовые акты, обеспечив нормативно-правовые основания для трансформации существующих процессов или внедрения новых;

- обеспечить координацию и информационный обмен между субъектами социального предпринимательства, в том числе путем заключения соглашений об информационном взаимодействии;

- разработать и утвердить технологические стандарты и протоколы обмена информацией, обеспечивающие бесшовную интеграцию систем.

IV. Инфраструктура ЕЦП

Проектирование и реализация ЕЦП должно выполняться:

- в соответствии с подходом сервис-ориентированной архитектуры (SOA) и лучших практик создания информационно-аналитических систем уровня предприятия и выше;

- использование открытых стандартов и технологий для обеспечения информационного взаимодействия;

- проектирование и реализация ЕЦП в соответствии с моделью облачных вычислений (Cloud Computing), включая использование технологий виртуализации и резервировании аппаратных ресурсов;

- компоненты архитектуры приложений могут реализовываться одним или несколькими программными продуктами (платформами), равно как и один программный продукт (платформа) может реализовывать несколько компонентов архитектуры приложений.

Пользователям должна предоставляться возможность работать с системой ЕЦП в онлайн-режиме посредством использования браузера и мобильных клиентов, установленного на рабочих местах пользователей.

В ЕЦП должны использоваться высокопроизводительные, катастрофо- и отказоустойчивые программные и аппаратные компоненты для узлов инфраструктуры с возможностью дальнейшего горизонтального и вертикального масштабирования, применения резервных каналов связи и балансировщиков нагрузки, систем мониторинга и управления ИТ, а также резервного копирования.

Должно быть предусмотрено использование нескольких программных и аппаратных компонентов, обеспечивающих полный жизненный цикл ЕЦП:

- основного, в катастрофоустойчивом исполнении,

- разработки, в режиме отказоустойчивого исполнения;

- тестового, в режиме отказоустойчивого исполнения, учитывающего возможность проведения для нескольких подсистем и релизов ПО следующих видов тестирования:

− функциональное,

− регрессионное,

− интеграционное,

− информационной безопасности,

− нагрузочное.

Решения, отраженные в архитектуре ЕЦП, должны обеспечивать ее построение, соответствующее следующим принципам:

- открытость — возможность ЕЦП допускать замену любого элемента системы без пересмотра ее архитектуры;

- модифицируемость — возможность изменения алгоритмов работы ЕЦП путем изменения конфигурационных данных;

- масштабируемость — возможность наращивать ресурсы ЕЦП с пропорциональным повышением производительности, таким образом, что при этом не возникает необходимости модернизации программного обеспечения ЕЦП или проведения структурных изменений ЕЦП;

- переиспользуемость и возможность гибкой настройки под требования решения конкретной задачи, включая оборонные задачи;

- продуктивность, основанная на реализации качественных интерфейсов, как пользовательских – для организации взаимодействия людей, так и машинных – для организации взаимодействия между вычислительными системами;

- обеспечение централизованного предоставления сервисов;

- надежность — возможность ЕЦП сохранять во времени в установленных пределах значения всех параметров, характеризующих способность выполнять требуемые функции в заданных режимах и условиях применения;

- тестируемость — возможность установления факта правильного функционирования ЕЦП;

- диагностируемость — возможность нахождения неисправной части ЕЦП;

- простота обслуживания и эксплуатации — минимальные требования к квалификации и дополнительному обучению эксплуатационного персонала;

- ремонтопригодность — возможность восстановления работоспособности за минимальное время при экономически оправданной стоимости ремонта;

- безопасность — соответствие требованиям промышленной безопасности и технике безопасности;

- защищенность компонентов от злоумышленников и неквалифицированных пользователей;

- экономичность — экономическая эффективность в процессе функционирования;

- интегрируемость — полноценное онлайн взаимодействие с платформами, в том числе создаваемыми в смежных областях;

- долговечность — максимальная длительность жизненного цикла ЕЦП без существенного морального старения, за счет выбора перспективных промышленных стандартов.

V. Структурные и организационные изменения

Для реализации ЕЦП социального предпринимательства необходимы соответствующие организационные изменения, которые должны быть взаимоувязаны и синхронизированы с изменениями в части информационных технологий и реинжиниринга процессов, что позволит:

- централизовать осуществление значительной части процессов посредством кросс-канального взаимодействия социальных предприятий и специализированных центров Пенсионного фонда ДНР и Фонда социального страхования ДНР;

- организовать совмещенные (единые) офисы клиентского обслуживания социальных предпринимателей на базе существующей территориальной сети Пенсионного фонда ДНР и Фонда социального страхования, оптимизировать их количество и структуру. Создаваемые клиентские офисы должны обеспечить личный прием социальных предпринимателей, граждан социально незащищенных групп и страхователей в целях регистрации документов, представленных на бумажных носителях, и внесения сведений в информационные системы, консультирования и обучения граждан

использованию электронных каналов получения услуг (регистрация в личном кабинете, установка мобильного приложения и др.);

- обеспечить функционирование информационной системы "Единый контакт-центр взаимодействия социальных предпринимателей с гражданами" для информационного обслуживания граждан и страхователей, обращения граждан и страхователей за услугами, оказываемыми Министерством труда и социальной политики ДНР, Пенсионным фондом ДНР, Фондом социального страхования ДНР;

- обеспечить централизацию осуществления обеспечивающих функций в части осуществления учета и отчетности, кадрового учета;

- создать единую организацию в форме обособленного юридического лица (например, республиканское казенное учреждение "Информационные технологии в социальной сфере"), предназначенную для координации и управления проектами по информатизации предпринимательства и связанных с ним организаций, учреждений, министерств и ведомств, включая мероприятия, обозначенные в Концепции, и осуществляющую комплексную ИТ-поддержку их деятельности.

Предпринимательские структуры, республиканские органы исполнительной власти и органы местного самоуправления, обеспечивающие оказание услуг в социальной сфере, должны быть обеспечены современной ИТ-инфраструктурой и развитыми средствами дистанционной коммуникации для обеспечения совместной работы специализированных центров и общего центра обеспечения деятельности.

При реализации основных направлений развития социального предпринимательства, предусматривающих оптимизацию процессов организационной и функциональной структуры Пенсионного фонда ДНР, Фонда социального страхования ДНР и социальных предприятий (предпринимателей), а также организаций предоставления социальных услуг, необходимо:

- оценить нагрузку на предпринимателей, связанную с обеспечением предоставления услуг и мер социальной поддержки, в случае прекращения их

предоставления посредством очного обращения в офисы Пенсионного фонда ДНР и Фонда социального страхования ДНР;

- разработать механизмы финансового, организационного и технического обеспечения участия социальных предприятий в реализации основных направлений трансформации социальной сферы.

Полноценная реализация указанных организационных изменений в увязке с мероприятиями в сфере информационных технологий позволит:

- создать единую интегрированную организационную структуру с четко выделенной специализацией, компетенциями и оперативным взаимодействием;

- повысить управляемость и качество процессов, использовать унифицированные методические, технологические и организационные решения;

- обеспечить формирование и ведение базы знаний в отношении каждого из функциональных направлений работы социального предпринимательства;

- значительно снизить расходы на содержание организаций;

- повысить адаптивность системы социального обеспечения к возможным последующим изменениям, сократить издержки на внедрение новых технологий и лучших практик в будущем.

VI. Ожидаемые результаты и основные показатели реализации Концепции

Концепция обеспечит значительную оптимизацию в сферах и процессах предоставления гражданам мер социальной поддержки, оказания услуг в социальной сфере, пенсионного обеспечения, социального страхования, социальной защиты и социального обслуживания социально незащищенных групп населения, реабилитации инвалидов и проведения медико-социальной экспертизы.

Основными результатами реализации Концепции для граждан являются:

- изменение моделей оказания услуг в социальной сфере и назначения мер социальной поддержки гражданам (предоставление гражданам возможности

получения части мер социальной поддержки и услуг проактивно, дистанционно с использованием различных цифровых каналов в режиме, приближенном к онлайн);

- обеспечение возможности предоставления мер социальной поддержки с учетом реальных потребностей граждан (за счет обладания полной информацией о гражданине, включая данные о его доходах и расходах, занятости, жилищных условиях, лицах, находящихся на иждивении и др.);

- реализация единых процессов предоставления мер социальной поддержки гражданам, в том числе без сбора документов независимо от места проживания гражданина.

Основными результатами реализации Концепции для бизнеса являются:

- снижение административной нагрузки за счет изменения модели взаимодействия с государством (внедрение унифицированных цифровых сервисов для представления отчетности и обращений по иным вопросам, онлайн-информирование и онлайн-консультирование страхователей);

- обеспечение возможности повышения качества технологических и функциональных решений за счет получения доступа к данным государственных информационных систем;

- обеспечение возможности повышения качества собственных сервисов за счет эффективной интеграции с государственными услугами.

Результатами и основными показателями реализации Концепции для Республики являются:

- обеспечение условий для повышения адресности социальной поддержки граждан, оптимизации процесса за счет более полной, оперативной и достоверной информации об их реальных потребностях (нуждаемости);

- повышение эффективности планирования и расходования бюджетных средств на социальное обеспечение граждан за счет инвентаризации социальных обязательств республиканских и муниципальных органов власти, исключения их дублирования, получения полной, оперативной и достоверной информации о получателях мер социальной поддержки;

- повышение мобильности и гибкости системы социального обеспечения за счет создания единой цифровой экосистемы сферы социального предпринимательства, что позволит оперативно перенастраивать систему исходя из текущих потребностей и обеспечить ее устойчивость в кризисные моменты;
- повышение качества принимаемых решений в сфере социального обеспечения, сокращение ошибок из-за человеческого фактора, исключение коррупционной составляющей при принятии решений за счет расширенного применения автоматических алгоритмов принятия решений;
- оптимизация расходов на содержание Министерства труда и социальной политики Донецкой Народной Республики, Пенсионного фонда ДНР, Фонда социального страхования ДНР за счет оптимизации организационной структуры ведомств, состава их территориальных органов и снижения трудозатрат на оказание услуг;
- мониторинг ситуации в сфере социального обеспечения в режиме реального времени.

Успешная реализация Концепции позволит достигнуть следующих показателей:
- сокращение сроков предоставления услуг;
- повышение доли услуг, которые можно получить полностью в электронном виде (дистанционно, без посещения ведомств);
- сокращение среднего количества необходимых к представлению документов для получения услуг;
- снижение совокупных трудозатрат на исполнение процессов основной деятельности Министерства труда и социальной политики Донецкой Народной Республики, Пенсионного фонда ДНР, Фонда социального страхования ДНР в соответствии с объемом выполняемых операций в настоящее время;
- снижение совокупных трудозатрат на исполнение процессов обеспечивающей деятельности Министерства труда и в соответствии с объемом выполняемых операций в настоящее время;
- круглосуточная доступность дистанционных каналов обращения за услугой.

Реализация мероприятий, предусмотренных Концепцией, обеспечит достижение следующих результатов:

- опекуны и законные представители получают возможность оформлять меры социальной поддержки для подопечных в электронном виде;
- граждан персонифицированно информируют о возникновении у них прав на получение мер социальной поддержки на основании выявления отдельных жизненных ситуаций;
- граждане посредством единого портала получают информацию о всех назначенных им мерах социальной поддержки;
- граждане круглосуточно имеют возможность получать информацию о государственных услугах в социальной сфере и мерах социальной поддержки посредством голосового и текстового взаимодействия;
- социальные выплаты за счет взносов на социальное страхование осуществляются без отвлечения средств работодателей.

VII.Ожидаемый социально-экономической эффект от создания ЕЦП

Ожидаемый социально-экономической эффект от создания ЕЦП:

- повышение количества бенефициаров, поддерживающих социальный бизнес;
- обеспечение эффективного взаимодействия всех стейкхолдеров (участников) социального бизнеса, а также СМИ и волонтеров;
- сокращение излишней бюрократизации в сфере открытия бизнеса;
- увеличение количества заявок на грантовые конкурсы для НКО;
- обеспечение прироста количества социальных предпринимателей.

Приложение АЖ

Справки о внедрении результатов диссертационной работы

МИНИСТЕРСТВО ТРУДА И СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

ул. Университетская, 91, г. Донецк, 283048 тел./факс (062) 206-80-70, (062) 206-84-78
e-mail: odk@mtspdnr.ru Идентификационный код 51001688

17 НОЯ 2021 № 01.1-25/64

На №_____ от _____

В диссертационный совет Д 01.004.01
при ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»

СПРАВКА

о внедрении результатов выполнения диссертации Гладкого Никиты Александровича «**РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА ОСНОВЕ ЦЕННОСТНО-МИРОВОЗЗРЕНЧЕСКОГО ПОДХОДА**» на соискание ученой степени доктора экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: экономика предпринимательства)

Выдана Гладкому Никите Александровичу в том, что основные результаты выполнения диссертационной работы «Развитие социального предпринимательства на основе ценностно-мировоззренческого подхода» внедрены / находятся на стадии внедрения в Министерстве труда и социальной политики Донецкой Народной Республики.

Внедрены научно-методические рекомендации Гладкого Н.А. в части использования комбинированной методики измерения социальной отдачи (эффекта и эффективности). Данная методика способствует формированию и развитию ценностных ориентаций у потенциальных предпринимателей, волонтеров, членов социума, решая, тем самым, неохваченные социальные проблемы и вовлекаясь в широкий круг потребностей, которые недополучили многие социально уязвимые группы населения.

На стадии внедрения находятся рекомендации относительно порядка формирования, структуры и размещения в СМИ и на соответствующих информационных платформах Отчета о результатах оценки социального предприятия. Обязательным условием формирования отчета является представление в нем развернутого результата своей деятельности, достижения цели, миссии. Данные рекомендации, направленные на повышение качества и эффективности внутриорганизационного менеджмента, проектов (программ), реализуемых на предприятии, обеспечат привлечение финансовых ресурсов и расширение круга волонтеров.

Министр труда и социальной политики
Донецкой Народной Республики Л.В. Толстыкина

Иванюта, 206-80-82

МИНИСТЕРСТВО ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ТОРГОВЛИ
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
(МИНПРОМТОРГ ДНР)

ул. Розы Люксембург, 12 А, г. Донецк, 83015 т.(062) 300-30-31
e-mail:info@mpt-dnr.ruИдентификационный код 51017918

на №_____ от_____
19.11.2021 02-50/9044

Справка
о внедрении результатов докторской диссертации на тему «РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА ОСНОВЕ ЦЕННОСТНО-МИРОВОЗЗРЕНЧЕСКОГО ПОДХОДА», выполненную Гладким Н.А.

Выводы и рекомендации диссертационной работы Гладким Никитой Александровичем на тему «Развитие социального предпринимательства на основе ценностно-мировоззренческого подхода», представленной на соискание ученой степени доктора экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: экономика предпринимательства) были внедрены в деятельность Министерства промышленности и торговли Донецкой Народной Республики.

В частности, особый интерес вызвал авторский подход к формированию:

парадигмы социального инвестирования, использование которой позволяет найти решения в сфере финансирования социального предпринимательства, повысить инвестиционную привлекательность промышленных и торговых предприятий Донецкой Народной Республики;

системы показателей деятельности международных социальных предприятий, которая за счет дополнения социально направленными индикаторами и бизнес ориентированными атрибутами анализа, позволяет улучшить планирование основных экономических показателей предприятия, формирование его конкурентных преимуществ, разработку стратегий, направленных на дальнейшее развитие.

Результатом внедрения указанных рекомендаций является повышение эффективности взаимодействия торгово-промышленных предприятий Донецкой Народной Республики и социального предпринимательства, рост инвестиционной привлекательности предприятий крупного и среднего бизнеса.

С уважением,

Врио Министра Ю.А.Никоноров

МИНИСТЕРСТВО ФИНАНСОВ
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
(Минфин ДНР)

ул. Соловьяненко, 115а, г. Донецк, 83087, тел/факс (062) 300 36 00
Сайт: http://www.minfindnr.ru E-mail: info@minfindnr.ru Идентификационный код 51001489

19.11.2021 № 01-06/7064
на № _____ от _____

В диссертационный совет Д 01.004.01
при ГО ВПО «Донецкий национальный
университет экономики и торговли имени
Михаила Туган-Барановского»

СПРАВКА

о внедрении результатов диссертационной работы Гладкого Н.А. на тему: «Развитие социального предпринимательства на основе ценностно-мировоззренческого подхода», представленной на соискание ученой степени доктора экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: экономика предпринимательства)

Состав практически апробированных и внедренных рекомендаций, представленных Гладким Никитой Александровичем в диссертационной работе, включает в себя:

предложенный автором подход к расширению рамок социализации и финансирования государством социальных программ, который получил отражение в построении парадигмы социального инвестирования, дополненной, рядом аспектов: в процесс инвестирования включены различные государственные и частные финансовые институты (не только филантропы и благотворительные пожертвования); инвестиционный капитал рассчитан на финансирование долгосрочного развития (не только стартапа); объектом инвестирования может выступать любое социальное предприятие или предприниматель; инвестиции направлены на социальное воздействие; финансовый подход обеспечивает самофинансирование и устойчивость предприятия. Использование данной парадигмы позволяет найти решения в сфере финансирования социального предпринимательства.

Основное направление использования результатов диссертационной работы связано с формированием активной позиции государства по

поддержке соответствующей социально ориентированной институциональной среды. Следствием апробирования и внедрения предложенных рекомендаций является оптимизация политики государства в части импакт-инвестирования на ранних стадиях создания предпринимательских структур.

Министр Я.С. Чаусова

МИНИСТЕРСТВО ИНФОРМАЦИИ
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
(МИНИНФО ДНР)
площадь Советская, дом 1, Ворошиловский район, город Донецк, 83015, Донецкая Народная Республика
тел. +38 071-311-47-01, E-mail: mininfo@dnronline.su Идентификационный код 51006650

25.11.2021 № 01/3312
На № _____ от _____

В диссертационный совет
Д 01.004.01
при ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»

СПРАВКА
о внедрении результатов выполнения диссертации
Гладкого Никиты Александровича
на тему: «РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА ОСНОВЕ ЦЕННОСТНО-МИРОВОЗЗРЕНЧЕСКОГО ПОДХОДА»
на соискание ученой степени доктора экономических наук
по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: экономика предпринимательства)

Выдана Гладкому Никите Александровичу в том, что основные результаты выполнения диссертационной работы на соискание ученой степени доктора экономических наук на тему: «Развитие социального предпринимательства на основе ценностно-мировоззренческого подхода» внедрены и находятся на стадии обсуждения, а именно:

Находятся на стадии обсуждения пути преодоления определенных автором основных проблем и вызовов при внедрении и функционировании единой цифровой платформы социального предпринимательства Донецкой Народной Республики: технологические; стратегические; финансовые; инфраструктурные; культурные; кадровые.

Находится на стадии одобрения реализация проекта WEB-сайта «Социальное предпринимательство Донецкой Народной Республики», что будет способствовать эффективному функционированию центра инициатив и инноваций в социальной сфере, привлечению внимания бизнеса, международных организаций к проблемам развития социального предпринимательства, обеспечению открытости и прозрачности процессов финансирования и функционирования социальных предприятий.

Заместитель Министра А.Б. Ольхин

ДОНЕЦКАЯ НАРОДНАЯ РЕСПУБЛИКА

АДМИНИСТРАЦИЯ ГОРОДА ДОНЕЦКА

ул. Артема, 98, г. Донецк, 83050, тел.: (062) 305-25-34, e-mail: office@gorod-donetsk.com, www.gorod-donetsk.com

17. 11. 2021 №9288/01-31исх

на №_____от_____

СПРАВКА

о внедрении результатов выполнения диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук Гладкого Никиты Александровича на тему: «Развитие социального предпринимательства на основе ценностно-мировоззренческого подхода»

Настоящим подтверждаем, что теоретические положения и практические результаты выполнения Гладким Н.А. диссертационной работы представляют научный интерес и находятся на стадии внедрения в Администрации г. Донецка Донецкой Народной Республики, а именно: одобрен подход к формированию и развитию системы институтов и институциональной среды социального предпринимательств через: ликвидацию административно-правовых барьеров для социальных предпринимателей, начинающих свою деятельность; стимулирование участия гражданского общества в решении социальных, экологических, культурных и т.д. проблем; создание позитивного имиджа социального предпринимателя.

Находятся на стадии рассмотрения и внедрения Дорожная карта «Развитие институциональной среды социального предпринимательства в Донецкой Народной Республике», предполагающая последовательность действий: создание институциональной государственной структуры; формирование законодательной базы социального предпринимательства; разработка комплекса мероприятий по поддержке социального предпринимательства; создание центра инноваций в социальной сфере; оценка динамики контрольных показателей реализации «дорожной карты».

Внедрение указанных результатов способствует формированию условий для эффективного развития социального предпринимательства Донецкой Народной Республики на основе ценностно-мировоззренческого подхода.

Глава администрации г. Донецка А.В. Кулемзин

29.10.2021 № 10

АКТ ВНЕДРЕНИЯ
результатов выполнения диссертации Гладким Никитой Александровичем
«РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
НА ОСНОВЕ ЦЕННОСТНО-МИРОВОЗЗРЕНЧЕСКОГО ПОДХОДА» на
соискание ученой степени доктора экономических наук по специальности
08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством
(по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: экономика предпринимательства)

Выдана Гладкому Никите Александровичу в том, что основные результаты выполнения диссертационной работы на соискание ученой степени доктора экономических наук на тему: «Развитие социального предпринимательства на основе ценностно-мировоззренческого подхода» внедрены в работу ФЛП Трофимова Т.В. ресторан «КАКАДУ».

Предприятием успешно используются:

- композиционная модель оценки деятельности социального предприятия, использование которой позволяет учесть разноплановость целей и интересов пользователей аналитической информации, более эффективно организовать процесс оценки, применяя риск-ориентированный подход;
- авторский подход к этапизации жизненного цикла социальных предприятий за счет выделения этапа реинвенции и присущих ему проблем: конфликтности целей, недостаточного финансирования, неэффективного менеджмента, слабой адаптивности к бизнес-среде, что позволяет своевременно предвидеть появление сложностей, оперативно их решить и обеспечить дальнейшее эффективное функционирование предприятия.

Экономический эффект, достигнутый в результате внедрения основных результатов выполнения диссертационной работы, заключается в следующем:

1. Повысилась степень эффективности и результативности аналитических процедур, применяемых предприятием для усовершенствования своей деятельности.
2. Выявлены ряд проблем этапа реинвенции, присущих работе предприятия, что позволило своевременно скорректировать стратегию.
3. По результатам опроса внешних контрагентов повысилась инвестиционная привлекательность предприятия на 15%.
4. Комплексное применение ряда авторских рекомендации по улучшению социальной привлекательности предприятия позволило увеличить чистую прибыль во втором квартале 2021 года на 17%.

Директор Т.В. Трофимова

Министерство образования и науки
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

Государственная организация высшего профессионального образования
«Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского»

ул. Щорса 31, г. Донецк, 283050 Тел.:342-90-40 Факс: (062)304-83-16 Эл. почта:info@donnuet.education

24.11.2021 № 02.01/2115

на № _____ от _____

СПРАВКА

о внедрении результатов выполнения диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук
доцента кафедры туризма Гладкого Никиты Александровича
на тему: «РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА ОСНОВЕ ЦЕННОСТНО-МИРОВОЗЗРЕНЧЕСКОГО ПОДХОДА»

Настоящим подтверждаем, что теоретические положения и практические результаты выполнения диссертационной работы представляют научный интерес и используются в учебном процессе ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» при преподавании учебных дисциплин «Ценообразование в туристском бизнесе», «Основы устойчивого развития туризма», «Прогнозирование, планирование, анализ и экспертиза туристической деятельности», «Конъюнктура и конкурентоспособность в туризме» для обучающихся по направлению подготовки 43.04.02 Туризм, а также при выполнении курсовых работ и выпускных квалификационных работ студентами.

Первый проректор,
д.э.н., профессор Л.А. Омельянович

исп. Ангелина И.А. 0713072443