

Московский государственный технический университет имени Н.Э. Баумана
(национальный исследовательский университет) (МГТУ им. Н.Э. Баумана)



На правах рукописи

Зверева Наталия Ивановна

МОДЕЛЬ СОЗДАНИЯ И ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
МЕХАНИЗМ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ИНСТИТУТОВ РАЗВИТИЯ
СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

08.00.05 — Экономика и управление народным хозяйством (менеджмент)

Диссертация
на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Научный руководитель
доктор экономических наук,
профессор
Фалько Сергей Григорьевич

Москва - 2021

Оглавление

	Стр.
Перечень используемых сокращений.....	4
Введение.....	5
Глава 1. Анализ состояния социального предпринимательства и институтов развития социального предпринимательства в России.....	14
1.1. Понятие, определения и подходы к изучению социального предпринимательства и институтов его развития.....	14
1.2. Социальное предпринимательство в России.....	43
1.3. Институты развития социального предпринимательства в России.....	51
Глава 2. Теоретико-методические основы построения моделей социального предпринимательства и институтов развития социального предпринимательства.....	76
2.1. Модель социального предпринимательства на микроуровне.....	76
2.2. Анализ существующих методов оценки социального воздействия социальных предприятий на стейкхолдеров.....	86
2.3. Модель создания института развития социального предпринимательства.....	104
Глава 3. Организационно-экономический механизм функционирования институтов развития социального предпринимательства.....	120
3.1. Описание организационно-экономического механизма функционирования ИРСП. Элементы механизма.....	120
3.2. Алгоритм внедрения элементов организационно- экономического механизма функционирования ИРСП.....	129
3.3. Апробация методов оценки социального воздействия социальных предприятий на стейкхолдеров.....	137

	Стр.
Заключение.....	152
Список литературы.....	155
Перечень используемых терминов.....	181
Приложение.....	191

Перечень используемых сокращений

АНО – автономная некоммерческая организация;
АСИ - Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов;
ГЧП – государственно-частное партнерство;
ЗОЖ – здоровый образ жизни;
ИРСП – институт (институты) развития социального предпринимательства;
МСП – малое и среднее предпринимательство;
ОПФ – организационно-правовая форма;
ПФР – Пенсионный фонд РФ;
РСПП – Российский союз промышленников и предпринимателей;
СО НКО – социально ориентированная некоммерческая организация;
СП - социальное предпринимательство;
ССП – сбалансированная система показателей;
ТПП РФ – Торгово-промышленная палата РФ;
ФОМС – Фонд обязательного медицинского страхования;
ФСС – Фонд социального страхования;
ХМАО-Югра – Ханты-Мансийский автономный округ Югра;
ЦИСС – Центр инноваций социальной сферы;
SROI – Social return on investment (Социальный возврат на инвестиции).

Введение

Рост социального неравенства в мире, фиксируемый в исследованиях Всемирного банка и свидетельствующий о недостаточной эффективности существующих механизмов решения социальных проблем в рамках преобладающей модели рыночной экономики [175], стал причиной появления новых экономических институтов и практик, общей целью которых является создание более гармоничных экономических и социальных структур и отношений, не изменяющих базовых принципов рыночной экономики. К числу таких институтов относится социальное предпринимательство, появившееся в разных странах мира в начале 1980-х годов, а в России развивающееся в течение последних 10 лет.

Социальное предпринимательство впервые привлекло внимание научного сообщества в начале 90-х годов 20-го века, но до настоящего времени не разработана универсальная концепция этого социально-экономического явления. Однако за последние 30 лет сформировался спектр подходов, на основе которых идет концептуализация и углубление исследования всех аспектов функционирования данного социально-экономического феномена, а именно: способов организации социальных предприятий, мотивации социальных предпринимателей, региональных и национальных особенностей социального предпринимательства, а также форм и инструментов регулирования и стимулирования деятельности социальных предприятий, включая создание специализированных институтов и механизмов их развития.

В большинстве государств мира отсутствует статистический учет социальных предприятий, что ограничивает возможности для их изучения и стимулирует выбирать в качестве объекта для научного исследования деятельность единичных социальных предпринимателей или социальных предприятий, что создает концептуальную основу исключительно на

микроуровне и не формирует ее на макроуровне. В связи с этим, наименее исследованными и, следовательно, наиболее актуальными для научного изучения являются вопросы, связанные с механизмом целевого и планового включения социальных предприятий в национальные социально-экономические системы, с возможностью оценки их вклада в социально-экономическое развитие стран, а также с созданием устойчивых институтов развития социального предпринимательства.

Таким образом, актуальность темы исследования основана на:

- развитии феномена социального предпринимательства (далее – СП) и формировании институтов развития социального предпринимательства (далее – ИРСП) в России и в мире;
- необходимости планового и эффективного включения социальных предприятий в решение государственных задач по развитию социально-экономической системы России;
- слабой научной проработанности вопросов, связанных с формированием национальных ИРСП.

Степень разработанности проблемы

Институциональная экономика, в том числе вопросы формирования институтов развития, освещаются в работах Д. Бьюкенена, Т. Веблена, У. Даггера, Д. Гэлбрейта, Д. Кларка, О. Моргенштерна, Д. Неймана, Д. Нэша, В. Парето, А. Пигу, К. Поланьи, Г. Саймона и других. В России научные исследования по институциональной экономике, включая создание институтов развития, проводятся Е. В. Акинфеевой, А. А. Аузаном, О. Э. Бессоновой, С. Ю. Глазьевым, Р. С. Гринбергом, В. Е. Дементьевым, Б. А. Ерзнкяном, О. В. Иншаковым, С. Г. Кирдиной, Ю. В. Латовым, Г. П. Литвинцевой, Д. С. Львовым, В. И. Маевским, Р. М. Нуреевым, Н. М. Плискевич, В. М. Полтеровичем, Е. В. Поповым, А. Я. Рубинштейном, О.С. Сухаревым, Д. П. Фроловым и другими.

Научное изучение социального предпринимательства началось с исследования его функций, границ, роли в экономике и отражено в работах

Г. Диса и Б. Андерсона, Ж. Дефурни и М. Ниссенс, Б. Дрейтона, Д. Галера и К. Борзага, Д. Керлин, Дж. Мэр и И. Марти, Р. Мартина и С. Осберг, А. Нихоллса, К. К. Прахалада, С. Шейна и С. Венкатарамана, А. Передо и М. МакЛина, М. Юнуса и К. Вебера, Ш. Захра, Е. Гедайлович, Д. Нойбаума и Д. Шульмана.

Развитием этих работ стали исследования отдельных аспектов деятельности социальных предприятий, таких как мотивация социальных предпринимателей, выявление и оценка бизнес-возможностей для создания социальных предприятий, бизнес-модели, оценка социального воздействия социальных предприятий на стейкхолдеров, существенный вклад в которые внесли: К. Альтер, Дж. Мэр, Е. Нобоа, А. Гюкю, Дж. Дис, Б. Андерсон, Дж. Вэй-Скиллерн, Г. Леонард, Дж. Остин, Х. Стивенсон, Д. Кикал, Т. Лайонс и другие. Финансирование социальных предприятий с помощью механизма социальных инвестиций получило отражение в работах Л. Саламона, Д. Эмерсона, Э. Багг-Левина, М. Ку.

Научные разработки по социальному предпринимательству в России представлены в статьях В. А. Бариновой, М. Л. Баталиной, Ю. Е. Благова, Я. С. Гришиной, С. С. Камбердиевой, Н. В. Куликовой, С. В. Логутовой, А. А. Московской, И. С. Пакулиной, А. А. Плюхиной, О. В. Сагиновой, И. И. Смотрицкой, Ю. И. Стагниева, Л. Д. Тарадиной, Г. В. Хетагурова, В. В. Хорошевой, В. А. Чумак, И. В. Шаровой и других, а также в диссертациях и статьях Ю. Н. Арай, С. В. Голубева, Н. Ф. Кадол, Д. Б. Старовойтова.

За рамками научного осмысления остаются вопросы формирования институтов развития социального предпринимательства, включая цели, механизмы создания и функционирования, а также методы оценки эффективности на всех уровнях управления.

Цель и задачи исследования

Цель диссертационного исследования состоит в формировании модели создания и организационно-экономического механизма функционирования институтов развития социального предпринимательства (далее – ИРСП).

В работе для достижения данной цели решаются следующие задачи:

- 1) Систематизировать и дополнить теоретико-методические основы изучения понятия, роли и функций социальных предприятий и ИРСП в социально-экономической системе;
- 2) Выявить ключевые характеристики социальных предприятий, а также существующих институтов и инструментов их поддержки для формирования адекватных ИРСП;
- 3) Разработать модель создания ИРСП;
- 4) Разработать организационно-экономический механизм функционирования ИРСП.

Объект и предмет исследования

Объектом исследования являются социальные предприятия и ИРСП. Предмет исследования – модели, методы и механизмы управленческих отношений в социальном предпринимательстве (далее – СП).

Соответствие диссертации области исследования специальности

Диссертационное исследование соответствует следующим пунктам паспорта научной специальности 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством (менеджмент)»:

- 10.5 Особенности разработки и реализации государственной политики в экономической и социальной сферах. Прямые и обратные связи государственной политики, механизмов, методов и технологий ее разработки и реализации. Развитие форм государственно-частного партнерства. Управление государственным имуществом;
- 10.12 Оценка управления организациями как социальными и экономическими системами. Критерии оценки эффективности управления. Методы и показатели оценки результативности управления;

10.15 Стратегический менеджмент, методы и формы его осуществления. Внешняя и внутренняя среда организации. Процесс и методы разработки и реализации стратегии. Развитие форм стратегического партнерства. Содержание и методы стратегического контроля. Корпоративные стратегии, оптимизация размера фирмы и вертикальная интеграция, стратегии диверсификации. Формирование и управление цепочками создания ценности. Конкурентоспособность бизнеса. Создание и удержание ключевых компетенций. Стратегические ресурсы и организационные способности фирмы. Сбалансированная система показателей как инструмент реализации стратегии организации. Процесс построения сбалансированной системы показателей (ССП). Преимущества и недостатки применения СПП в российских условиях. Управление жизнеспособностью организации;

10.27 Теория и практика управления некоммерческими организациями.

Методологической основой исследования является использование системного подхода для анализа социальных предприятий и институтов их развития как элементов социально-экономической системы. Оценка результативности деятельности социальных предприятий проводится с использованием метода оценки социального возврата на инвестиции.

Теоретические основы исследования составляют статьи и книги зарубежных и российских авторов по тематике институциональной экономики, социального предпринимательства, способов, механизмов и институтов их развития.

Эмпирической базой исследования являются открытые источники информации, такие как статьи, отчеты и доклады, опубликованные на сайтах Глобальной сети преобразующего инвестирования (Global Impact Investment Network), сети исследователей в сфере социального предпринимательства EMES, на официальных сайтах российских органов исполнительной власти и созданных государством организаций, таких как АНО «Агентство стратегических инициатив», АО «Корпорация МСП», региональных Центров инноваций социальной сферы и Центров поддержки предпринимательства,

общественных организаций российских предпринимателей «ОПОРА РОССИИ», «Деловая Россия», «РСПП», на сайтах российских организаций, инвестирующих в социальные предприятия. Эмпирической базой исследования является опубликованная отчетность, статьи и аналитические материалы и непубличная управленческая, социальная и финансовая отчетность Фонда региональных социальных программ «Наше будущее», связанная с предоставлением финансирования и иных видов поддержки 228 социальным предприятиям за период с 2008 по 2018 год, а также данные региональных представителей Фонда в 9 регионах России о работающих там социальных предприятиях.

Научная новизна исследования заключается в формировании модели создания и организационно-экономического механизма функционирования ИРСП, а также в разработке и научном обосновании модели СП на микроуровне. В процессе исследования автором были получены следующие наиболее значимые результаты, обладающие научной новизной:

1) уточнены понятия социального предприятия, СП, ИРСП, а также требования к деятельности в сфере СП, что позволяет четко определить объект деятельности ИРСП;

2) разработана модель СП на микроуровне, дополняющая существующие модели посредством учета взаимодействия социальных предприятий с ИРСП, позволяющая сформулировать функции социальных предприятий в социально-экономической системе и обосновать необходимость институтов их развития;

3) разработана модель создания ИРСП, включающая субъекты и процессы создания ИРСП, отличающаяся от ранее разработанных для социальных инвесторов моделей учетом широкого спектра задач институтов развития социального предпринимательства, а именно агентов развития и объединений социальных предприятий, что позволяет выработать универсальный подход для создания новых ИРСП;

4) разработан организационно-экономический механизм

функционирования ИРСП, который в отличие от известных включает систематизированные постоянно действующие и временные элементы функционирования ИРСП, что позволяет структурировать и алгоритмизировать процесс формирования ИРСП.

Теоретическая и практическая значимость исследования

Теоретическая значимость исследования заключается в дополнении и развитии концепции СП и ИРСП через формирование модели СП на микроуровне, модели создания ИРСП, уточнение понятий СП, социального предприятия, ИРСП, социальной стоимости, социальной потребности, социального инвестирования, системы СП, а также формулирование требований к деятельности в сфере СП.

Практическая значимость диссертационного исследования заключается в разработке алгоритма внедрения элементов организационно-экономического механизма функционирования ИРСП, а также в апробации его ключевых элементов в рамках деятельности организации, а также на региональном уровне, что позволяет использовать полученные результаты для внедрения отдельных элементов или модели и механизма в целом в работу действующих и для создания новых ИРСП.

Результаты исследования могут стать основой для разработки образовательных программ и курсов по СП, созданию и функционированию ИРСП, а также по оценке социального воздействия деятельности субъектов СП.

Апробация результатов исследования

Ключевые положения исследования были представлены на II Международном конгрессе по контроллингу (город Москва, 2012 г.), Международной научно-практической конференции «Развитие образовательных программ подготовки социальных предпринимателей: методология и практика – 2017» (город Москва, 2017 г.), на заседании Лаборатории экономико-математических методов в контроллинге МГТУ им. Баумана (город Москва, 2020 г.). Модель создания и организационно-

экономический механизм функционирования ИРСП были апробированы в работе Фонда «Наше будущее» в период с 2008 по 2018 год, а также частично на региональном уровне в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре в период с 2014 по 2018 год, что подтверждено соответствующими актами внедрения.

Сформулированные автором положения были использованы при подготовке образовательной программы «Школа социального предпринимательства» и «Подготовка преподавателей по социальному предпринимательству» НОЧУ ОДПО «Лаборатория социального предпринимательства», а также при написании учебного пособия «Курс лекций по социальному предпринимательству: от идеи к успешному социальному бизнесу».

Публикации

По теме диссертации опубликовано 13 научных работ объемом 9,87 п. л., в том числе 11 статей в ведущих научных рецензируемых журналах объемом 9,07 п. л. (авт. 7,57 п. л.).

Структура работы

Диссертация состоит из 3-х глав, введения, заключения, приложения.

Объем диссертационного исследования (включая список литературы) составляет 202 страницы. В работе представлены 15 таблиц, 17 рисунков. Список литературы включает 213 наименований.

Во введении обосновывается актуальность исследования, ставятся цели и формулируются задачи исследования, определяются его теоретическая и практическая значимость.

В Главе 1 «Анализ состояния социального предпринимательства и институтов развития социального предпринимательства в России» сформулированы требования к деятельности в сфере СП, уточнены определения СП, социального предприятия и ИРСП. Проведен анализ действующих в России социальных предприятий по сферам и направлениям деятельности, организационно-правовым формам, а также выборочный

сравнительный анализ социальной эффективности социальных предприятий разных видов с использованием метода оценки социального возврата на инвестиции. Проведен анализ деятельности существующих в России ИРСП, в результате которого выявлены проблемы ИРСП и обоснована необходимость разработки модели создания и механизма функционирования ИРСП в России.

В Главе 2 «Теоретико-методические основы построения моделей социального предпринимательства и институтов развития социального предпринимательства» разработана модель социального предпринимательства на микроуровне, модель создания ИРСП, выделяющая субъекты и процессы и позволяющая выработать универсальный подход для создания новых ИРСП. В результате анализа существующих методов выявлен оптимальный метод оценки социального воздействия деятельности социальных предприятий на стейкхолдеров – метод социального возврата на инвестиции.

В Главе 3 «Организационно-экономический механизм функционирования институтов развития социального предпринимательства» разработан организационно-экономический механизм функционирования ИРСП, включающий описание объектов, субъектов, элементов, алгоритма внедрения элементов механизма и методы оценки социального воздействия социальных предприятий на стейкхолдеров. Систематизированы постоянно действующие и временные элементы механизма, что позволило структурировать и алгоритмизировать процесс формирования и функционирования ИРСП. Приведены результаты апробации метода оценки социальной эффективности деятельности социальных предприятий, осуществленной на базе негосударственного ИРСП.

В заключении обобщены основные результаты и выводы исследования.

Глава 1. Анализ состояния социального предпринимательства и институтов развития социального предпринимательства в России

1.1. Понятие, определения и подходы к изучению социального предпринимательства и институтов его развития

Понятие «социальное предпринимательство» возникло в результате научного анализа социально-экономических систем и выделения в них организаций и способов их поведения, обладающих рядом специфических отличительных признаков.

Первые практики СП относятся к концу 19-го – началу 20-го века. Например, в России основоположником СП считается Иоанн Кронштадтский, создавший в 1882 году «Дом трудолюбия», в котором представители беднейших слоев, в том числе и бездомные, учились различным ремеслам и получали работу по специальности или же не требующую квалификации. Практика «Домов трудолюбия» оказалась столь удачной, что ее стали повторять в разных городах России, и к концу XIX столетия в Российской империи существовало порядка ста подобных учреждений. Объединял их главный принцип СП, положенный в основу кронштадтского «Дома»: нуждающиеся, которые не имели возможности обеспечить себя, могли здесь освоить новую профессию и получить работу для того, чтобы на заработанные средства обеспечить себя всем необходимым, а рабочие места для них создавались и поддерживались за счет продажи произведенных ими товаров на общих условиях рыночной экономики.

Однако широкое распространение и концептуальное оформление в разных странах мира СП получило в 80-е годы 20-го века. Его распространение было вызвано рядом социально-экономических причин, в каждой стране специфических, но в целом вызванных неспособностью существующих акторов социально-экономической системы, действующей в парадигме рыночной экономики, справиться с нарастающим объемом

и сложностью социальных проблем.

СП с начала 90-х годов 20-го века с каждым годом все активнее привлекает внимание научного сообщества. Как пишет В. Жохова [47], за период с 1995 по 2014 год «По данным базы Elsevier, в анализируемый период было найдено 1 455 статей, из них в 1995 г. опубликовано 7 статей, а в 2014 г. – 241. То есть количество публикаций по социальному предпринимательству увеличилось более чем в 30 раз».

Однако общепринятого понятия СП пока не существует. При этом попытки определения СП осуществлялись на трех различных уровнях:

- 1) на научно-исследовательском и академическом уровнях;
- 2) на государственном законодательном и нормативно-правовом уровнях – при формировании национального законодательства о социальном предпринимательстве и при создании системы управления этой сферой экономической деятельности;
- 3) на уровне негосударственных ИРСП.

Цели, задачи, а следовательно, и результаты, полученные на каждом из этих уровней, существенно разнятся.

Научные исследования, как правило, имеют целью максимально точное описание сложившихся практик СП, их обобщение, классификацию и – на этой базе – формирование самостоятельной предметной области феномена СП.

Государство при формировании законодательства, как правило, выбирает стратегию максимальной детализации и сужения в этой связи понятия социального предпринимательства до формата социального предприятия. Это обусловлено тем, что государство, выполняя функцию ИРСП, предоставляет социальным предприятиям различные преференции по сравнению с коммерческим бизнесом. При этом государство заинтересовано в том, чтобы эти преференции были использованы максимально эффективно, т. е. для решения самых острых проблем, с которыми не справляются существующие субъекты социальной

и экономической деятельности. При этом отдельное законодательство по СП существует далеко не во всех странах. Например, в Западной Европе отдельный закон о социальных предприятиях был принят в Финляндии в 2004 году. Он устанавливает перечень социально незащищенных групп, а также количество их представителей, которые должны работать на предприятии, чтобы оно соответствовало статусу социального. В Восточной Европе СП в наибольшей степени развито в Польше, в которой в 2006 году был принят закон о социальных кооперативах. Как пишет А. Московская [102], в соответствии с этим законом социальные кооперативы получают финансовую помощь на старте, а также для них зафиксирована приоритетность работы с социально незащищенными категориями населения.

В странах с англосаксонской системой права законодательство в сфере СП формируется в направлении создания специальных организационно-правовых форм для социальных предприятий: Community Interest Company в Великобритании, Low-profit Limited Liability Company (L3C) и B-Corporations в США, Community Contribution Company (C3) в Канаде.

В Азии примером принятия специального закона о развитии СП является Южная Корея. В соответствии с положениями этого закона, принятого в 2007 году, чтобы зарегистрироваться в качестве социального предприятия и пользоваться льготами, предприятия проходят государственную сертификацию. Сертификацию могут пройти предприятия, более 50 % штата сотрудников которых сформировано за счет социально незащищенных людей или более 50 % услуг оказываются социально незащищенным слоям населения, или если предприятие работает в сфере социальной защиты детей, искусства, туризма, спорта, сохранения лесов, ухода за детьми и помощи в домашнем хозяйстве. Дополнительное требование, предъявляемое ко всем видам социальных предприятий, – реинвестирование не менее двух третей прибыли в развитие предприятия.

Таким образом, законодатель в разных странах стремится максимально точно и конкретно определить СП для применения в отношении социальных

предприятий системы стимулирования.

В вышеописанных случаях государство выступает в качестве ИРСП, выделяя социальные предприятия среди прочих субъектов хозяйственной деятельности и создавая им благоприятные условия для работы.

Что касается негосударственных ИРСП, то они выбирают из всей палитры научных определений то, которое позволяет сформировать четкие механизмы выявления и отбора социальных предпринимателей и / или социальных предприятий для поддержки, популяризации и тиражирования их опыта.

Примером реализации такого подхода служит одна из старейших организаций, развивающих СП по всему миру, – «Ашока: новаторы для общества» (Ashoka: Innovators for the Public). По Биллу Дрейтону, создавшему «Ашоку» [138], социальный предприниматель – агент глобальных изменений, основной целью которого является выявление, анализ и решение социальных проблем.

Как указано на сайте организации [143], «Ашока» считает социальными предпринимателями людей, разрабатывающих и реализующих инновационные способы преобразования существующего социального устройства.

«Ашока» демонстрирует в своей деятельности стратегию поддержки конкретных физических лиц, инициаторов проектов в сфере социального предпринимательства, которые могут, но не обязаны получить дальнейшее развитие и организационно-правовое оформление в форме социального предприятия. Следовательно, вопрос о том, кто является субъектом СП, индивидуум или организация, проводит первый «водораздел» между несколькими существующими подходами к изучению этого феномена.

«Ашока» является примером ИРСП, использующего комплекс финансовых и нефинансовых инструментов для поддержки социальных предпринимателей.

Для выработки авторской научно обоснованной концепции СП

и формирования институтов его развития в России представляется целесообразным из трех вышеуказанных уровней формирования понятия и изучения социального предпринимательства выбрать в качестве базы для более глубокого изучения спектр подходов и концепций, сформировавшихся на научно-исследовательском уровне.

Ряд исследователей, таких как Элворд, Браун, Леттс [123], а также Гюклю, Дис, Андерсон [146], рассматривают СП как одно из направлений предпринимательства. Сэй, Шумпетер [117], Минтцберг [178], Миллер [177], Лампкин и Дэсс [166] связывают понятие предпринимательства с деятельностью по созданию новой экономической стоимости с использованием предпринимательского подхода. Д. Кикал и Т. Лайонс [57], соединяя вышеприведенное определение со словом «социальное», утверждают, что такая деятельность должна осуществляться для сообщества или общества в целом.

Специалисты, изучающие феномен СП, не претендуют на то, что определение каждого из них – единственно верное. Ш. Захра и соавторы [212] в 2009 году собрали ряд определений СП, которые при описании социальных предприятий делают акценты на разных аспектах их деятельности:

- 1) на социальном предпринимателе, его мотивации и способе действий;
- 2) на особенностях создания и функционирования социальных предприятий;
- 3) на отличиях социальных предприятий от других субъектов социально-экономической деятельности, включая ограничения, имеющие место в их функционировании.

Фонд Келлога (the Kellogg Foundation) делает акцент на целевой установке социальных предприятий на развитие местных сообществ.

Бизнес-школа Фукуа (the Fuqua School of Business) подчеркивает гибридный характер целей социальных предприятий.

Бизнес-школа Сэид (University of Oxford – Saïd Business School) выделяет в СП стремление к системным социальным изменениям, с чем также

соглашается в своем подходе Б. Дрейтон [138], считая социального предпринимателя агентом таких изменений.

Д. Робинсон [190] формирует свое определение СП в терминах описания процесса деятельности предприятий вне зависимости от их организационно-правовых форм. К. Альтер [121] видит в СП способ формирования дополнительных доходов для организаций, реализующих социальную миссию.

Д. Кикал и Т. Лайонс [57], а также Дж. Керлин [158] видят в СП возможность применения методов работы коммерческого бизнеса для решения социальных проблем.

По Р. Мартину и С. Осберг [172], социальное предприятие реализует трехступенчатую технологию работы:

- 1) выявление устоявшегося несправедливого равновесия, нерешаемой социальной проблемы;
- 2) разработка механизма изменения данного равновесия в направлении большей социальной справедливости;
- 3) закрепление нового, более справедливого социального равновесия.

В целом при первичном обобщении подходов к определению СП становится очевидным тот факт, что в мировой практике исследователи в основном проводят анализ СП на основе эмпирического сравнения целей, способов организации и действий его субъектов по сравнению с коммерческими и благотворительными организациями. Систематизацию подходов к изучению СП провели в 2010 году Хугендурн, Пэннингс и Турик [151], выделив при этом 4 основных направления. В соответствии с Приложением П.1 можно выделить следующие подходы к изучению СП:

1. Школа социальных инноваций (SIS) делает акцент на личности, мотивации, творческом потенциале социального предпринимателя, не предъявляя требований к созданию социальных предприятий. Теоретические положения этой школы основываются на работах

Йозефа Шумпетера, подчеркивающего инновационный характер предпринимательской деятельности.

Ведущими представителями этой школы являются Дис, Дрейтон [138], Хокертс, Майер, Марти, Саравати, Шейн, Шорт, Экхард и другие.

Они исследуют механизм превращения социальной проблемы в источник бизнес-возможности, реализуемый социальными предпринимателями.

2. Школа социальных предприятий (SES) видит в социальном предпринимательстве возможность увеличения финансовых ресурсов для некоммерческих организаций и снижения их зависимости от благотворительных пожертвований [151].

Изложение подхода SES можно найти в работах Д. Боши и Э. Склута. В отличие от Школы социальных инноваций представители SES считают необходимым организационное оформление предпринимательской деятельности, но допускают отсутствие связи между миссией некоммерческой организации и видом деятельности социального предприятия, создаваемого для финансирования НКО.

3. Подход EMES (EMES International Research Network, Европейская организация по развитию социального предпринимательства). EMES – организация, созданная в 1996 году для изучения европейского СП.

В своих материалах организация уделяет существенное внимание разработке рамок и определений для СП. Как и в SES, объектом наблюдения здесь становится предприятие, а не индивидуальный предприниматель. EMES [135] предъявляет следующие требования к деятельности социального предприятия: социальная миссия и результаты от ее реализации (польза для общества), стабильное производство и продажа товаров / услуг; отсутствие зависимости от государственных и бизнес-структур; деятельность при обычных для рыночной экономики уровнях риска; низкая доля оплачиваемой работы; вовлечение благополучателей и работников в деятельность предприятия; ограничения по распределению прибыли.

Таким образом, в отличие от Школы социальных предприятий, представители данного направления не отделяют деятельность социального предприятия от реализации социальной миссии.

4. Подход, реализованный в законодательстве Великобритании, выделяется в связи с большим количеством социальных предприятий и их общественным весом в этой стране. Объединение социальных предприятий Великобритании Social Enterprise UK [200] считает социальное предприятие коммерческим предприятием социального назначения. Законодательство Великобритании выделяет в СП такие характеристики, как целевую направленность деятельности не на максимизацию прибыли, а на решение социальных задач; реинвестирование прибыли; коллективную собственность; ответственность перед стейкхолдерами за социальные, экологические и экономические результаты деятельности предприятия.

Кроме того, специальная организационно-правовая форма, созданная для социальных предприятий в 2005 г. («компании, действующие в интересах общества» (CIC)), вводит ограничения в деятельность социальных предприятий, состоящую в блокировке активов, которая предполагает их передачу местному сообществу в случае ликвидации предприятия.

Вышеописанная классификация подходов к изучению СП, однако, не включает ряд оригинальных концепций, внесших существенный вклад в понимание его природы и границ, а именно: концепции гибридности, смешанной стоимости, основания пирамиды и социального бизнеса.

Концепция гибридности. Такие ученые, как Дис, Андерсон [131] и Нихолс [180], отмечают гибридность СП, т. е. наличие в нем черт, присущих и благотворительности, и коммерческому предпринимательству. Ким Альтер [121] сформулировала основные признаки благотворительных, гибридных и коммерческих организаций и проанализировала особенности их работы по таким параметрам, как мотивация, методы, цели и способы распределения прибыли.

В качестве особенностей гибридных организаций она выделила:

смешанную мотивацию (на оказание социального воздействия и на извлечение прибыли); смешанные методы работы (диктуемые предпринимательским подходом и необходимостью реализации социальной миссии); смешанные цели, связанные с созданием экономической и социальной стоимости; смешанный механизм распределения прибыли, направляемой как на развитие предприятия и расширение социального воздействия, так и на распределение между владельцами.

Дис и Андерсон определяют место социальных предприятий в рамках следующего гибридного спектра: некоммерческие организации, финансируемые с помощью благотворительных пожертвований; некоммерческие организации, финансируемые за счет коммерческой деятельности; социальные предприятия; социально ответственный бизнес; корпоративная социальная ответственность; традиционный коммерческий бизнес. При этом лишь первым трем видам организаций присуща ориентация на реализацию социальной миссии, реинвестирование прибыли и подотчетность стейкхолдерам.

Однако эта гибридность не статична, и внешние изменения (например, изменение законодательства), а также внутренние мотивационные факторы (финансовые трудности, смена руководства или личных намерений) могут привести к изменениям соотношения между социальной и коммерческой сторонами спектра.

Как отмечает Хокертс [148], есть две архетипические реакции, выявленные у социальных предпринимателей в кризисных ситуациях: «...отступление в сторону благотворительности или частичный отказ от социальных целей в пользу бизнес-ориентированного подхода».

Концепция смешанной стоимости Дж. Эмерсона [141] основывается на следующих гипотезах: любая компания или организация пытается создавать экономическую, социальную или экологическую стоимость, но максимизацию суммарной создаваемой стоимости дает именно сочетание, смесь из всех перечисленных факторов в деятельности предприятия.

Компании понимают, что положительный социальный и экологический эффект их работы может увеличить стоимость акционерного капитала, а также позитивно отразиться на их имидже в глазах заинтересованных сторон.

С другой стороны, многие некоммерческие организации осознают, что за счет включения бизнес-практик в свою деятельность, создания новых предприятий и партнерств и, как следствие, новой экономической стоимости они могут увеличить свою финансовую устойчивость, привлекать более квалифицированных сотрудников и за счет этих факторов лучше выполнять свои социальные и экологические задачи. Это и обуславливает стремление организаций к измерению и максимизации общей – «смешанной» – создаваемой стоимости.

Концепция основания пирамиды К. Прахалада [188] постулирует то, что проблема нищеты в настоящее время затрагивает более миллиарда людей, которые формируют основание «общественной пирамиды». Улучшение условий жизни именно этой широкой группы с помощью разработки разнообразных товаров и услуг в самом низком ценовом сегменте должно стать основной целью деятельности для социальных предприятий и сократить социальное расслоение в обществе.

Концепция социального бизнеса близка к пониманию СП и все же выделяется ее автором, лауреатом Нобелевской премии мира Мухаммадом Юнусом [118], в обособленное направление в силу принципиальных соображений. Основные различия между СП и социальным бизнесом он видит в том, что инвестор при вложении средств в социальный бизнес не получает ни дивидендов, ни процентов, ни инфляционной индексации вложенных средств, а вся прибыль компании должна быть реинвестирована в развитие предприятия, а не распределена между владельцами.

М. Юнус считает, что западное понимание СП не исключает возможности привлечения средств инвесторов на коммерческих условиях, а также распределения части прибыли, поэтому считает необходимым дистанцироваться от этой практики, сформировав новое понятие социального

бизнеса.

Для формирования целостной картины понятийного оформления СП, сформировавшегося в настоящее время, необходимо также охарактеризовать российскую практику определения субъектов СП. В России формируются все 3 уровня понимания СП: на государственном законодательном, научном и практико-ориентированном уровнях, хотя процессы на каждом из этих уровней проходят с разной скоростью, глубиной и их субъекты ставят перед собой разные задачи.

В России в период первого десятилетия развития СП не существовало отдельного закона о СП, и понятие это фигурировало исключительно в нормативно-правовых документах, регулирующих возможности для выделения финансирования для поддержки различных субъектов малого и среднего предпринимательства. В этих нормативно-правовых актах под субъектами СП понимаются «субъекты малого и среднего предпринимательства, осуществляющие социально ориентированную деятельность, направленную на достижение общественно полезных целей, улучшение условий жизнедеятельности гражданина и (или) расширение его возможностей самостоятельно обеспечивать свои основные жизненные потребности, а также на обеспечение занятости, оказание поддержки инвалидам, гражданам пожилого возраста и лицам, находящимся в трудной жизненной ситуации» [7]. В 2019 году был принят Федеральный закон от 26 июля 2019 г. № 245-ФЗ, посвященный введению в законодательное поле понятия «социальное предпринимательство» в формате дополнений к закону о малом и среднем предпринимательстве.

Данный закон выделил СП как подвид коммерческого предпринимательства с ограничениями, налагаемыми критериями МСП. Это ограничивает понимание социального предпринимательства по сравнению с международной практикой, где представлен более широкий спектр организационно-правовых возможностей для ведения деятельности социальных предприятий, включая некоммерческие организации.

Изучение СП в России осуществляют Центр социального предпринимательства и социальных инноваций в составе ВШЭ, РГСУ, МГУ им. Ломоносова, ВШМ СПбГУ, РЭУ им. Плеханова, Дальневосточный федеральный университет и другие вузы.

Центр социального предпринимательства и социальных инноваций под руководством А. А. Московской [78] определяет социальное предприятие следующим образом: «...Социальное предприятие как субъект СП отличается тремя важными свойствами, которые присутствуют в нем одновременно: оно создано специально для решения социальной проблемы или уменьшения ее остроты; оно предлагает качественно новый продукт (услугу) или качественно новую модель его предоставления; его деятельность экономически устойчива, то есть большая часть дохода приобретается за счет продажи товаров или услуг, а не грантов, пожертвований и прочих донорских средств».

Под СП Центр понимает деятельность социального предприятия.

Ю. Н. Арай [20], исследователь из ВШМ СПбГУ, в своей диссертации определяет СП как «экономическую деятельность хозяйствующего субъекта, вне зависимости от организационно-правовой формы, использующего предпринимательский подход, миссия которого привязана к решению конкретной социальной проблемы, не решаемой вследствие провалов рынка и государства». Таким образом, и ряд представителей российского научного сообщества не связывают СП с деятельностью предприятий в коммерческих организационно-правовых формах, подчеркивая такие базовые характеристики этой деятельности, как предпринимательский подход (или производство товаров и услуг), направленность на решение социальных проблем.

Однако в целом можно отметить, что отсутствие полноценных статистических данных о социальных предприятиях и их незначительное число по сравнению с другими субъектами социально-экономической системы, а также немногочисленность и локальная обусловленность организаций, объединяющих социальные предприятия, имеет следствием

недостаточность российских научных исследований по СП для всестороннего понимания данного явления.

На уровне негосударственных ИРСП существенную роль в формировании понятия СП и в его практической поддержке в России играет созданный в 2007 году Фонд региональных социальных программ «Наше будущее». Для выявления и поддержки социальных предприятий фонд использует следующее определение СП: «СП – это новаторская деятельность, изначально направленная на решение или смягчение социальных проблем общества на условиях самокупаемости и устойчивости».

Фонд выделяет следующие характеристики СП:

- 1) социальное воздействие;
- 2) инновационность;
- 3) самокупаемость и финансовая устойчивость;
- 4) масштабируемость и тиражируемость;
- 5) предпринимательский подход.

В качестве методологической основы для изучения СП как социально-экономического феномена в контексте национальных социально-экономических систем представляется целесообразным использование системного подхода.

Выбор системного подхода в качестве метода изучения СП продиктован наличием сложных и разноректорных отношений социальных предприятий с социальной и экономической средой, а также разнообразием организаций и индивидуумов, формирующих сферу СП и устанавливающих между собой связи и отношения, которые изменяются с течением времени.

Для описания значения и функций СП в социально-экономической системе необходимо определить такие понятия, как «социальные потребности», «социальная стоимость» и «социальное воздействие».

Н. М. Бережной [27] определяет потребность как «нужду или недостаток в чем-либо необходимом для поддержания жизнедеятельности организма, человеческой личности, социальной группы, общества в целом». Социальные

же потребности проявляются человеком при его взаимодействии с обществом.

Теория потребностей, разработанная в психологии такими учеными, как Баумайстер и Лири, Бусс и Кенрик, Рэйс, Коллинс и Бершид, Ван Брюгген, Нибоэр, Линденберг, Бумсма, и другими, идентифицирует три основные социальные потребности: привязанность, поведенческое подтверждение и статус.

Первая потребность – привязанность – удовлетворяется в рамках отношений, которые дают ощущение любви, доверия и принятия вне зависимости от поведения и социального статуса. Вторая потребность – поведенческое подтверждение – связана с одобрением поведения и деятельности человека окружающими. Третья потребность – статус – реализуется в оценке собственных достижений человека по сравнению с другими членами общества, уважения к нему, степени его свободы в принятии решений и образе жизни.

Применительно к национальной социально-экономической системе социальные потребности граждан отражены в Конституции РФ. В статье 7 Конституции РФ постулируется то, что Россия является социальным государством. В рамках пояснения этой концепции в последующих статьях Конституции (статьи 34–44) государство признает права граждан РФ на удовлетворение следующих социальных потребностей:

- использование для предпринимательской или иной деятельности, не запрещенной законом, личных способностей и имущества (статья 34);
- защита права владения, пользования, распоряжения имуществом и его наследования, а также земель и природными ресурсами (статьи 35–36);
- труд и защита от безработицы (статья 37);
- защита материнства, детства и семьи (статья 38);
- социальное обеспечение (статья 39);
- жилище, его защита и предоставление жилища малоимущим и нуждающимся бесплатно или за доступную плату (статья 40);
- медицинская помощь, здравоохранение, возможность занятий

спортом и физкультурой, экологическая и санитарно-эпидемиологическая безопасность (статья 41);

- благоприятная окружающая среда, достоверная информация о ее состоянии и возмещение ущерба, причиненного здоровью или имуществу граждан экологическим правонарушением (статья 42), образование (бесплатное начальное, среднее и среднее профессиональное, а также бесплатное на конкурсной основе – высшее) (статья 43);

- свобода творчества и преподавания, защита интеллектуальной собственности, возможность деятельности в сфере культуры и приобщения к культурному наследию (статья 44).

Таким образом, для целей настоящего исследования представляется возможным определить **социальные потребности** как стремление и способность гражданина в процессе его взаимодействия с другими гражданами (с обществом) реализовать свои права, гарантированные национальной Конституцией.

Для оценки степени удовлетворения социальных потребностей разработано несколько показателей. Например, качество жизни, которое, по Б. Баркачча [126], измеряет общее благополучие людей и их удовлетворенность жизнью, включая все факторы, ее формирующие.

К числу других показателей, призванных оценить качество жизни, относятся разработанные и рассчитываемые в рамках ООН Human Development Index [152], World Happiness Index [210], а также показатель Social Progress Index [202], используемый американскими исследователями.

На основе измерения качества жизни и оценки степени удовлетворения ключевых социальных потребностей национальные правительства контролируют и вносят изменения в планы социально-экономического развития.

На Рисунке 1.1 систематизированы социальные потребности граждан с точки зрения их практической реализации в общественной жизни. Социальные потребности разделены на 2 подгруппы: базовые потребности,

предъявляемые всеми гражданами, и дополнительные потребности, возникающие у представителей социально незащищенных групп граждан (Рисунок 1.1).

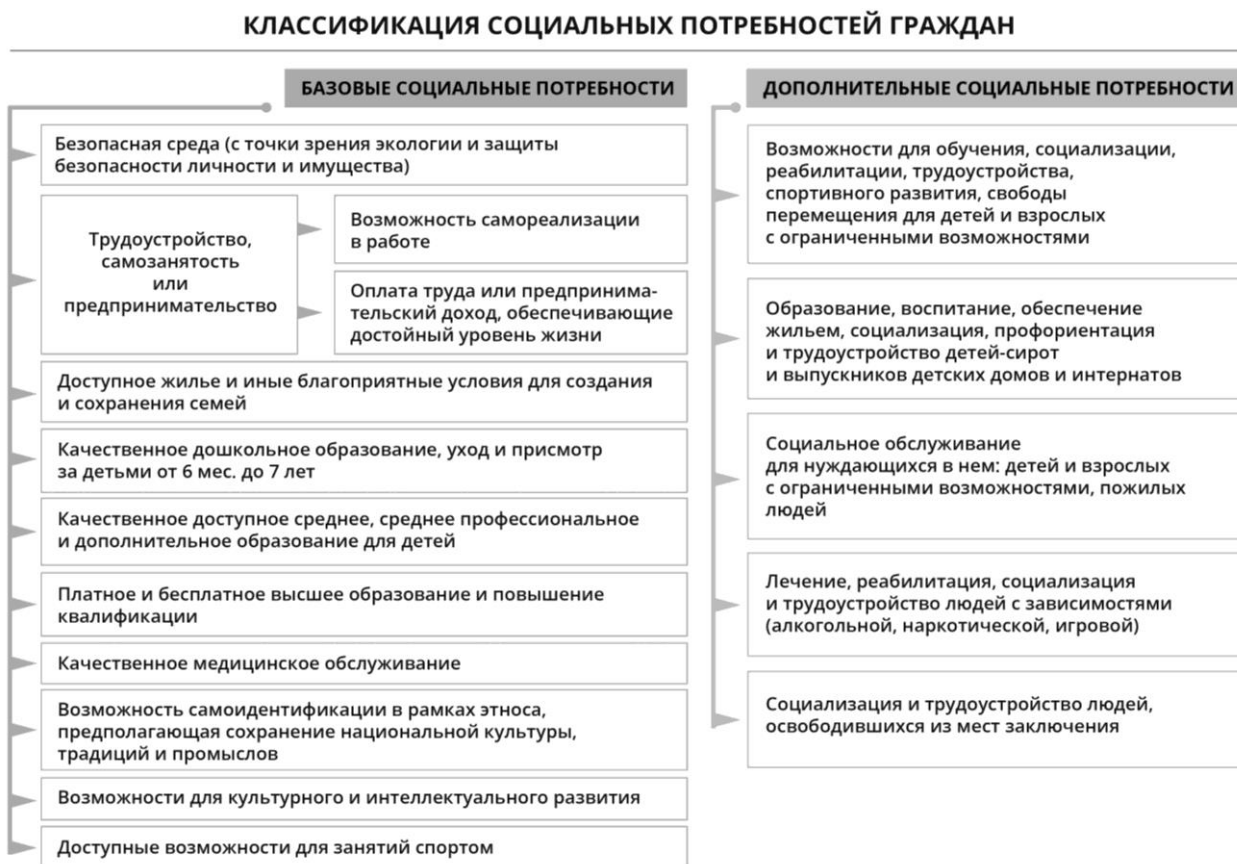


Рисунок 1.1. Систематизация социальных потребностей граждан

Далее сформулируем понятие социальной стоимости. Это понятие фигурирует, в частности, в законодательстве Великобритании в законе Public Services (Social Value) Act 2012 [189]. В нем сказано, что социальная стоимость формируется в процессе деятельности, направленной на «улучшение экономического, социального и экологического благополучия на определенной территории, а также сохранение этого улучшения».

Данная формулировка нуждается, однако, в уточнении в силу отсутствия конкретизации в определении сути и форм проявления экономического, социального и экологического благополучия граждан.

Дополнительные возможности уточнения понятия «социальная стоимость» предоставляет интерпретация принципа оптимума Вильфредо Парето [207].

По Парето, оптимум – это состояние, при котором достигается максимальное суммарное благосостояние общества и оптимальное распределение благ и ресурсов, и изменение этого состояния влечет за собой ухудшение благосостояния хотя бы одного элемента системы.

С описанием В. Парето оптимального состояния общества, к которому оно стремится и любое изменение которого приведет к ухудшению благосостояния хотя бы одного из элементов данной системы, согласуется также трактовка социального предпринимательства Р. Мартина и С. Осберг, которое они описывают как механизм трансформации несправедливого рыночного равновесия, нацеленный на переход системы в новое состояние с лучшими, более справедливыми характеристиками.

Таким образом, базируясь на вышеприведенных определениях, можно резюмировать, что **социальная стоимость** представляет собой интегральный показатель, характеризующий изменение качества жизни человека или группы людей, и в частности изменение степени удовлетворения социальных потребностей человека или группы людей.

Далее определим, что такое «социальное воздействие».

Под **социальным воздействием** понимают количественный эквивалент создаваемой социальной стоимости. Оно может быть как положительным, так и отрицательным. Научные исследования по социальному воздействию концентрируются в основном на создании методик для его измерения, включающих как наборы показателей, так и способы оценки количественных и качественных социальных изменений, а также сведения их к общему знаменателю стоимостных оценок. Подробно данные методики будут проанализированы во второй главе.

Далее следует определить понятие института развития как общеэкономическую категорию, а также сформулировать понятие ИРСП. В России государственная исполнительная власть считает институты развития одним из инструментов государственной политики, который предполагает использование механизмов ГЧП и нацелен на стимулирование

инновационного и инфраструктурного развития, экономического роста и диверсификации экономики, а также на компенсацию «провалов рынка», т. е. проблем, которые не решаются с помощью рыночных инструментов [43].

В научной литературе используются 3 ведущих подхода к определению «институтов развития» [56], которые можно условно обозначить как широкий, узкий и смешанный. Согласно первому подходу к институтам развития относят формальные и неформальные нормы и правила, устанавливаемые государством или традицией, которые формируют стимулы у хозяйствующих субъектов к деятельности в заданном направлении, а также снижают неопределенность и, как следствие, издержки хозяйствующих субъектов по преодолению этой неопределенности и способствуют более эффективной экономической деятельности хозяйствующих субъектов. Второй, узкий, подход относит к институтам развития либо только государственные, либо организационно-экономические структуры любых форм собственности, которые содействуют «распределению ресурсов в пользу проектов по реализации потенциала экономического роста» [112] или нацелены на компенсацию «провалов рынка» [101]. Смешанный подход включает в институты развития как отдельные организации, так и процедурные механизмы, позволяющие реализовывать эффективные управленческие решения и являющиеся одновременно и «средой, и инструментом государственной политики развития» [51].

Для реализации задач настоящего исследования второй (узкий) подход представляется наиболее целесообразным, поскольку он позволяет избежать размывания границ понятия и сконцентрироваться на анализе и моделировании деятельности конкретных хозяйствующих субъектов.

Используя данный понятийный аппарат, можно описать место и функции СП в социально-экономической системе на примере Российской Федерации.

Как упоминалось выше, в России статьи 34–44 Конституции РФ описывают основные социальные права граждан и социальные обязательства

государства по реализации концепции социального государства, сформулированной в статье 7 и связанной с выполнением задачи «создания условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека».

Государство выполняет свои социальные обязательства перед гражданами, используя систему минимальных социальных стандартов, систему социального, медицинского и пенсионного страхования, Фонд занятости, а также привлекая негосударственные организации к оказанию социальных услуг.

Государство использует последний инструмент в случае, если это более эффективно с экономической, организационной точек зрения, или исходя из интересов гражданина, поскольку негосударственные организации часто готовы проявлять большую клиентоориентированность и креативность в решении социальных проблем граждан.

Социальные предприятия также могут в своей деятельности ориентироваться на социальные потребности граждан, которые не входят в государственный «социальный пакет», производя товары и услуги, за которые граждане готовы платить напрямую социальным предприятиям.

Вышеописанные взаимосвязи понятий иллюстрирует Рисунок 1.2.

В соответствии с Рисунком 1.2 социальные предприятия и благотворительные организации выполняют дополняющую и вспомогательную функции по отношению к государству в случае нехватки ресурсов у государства для выполнения социальных обязательств.

Государство при этом регулирует количество благотворительных организаций и социальных предприятий, уменьшая или увеличивая собственный вклад в удовлетворение социальных потребностей граждан.

В системе с преобладающей долей государства в социальной сфере социальные предприятия решают локальные социальные проблемы, а также служат инструментом оптимизации для государства, предоставляя ему возможности для аутсорсинга выполнения своих социальных обязательств там и тогда, где это целесообразно.



Рисунок 1.2. Система создания дополнительной социальной стоимости в рамках национальной социально-экономической системы в части реализации статьи 7 Конституции РФ

Кроме того, как показано на Рисунке 1.2, социальные предприятия выполняют функцию активизации социальной инициативы граждан и частного капитала, направляя ее и обеспечивая ее финансовую устойчивость с помощью организации производства и продажи товаров и услуг.

Схема создания финансовой стоимости в этой системе отношений представлена на Рисунке 1.3.

Таким образом, в основу авторской гипотезы концепции СП следует включить реализацию социальными предприятиями вспомогательной и дополняющей функции по отношению к государству в части выполнения им своих социальных обязательств перед гражданами, функцию удовлетворения ими базовых и дополнительных социальных потребностей граждан, а также функцию активизации социальной инициативы граждан и частного капитала.



Рисунок 1.3. Система создания дополнительной финансовой стоимости в рамках национальной социально-экономической системы в части реализации статьи 7 Конституции РФ

Сформулировав гипотезу о функциях СП в рамках национальных социально-экономических систем (на примере Российской Федерации), необходимо выявить и сформулировать объективные критерии СП, отличающие социальные предприятия от других субъектов социально-экономической деятельности, реализующих функцию удовлетворения социальных потребностей граждан (Рисунок 1.4).

На Рисунке 1.4 представлены границы, сходства и отличия СП от других видов деятельности, направленных на позитивные изменения в обществе. Одним из основных **различий социального и коммерческого предпринимательства** является создание социальными предприятиями дополнительной социальной стоимости.



Рисунок 1.4. Характеристики деятельности основных субъектов социально-экономической системы, реализующих функцию удовлетворения социальных потребностей граждан

Как показано на Рисунке 1.4, коммерческие предприятия формируют социальную стоимость, связанную с созданием новых рабочих мест и выплатой заработной платы своим сотрудникам, что повышает уровень их материального благополучия. Социальные предприятия в дополнение к социальной стоимости, присущей коммерческим, создают дополнительную социальную стоимость, связанную с удовлетворением социальных потребностей граждан, в том числе представителей социально незащищенных групп.

Еще одним отличием является мотивация собственника к созданию и развитию предприятия. В коммерческом бизнесе основной мотивацией является стремление к извлечению максимальной прибыли, в социальном же – решение или смягчение социальных проблем, а использование предпринимательского подхода и методов построения устойчивой бизнес-

модели служит для реализации этой цели. Прибыль в СП – это прежде всего источник средств для увеличения социального воздействия от деятельности и для развития бизнеса.

Благодаря нацеленности на решение социальной проблемы предприятие заинтересовано не только в собственном развитии, но и в распространении реализованной им бизнес-модели для усиления социального воздействия и расширения ее географического охвата.

Именно тиражирование полученного опыта другими социальными предпринимателями, в других регионах и экономических условиях становится одной из важнейших черт СП. Еще одной значимой характеристикой этого вида бизнеса является применение инновационных подходов, будь то новая комбинация ресурсов, нестандартные технологии, необычная стратегия продаж или продвижения. Безусловно, инновации могут дать конкурентные преимущества любому предприятию, однако они не имманентно присущи коммерческой деятельности.

Неотъемлемой характеристикой СП они становятся постольку, поскольку социальные предприниматели имеют дело с проблемами, за которые уже зачастую брались государственные и благотворительные организации, но не нашли эффективных способов их преодоления. Поэтому именно целевая установка мотивирует социальных предпринимателей искать уникальные решения, улучшающие жизнь других людей.

В рамках деятельности коммерческих предприятий выделяются 2 вида активности, которые необходимо охарактеризовать, чтобы провести четкую границу между ними и деятельностью социальных предприятий: корпоративная социальная ответственность и устойчивое предпринимательство.

Устойчивое предпринимательство – одно из направлений коммерческого, поэтому на Рисунке 1.4 оно отдельно не выделяется. Д. Шеферд и Х. Патцельт [198] утверждают, что «устойчивое предпринимательство направлено на сохранение природы и жизни, на

развитие общества».

В своей деятельности устойчивый бизнес стремится минимизировать негативное влияние на глобальную или локальную окружающую среду и сообщество. Однако при этом устойчивое предпринимательство не ставит перед собой задачу решения конкретных острых социальных проблем, и в этом заключается главное различие этих видов деятельности. Разница заметна и в вопросе распределения прибыли: в устойчивом предпринимательстве, как и в коммерческом, она распределяется между владельцами и акционерами.

Корпоративная социальная ответственность, в свою очередь, считается одной из форм корпоративного саморегулирования, интегрированного в бизнес-модели, и функционирует как встроенный механизм самоконтроля в рамках коммерческого предпринимательства, поэтому на Рисунке 1.4 она также не выделяется в отдельный блок.

В основе корпоративной социальной ответственности лежит ответственное отношение бизнеса к собственной деятельности, желание положительно влиять на окружающую среду, потребителей, сотрудников, жизнь общества в целом. Д. Барон [127] считает, что СП отличается от корпоративной социальной ответственности наличием социальной миссии, тогда как в рамках КСО предприятия, стремящиеся к прибыли, принимают на себя дополнительную социальную нагрузку в расчете на получение конкурентных преимуществ и улучшение репутации, которые также имеют следствием увеличение прибыли.

СП и социальный активизм (волонтерство и добровольчество). Социальный активизм (волонтерство и добровольчество) представляет собой усилия частных лиц и общественных организаций, направленные на решение или смягчение социальных проблем.

Их цели аналогичны целям деятельности социальных предприятий. Отличие состоит в том, что социальные активисты для достижения поставленных целей не используют бизнес-модели и не занимаются производством товаров и услуг. Как правило, социальные активисты

осуществляют свою деятельность в свободное от работы время и на собственные средства.

СП и благотворительность. Благотворительность – это деятельность на благо общества, финансируемая с помощью добровольных пожертвований организаций и частных лиц. Она отличается от СП тем, что подразумевает безвозмездное использование собранных жертвователями средств и не предполагает использования бизнес-решений и методов, а также любой деятельности, связанной с извлечением прибыли.

Таким образом, суммировав характеристики, отличающие социальные предприятия от других субъектов социально-экономической системы, а также отличающие деятельность социальных предприятий от иных видов социальной деятельности, можно определить **социальное предприятие (субъект СП)** как предприятие, созданное в любой организационно-правовой форме и отвечающее следующим требованиям:

- 1) создание базовой и дополнительной социальной стоимости;
- 2) основным содержанием деятельности является тестирование, внедрение, масштабирование и тиражирование инновационных способов решения социальных проблем;
- 3) самоокупаемость и предпринимательский подход;
- 4) реинвестирование большей части прибыли в развитие социального предприятия (масштабирование решения социальной проблемы).

Исходя из вышеизложенного, в дальнейшем исследовании используются следующие термины:

Социальное предпринимательство – это деятельность социальных предприятий, созданных в любых организационно-правовых формах, отвечающая вышеперечисленным требованиям.

Система социального предпринимательства – совокупность действующих социальных предприятий.

Опираясь на сформулированные определения института развития, а также социальных предприятий и СП, представляется возможным

определить *институты развития социального предпринимательства* как совокупность государственных и негосударственных организаций, способствующих развитию социальных предприятий с целью максимизации создаваемой ими социальной стоимости.

Одним из подвидов ИРСП являются социальные инвесторы, предметом деятельности которых являются социальные инвестиции. Термины «социальные», «социально-преобразующие», «преобразующие инвестиции», а также «инвестиции социального воздействия» не имеют смысловых различий, но представляют собой различные варианты перевода английских терминов *social investment* и *impact investment*. Поскольку научные исследования по данной тематике во всем мире находятся в эмбриональной фазе, терминология за рубежом также только формируется. В целом, однако, можно зафиксировать, что в мировой практике с этими понятиями связывают нацеленность инвестиций на достижение определенного позитивного социального воздействия. Далее в качестве русскоязычного термина, описывающего такие вложения и процесс их осуществления, будут употребляться термины «социальные инвестиции» и «социальное инвестирование».

Приведем примеры зарубежных определений социальных инвестиций. Глобальная сеть социального (преобразующего) инвестирования (*Global Impact Investment Network*), объединяющая на сегодняшний день более 200 социальных инвесторов, дает таким инвестициям следующее определение [209]: инвестиции в компании, организации и фонды, направленные как на позитивное социальное и экологическое воздействие, так и на финансовую отдачу.

Рабочая группа по социальным (социально-преобразующим) инвестициям при G8 (*Social Impact Investment G8 Taskforce*) [187] сформулировала следующее определение социально-преобразующих инвестиций: инвестиции, имеющие в равной степени конкретные социальные и финансовые цели и предполагающие измерение и контроль достижения этих

целей.

По Л. Саламону [191] под социально-преобразующими инвестициями понимаются такие инвестиции, которые в значительной степени стремятся создавать «социальную стоимость», т. е. улучшать здоровье, повышать благосостояние и качество жизни населения, особенно неимущего; поощрять свободное выражение мыслей или служить развитию более справедливого с социальной точки зрения общества.

По мнению Д. Эмерсона и Э. Багг-Левина [24], целью преобразующих инвесторов является создание общественных и финансовых благ, при этом инвесторы стремятся измерять достигнутые результаты и управлять процессом создания социальной и финансовой стоимости.

Исходя из вышеизложенного, социальные инвестиции имеют явное отличие от благотворительных пожертвований, поскольку, кроме измеримого социального воздействия, на которое направлена благотворительность, предполагают и достижение конкретных измеримых финансовых результатов.

Исходя из вышеприведенных определений, представляется возможным сформулировать определения социальных инвестиций и социальных инвесторов.

Социальные инвестиции – это ресурсы, вкладываемые в социальные предприятия с целью достижения как конкретного измеримого позитивного социального и / или экологического воздействия, так и финансового результата.

Социальные инвесторы – это физические и юридические лица, в том числе финансовые организации, инвестирующие средства и ресурсы в социальные предприятия с целью достижения как конкретного измеримого позитивного социального и / или экологического воздействия, так и финансового результата.

Соотношение социального результата и финансовой отдачи от инвестиций определяется инвестором самостоятельно в соответствии со своими целями и задачами. Они же определяют форму и срок

финансирования. Помимо финансовой поддержки, социальные инвесторы могут оказывать социальному предприятию иные формы содействия, включая налаживание управленческого учета, привлечение специалистов, разработку системы мотивации персонала, привлечение иных необходимых для предприятия ресурсов.

Широкий список сфер деятельности социальных предприятий в мировой практике в соответствии с Приложением П.2 показывает, что эти

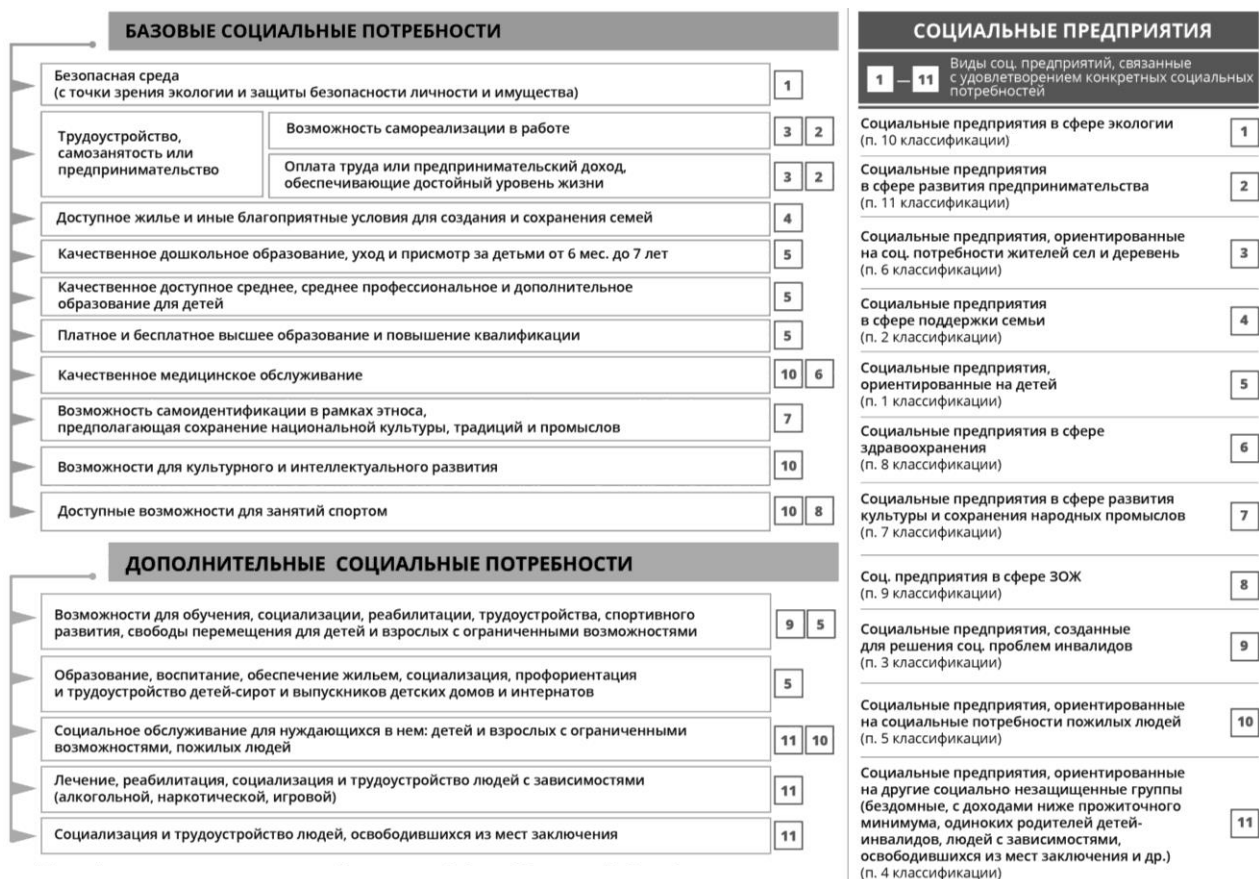


Рисунок 1.5. Связь классификации видов деятельности социальных предприятий с социальными потребностями

направления связаны с удовлетворением как базовых социальных потребностей всех граждан в той мере, в которой эти потребности не удовлетворяются другими акторами социально-экономической системы (государством, коммерческими предприятиями, благотворительными организациями), так и дополнительных потребностей отдельных социальных групп, признаваемых в рамках национального законодательства социально незащищенными.

При этом связь видов деятельности социальных предприятий, определенных в соответствии с Приложением П.2, с социальными потребностями отображена на Рисунке 1.5.

Резюмируя вышеизложенное, можно сформулировать следующие выводы:

1) Современный уровень научного изучения СП является начальным и носит в основном эмпирически-описательный характер. Такое положение связано в первую очередь с новизной данного социально-экономического явления, а также с отсутствием национальных и общемировых систем накопления статистической информации о субъектах СП.

2) Разработанные до настоящего времени подходы к изучению СП отвечают задачам выделения субъектов СП из числа прочих субъектов социально-экономической деятельности, а также формулирования широкого спектра их целей, задач, форм и способов деятельности, которые имеют существенную национальную и региональную вариативность.

3) Недостатком существующих подходов к изучению СП является рассмотрение этого явления исключительно на микроуровне, что не дает возможности установить место, роль и потенциал развития социальных предприятий в национальных социально-экономических системах.

4) Выявлена вспомогательная и дополняющая функция социальных предприятий по отношению к государству в части выполнения им своих социальных обязательств перед гражданами, а также функция удовлетворения ими базовых и дополнительных социальных потребностей граждан и функция активизации социальной инициативы граждан и частного капитала.

5) Сформулированы авторские критерии и определение социального предприятия, СП, ИРСП, системы СП, а также определение социальной стоимости, социального воздействия и социальных потребностей.

6) Сформулирована гипотеза о связи основных направлений СП с видами базовых и дополнительных социальных потребностей граждан.

7) Далее для решения задач настоящего исследования необходимо

очертить базу доступных эмпирических данных по существующим в России социальным предприятиям и институтам их развития, проанализировать и выявить основные характеристики их деятельности и форматы взаимодействия и оценить с точки зрения эффективности. На основе результатов такого анализа возможно формирование теоретических моделей и практических механизмов, решающих задачу наиболее эффективного (т. е. обеспечивающего достижение поставленных целей с наименьшими ресурсами в минимальные сроки) развития социального предпринимательства в России с помощью специализированных институтов.

1.2. Социальное предпринимательство в России

Установив актуальное состояние спектра подходов к описанию СП как нового экономического явления, необходимо установить, каков текущий уровень его развития в России и какие социально-экономические субъекты влияют на его развитие.

Исследование социальных предприятий в России и в мире существенно затруднено вследствие отсутствия сбора и анализа статистики по ним на национальном уровне. В соответствии с исследованием В. Бариновой, СП недостаточно институционально оформилось, и его изучение сводится в основном к анализу историй отдельных социальных предпринимателей и предприятий [25].

Росстат и Министерство экономического развития такую статистику не ведут и не публикуют. Таким образом, государство, являющееся в настоящее время ведущим ИРСП в России, тем не менее не анализирует результаты своей стимулирующей активности. Данные по отдельным регионам можно найти в отчетах нескольких региональных Центров инноваций социальной сферы (далее ЦИСС). Наиболее подробные отчеты публикует Омский ЦИСС. Однако данные этих отчетов, в соответствии с Приложением П.4, не дают возможности сделать вывод о количестве социальных предприятий в данном

регионе, речь идет только о количестве обученных или получивших консультации предпринимателей.

Определенные виды анализа возможны также с использованием материалов негосударственных ИРСП, в том числе вузов, осуществляющих финансирование и обучение социальных предпринимателей и при этом исследующих их деятельность.

Материалы, собираемые вузами, основаны на анализе деятельности социальных предприятий, чьи владельцы или руководители проходили обучение и разрабатывали свои проекты в этих вузах. Так, например, в диссертации Ю. Н. Арай [20] эмпирической базой служат бизнес-планы, отчеты и материалы по проектам создания социальных предприятий предпринимателями, которые получили гранты фонда «Навстречу переменам» и проходили обучение в Высшей школе менеджмента СПбГУ по программе по СП. Такие ограниченные данные не могут быть основой для исследования объемов всей отрасли СП в национальном и региональном разрезе, а также ее социального и экономического вклада в социально-экономическую систему России.

Данные, публикуемые региональными или отраслевыми ИРСП, чья деятельность более подробно будет охарактеризована ниже, также сводятся к краткому описанию деятельности отдельных социальных предприятий, которые участвовали в конкурсах на получение финансирования, а также проходили обучение или получали иную нефинансовую поддержку. Например, компания «Балтика» провела в 2018 году грантовый конкурс «Действуй без границ», в рамках которого было проведено обучение социальных предпринимателей, а также выделены гранты на сумму 2,7 миллиона рублей 7 социальным предприятиям [68].

Столь же краткое описание поддержанных проектов публикует фонд «Навстречу переменам», который финансирует и обучает социальных предпринимателей, развивающих свои предприятия в сфере защиты, воспитания и образования детей.

По состоянию на конец 2018 года наиболее полную статистику по СП накопил универсальный (т. е. действующий на большей части территории России, поддерживающий социальные предприятия всех направлений и использующий максимальный спектр инструментов поддержки) негосударственный ИРСП фонд «Наше будущее». В силу существенной географической и отраслевой вариативности поддержанных фондом предприятий, данные по ним могут служить эмпирической базой для обзора деятельности социальных предприятий в России.

За период с 2008 по 2018 год фонд выдал 228 беспроцентных займов на сумму 599,2 млн рублей социальным предприятиям, работающим в 55 регионах России. Кроме того, фонд выявляет действующие социальные предприятия в 9 регионах России, в которых работают региональные представители фонда. По данным региональных представителей, по состоянию на 1 декабря 2018 года в этих регионах работали 3 156 социальных предприятий. Базируясь на данных фонда, представляется возможным провести анализ социальных предприятий по следующим направлениям: количество социальных предприятий, действующих в конкретных сферах деятельности или работающих с конкретной целевой социальной группой, организационно-правовые формы социальных предприятий, средние показатели социального воздействия по каждому виду социальных предприятий.

Количество выявленных социальных предприятий в 9 регионах РФ представлено в Таблице 1.

Как видно из Таблицы 1, наибольшее количество социальных предприятий в расчете на 10 тысяч населения в исследуемых 9 регионах наблюдается в Ханты-Мансийском автономном округе (далее – ХМАО) – Югре. Предположительно этот факт может быть связан с региональной политикой и активной поддержкой СП в округе.

Далее классифицируем действующие социальные предприятия по сферам деятельности и организационно-правовым формам.

Таблица 1.

Количество социальных предприятий в 9 регионах РФ на 1.12.2018

№	Регион	Кол-во социальных предприятий	Численность населения в регионе [104]	Кол-во социальных предприятий на 10 000 человек
1	Астраханская обл.	194	1 017 514	1,91
2	ХМАО – Югра	757	1 655 074	4,57
3	Архангельская обл.	219	1 155 028	1,90
4	Республика Коми	49	840 873	0,58
5	Нижегородская обл.	364	3 234 752	1,13
6	Пермский край	306	2 623 122	1,17
7	Удмуртия	5	1 513 044	0,03
8	Калининградская обл.	346	994 599	3,48
9	Татарстан	916	3 894 284	2,35
	Итого:	3 156		1,98

В соответствии с Приложением П.3, можно проанализировать данные по количеству социальных предприятий, получивших беспроцентные займы фонда «Наше будущее», а также выявленных в ХМАО – Югре, с распределением по сферам деятельности и выделением доли каждой сферы деятельности в общем количестве социальных предприятий. Таким образом, представляется возможным сравнить количественное распределение социальных предприятий, выявляемых негосударственным ИРСР на федеральном уровне, и региональный аспект развития СП.

В соответствии с Приложением П.3, основной целевой социальной группой, для которой работают социальные предприятия как в России в целом, так и в отдельных регионах в частности, являются дети. При этом на региональном уровне эта сфера более весома, нежели на уровне федерального ИРСР, и составляет 46,63 процента. Наибольший вклад в это направление СП

на федеральном и региональном уровнях вносят инклюзивные центры развития и дополнительного образования (9,65 и 20,34 процента соответственно), частные ясли, детские сады и школы там, где их не хватает (11,4 и 3,96 процента соответственно), предприятия, организующие детский спорт и оздоровление (6,14 и 7,93 процента соответственно), предприятия, занимающиеся организацией детского досуга и патриотического воспитания (3,95 и 6,21 процента соответственно), а также предприятия, занимающиеся социальным обслуживанием и реабилитацией детей-инвалидов (3,51 и 3,3 процента соответственно). Диспропорции внутри этих групп между федеральным и региональным распределением количества социальных предприятий могут быть связаны как со спецификой региональных социальных проблем Югры по сравнению со средними показателями по стране, так и с инвестиционной политикой фонда «Наше будущее».

Второй сферой деятельности по количеству выбирающих ее для своей деятельности социальных предприятий, общей для федеральной и региональной повестки, является социальная реабилитация инвалидов. В этой сфере на уровне федерального ИРСП преобладают проекты, связанные с созданием рабочих мест для инвалидов, а также с производством и реализацией технических средств для реабилитации и улучшения качества жизни людей с ограниченными возможностями, тогда как на уровне выбранного для анализа региона наибольший вес имеют предприятия, связанные с их социальным обслуживанием на дому и предоставлением услуг представителям этой социальной группы. Развитие именно сферы социального обслуживания инвалидов в Югре предположительно связано с активной политикой этого региона по привлечению негосударственных организаций к оказанию социальных услуг по № 442-ФЗ. Преимущество, отдаваемое негосударственным ИРСП, действующим на территории всей России, проектам по производству средств реабилитации для инвалидов связано с высокой капиталоемкостью такого производства и вследствие этого – с недостаточностью государственных грантов и субсидий, которые

социальное предприятие может получить для развития такого рода производств, что стимулирует их к поиску негосударственных источников финансирования.

И третьей сферой деятельности по количеству работающих в ней социальных предприятий является здравоохранение, как на уровне региона, так и на национальном уровне, что объективно демонстрирует выполнение социальными предприятиями дополняющей функции по отношению к государственным организациям здравоохранения в части, когда на местном уровне потребности граждан в качественном и доступном медицинском обслуживании удовлетворяются недостаточно по количеству или качеству. Доля социальных предприятий, работающих в сфере здравоохранения, составляет 9,21 процента в статистике негосударственного ИРСР и 12,02 процента в региональном реестре социальных предприятий.

Трудоустройство, социальная реабилитация и социальное обслуживание других социально незащищенных групп, и прежде всего пожилых людей, четвертой по численности группы в общем числе социальных предприятий и на страновом (12,72 процента), и на региональном уровне (16,51 процента). Большая доля на уровне региона также связана с более активным внедрением в Югре схем работы с социальными предприятиями в рамках реализации № 442-ФЗ, нежели в других регионах, чья практика отражается в статистике фонда «Наше будущее».

По организационно-правовым формам социальных предприятий статистика доступна только на уровне негосударственного ИРСР, распределение это отражено в Таблице 2.

На основании этих данных можно констатировать, что социальные предприятия преимущественно действуют в коммерческих организационно-правовых формах, их доля составляет 79,82 процента. Однако данная статистика свидетельствует о том, что пятая часть социальных предприятий действует в некоммерческих организационно-правовых формах. Данный факт свидетельствует об искусственности законодательного ограничения понятия

СП рамками коммерческих организационно-правовых форм, а также формирования на основе этого ограниченного понятийного восприятия дуалистичной системы поддержки этих двух направлений деятельности российских организаций, связанных с решением социальных проблем.

Таблица 2.

Организационно-правовые формы социальных предприятий

№	Организационно-правовая форма (ОПФ)	Кол-во соц. предприятий	Доля в общем кол-ве
1	Индивидуальные предприниматели	83	36,40 %
2	Общества с ограниченной ответственностью	92	40,35 %
3	Открытые акционерные общества	1	0,44 %
4	Крестьянско-фермерские хозяйства	6	2,63 %
	<i>Итого коммерческих ОПФ</i>	<i>182</i>	<i>79,82 %</i>
5	Некоммерческие ОПФ (фонды, АНО, некоммерческие партнерства, региональные общественные организации и прочие ОПФ)	46	20,18 %
	Итого:	228	100,00 %

Одним из важнейших критериев для анализа деятельности социальных предприятий является оценка социального воздействия. Поскольку оценка социального воздействия с помощью метода, позволяющего сравнить социальные предприятия в разных сферах деятельности, а именно метода оценки возврата на инвестиции, является достаточно трудоемкой, представляется целесообразным выборочно оценить социальное воздействие по основным группам социальных предприятий. В Таблице 3 представлены результаты оценки социального воздействия по 30 предприятиям из 228, получившим беспроцентные займы фонда «Наше будущее». Таким образом, выборка составила 13 процентов.

Опубликованные результаты данной оценки [77] свидетельствуют о высокой социальной эффективности работы вошедших в выборку 30 социальных предприятий, поскольку в среднем на каждый рубль, вложенный в предприятия всеми заинтересованными сторонами, включая государство, инвесторов, клиентов и бенефициаров, они получили 3,01 рубля созданных социальных благ.

Таблица 3.

Выборочная оценка социального воздействия

№	Направления деятельности	Кол-во проектов	Доля проектов, %	Средний индекс SROI
1	Медицина	4	13,33 %	5,84
2	Инклюзивные центры развития и доп. образования для детей	8	26,67 %	3,50
3	Детский досуг	1	3,33 %	1,29
4	Спорт	3	10,00 %	2,02
5	Занятость инвалидов	2	6,67 %	2,47
6	Культура	1	3,33 %	2,34
7	Оздоровление детей	2	6,67 %	1,86
8	Реабилитация инвалидов	1	3,33 %	2,71
9	Пансионаты для пожилых людей и соцобслуживание инвалидов и пожилых людей на дому	2	6,67 %	3,42
10	Социальный туризм	3	10,00 %	2,26
11	Экопродукты	1	3,33 %	1,39
12	Вторичная переработка отходов и биоразлагаемая бытовая химия	2	6,67 %	1,40
	Итого:	30	100,00 %	
	Средний индекс SROI по 30 предприятиям:			3,01

На основании Таблицы 3 можно выделить направления деятельности, которые показывают социальную эффективность выше среднего: это социальные предприятия в сфере здравоохранения, инклюзивного развития и дополнительного образования детей, а также создание резиденций для пожилых людей и обслуживание пожилых людей и инвалидов на дому.

Таким образом, резюмируя вышеприведенный анализ, можно констатировать, что в России социальные предприятия действуют во всех направлениях, связанных с социальными потребностями граждан, сформулированными в Конституции РФ. Они диверсифицированы также с точки зрения организационно-правовых форм, хотя преобладающими являются коммерческие организационно-правовые формы. В среднем, по располагаемым данным выборочной оценки социального воздействия социальных предприятий, поддержанных фондом «Наше будущее», на каждый рубль вложенных обществом средств они создают для него 3,01 рубля социальных благ. Однако подтверждение социальной эффективности вложенных обществом в социальные предприятия ресурсов требует более широкого исследования в рамках внедрения оценки социального воздействия на государственном региональном и национальном уровнях.

1.3. Институты развития социального предпринимательства в России

В РФ действует ряд организаций, деятельность которых соответствует ранее сформулированному определению ИРСП. Их можно подразделить по форме собственности на государственные и негосударственные, а по функциональным направлениям деятельности – на 3 группы:

- 1) социальные инвесторы, вкладывающие финансовые и нефинансовые ресурсы в социальные предприятия;

- 2) агенты развития – государственные и негосударственные институты развития, создающие благоприятные условия для социальных

предприятий (льготы, формирование законодательства, обучение, методическая, консультационная, гарантийная, сбытовая поддержка, выявление неудовлетворенных социальных потребностей, создание условий для выбора гражданами поставщика социальных услуг из числа государственных и негосударственных организаций, сертификация социальных предприятий);

3) формальные и неформальные объединения социальных предприятий, выполняющие функции защиты интересов, формирования согласованного видения социальных предприятий и запроса в отношении создания благоприятных условий для их деятельности.

В РФ пока отсутствует всероссийское объединение социальных предприятий в силу недостаточной зрелости отрасли СП с точки зрения количества социальных предприятий, географической концентрации, осознания необходимости представления коллективных интересов. Однако в ряде субъектов РФ созданы региональные объединения. К ним относятся Ассоциации социальных предпринимателей Омской области, Пермского и Красноярского краев, Петербурга и Ленинградской области, Сахалинской и Тюменской областей.

При рассмотрении деятельности первого из вышеперечисленных видов ИРСИ – социальных инвесторов – представляется целесообразным проанализировать их цели, задачи, мотивацию, формы деятельности и ее результаты.

Целевые установки социальных инвесторов в мировой практике затрагивают 3 основных блока: социальное воздействие (т. е. какую пользу в количественном и качественном выражении должны принести обществу инвестиции организации за определенный период), риски (т. е. каков максимально допустимый уровень рискованности вложений) и доходность инвестиций.

Для классификации и анализа деятельности социальных инвесторов можно выделить следующие признаки:

- 1) приоритет доходности или социального воздействия и фактические результаты деятельности по уровню доходности и социального воздействия;
- 2) география проектов;
- 3) отраслевой фокус (специализация);
- 4) масштаб инвестиций;
- 5) количество проектов в портфеле;
- 6) инструменты поддержки.

Данные критерии исчерпывающе описывают выбранную стратегию любого социального инвестора в соответствии с требованиями GIIN (Global impact investment network – Глобальной сети преобразующих инвесторов) [131].

По первому признаку, согласно схеме, приведенной Л. Саламоном [98] (Рисунок 1.6), можно классифицировать социальных инвесторов по приоритетности социального воздействия или доходности в инвестиционной стратегии, определив целевой и пороговый уровни социального воздействия и доходности, а также целевое и пороговое значение по уровню риска инвестиций, которые определяют коридор для принятия конкретных инвестиционных решений.

Таким образом, при оценке результативности деятельности социального инвестора выявляется отклонение фактических значений этих показателей за отчетный период от целевых, и по итогам оценки отклонений происходит корректировка инвестиционных планов следующего планового периода.

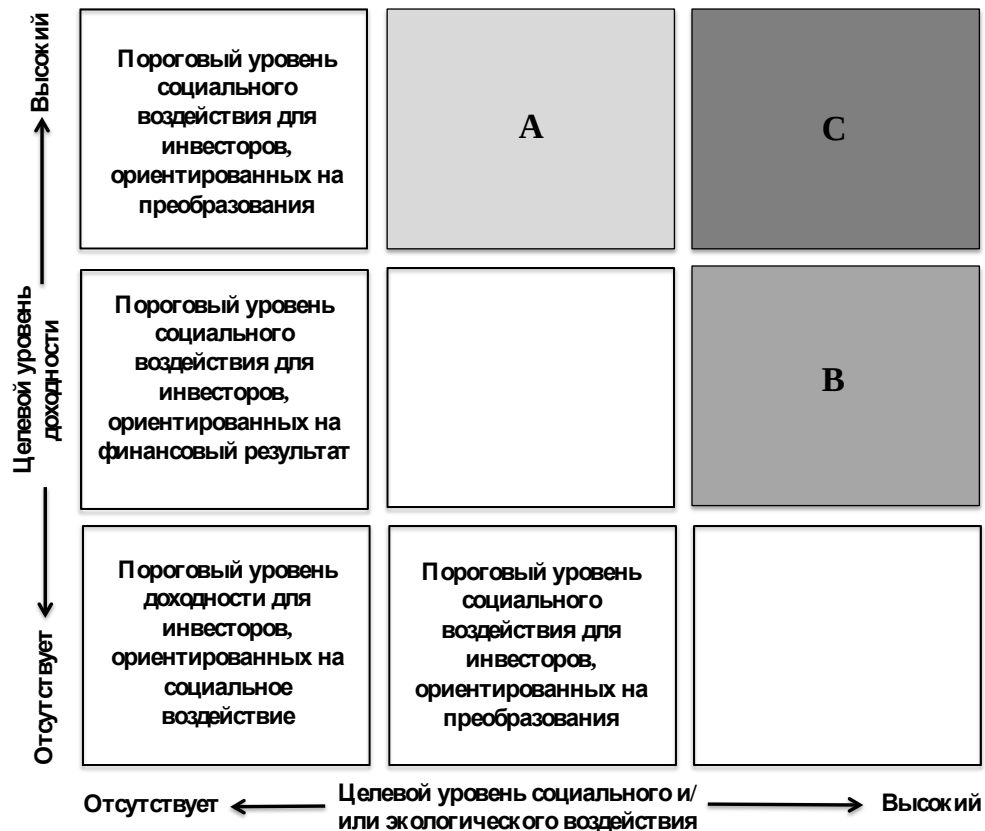


Рисунок 1.6. Зоны деятельности социально-преобразующих инвесторов, подходящие инвесторам, ориентированным на социальное воздействие, и инвесторам, ориентированным на финансовый результат (A = зона, подходящая инвесторам, ориентированным на финансовый результат; B = зона, подходящая инвесторам, ориентированным на максимизацию социального воздействия; C = зона, подходящая инвесторам обоих типов)

[98]

Как показывает исследование Мирового экономического форума 2013 года [120], социальный инвестор может добиваться общей доходности портфеля выше рыночной: в частности, у 70 процентов фондов социальных инвестиций этот показатель составляет 11 процентов и выше.

По географии проектов социальных инвесторов можно подразделить на:

- 1) действующие на местном уровне;
- 2) действующие на региональном уровне;
- 3) действующие на национальном уровне;
- 4) ориентирующиеся на группы стран и макрорегионы.

По отраслевой специализации следует выделить социальных инвесторов, ориентирующихся на вложения в определенную сферу (например, здравоохранение), в несколько сфер, а также инвесторов, вкладывающих средства в организации, решающие острые социальные проблемы в любой сфере.

Критерий масштаба инвестиций характеризует объем инвестируемого капитала по сравнению с общемировым или национальным объемом рынка социального инвестирования. Количество проектов в портфеле свидетельствует о точечном или массовом характере деятельности социального инвестора. Критерий инструментов поддержки характеризует инвестора с точки зрения нишевого или универсального характера используемых им форм поддержки социальных предприятий (финансовых и нефинансовых инструментов).

Российская сфера социального инвестирования находится в начальной стадии своего развития и включает в себя:

- 1) государство как самого массового социального инвестора (согласно данным, приведенным в пояснительной записке к законопроекту «О внесении изменений в Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (в части закрепления понятий «социальное предпринимательство», «социальное предприятие»)), «общий объем [государственного] финансирования мероприятий в сфере поддержки социального предпринимательства с 2012 года составил 1,5 млрд рублей»);

- 2) региональных социальных инвесторов, которые стимулируют развитие СП в регионах своей деятельности в рамках программ своей корпоративной социальной ответственности (к числу таких инвесторов относятся: ПАО «ЛУКОЙЛ», ПАО «Северсталь», ОК РУСАЛ, ООО УК «Металлоинвест», Объединенная металлургическая компания (АО «ОМК»), АО «СУЭК», ПАО «ГМК Норильский никель» и другие компании);

- 3) социальных инвесторов, которые действуют на федеральном уровне, но поддерживают социальных предпринимателей, решающих

проблемы отдельных социальных групп (к числу таких инвесторов в числе прочих относятся ООО «Пивоваренная компания Балтика», фонд «Навстречу переменам»);

4) социальных инвесторов, которые предоставляют ресурсы всем видам социальных предприятий, но ограничиваются узким набором инструментов поддержки (примером могут быть резидентные программы бизнес-инкубатора ВШЭ и Impact Hub Moscow, в рамках которых начинающим социальным предпринимателям предоставляется рабочее пространство на льготных условиях);

5) универсальных социальных инвесторов, которые поддерживают все виды социальных предприятий с широким географическим охватом, используя комплекс инструментов поддержки (в РФ сегодня в роли такого инвестора выступает государство, а также негосударственный социальный инвестор фонд «Наше будущее»).

Основные характеристики вышеуказанных типов социальных инвесторов в соответствии с Приложением П.5 коррелируются с классификацией социальных инвесторов.

В связи с тем, что в деятельности универсальных социальных инвесторов отражается максимальное количество аспектов их деятельности, а также в связи с тем, что в настоящее время только этот тип инвесторов оценивает социальную эффективность своих вложений, представляется целесообразным более подробно проанализировать деятельность фонда «Наше будущее» как универсального социального инвестора.

Основными направлениями его работы по поддержке социальных предприятий являются: финансовая (в форме долгосрочных беспроцентных займов и прямых инвестиций, выделяемая на конкурсной основе); образовательная; просветительская; сбытовая для создания дополнительных каналов рекламы и продаж для продукции социальных предприятий; стимулирующая (данная функция реализуется в форме финансирования

разработки социальных франшиз (2 проекта), проведения Слетов социальных предпринимателей для обмена опытом).

В соответствии с Приложением П.5, определенные выше признаки классификации деятельности социальных инвесторов можно использовать для описания стратегии социального инвестирования, выбранной фондом «Наше будущее». Они в полной мере иллюстрируют ее универсальность в части видов и направлений поддерживаемых социальных предприятий, их географического охвата, а также спектра инструментов их поддержки.

Оценка результативности деятельности любого социального инвестора возможна только через оценку социального воздействия тех предприятий, в которые инвестор вкладывает деньги. В отношении фонда «Наше будущее» ее также можно провести с помощью сплошной оценки социального возврата на инвестиции поддержанных им социальных предприятий, а также с помощью детального анализа доли влияния финансирования на социальную результативность проекта и исключения влияния иных заинтересованных сторон на социальные предприятия.

Используя данные, полученные выше с помощью метода оценки социального возврата на инвестиции 30 вошедших в выборку социальных предприятий, можно предположить (на основании существенной репрезентативности выборки, составившей 13 процентов поддержанных предприятий), что средняя социальная результативность финансовых вложений фонда в социальные предприятия составляет 3,01 рубля на каждый рубль инвестиций, т. е. при экстраполяции этого показателя на сумму осуществленных фондом социальных инвестиций максимальное значение социальной стоимости, созданной с помощью инвестиций фонда, составит 1 803,59 млн рублей. Однако для целей подтверждения этой оценки необходимо дальнейшее применение методики оценки социального возврата на инвестиции в отношении всех поддерживаемых фондом проектов, а также исключение влияния иных заинтересованных сторон на проект. Реализация данной задачи находится за рамками настоящего исследования и требует

глубинного анализа каждого из профинансированных проектов с помощью комплексного применения метода анализа кейсов и метода оценки социального возврата на инвестиции.

Мотивационные стимулы социальных инвесторов для инвестиций в социальные предприятия существенно варьируются и обуславливают финансовые, социальные и рискованные целевые установки инвесторов. В РФ пока преобладающей моделью негосударственного социального инвестирования является региональная, реализуемая крупным бизнесом в рамках корпоративной социальной ответственности. Однако более эффективной для развития системы СП представляется модель универсального социального инвестирования, поскольку она носит более системный характер с точки зрения целей, реализации и анализа результатов по достижению позитивного социального воздействия.

Далее рассмотрим деятельность государства в качестве ИРСП. Государство по отношению к СП совмещает функцию социального инвестора и функцию создания благоприятных условий для деятельности социальных предприятий. С точки зрения возможностей и доступного инструментария для создания благоприятных условий для функционирования отрасли СП государство обладает наибольшим потенциалом влияния, поэтому его деятельность в качестве института развития подлежит отдельному анализу.

При отсутствии на национальном уровне государственной статистики по социальным предприятиям и социальным инвесторам представляется возможным, используя такие методы эмпирического исследования, как наблюдение, сравнение и измерение, оценить систему государственного воздействия на них по следующим критериям:

- 1) наличие или отсутствие стратегии развития отрасли СП со стороны государства;
- 2) при ее наличии – эффективность ее реализации; при ее отсутствии – наличие или отсутствие признаков ее формирования;
- 3) наличие или отсутствие результатов воздействия государства на

социальные предприятия и социальных инвесторов; при наличии – оценка этих результатов.

Источниками данных для исследования по вышеуказанным направлениям являются официальные сайты и публикуемые на них нормативно-правовые акты и материалы Министерства экономического развития РФ, Агентства стратегических инициатив, АО «Корпорация МСП», региональных Центров инноваций социальной сферы, а также сайты российских вузов, таких как МГУ им. Ломоносова, СПбГУ, ВШЭ, РЭУ им. Плеханова, ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет».

Взаимодействие государства и негосударственных элементов системы СП характеризуется наличием экономических и управленческих отношений, в которых основным объектом управления являются социальные предприятия и негосударственные ИРСП, а субъектом управления является государство, представленное федеральными и региональными органами власти, а также созданными государством специализированными организациями.

При этом можно выделить следующие основные виды инструментов, используемых государством для регулирования в рамках системы СП:

1. законодательное регулирование;
2. финансовая, налоговая и имущественная поддержка;
3. создание инфраструктуры развития СП, выполняющей функции консультационной и образовательной поддержки социальных предприятий;
4. образовательная и консультационная поддержка через финансирование программ для социальных предпринимателей в структурах государственного высшего образования;
5. создание дополнительных сбытовых возможностей для социальных предприятий через систему передачи негосударственным организациям на исполнение части государственных социальных услуг.

При этом в первом, третьем и четвертом направлениях государство выполняет функцию создания благоприятных условий для деятельности социальных предприятий, т. е. агента развития, во втором направлении –

функцию социального инвестора, а в пятом пункте – совмещает обе функции.

Законодательное регулирование

Формирование законодательства является основой государственного регулирования.

В отношении СП оно начало формироваться в рамках ежегодных Приказов Министерства экономического развития РФ, в период с 2012 по 2018 год формулировавших требования к деятельности в сфере СП и постулировавших формы государственной поддержки субъектов СП и порядок выделения финансирования субъектам РФ, принявшим решение участвовать в программе поддержки социальных предприятий (в 2012 г. – Приказ № 223 от 23.04.2012 г., в 2013 г. – Приказ № 220 от 24.04.2013 г., в 2014 г. – Приказ № 411 от 01.07.2014 г., в 2015 и 2016 гг. – Приказ № 167 от 25.03.2015 г., в 2018 г. – Приказ № 67 от 14.02.2018 г.).

В вышеперечисленных Приказах под СП понимается «деятельность, направленная на достижение общественно полезных целей, улучшение условий жизнедеятельности гражданина и (или) расширение его возможностей самостоятельно обеспечивать свои основные жизненные потребности, а также на обеспечение занятости, оказание поддержки инвалидам, гражданам пожилого возраста и лицам, находящимся в трудной жизненной ситуации».

Следующей вехой формирования нормативно-правовой базы для развития СП стало Постановление Правительства РФ № 1605 «О предоставлении и распределении субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства, включая крестьянские (фермерские) хозяйства» от 30 декабря 2014 года, в котором вышеприведенное определение было уточнено и связано с деятельностью субъектов малого и среднего предпринимательства.

С 2015 года вступил в действие Федеральный закон № 442-ФЗ «Об основах социального обслуживания граждан в РФ» от 28.12.2013 г.,

в котором были определены понятие и виды социальных услуг, стандарты их предоставления, порядок формирования реестра поставщиков социальных услуг. Этот закон допускает участие организаций любых форм собственности в оказании социальных услуг с оплатой по утверждаемым регионами расценкам. При этом поставщик может оказывать дополнительные услуги гражданам напрямую.

В 2016 году Правительством РФ была утверждена дорожная карта «Поддержка доступа негосударственных организаций к предоставлению услуг в социальной сфере» на период с 2016 по 2018 год. В ней были поставлены задачи по расширению привлечения негосударственных организаций к оказанию социальных услуг, при этом в качестве одного из пунктов фигурировало введение в законодательство понятия СП до декабря 2016 года, что было осуществлено только в 2019 году.

Параллельно с данным планом мероприятий, введенным распоряжением правительства, был принят Федеральный закон № 287-ФЗ от 3 июля 2016 г. «О внесении изменений в Федеральный закон «О некоммерческих организациях» в части установления статуса некоммерческой организации – исполнителя общественно полезных услуг». Придание дополнительного статуса некоммерческим организациям было обусловлено необходимостью формирования более долгосрочных механизмов поддержки НКО, нежели гранты на проектной основе, чтобы НКО, оказывающие гражданам востребованные социальные услуги, могли получать преимущества при распределении финансирования.

На региональном уровне также формируется нормативно-правовая база для поддержки социальных предприятий, в основе своей повторяющая федеральные документы, но отражающая и региональные приоритеты развития данной сферы.

Например, в ХМАО – Югре социальное предпринимательство развивается на основе Постановления Правительства Ханты-Мансийского автономного округа – Югры от 09.10.2013 № 419-п «О государственной

программе Ханты-Мансийского автономного округа – Югры «Социально-экономическое развитие, инвестиции и инновации Ханты-Мансийского автономного округа – Югры на 2016–2020 годы». В нем фигурирует определение СП, идентичное формулировке в Приказе № 220 Министерства экономического развития от 24.04.2013 г.

Для развития и совершенствования законодательной базы СП были созданы профильные экспертные советы в Государственной Думе и Совете Федерации, а также специализированные комитеты или советы при ТПП РФ, «ОПОРЕ РОССИИ», Агентстве стратегических инициатив.

31 декабря 2018 г. Правительством РФ был внесен в Госдуму законопроект о внесении в законодательство понятия «социальное предпринимательство», 26 июля 2019 г. закон был принят. В соответствии с Федеральным законом от 26.07.2019 г. № 245-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» в части закрепления понятий «социальное предпринимательство», «социальное предприятие» [5], **социальное предпринимательство** – это предпринимательская деятельность, направленная на достижение общественно полезных целей, способствующая решению социальных проблем граждан и общества и соответствующая одному или нескольким из перечисленных в законе условий. Условия охватывают 4 крупных блока, связанных:

- 1) с занятостью представителей перечисленных в законе социально незащищенных групп;
- 2) с реализацией произведенных ими товаров;
- 3) с производством товаров и услуг для представителей этих групп, если эти товары и услуги позволяют «преодолеть или компенсировать ограничения

их жизнедеятельности, а также» дают возможность «участвовать наравне с другими гражданами в жизни общества»;

4) с деятельностью в выделенных сферах, таких как, например, организация отдыха и оздоровления детей.

При этом в законе зафиксированы минимальные допустимые доли этих видов деятельности в общем объеме доходов, в среднесписочной численности сотрудников и их доли в фонде заработной платы в случае трудоустройства, а также сформулировано требование по реинвестированию не менее 50 процентов прибыли.

Социальное предприятие в соответствии с № 245-ФЗ – это субъект малого или среднего предпринимательства, осуществляющий деятельность в сфере СП.

Вышеприведенные факты, описывающие развитие законодательства России в отношении организаций, решающих социальные проблемы и удовлетворяющих социальные потребности граждан, позволяют сделать следующие выводы:

1) у государства на сегодняшний день отсутствует стратегия комплексного развития СП;

2) в принятых нормативно-правовых актах есть отдельные признаки реализации политики, направленной на развитие СП, однако она представляется недостаточно последовательной и системной:

- государство формулирует целевые показатели по развитию малого и среднего предпринимательства (без выделения социального), а также формирует целевые индикаторы по привлечению негосударственных организаций к оказанию государственных услуг в социальной сфере, что косвенно способствует формированию базы для развития в том числе и социальных предприятий;

- множество введенных в законодательное поле и частично дублирующих друг друга понятий (субъект СП, социально ориентированная некоммерческая организация, поставщик социальных услуг, некоммерческая

организация – исполнитель общественно полезных услуг) снижают возможность разработки и применения комплексной политики и достижения ее измеримых результатов в отношении системы СП;

- множество государственных организаций и органов исполнительной власти, участвующих в формировании нормативно-правовой базы системы СП, при отсутствии согласованной стратегии не сформировали целостного механизма нормативно-правового регулирования данной сферы, что выражается в не проработанности в Законе № 245-ФЗ механизмов регистрации социальных предприятий и стимулов к ней, инструментов развития, а также методов оценки их социального воздействия.

Финансовая, налоговая и имущественная поддержка СП

При предоставлении финансовой, налоговой и имущественной поддержки социальным предприятиям государство выступает в качестве крупнейшего социального инвестора. Финансовые ресурсы выделяются Министерством экономического развития при реализации программ поддержки малого и среднего предпринимательства социальным предприятиям, созданным в коммерческих организационно-правовых формах, а также в форме выделения грантов и субсидий социально ориентированным НКО, а также НКО, получившим статус «поставщик общественно полезных услуг».

На основании вышеперечисленных Приказов Министерства экономического развития РФ в период с 2012 по 2018 год регионам выделялись субсидии из федерального бюджета для распределения грантов и субсидий для возмещения затрат субъектам малого и среднего предпринимательства, включая социальные предприятия:

- 1) на создание и обеспечение деятельности Центров инноваций социальной сферы;
- 2) на развитие дошкольного образования;
- 3) на организацию групп дневного времяпрепровождения для дошкольников;

4) на возмещение части затрат социальных предприятий.

СП в разные годы поддерживалось в 52 регионах России. С 2012 по 2015 год на поддержку социальных предприятий государство выделило 1,5 млрд рублей [49].

Сумма государственной субсидии, выделявшейся социальным предприятиям в соответствии с данными Приказами Министерства экономического развития, постепенно увеличивалась от 600 000 рублей на одного получателя поддержки в 2012 году до 1,5 млн рублей с 2015 года. С помощью этого механизма была оказана поддержка 1 800 социальным предприятиям в 32 субъектах Российской Федерации [90].

Ограничив понятие СП рамками малых и средних предприятий, действующих в коммерческих организационно-правовых формах и соответствующих закрепленным в вышеперечисленных нормативно-правовых актах требованиям, государство параллельно также поддерживает НКО, занимающиеся решением социальных проблем.

5.04.2010 г. был принят Федеральный закон № 40-ФЗ, посвященный поддержке социально ориентированных некоммерческих организаций (далее СО НКО), а 23.08.2011 г. – Постановление Правительства РФ № 713, регламентирующее выделение субсидий социально ориентированным некоммерческим организациям, работающим в направлениях, аналогичных видам деятельности ряда социальных предприятий, например дополнительное образование или социальная адаптация инвалидов.

Материалы, связанные с организацией конкурсов по выделению субсидий на поддержку СО НКО, публикуются на сайте Министерства экономического развития РФ [103].

Финансовая поддержка СО НКО может оказываться на всех уровнях государственного управления, и ее возможные формы определены п. 3 ст. 31.1 ФЗ № 7. К ним относятся, кроме непосредственно предоставления финансовых ресурсов, возможность льготной или безвозмездной

имущественной, консультационной, образовательной поддержки, а также налоговые льготы и льготы по участию в системе государственных закупок.

В соответствии с ФЗ № 15455-7 «О федеральном бюджете на 2017 год и на плановый период 2018 и 2019 годов» плановые расходы бюджета на поддержку СО НКО в этот период составляют 411,6 млрд рублей.

Во исполнение дорожной карты «Поддержка доступа негосударственных организаций к предоставлению услуг в социальной сфере» от 2016 года в регионах используются такие механизмы, как имущественная поддержка, целевые субсидии на оплату социальных услуг, сертификаты на оказание социальных услуг.

Таким образом, следует констатировать, что государство сформировало и применяет отдельные механизмы финансовой поддержки двух видов акторов, подпадающих под сформулированное выше определение СП, а именно субъектов СП, зарегистрированных и действующих в коммерческих организационно-правовых формах, и СО НКО.

На региональном уровне также отдельными субъектами РФ вводятся налоговые и имущественные льготы для социальных предприятий. Например, в Татарстане эти 2 направления реализованы следующим образом:

1) закон Республики Татарстан от 28.11.2003 № 49-ЗРТ «О налоге на имущество организаций» устанавливает ставку в размере 0,1 % на имущество организаций – в отношении объектов социально-культурной сферы, используемых для нужд здравоохранения, физической культуры и спорта, за исключением организаций, финансируемых из федерального бюджета, бюджета Республики Татарстан и местных бюджетов;

2) решением Казанской городской Думы от 17.06.2015 № 6-43 «О порядке предоставления в аренду муниципального имущества города Казани» предусмотрено для субъектов малого и среднего предпринимательства, что при заключении договора аренды имущества на срок 5 лет арендная плата вносится арендатором: в 1-й и 2-й год аренды – 0 % от размера арендной платы, в 3-й год – 25 %, в 4-й год – 50 %, в 5-й год – 75 %.

Формирование инфраструктуры развития СП

До 2012 года для социальных предпринимателей ввиду их малочисленности не создавалась отдельная инфраструктура поддержки, поэтому социальные предприниматели пользовались услугами государственных организаций, созданных для поддержки коммерческого предпринимательства, а также ресурсными центрами некоммерческих организаций. К числу таких организаций, составляющих инфраструктуру поддержки коммерческого предпринимательства, относятся государственные микрокредитные, гарантийные фонды, а также Центры поддержки предпринимательства.

Однако к 2012 году деятельность социальных предприятий стала привлекать внимание государства, стимулируя к созданию специальных институтов их развития. Драйвером создания таких институтов стала АНО «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов» (далее – АСИ), спроектировав сеть Центров инноваций социальной сферы (далее – ЦИСС).

Первым созданным по проекту АСИ центром инноваций социальной сферы стал Омский ресурсный центр для некоммерческих организаций. По состоянию на конец 2018 года в различных субъектах РФ был создан 31 Центр инноваций социальной сферы [103].

Центры финансируются Министерством экономического развития РФ на конкурсной основе, при этом они могут регистрироваться и функционировать и как структурные подразделения региональной инфраструктуры развития предпринимательства, и как самостоятельные организации. Они выполняют функции популяризации СП, обучения и консультирования социальных предпринимателей.

Эффективность ЦИСС по выполнению этих задач различна и зависит и от плана мероприятий, который каждый ЦИСС формирует на предстоящий год и описывает в ежегодной заявке на финансирование, направляемой в Министерство экономического развития, и от реальных размеров

выделяемого финансирования, а также от возможности привлекать и обучать квалифицированных сотрудников и тренеров для выполнения образовательной и консультационной функции, от качества образовательных программ, от системы сопровождения и консультирования проектов через год, два, три после начала работы социального предприятия. Общий объем субсидий из федерального бюджета в рамках финансовой поддержки ЦИСС в 2015 году составил 137,6 млн рублей, а в 2016 году – свыше 200 млн рублей [108].

ЦИСС являются основными государственными агентами развития социальных предприятий. ЦИСС формируют возможности для обучения социальных предпринимателей в таких форматах, как Школа социального предпринимательства, вебинары, мастер-классы, круглые столы, краткосрочные бизнес-тренинги.

Школы социальных предпринимателей являются самым востребованным и популярным форматом. Самой массовой школой в 2016 году стала Школа в ХМАО – Югре, прошедшая в 5 городах региона одновременно и охватившая 219 начинающих социальных предпринимателей.

Принимая во внимание тот факт, что Школа в Югре проводилась с 2013 года, начав с обучения 35 человек, эффект масштабирования к 2016 году налицо. Благополучателями услуг реализованных участниками Школы в 2016 году социальных проектов стали 3 010 жителей Югры (в сравнении с 2015 годом динамика составила – плюс 69 %).

По статистике ЦИСС Югры, более 80 процентов социальных предпринимателей, успешно прошедших Школу, создали социальные предприятия и продуктивно работают в Югре [116].

Отчеты Омского ЦИСС [37] свидетельствуют о следующих результатах проведения Школ социального предпринимательства: с 2011 по 2015 г. – 232 выпускника, в 2016 г. – 66 человек, из них 47 – действующие успешные социальные предприниматели. Средний процент успешных социальных стартапов из числа выпускников – 65 [69].

Следует подчеркнуть, что и ЦИСС Югры, и ЦИСС Омска не ограничивают доступ к обучению на основании организационно-правовых форм предприятий, чьи представители принимают участие в образовательных программах.

ЦИСС осуществляют также консультационную деятельность в отношении социальных предпринимателей: проводят индивидуальные консультации, предоставляют менторов, проводят тематические круглые столы, осуществляют сопровождение проектов выпускников Школ социального предпринимательства в течение определенного периода после окончания обучения, организуют встречи с профильными представителями исполнительной власти. Однако ЦИСС концептуально и финансово ограничен выполнением вышеперечисленных задач, сбор данных о социальном воздействии социальных предприятий, их количестве и выживаемости не входит в круг обязанностей ЦИСС, поэтому имеющихся у ЦИСС данных недостаточно для анализа эффективности деятельности этих агентов развития по поддержке социальных предприятий.

В национальном проекте «Малое и среднее предпринимательство и развитие предпринимательской инициативы» [84] присутствует финансовое обеспечение расширения сети ЦИСС до 52 к 2024 году, что свидетельствует о наличии у государства планов по расширению образовательной и консультационной поддержки социальных предприятий.

АО «Корпорация МСП», созданное в 2015 году, также является важным элементом инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства, включая социальные предприятия. Данная организация была создана с целью объединения, поддержки и унификации всех региональных практик финансовой, инфраструктурной, сбытовой, образовательной и консультационной поддержки субъектов МСП [76].

С точки зрения финансовой поддержки субъектов МСП Корпорация действует с помощью инструментов кредитования, гарантий и поручительств, выполняя таким образом функцию социального инвестора в отношении

социальных предприятий. Однако процентные ставки Корпорации для социальных предприятий с низкой рентабельностью являются достаточно высокими, что снижает количество социальных предприятий, способных воспользоваться кредитными продуктами Корпорации.

Еще одним субъектом инфраструктуры поддержки СП стал Фонд поддержки социальных проектов, учрежденный в 2017 году Агентством стратегических инициатив. Основным направлением его деятельности является в настоящее время образовательная поддержка социальных предприятий в формате проведения акселерационных программ.

Таким образом, инфраструктурная поддержка СП в настоящее время является достаточно развитой, однако нуждается в развитии в сторону большего территориального охвата и усиления функций учета и анализа деятельности социальных предприятий в каждом регионе России.

Образовательная и консультационная поддержка через финансирование программ для социальных предпринимателей в структурах государственного высшего образования

Государственные вузы дополняют перечень субъектов образовательной, консультационной и инфраструктурной поддержки начинающих и действующих социальных предпринимателей. Для реализации инфраструктурной, консультационной и менторской поддержки социальных предпринимателей вузы создают соответствующие программы в своих бизнес-инкубаторах, образовательная же поддержка реализуется с помощью образовательных программ разных уровней по СП.

Например, в 2015 году был создан бизнес-инкубатор АНО «Инкубатор социального предпринимательства» при РЭУ им. Плеханова.

Первые образовательные программы по СП появились в МГУ им. Ломоносова и Высшей школе менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета.

В РЭУ им. Плеханова были разработаны 2 программы высшего образования по СП: бакалавриат по направлению «Менеджмент», профиль

«Менеджмент в инновационном и социальном предпринимательстве» и магистратура «Инновационное и социальное предпринимательство». С 2019 года магистерская программа по СП стартовала при поддержке фонда «Наше будущее» в ВШЭ.

В ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет» с 2015 года проводится магистерская образовательная программа «Менеджмент в социальной сфере», а с 2017 г. – дополнительная профессиональная программа профессиональной переподготовки «Социальное предпринимательство» и дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Социальное предпринимательство».

РАНХиГС осуществляет деятельность по стимулированию разработки студентами проектов в социальной сфере в рамках программы RAISE. Студенты под руководством преподавателей в течение года разрабатывают свои проекты, а затем в ходе 3-дневной сессии защищают свои проекты, и жюри определяет проекты-победители. За 5 лет реализации проекта в нем приняли участие более 3 000 человек, создано 430 социальных проектов [34].

Создание дополнительных сбытовых возможностей для социальных предприятий через систему передачи негосударственным организациям на исполнение части государственных социальных услуг

Минэкономразвития России во исполнение Дорожной карты по доступу СО НКО к оказанию услуг в социальной сфере, утвержденной Правительством Российской Федерации 23 мая 2016 г. № 3468п-П44, аккумулирует аналитическую информацию из регионов и публикует отчеты по передаче государственных социальных услуг на исполнение СО НКО. Можно спрогнозировать, что в связи с принятием дополнения к закону о малом и среднем предпринимательстве, которое предусматривает ведение реестра социальных предприятий, будет также вестись учет и собираться статистика в отношении передачи государственных социальных услуг на исполнение социальным предприятиям, действующим в коммерческих организационно-правовых формах.

Из отчета Минэкономразвития от 02.07.2019 [82], иллюстрирующего выполнение упомянутой выше дорожной карты, следует, что:

- 1) практика передачи государственных социальных услуг на исполнение СО НКО в различном объеме распространена в 82 регионах РФ;
- 2) общий объем средств, переданных 4,4 тыс. СО НКО на предоставление населению услуг в социальной сфере, в 2018 году составил более 31,3 млрд рублей. Количество благополучателей составило 22 млн человек;
- 3) средства передавались для оказания услуг в сфере социальной защиты и социального обслуживания, образования, здравоохранения, культуры, физкультуры и спорта и молодежной политики;
- 4) не публикуются данные по доле средств, переданных СО НКО, в общем объеме государственных расходов по данным направлениям;
- 5) не публикуются данные об обратной связи от благополучателей о качестве оказанных услуг в государственных и негосударственных организациях;
- 6) объем компенсаций по № 442-ФЗ составил 8 процентов от средств, выделенных регионами СО НКО (от 34,49 млрд рублей), что составляет 2,76 млрд руб. Именно эта сумма отражает стоимость услуг, по которым благополучатели приняли самостоятельные решения обратиться к СО НКО, а не к государственным организациям. Таким образом, очевиден потенциал перехода от формы грантов и целевых субсидий (грантов, выделяемых на конкурсной основе), составивших 88 процентов от общей суммы поддержки, к персонифицированному финансированию, когда благополучатель сам может принять решение, к какому поставщику социальной услуги обратиться.

Вышеприведенные факты, описывающие основные инструменты, используемые государством, действующим в качестве ИРСП, позволяют сделать следующие выводы:

- 1) у государства отсутствует комплексная стратегия регулирования СП, поскольку не сформулирована стратегия развития этой сферы социально-

экономической системы, включающая целевые измеримые и ориентированные на конкретные временные рамки показатели такого развития;

2) в отличие от нормативно-правового регулирования инфраструктурная и финансовая политика в отношении социальных предприятий носит более системный характер и связана с созданием и финансированием постоянно действующих организаций развития (ЦИСС), работающих в регионах России по единой функциональной модели;

3) государство не анализирует эффективность своей деятельности по инфраструктурной и финансовой поддержке социальных предприятий, снижая тем самым свои возможности по использованию результатов анализа для совершенствования созданной системы поддержки.

Далее проанализируем систему регулирования деятельности негосударственных социальных инвесторов.

При исследовании национальной нормативно-правовой базы не было выявлено нормативно-правовых актов, регулирующих деятельность социальных инвесторов. Следовательно, это направление создания нормативно-правовой базы может быть включено в состав механизма развития ИРСП в качестве одного из элементов.

В отсутствие четкого законодательного определения социального инвестирования одной из задач такой деятельности в России является выделение четких критериев этой деятельности, способных стать основой для самоидентификации и позиционирования социального инвестора, а также для вступления таких организаций и частных лиц в формальные или неформальные «клубы социальных инвесторов».

В «Докладе о социальных инвестициях в России» [45], опубликованном Ассоциацией российских менеджеров в 2003, 2008 и 2014 гг., под корпоративными социальными инвестициями понимаются ресурсы компании, направляемые на реализацию социальных проектов и программ, имеющих следствием достижение положительного экономического результата.

При этом под корпоративными социальными программами понимается добровольная деятельность компании по реализации социальных, экологических и экономических интересов стейкхолдеров.

Иными словами, в сферу социальных инвестиций попадают не только вложения «в компании, организации и фонды, направленные как на позитивное социальное и экологическое воздействие, так и на финансовую отдачу» согласно определению социальных инвестиций Глобальной сети преобразующего инвестирования [209], но и внутренние инвестиции: в развитие, охрану здоровья, добровольное пенсионное и медицинское обеспечение сотрудников, защиту прав своих работников, снижение экологической нагрузки от деятельности своей компании, повышение энергоэффективности производств компании, вторичное использование отходов, появляющихся в результате деятельности компании.

В сферу внешних социальных инвестиций, согласно вышеприведенному определению и вышеуказанному отчету, включаются следующие направления: поддержка местного сообщества, внешняя природоохранная деятельность и ресурсосбережение, добросовестная деловая практика в отношении потребителей и добросовестная деловая практика в отношении поставщиков и других деловых партнеров.

Именно по этим направлениям формируется корпоративная социальная отчетность по международным стандартам ISO 26000 (утвержденным в России в 2012 [95]), G4 из GRI (Global Reporting Initiative), а также в соответствии с Социальной хартией РСПП от 2007 г.

Таким образом, самостоятельная деятельность организации, направленная на решение местных, региональных и национальных социальных проблем, а также вложения средств в капитал и развитие других организаций, решающих такие проблемы, не имеет собственных полноценных индикаторов в рамках существующих стандартов нефинансовой отчетности.

Принимая во внимание отсутствие общепризнанного определения социального инвестирования, государству совместно с уже действующими

негосударственными социальными инвесторами, а также экспертным и научным сообществом необходимо прийти к общему пониманию субъектов, объектов, форм и инструментов социального инвестирования и опубликовать это видение в форме законопроекта или иной инициативной методологической разработки, которая до принятия закона стала бы ориентиром для региональных пилотных проектов в сфере социального инвестирования.

Анализ деятельности государства в качестве ИРСИ позволяет сделать следующие выводы:

1. Система регулятивного управления социальным предпринимательством со стороны государства находится в процессе становления и окончательно не сложилась. Государство в данном вопросе выбрало путь не упорядочивания существующей системы на основе формирования комплексной стратегии развития сектора, а путь создания все новых элементов с целью компенсации несогласованности и несбалансированности различных регулирующих воздействий.

2. Государственное регулирование в отношении негосударственных социальных инвесторов в России практически отсутствует.

3. В отношении собственных социальных инвестиций государство не ведет учет социальных предприятий (но планирует его ведение с 2020 года), не проводит анализ социального воздействия, а также отраслевых и территориальных аспектов деятельности социальных предприятий, что снижает возможности для улучшения государственного регулирования системы СИ.

Выявленные в ходе анализа проблемы обосновывают необходимость разработки комплексной модели создания и механизма функционирования ИРСИ в России, которые позволят систематизировать и алгоритмизировать процессы создания и функционирования государственных и негосударственных ИРСИ.

Глава 2. Теоретико-методические основы построения моделей социального предпринимательства и институтов развития социального предпринимательства

2.1. Модель социального предпринимательства на микроуровне

Рассмотрим социальное предприятие как работающий механизм с точки зрения его формирования и взаимодействия с другими элементами социально-экономической системы.

За последние 20 лет ряд ученых рассматривали социальное предпринимательство с точки зрения системного подхода и формировали модели деятельности социальных предприятий. В своих построениях они основывались на моделях, ранее разработанных для коммерческих предприятий. Такой основой стала модель Д. Тиммонса [205], а также модель PCDO (People, Context, Deal, Opportunity), разработанная Х. Стивенсоном, М. Робертсом, А. Бхайдом и В. Салманом [203]. Взяв за основу вышеперечисленные модели, исследователи вносили в них изменения, отражающие специфику деятельности социальных предприятий. Одной из таких вновь созданных для СП моделей стала модель CASE [146] (Center of Advancement of Social Entrepreneurship), разработанная А. Гюкю, Дж. Дисом и Б. Андерсоном. CASE считает основой СП выявление и реализацию социальной возможности и рассматривает в этом процессе две его основные стадии: генерацию многообещающей идеи и разработку и реализацию на ее основе реальной бизнес-возможности. Модель основана на предположении, что идеи рождаются на основе изучения неудовлетворенных социальных потребностей. Идея должна предусматривать максимально эффективное использование имеющихся социальных ресурсов, в том числе личности и опыта самого социального предпринимателя, а также соответствовать актуальному состоянию и реагировать на изменения социальной среды. Но идеи как таковые не являются основой деятельности социального

предприятия. Чтобы быть реализованными, идеи должны отвечать реальным рыночным условиям, только тогда они становятся бизнес-возможностью. Возможность считается перспективной, если она содержит реализуемую в конкретном окружении бизнес-модель, а также стратегию достижения конкретного социального воздействия с помощью оговоренного набора ресурсов. Внешняя среда характеризует различные экономические, политические, культурные и прочие условия, способные влиять на реализацию бизнес-возможности.

В Гарварде была разработана еще одна модель СП, получившая название «Концепция среды социального предпринимательства» [208] (Social Entrepreneurship Framework, SEF). Ее авторы – Дж. Вэй-Скиллерн, Г. Леонард, Дж. Остин и Х. Стивенсон. В модели выделены 3 ключевых фактора, влияющих на создание социального предприятия: «возможность», «люди» и «капитал».

Сочетанием этих моделей стала модель СП [57], сформированная Д. Кикал и Т. Лайонсом. Наличие двух этапов формирования социального предприятия – формирование идеи и преобразование ее в бизнес-возможность – синхронизирует эту модель с моделью CASE, в то время как формализация влияния внешней среды на деятельность социального предприятия коррелирует с моделью SEF.

Однако все 3 вышеописанные модели пренебрегают описанием взаимодействия социальных предприятий с благополучателями, т. е. с теми людьми, для которых они работают, а также с другими элементами социально-экономической системы, а соответственно, не дают возможности на основании этих моделей сформулировать функции социальных предприятий в рамках общей социально-экономической системы. Принимая во внимание вышеуказанные пробелы, сформируем более полное описание системы СП.

Такое описание должно содержать: элементный состав системы СП, ее системообразующие факторы, обоснование ее целостности, взаимоотношения между ее элементами внутри системы и ее взаимодействие с внешней средой.

При исследовании СП с применением системного подхода необходимо прежде всего остановиться на ее системообразующих факторах.

Главным из них являются функции СП, рассматриваемые в качестве назначения существования системы [79].

Рассмотрим основные функции, которые выполняют социальные предприятия в национальной социально-экономической макросистеме.

Д. А. Калугина и Г. Г. Климова [55], с одной стороны, указывают на сходство интересов государства и малого бизнеса в части повышения благополучия граждан, с другой стороны, фиксируют разнонаправленность их интересов в части заинтересованности в перекладывании друг на друга социальных функций. Малый бизнес, исходя из целевой направленности на максимизацию прибыли, стремится оптимизировать свои расходы и минимизировать социальную нагрузку, тогда как государство стремится делегировать малому бизнесу некоторые социальные функции.

Развивая этот тезис, можно констатировать, что исходя из специфики СП, заключающейся в преобладании социальной миссии над целью максимизации прибыли, вышеупомянутое противопоставление интересов государства и социального предприятия нивелируется и, напротив, наблюдается усиление общности их интересов в решении острых социальных проблем. Социальные предприятия становятся в этой логике инструментом, способным дополнить государственную систему социальной защиты и экономического развития там, где у государства не хватает ресурсов.

Задаваясь вопросом, какую роль играют социальные предприятия и какое место занимают в общей социально-экономической макросистеме, прежде всего необходимо констатировать, что, как и в определении социального предпринимательства часть исследователей определяет понятие «предпринимательство» и «социальный» и суммирует их значения, так и деятельность социальных предприятий имеет как характеристики, присущие предпринимательству как виду деятельности, так и набор специфических свойств, которые диктуются нацеленностью на решение социальных проблем.

Анализируя отношение государства к предпринимательству в целом и к СП в частности, необходимо выделить причины существования в большинстве государств программ для поддержки малого и среднего предпринимательства, включающих различные стимулирующие воздействия вплоть до прямых инвестиций и предоставления льготного заемного финансирования.

Малые и средние предприятия являются основой любой рыночной экономики с точки зрения решения таких задач, как:

- 1) обеспечение конкуренции и создание массы товаров и услуг для удовлетворения спроса населения;
- 2) создание рабочих мест;
- 3) возможности для самозанятости и вовлечение в социально-экономическую жизнь;
- 4) снижение государственных расходов по содержанию представителей социально незащищенных групп;
- 5) создание возможностей для будущего развития страны и поддержания ее конкурентоспособности в мировом масштабе.

Любое предприятие в той или иной степени решает каждую из вышеперечисленных задач.

С точки зрения описания дополнительных задач социальных предприятий по сравнению с коммерческими Мартин и Осберг выделяют среди них изменение к лучшему устойчивого неблагоприятного состояния граждан и социальных групп, которое не меняется другими субъектами социально-экономической системы.

К таким состояниям А. А. Московская [102] относит длительную безработицу среди представителей этнических и иных замкнутых групп, отсутствие рабочих мест для инвалидов и другие.

Установление более справедливого состояния социальной системы отражается на выравнивании условий труда, жизни, качества образования

и здравоохранения, доступного для всех граждан вне зависимости от уровня доходов и социального положения.

Этим обусловлена деятельность социальных предприятий по трудоустройству инвалидов, выпускников детских домов, бывших заключенных и других представителей социально незащищенных групп граждан. Обеспечить детей в сельской местности теми же возможностями для получения дополнительного образования, для занятий спортом, создание возможностей для культурного развития в сельской местности и в моногородах, возрождение ремесел и традиций коренных народов – все эти виды деятельности социальных предприятий служат цели выравнивания условий жизни людей и формированию более справедливого устойчивого социального равновесия.

М. Юнус относит также к социальному бизнесу предпринимательскую деятельность представителей социально незащищенных групп (например людей, живущих в нищете), которая позволяет им самостоятельно улучшить условия своей жизни и, таким образом, покинуть эту группу.

В связи с вышеизложенным важной функцией социальных предприятий можно считать использование в экономической деятельности ресурсов, которые были не востребованы рыночной экономикой, или создавать новые сочетания ресурсов: например, вторичное использование отходов или наем на работу длительно безработных.

Ю. Н. Арай [20] видит перспективы для роста социального предпринимательства в мире вследствие нарастания количества нерешаемых проблем и частичного самоустранения государств от ответственности за социальное благополучие граждан.

Вышеизложенное подтверждает сформулированное ранее предположение о том, что в рамках социально-экономической системы социальные предприятия создают не только социальную и финансовую стоимость, присущую любому бизнесу (такую как выплата заработной платы и уплата налогов, товары и услуги, необходимые людям), но и

дополнительную социальную стоимость, формирующуюся за счет удовлетворения социальных потребностей всех граждан, в том числе и принадлежащих к социально незащищенным группам.

Для количественного измерения создаваемой социальными предприятиями стоимости требуется накопление статистики на основе применения системы соответствующих показателей для оценки их социальной и экономической результативности в динамике на протяжении ряда лет.

Следовательно, к функциям СП с точки зрения системного подхода можно отнести:

- 1) опытно-исследовательскую, связанную с выявлением социальными предпринимателями актуальных для местного сообщества социальных проблем, поскольку именно правильное понимание потребностей людей дает возможность создать успешное социальное предприятие;
- 2) гармонизирующую – в отношении социального благополучия местного сообщества, чьи проблемы решает социальное предприятие;
- 3) адаптивную – для людей, которые не востребованы на рынке труда и для которых социальные предприятия создают возможности для социализации, обучения и полной или частичной занятости;
- 4) вспомогательную – для государства, которое в силу финансовых и организационных трудностей не может выполнить всех своих социальных обязательств;
- 5) функцию активизации социальной инициативы граждан и частного капитала, направляя ее и обеспечивая ее финансовую устойчивость с помощью организации производства и продажи товаров и услуг.

Далее сформулируем гипотезу об элементном составе модели СП (Рисунок 2.1). Охарактеризуем каждый из упомянутых в модели элементов, а также связи и взаимоотношения между элементами данной системы.



Рисунок 2.1. Модель СП

Как показано на Рисунке 2.1, модель содержит 3 укрупненных элемента: социальное предприятие, стейкхолдеров и внешнюю среду.

Социальное предприятие является ключевым элементом данной модели, формируемым, как показано на Рисунке 2.1, за счет совмещения следующих базовых составляющих: социального предпринимателя, обладающего необходимым опытом, мотивацией и компетенциями; команды, создающей вместе с социальным предпринимателем новаторскую модель решения социальной проблемы; и ресурсов, необходимых для создания и развития социального предприятия, включая систему управления, систему оценки социального воздействия и реинвестирования прибыли.

Вторым укрупненным элементом модели являются стейкхолдеры, или стороны, заинтересованные в деятельности предприятия. При этом понятие стейкхолдеров социального предприятия аналогично общепринятому для анализа деятельности коммерческого бизнеса: стейкхолдерами считаются

люди или организации, оказывающие влияние на деятельность предприятия или на кого влияет деятельность предприятия [109].

Среди стейкхолдеров социального предприятия можно выделить 2 группы.

Взаимодействие социального предприятия с первой группой стейкхолдеров определяется рядом особенностей, характерных для СП. Стейкхолдеры первой группы включают:

- 1) бенефициаров (благополучателей) – получателей создаваемой предприятием дополнительной социальной стоимости;
- 2) клиентов – потребителей социальных услуг – тех, кто оплачивает и потребляет реализуемые предприятием товары и услуги;
- 3) клиентов – участников цепочки создания социальной стоимости, оплачивающих товары и услуги, но не потребляющих их, а передающих благополучателям;
- 4) ИРСП, вкладывающие ресурсы в социальное предприятие для получения как финансового, так и социального возврата на инвестиции, а также создающие благоприятные условия для деятельности социальных предприятий, реализуя тем самым свою миссию;
- 5) муниципальные и региональные органы исполнительной власти, привлекающие социальные предприятия для выполнения своих социальных обязательств на условиях аутсорсинга и проявляющие заинтересованность в решении конкретной социальной проблемы, которой занимается социальное предприятие.

Для первой группы стейкхолдеров социальный возврат на инвестиции представляет собой соотношение между создаваемой предприятием за определенный период социальной стоимостью, с одной стороны, и инвестициями, вложенными в создание этой стоимости, с другой стороны [176]. Все стейкхолдеры, относящиеся к первой группе, являются непосредственными реципиентами дополнительной социальной стоимости, создаваемой социальным предприятием.

Во взаимодействии со второй группой стейкхолдеров социальное предприятие проявляет себя как коммерческое предприятие. Стейкхолдеры второй группы включают:

- 1) партнеров, поставщиков и конкурентов социального предприятия;
- 2) местные средства массовой информации, которым нужен позитивный контент.

Стейкхолдеры второй группы являются бенефициарами общего улучшения местной или региональной социально-экономической системы, т. е. опосредованными получателями создаваемой дополнительной социальной стоимости.

Для целей настоящего исследования представляется необходимым специфицировать характер взаимодействия социальных предприятий с каждым видом ИРСП.

Как показано на Рисунке 2.1, через поддержку социальных предприятий институты их развития реализуют свою миссию, а также получают финансовый и социальный возврат на инвестиции. В зависимости от вида ИРСП они предоставляют социальным предприятиям ресурсную, в т. ч. финансовую поддержку, а также создают благоприятные условия для их деятельности. Необходимость ИРСП в дополнение к государственной инфраструктуре поддержки малого и среднего предпринимательства связана с особенностями объектов поддержки: низкой маржинальностью, деятельностью как в коммерческих, так и некоммерческих организационно-правовых формах, необходимостью оценки социальной полезности деятельности социальных предприятий со стороны ИРСП.

Отношения социальных предприятий с внешней средой на макроуровне, т. е. с третьим укрупненным элементом модели, характеризуются вкладом социальных предприятий в позитивные изменения в национальной социально-экономической системе, выражающимся в создании базовой и дополнительной социальной стоимости. Влияние внешней макросреды на социальные предприятия не имеет специфических характеристик по

сравнению с коммерческими предприятиями.

Исходя из определения системы СП как совокупности социальных предприятий, а также принимая во внимание модель СП, представленную на Рисунке 2.1, следует констатировать сложность и многоуровневость национальных систем СП.

Поскольку такая система не имеет единого центра управления и каждый элемент данной системы действует на основе собственного целеполагания в рамках закона, систему СП можно охарактеризовать как саморазвивающуюся.

Так как базовым элементом данной системы является социальное предприятие, ставящее перед собой конкретные цели по достижению позитивного социального воздействия и отслеживающее результаты по достижению данных целей, систему СП можно охарактеризовать как активную.

Рассмотрение СП как системы, предусматривающее оценку элементов данной системы, их взаимодействия и системообразующих факторов, позволяет сформулировать следующее определение:

Социальное предпринимательство – это сложная многоуровневая социально-экономическая система, включающая совокупность социальных предприятий и их стейкхолдеров, в т. ч. ИРСП, реализующая функции, как свойственные предпринимательству в целом, так и специфичные для его социального направления, в том числе: опытно-исследовательскую – для выявления социальных проблем, гармонизирующую – для социальной обстановки в местном сообществе, адаптивную – для людей, относящихся к социально незащищенным группам, организующую – в отношении социальных инициатив граждан и частного капитала, а также дополняющую и вспомогательную – для государства при реализации его социальных обязательств.

Основным элементом системы СП выступает ***социальное предприятие*** – предприятие, созданное в любой организационно-правовой форме и отвечающее следующим требованиям:

- 1) создание базовой и дополнительной социальной стоимости является целью и результатом деятельности социального предприятия;
- 2) тестирование, внедрение, масштабирование и тиражирование инновационных способов решения социальных проблем являются основным содержанием деятельности социального предприятия;
- 3) реинвестирование большей части прибыли в развитие социального предприятия (масштабирование решения социальной проблемы);
- 4) предпринимательский подход и самоокупаемость.

Таким образом, применение системного подхода к исследованию СП позволило:

1. создать модель СП на микроуровне;
2. определить специфику взаимодействия социальных предприятий со всеми стейкхолдерами, сформулировать особенности взаимодействия социальных предприятий с ИРСП;
3. сформулировать функции СП как части национальной социально-экономической системы.

2.2. Анализ существующих методов оценки социального воздействия социальных предприятий на стейкхолдеров

Необходимой задачей для управления социальными предприятиями и формирования институтов их развития является выбор или создание метода оценки социального воздействия социальных предприятий на стейкхолдеров, т. е. метода оценки создаваемой социальными предприятиями социальной стоимости.

Результаты анализа существующих методов позволяют выделить среди них наиболее эффективные, т. е. способствующие максимизации позитивного социального воздействия, для последующего включения в организационно-экономический механизм функционирования ИРСП в России.

Для изучения существующих методов оценки социального воздействия использовались следующие методы научного исследования: идеализация, сравнение, анализ и синтез.

Для выбора наилучшего метода оценки социального воздействия были реализованы следующие задачи:

- 1) определить цели и задачи применения метода;
- 2) описать свойства «идеального» (универсального) метода, который наиболее полно может решать поставленные задачи;
- 3) уточнить свойства универсального метода в ходе интервью с российскими экспертами в сфере оценки социального воздействия;
- 4) сравнить существующие методы и выбрать наиболее близкий к универсальному.

В качестве эмпирической базы для решения вышеперечисленных аналитических задач были использованы открытые вторичные источники информации. К ним можно отнести сайты Глобальной сети преобразующего инвестирования (GIIN), международных и российских ИРСП, таких как Ashoka, Grameen, Acumen Fund, Big Society Capital, Skoll, Schwab, B-Lab, Social Value International, фонд «Наше будущее». Данные сайты содержат описание методик измерения социального воздействия, результаты исследований по этой тематике, проведенных самостоятельно, а также другими ИРСП и социальными предприятиями.

Основные цели каждого из субъектов системы СП, связанные с измерением нефинансовой результативности деятельности социальных предприятий, представлены в Таблице 4.

Цели измерения социального воздействия

Субъект системы СП	Цели измерения социального воздействия
Социальные предприятия	• для формирования конкретных количественных целей для реализации миссии предприятия • для контроля их реализации в каждом периоде • для привлечения социальных инвестиций и для отчетности перед инвестором • для формирования социально ответственного спроса у клиентов и дифференциации своей продукции • для демонстрации заинтересованным сторонам эффективности социального предприятия • для лоббирования интересов предприятия перед местными органами власти • для формирования репутации организации и создания широкой общественной поддержки с целью расширения социального воздействия
Негосударственные ИРСР	• для отчетности перед акционерами, собственными инвесторами и общественностью • для создания унифицированной системы индикаторов социального воздействия для сравнения проектов между собой и инвестирования в наиболее эффективные • для оценки эффективности реализации собственной миссии

Продолжение Таблицы 4

Государ- ство	• для оценки собственной эффективности с точки зрения удовлетворения социальных потребностей граждан • для установления целевых показателей соотношения государственных и негосударственных организаций в конкретных социальных сферах с целью наиболее полного удовлетворения социальных потребностей граждан • для выбора лучших и надежных долгосрочных партнеров для аутсорсинга социальных услуг и поставок продукции • на региональном уровне – для создания позитивного имиджа региона с помощью продвижения ярких и высокоэффективных социальных проектов
Общество	• для выявления наиболее эффективных способов решения социальных проблем и удовлетворения социальных потребностей граждан
Бенефици- ары и кли- енты, склонные к социально ответствен- ному по- треблению	• для повышения уровня доверия к продукции и услугам социальных предприятий • для получения адекватного представления о социальной полезности того или иного поставщика аналогичной продукции • для активного влияния с точки зрения спроса и оценки качества работы государственных и негосударственных организаций по удовлетворению социальных потребностей граждан

Перечисленный в Таблице 4 широкий спектр заинтересованных сторон, а также разный уровень их информированности и аналитических возможностей диктует следующие параметры универсального метода оценки социального воздействия:

1) результат должен быть лаконичным, т. е. выражаться в одном или нескольких показателях, а не в больших отчетах, способных вызвать

неоднозначные интерпретации. Это требование отвечает интересам всех вышеперечисленных заинтересованных сторон;

2) понятность и однозначность результата: стейкхолдеры должны однозначно понимать результат измерения социального воздействия;

3) универсальность: с помощью методики необходимо иметь возможность сравнить социальные результаты социальных предприятий разных сфер деятельности;

4) низкая трудоемкость: методика не должна быть трудоемкой;

5) гибкость: возможность применения к оценке социального воздействия социальных предприятий любых стадий развития, масштабов и сфер деятельности;

6) прозрачность: процесс и результат оценки должен быть верифицируем;

7) доступная стоимость: методика должна с точки зрения стоимости быть доступной любому стейкхолдеру;

8) открытость: методика, ее описание и математический или программный аппарат должны быть открыты любому пользователю.

Адекватность и достаточность этих критериев была подтверждена в ходе интервью с экспертами ведущего российского негосударственного ИРСИ – фонда «Наше будущее».

Таким образом, критериями для анализа методов оценки социального воздействия являются: универсальность, лаконичность, понятность и однозначность результата, трудоемкость, гибкость, стоимость применения, прозрачность, открытость.

Далее необходимо кратко охарактеризовать существующие методы оценки социального воздействия и оценить их соответствие данным критериям.

Из списка заинтересованных сторон, перечисленных в Таблице 4, самыми активными разработчиками и пользователями различных методов и инструментов оценки социального воздействия являются социальные

инвесторы, поскольку от правильности выбранного метода зависит успешность их инвестиций, а также социальные предприятия, поскольку они заинтересованы в том, чтобы показать свою социальную результативность инвестору и привлечь финансирование.

На Рисунке 2.2 представлены результаты исследования, проведенного среди социальных инвесторов, состоящих в GIIN (Глобальной сети преобразующего инвестирования), в 2016 году [124].

На основании данного графика можно констатировать, что 354 опрошенных инвестора тем или иным способом измеряют социальное воздействие своих инвестиций. Из них 29,1 % используют для этого собственные методики; 28,8 % основывают свои расчеты на созданной GIIN системе показателей IRIS (Impact Reporting and Investment Standards – Стандарты преобразующих инвестиций и отчетности); 25,1 % проводят опросы и собирают информацию от бенефициаров; 16,7 % используют отраслевые методики, и 0,3 % измеряют только финансовую эффективность своих инвестиций.

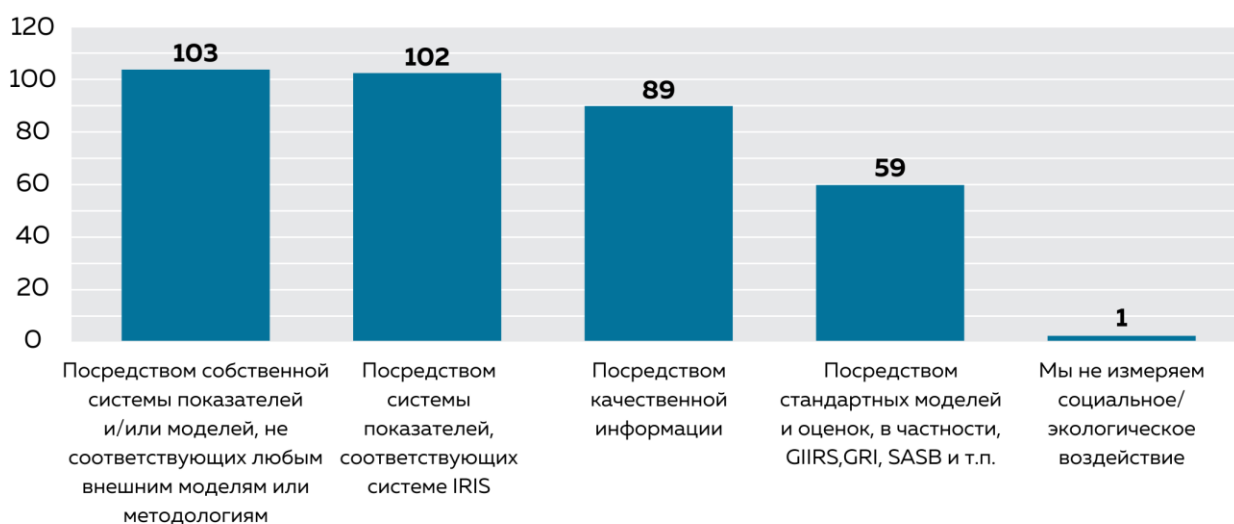


Рисунок 2.2. Методы анализа социального / экологического воздействия, используемые членами GIIN [154]. (Количество респондентов, выбравших каждый из вариантов, указано над каждым столбцом).

На основании данного исследования можно сделать вывод, что среди социальных инвесторов нет консенсуса относительно оптимального метода

измерения социального воздействия, но большая часть отдает предпочтение самостоятельно разработанным методам в сочетании со стандартизированным списком индикаторов социального воздействия, разработанным GIIN.

На Рисунке 2.3 отражены результаты по использованию 137 социально-преобразующими инвесторами, опрошенными GIIN [156], конкретных методик для расчета социального воздействия как результата инвестиционной деятельности.

На Рисунке 2.3, однако, отражены не только методики оценки социального воздействия, но и системы показателей, используемые для измерения такого воздействия, что говорит о недостаточной корректности опроса.

Из подлежащих анализу методов оценки социального воздействия следует исключить вышеупомянутую IRIS, а также SDGs (United Nations Sustainable Development Goals – принятые ООН Цели в области устойчивого развития) [92], поскольку они являются совокупностью показателей, по которым накапливаются данные о социальном воздействии, а не методом его расчета.

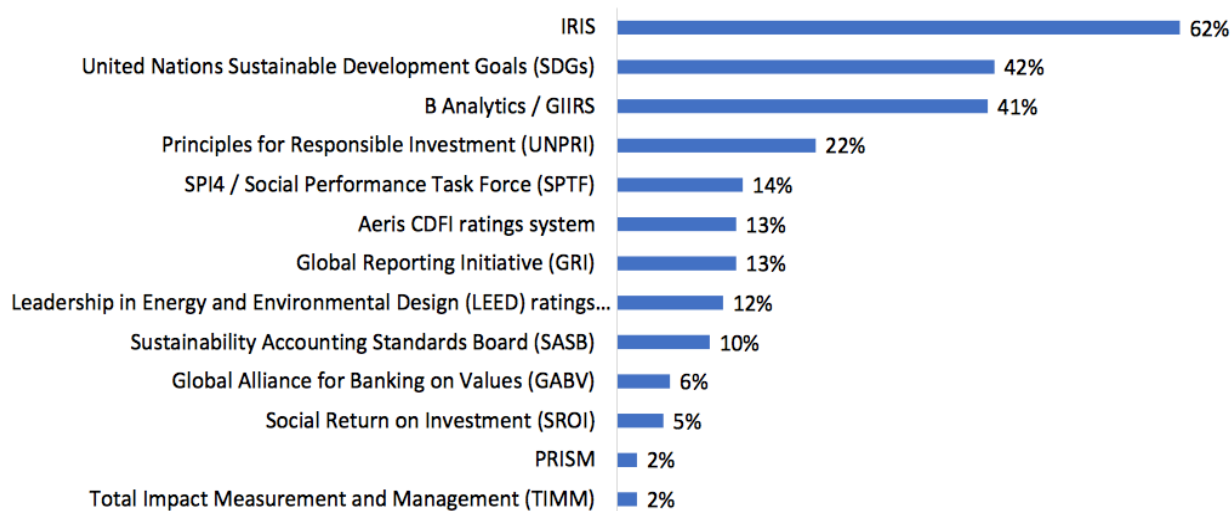


Рисунок 2.3. Инструментарий измерения социального воздействия [156]

Остальные методы, отображенные на Рисунке 9 и выявленные в процессе изучения эмпирических данных, можно разделить на 3 подгруппы:

1) подгруппа рейтингов, отражающих социальное воздействие организации или проекта, в которую входят Aeris CDFI Rating System, B Analytics, GIIRS, LEED Ratings;

2) подгруппа стандартов и принципов отчетности и инвестирования, в которую можно включить Global Reporting Initiative, Principles for Responsible Investment, Social Performance Task Force, Sustainable Accounting Standards Board;

3) методики измерения социального воздействия, в которые входят BACO, BPIAF, MOTIV, SROI.

Вторую подгруппу можно исключить из объема анализируемых данных, поскольку она имеет целью формулирование правил, а не измерение результативности социального инвестирования.

Исходя из этого необходимо рассмотреть соответствие элементов первой и третьей выделенных подгрупп целевым критериям, сформулированным ранее в отношении универсального метода. Результаты оценки такого соответствия представлены в Таблице 5.

1. B-Analitics и Система рейтингования при преобразующем инвестировании (Global Impact Investing Rating System – GIIRS) являются программными продуктами, присваивающими организациям рейтинг на основании введенных ответов на вопросы и цифровых показателей деятельности, вводимых представителем организации на онлайн-портале. При этом для B-Analitics присвоение рейтинга является первой ступенью в системе сертификации B-корпораций. Таким брендом может пользоваться компания, которая прошла оценку соответствия ее деятельности стандартам социальной и экологической ответственности по 4 областям: управленческая культура, политика в отношении работников, в отношении окружающей среды и в отношении местного сообщества. Исходя из этих оцениваемых областей можно сделать вывод о том, что сферой оценки для данных рейтинговых систем является скорее эффективность реализации программ корпоративной социальной ответственности, нежели инвестиций в социальные предприятия.

Таблица 5.

Сравнение методов оценки социального воздействия*

Критерий	«Идеальный»	GIIRS	B-Analitics	BACO	Lean-Data	BPIAF	AME	MOTIV	SROI
Универсальность	Высокая	+	+	-	+	-	+	+	+
Лаконичность результата	Высокая	+	+	+	-	-	-	+	+
Понятность и однозначность результата	Высокая	-	-	-	-	-	-	-	+
Трудоемкость	Низкая	-	-	-	-	-	+	-	-
Гибкость	Высокая	-	-	-	+	-	-	+	+
Стоимость применения	Низкая	+	+	+	-	-	-	-	-
Транспарентность	Высокая	-	-	-	+	+	-	-	+
Открытость	Высокая	+	+	-	-	+	-	-	+
Итого (количество «+»):	8	4	4	2	3	2	2	3	6

* «+» – полное или существенное соответствие метода целевому уровню по данному критерию;

«-» – полное или существенное несоответствие метода целевому уровню по данному критерию.

2. Лучшая доступная благотворительная альтернатива (The Best Available Charitable Option – BACO) – такое название получила первая

разработка фонда Acumen Fund для оценки эффективности своих социальных инвестиций. Эта оценка предполагает сравнение осуществленной инвестиции с наилучшим вариантом решения социальной проблемы, который был найден в «третьем секторе», т. е. какой-либо благотворительной организацией. При этом оценивается количество единиц созданного социального эффекта в расчете на одну вложенную в его достижение денежную единицу.

Данная методика, таким образом, целиком зависит от степени развития благотворительных организаций и наличия в их арсенале большого количества инновационных решений социальных проблем. Она не работает при отсутствии аналогичных решений в благотворительной сфере, что сужает возможности ее применения.

3. Ограниченность ВАСО стимулировала Acumen Fund разработать более универсальную методику оценки социального воздействия, получившую название Lean-Data [136] и применяемую данной организацией с 2014 года.

Таблица 6.

Этапы методики Lean-Data. По статье «The Power of Lean Data» [136]

1-й этап	2-й этап	3-й этап	4-й этап	5-й этап
Идентификация видов социального воздействия социального предприятия на бенефициаров	Выбор способов и ресурсов для сбора информации о социальном воздействии	Определение объема, периодичности и бюджета сбора информации. Сбор данных согласно плану	Анализ информации. Подтверждение / корректировка выбранных индикаторов социального воздействия	Формирование плана совершенствования работы социального предприятия в соответствии с полученными оценками стейкхолдеров

В Таблице 6 отражены ключевые элементы этой методики. Методика разрабатывалась для социальных предприятий с тем, чтобы они наладили сбор качественных данных об удовлетворенности бенефициаров их работой.

Социальные предприятия сами решают, какие показатели использовать для сбора данных, в каком объеме и как часто их собирать.

Следовательно эта методика не может использоваться для сравнительного анализа социального воздействия на стейкхолдеров не только социальных предприятий, работающих с разными социальными группами, но и двух социальных предприятий, работающих в одной сфере деятельности.

4. The William Davidson Institute разработал методику Base of the Pyramid Impact Assessment Framework (BPIAF) [165] для организаций, которые вкладывают средства в страны Африки и Юго-Восточной Азии, специализируясь на целевой социальной группе людей, живущих на грани нищеты. Методика выделяет 3 целевые группы среди местного населения, чье экономическое положение, отношения и возможности подлежат оценке согласно данной методике: покупатели, продавцы и местное сообщество.

На первом этапе применения методики выбирается по одному показателю социального воздействия на каждую группу стейкхолдеров и по каждому направлению измерения (экономическому положению, отношениям и возможностям), а также его потенциальная величина и вероятность достижения этой величины.

На втором этапе из всех показателей выбираются наиболее значимые и вероятные, и по ним дальше собираются данные о социальном воздействии от стейкхолдеров.

Данная методика также страдает низкой объективностью показателей, а также отсутствием возможности сравнивать результативность разных социальных предприятий.

5. Фонду Ashoka принадлежит авторство методики «Ашока»: измерение эффективности (Ashoka: Measuring Effectiveness – AME) [173], используемой в практике организации с 1997 года. В ее основе лежат опросы, ежегодно проводимые среди стипендиатов фонда. Организация использует интервью и опросы как основную форму общения с кандидатами на получение поддержки и в рамках конкурсного отбора, и после выделения финансирования для того,

чтобы оценить, добился ли стипендиат целей, которые заявлял во время конкурса, в краткосрочной и долгосрочной перспективе, для чего используются 2 раздела соответствующего опроса.

Объективность данной методики ограничена тем, что многие вопросы связаны с выражением мнения и видения самого социального предпринимателя, а не со статистикой благополучателей и их удовлетворенностью результатами работы социального предприятия.

Кроме того, «Ашока» для оценки ставит перед собой цель не оценить сравнительную полезность социального предпринимателя для общества, а скорее оценить соответствие социального предпринимателя требованиям к СП, сформулированным организацией. Это утверждение базируется на наличии таких вопросов, как оценка лидерских позиций социального предпринимателя в выбранной им отрасли, а также стало следствием его деятельности изменение законодательства в его стране, что далеко не всегда связано с пользой для общества, но непосредственно коррелируется с определением СП по версии «Ашоки».

6. Методика и разработанное на ее основе программное обеспечение MOTIV [157] были созданы группой компаний Grameen. Название является аббревиатурой следующих ключевых аспектов оценки: М – Mission & Organizational Commitment («миссия и обязательства организации»); О – Outreach («распространение»); Т – Transformational Impact / Treatment of Clients («трансформирующее воздействие» / «обслуживание клиентов»); I – Investment Opportunity for the Poor / Innovation («инвестиционные возможности для бедных» / «инновации»); V – Verification & Measurement («проверка и измерение»).

С помощью данной программы Grameen оценивает соответствие социального предприятия критериям социального бизнеса, сформулированным М. Юнусом, а также инвестиционной политике данной организации.

В программе MOTIV оценка проходит с помощью 40 показателей

по 5 направлениям, выделенным в названии методики и характеризующим бизнес-модель социального предприятия:

1) миссия и обязательства социального предприятия характеризуют решаемую социальную проблему и долгосрочные цели предприятия, связанные с ее решением;

2) критерий распространения связан с оценкой количества бенефициаров и других стейкхолдеров и оценкой степени влияния на них со стороны социального предприятия;

3) критерий трансформирующего воздействия позволяет оценить способность предприятия в среднесрочной перспективе добиться увеличения охвата бенефициаров и существенных изменений в выбранной отрасли;

4) в четвертой сфере оценки находится способность социального предприятия изменить к лучшему жизнь людей, живущих на грани нищеты, относимых Прахаладом к «основанию общественной пирамиды»;

5) последней зоной оценки является измерение социального воздействия, которое происходит, как правило, с использованием рейтингов других организаций, например с применением индекса прогресса по выходу из бедности (the Progress out of Poverty Index®), поскольку именно выход из нищеты людей по всей планете является одной из ключевых целей фонда Grameen и осуществляемых им инвестиций.

В целом методика имеет ряд преимуществ, связанных с необходимостью количественных оценок социального воздействия социальных предприятий по выбранным направлениям, однако значение рейтинга, вычисляемого как конечный результат применения MOTIV, нуждается в последующей интерпретации, что является недостатком методики с точки зрения выбранных критериев анализа, сформулированных выше.

7. Методика расчета социального возврата на инвестиции (Social Return on Investment – SROI) была разработана и опубликована в 2000 году фондом REDF. Согласно оценке GIIN, отраженной на Рисунке 2.3, ее применяют 5 процентов социальных инвесторов. Она основана на расчете соотношения

созданной социальной стоимости и инвестиций, направленных на ее создание. Чем больше значение данного соотношения, тем эффективнее работают инвестиции на благо общества.

Методика SROI активно используется в Великобритании: в частности, в 2009 году она была опубликована Секретариатом кабинета министров Великобритании [94]. Оценка социального возврата на инвестиции использует широко распространенную среди традиционных инвесторов схему оценки соотношения результатов и инвестиций (Return on Investment – ROI), трансформируя ее в направлении оценки социальных и экологических результатов в числителе, и вклада не только финансовых, но и иных ресурсов в социальное предприятие со стороны всех стейкхолдеров, а не только инвестора. При расчете социального возврата на инвестиции используется формула:

$$SROI = \frac{\text{Созданная социальная и экологическая стоимость}}{\text{Инвестиции заинтересованных сторон в проект}}, \quad (1)$$

где: SROI – стоимостная характеристика социального возврата на инвестиции;

Созданная социальная и экологическая стоимость – монетизированные социальные и экологические результаты реализации проекта за прогнозный или отчетный период;

Инвестиции заинтересованных сторон в проект – денежные средства и иные ресурсы заинтересованных сторон, направленные на реализацию проекта для достижения поставленной социальной и / или экологической цели в прогнозном или отчетном периоде.

При оценке социального возврата на инвестиции все промежуточные стадии, гипотезы и допущения, результаты опросов бенефициаров, исходные документы, служащие источниками данных для расчета, собираются в единый отчет, который должен проходить оценку со стороны независимого эксперта

или организации. Поэтому прозрачность данной методики является одним из позитивно оцениваемых критериев с точки зрения целей актуального анализа.

Расчет социального возврата на инвестиции происходит как в режиме оценки фактических прошлых вложений и работы социального предприятия за определенный истекший период (оценочный расчет), так и в режиме формирования прогноза результативности планируемых инвестиций (прогнозный расчет).

Ключевой особенностью методики является необходимость монетизации всех достигнутых положительных и отрицательных социальных результатов, т. е. приведение их к единой стоимостной базе, для чего разработан отдельный экономико-математический аппарат.

Оценка социального возврата на инвестиции проходит в несколько этапов [94]:

- 1) определение вида расчета и объекта для оценки, а также формирование списка заинтересованных сторон;
- 2) формирование теории изменений – схемы, отражающей влияние объекта инвестиций на стейкхолдеров, а также их вложения и влияние на объект инвестиций и, кроме того, характеризующей процесс формирования социальных результатов для каждой группы стейкхолдеров;
- 3) сбор и проверка результатов, монетизация (происходит аккумулирование информации о социальных результатах деятельности объекта инвестиций, а также подбираются стоимостные эквиваленты для их монетизации);
- 4) оценка социального воздействия (результат оценки очищается от вклада сторонних организаций и источников социальных изменений);
- 5) расчет показателя социального возврата на инвестиции, предполагающий учет позитивных и негативных социальных результатов, а также учет фактора возможного последующего нивелирования достигнутых результатов в случае окончания деятельности объекта инвестиций.

Полученный итог делится на сумму инвестиций всех стейкхолдеров в объект инвестирования (проект, предприятие);

б) отчет, его верификация и обсуждение, применение результата расчета.

Методика расчета социального возврата на инвестиции не предъявляет жестких требований к объему и частоте собираемых для него данных, а значит, он может быть гибко адаптирован к возможностям социального предприятия и инвестора.

К преимуществам методики можно также отнести упомянутую выше привычность расчета соотношения результатов и инвестиций для традиционных инвесторов, возможность приведения итога расчета и всех его промежуточных результатов к единому стоимостному значению, что исключает необходимость в его последующей трудоемкой интерпретации. Кроме того, в пользу этой методики говорит ее открытость и доступность и отсутствие требований к использованию специального программного обеспечения, а также возможность использования результатов расчета для сравнения социальной эффективности работы социальных предприятий разных направлений.

Слабыми сторонами методики расчета социального возврата на инвестиции считаются ее трудоемкость и стоимость, т. к. в основе ее лежит получение регулярной обратной связи от бенефициаров по выбранным критериям оценки социального воздействия, а также независимую верификацию полученных в ходе расчета результатов.

8. Фонд «Наше будущее» использует сразу несколько взаимодополняющих методов для оценки социального воздействия социальных предприятий: метод оценки стоимости создания единицы социального воздействия – для принятия наилучшего инвестиционного решения по аналогичным проектам; метод расчета комплексного рейтинга социальных предприятий – для оценки результативности своего взаимодействия с социальными предприятиями от момента выдачи

беспроцентного займа до его полного возврата; и вышеописанный метод SROI – для комплексного анализа социальной результативности всех социальных предприятий, с которыми работает фонд, и, таким образом, оценки результативности собственной деятельности в качестве социального инвестора.

В Таблице 5 суммированы итоги анализа соответствия существующих методик оценки социального воздействия критериям, которые должны быть присущи универсальному методу.

Наибольшее число позитивных оценок, по данным анализа, набрал метод расчета социального возврата на инвестиции (высокое соответствие по 6 из 8 критериев).

Нивелирование вышеописанных недостатков этой методики (сравнительно высокой трудоемкости и стоимости, а также возможности применения субъективных суждений при монетизации количественных показателей, влияющих на результат) возможно в будущем с использованием цифровых технологий для облегчения сбора обратной связи от стейкхолдеров, а также для снижения риска ее фальсификации с использованием технологии распределенного хранения данных (блокчейн). Кроме того, целям компенсации недостатков методики может послужить аккумулирование статистических данных по стоимости достижения единицы любого социального результата, как это уже частично реализовано в Великобритании в рамках деятельности рабочей группы по социальному инвестированию G8 [155]. В отчете данной группы от 15.09.14 приведены данные по средним расходам по некоторым социальным проблемам с тем, чтобы инвесторы могли ориентироваться на эти показатели при формировании контрактов с оплатой за результат, как это происходит при выпуске социальных и зеленых облигаций (Таблица 7).

Удельные социальные расходы в Великобритании [155]

Забота о детях	Безра- ботица	Молоде- жная преступ- ность	Забота о пожи- лых	Бездом- ные	Образо- вание	Нарко- мания	Насилие в семье
Сред- него- довые расхо- ды	Посо- бие на одного заяви- теля в год	Среднего- довая сто- имость первого попада- ния в си- стему уголов- ной юстиции	Средне- годовая стои- мость нахож- дения в резиде- нции для пожи- лых	Сред- негодо- вые гос. Расхо- ды на одного бездом- ного	Средне- годовые расходы на одно- го иск- лючен- ного из школы	Расходы на реаби- литацию одного наркома- на в год	Расходы на меди- цинское и юриди- ческое вмешате- льство на один случай
64 819 фунтов	10 025 фунтов	21 268 фунтов	28 132 фунта	8 391 фунт	11 192 фунта	3 631 фунт	2 776 фунтов

Резюмируя вышеизложенное, следует констатировать, что в международной и российской практике разработан и применяется ряд методик, позволяющих оценить не только финансовую, но и социальную, и экологическую результативность социальных предприятий в отчетном и прогнозном формате, что позволяет социальным инвесторам разрабатывать и реализовывать свою инвестиционную стратегию, формируя и контролируя не только экономические, но и социальные цели для инвестирования, что создает основу для развития сектора социального инвестирования в России.

Таким образом, из существующих в настоящее время методов оценки социального воздействия для целей включения в организационно-экономический механизм функционирования ИРСИП наиболее эффективным представляется метод оценки социального возврата на инвестиции.

2.3. Модель создания института развития социального предпринимательства

Модель создания ИРСП отражена на Рисунке 2.4.

Исходя из того, что жизненный цикл любой организации включает создание, рост, зрелость и упадок, модель создания ИРСП рассматривает подробно первую фазу жизненного цикла таких организаций.



Рисунок 2.4. Модель создания ИРСП

На этапе основания ключевым является взаимодействие потенциальных учредителей, обладающих ресурсами для финансирования ИРСП. Потенциальными источниками финансирования ИРСП являются государство, бизнес-организации, а также частные лица – владельцы капитала, которые также сформировали свой капитал в бизнесе.

Таким образом, решение о создании и финансировании ИРСП перечисленные акторы могут принять как отдельно, так и в партнерстве и долевом участии. Поэтому на стадии основания ИРСП между потенциальными учредителями происходит обсуждение всего комплекса

основных вопросов, влияющих на сам факт участия в учреждении ИРСП, а также на долю и капитал каждого из потенциальных учредителей, выделяемых для ИРСП.

При этом решение о миссии, функциональном направлении и бизнес-модели ИРСП во многом зависит от внешней среды: от того, какие потребности есть у существующих и потенциальных социальных предприятий, как, в какой мере и насколько эффективно они удовлетворяются действующими ИРСП. Исходя из анализа внешней среды, включая выявление наиболее острых и неудовлетворенных потребностей социальных предприятий в поддержке, а также анализа бизнес-моделей организаций, работающих с аналогичными потребностями в других странах мира, можно выбрать или разработать бизнес-модель для создаваемого ИРСП.

Таким образом, существенным на первой стадии создания ИРСП является аккумуляция информации о социально-экономической ситуации, количестве и направлениях деятельности социальных предприятий, об имеющихся ИРСП и свободных «нишах» среди ИРСП, об опыте функционирования ИРСП в России и за ее пределами, а также привлечение необходимых кадровых (аналитических, консультационных) и финансовых ресурсов для разработки проекта бизнес-модели ИРСП.

На основании разработанного проекта или альтернативных проектов учредители принимают ключевые решения о:

- 1) миссии и функциях создаваемого ИРСП;
- 2) бизнес-модели ИРСП (самоокупаемой или с внешним финансированием);
- 3) организационно-правовой форме ИРСП;
- 4) размере и порядке выделения уставного капитала.

В разных странах мира существуют направления деятельности ИРСП, которые могут полностью или частично обеспечить самоокупаемость ИРСП. К числу таких направлений относятся:

- 1) финансирование действующих и начинающих социальных

предпринимателей;

2) обучение и консультирование начинающих и действующих социальных предпринимателей, а также региональных преподавателей, которые обучают социальных предпринимателей;

3) информирование и обучение местных и региональных государственных чиновников с целью создания благоприятной экосистемы для развития малых социальных предприятий в провинции;

4) создание дополнительных каналов сбыта и продвижения для товаров и услуг социальных предприятий;

5) формирование системы сертификации социальных предприятий;

6) предоставление льготной ресурсной поддержки социальным предприятиям, например аренды офиса, складского или производственного помещения, предоставление услуг (бухгалтерских, юридических, транспортных и других) на льготных условиях.

Ряд других направлений деятельности ИРСП, перечисленных ниже, требует постоянного внешнего финансирования из государственных, благотворительных или бизнес-источников:

1) формирование экспертного и научного консенсуса о понятии и критериях СП;

2) продвижение и поддержка законодательных инициатив о СП и его государственной поддержке;

3) популяризация через СМИ практик СП и историй конкретных социальных предпринимателей;

4) поддержка встреч и объединений социальных предпринимателей с целью обмена опытом и лоббирования отраслевых интересов;

5) поддержка создания пулов региональных социальных инвесторов для финансирования местного социального бизнеса;

6) популяризация, адаптация и создание законодательной базы для использования новых инструментов финансирования социальной сферы и социальных предприятий, таких как социальные облигации;

- 7) поддержка создания образовательных программ по СП в школах, колледжах и университетах;
- 8) проведение конкурсов с целью награждения выдающихся социальных предпринимателей, а также людей и организаций, поддерживающих и освещающих их работу;
- 9) финансирование стажировок студентов на местных социальных предприятиях;
- 10) формирование социального спроса с помощью информационных кампаний;
- 11) популяризация возможности трудоустройства и волонтерской деятельности на социальных предприятиях.

На основании принятых учредителями ключевых решений происходит формирование структур двух контуров управления:

- 1) стратегического – для контроля и управления со стороны учредителей;
- 2) операционного – управленческой командой ИРСР.

А затем утвержденная учредителем управленческая команда осуществляет:

- 1) выбор географического охвата, уровней риска, социального воздействия и доходности;
- 2) формирование инструментария развития – функциональных направлений ИРСР;
- 3) формирование команды – кадрового состава ИРСР;
- 4) апробацию инструментария развития социальных предприятий;
- 5) фиксацию по итогам апробации инструментов и направлений развития социальных предприятий;
- 6) ежегодную оценку эффективности по направлениям, корректировку продуктовой линейки, технологии работы и кадрового состава.

Сравним вышеописанную модель с моделью, разработанной Глобальной сетью преобразующего инвестирования на основании анализа

деятельности 280 организаций – преобразующих (социальных) инвесторов в период 2013–2016 годов (Рисунок 2.5) [119].

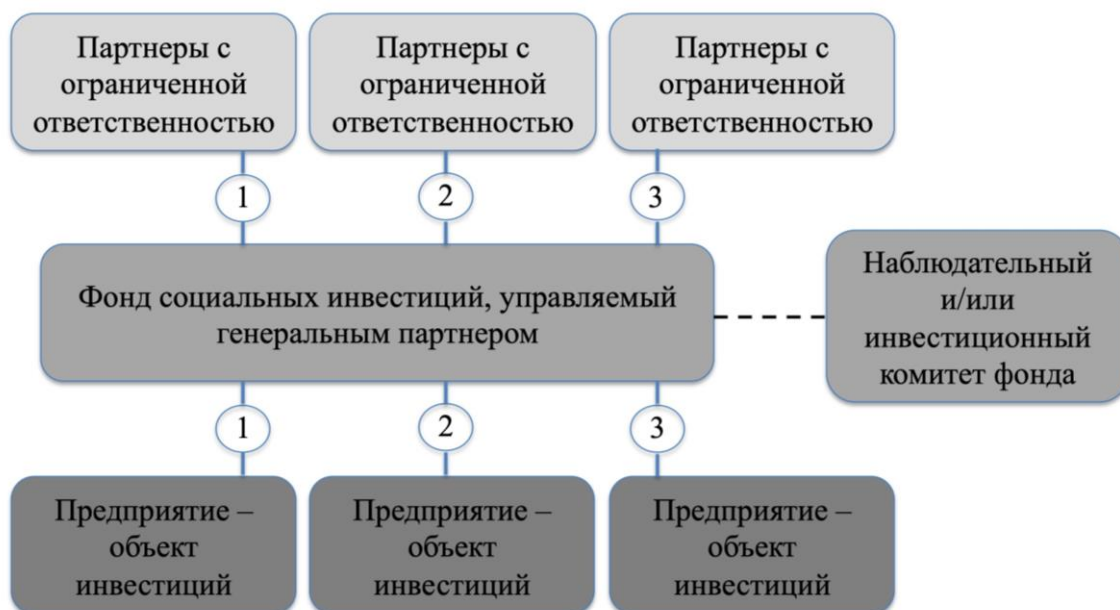


Рисунок 2.5. Создание преобразующего инвестора [119]

В данной модели акцент делается на организационных и финансовых вопросах создания социального инвестора: главный партнер привлекает к созданию фонда для финансирования социальных предприятий других партнеров с ограничением вклада и ответственности их участия, предварительно уже решив ключевые вопросы о сфере деятельности финансируемых социальных предприятий, формах финансирования, целевых параметрах по социальному воздействию и прибыли. Таким образом, формирование бизнес-модели социального инвестора происходит генеральным партнером, который потом выходит с готовой концепцией на рынок с тем, чтобы привлечь дополнительное финансирование у других организаций, ищущих сферу приложения для своего капитала.

В России такая или аналогичная схема организации социального инвестора не применяется в силу низкого уровня доверия и развития инвестиционного сектора: инвесторы, как показано в разработанной автором модели, готовы либо участвовать во всех ключевых решениях и делить ответственность при создании ИРСП, либо убедиться в работоспособности уже созданной организации в течение нескольких отчетных периодов, а затем

на договорной основе вести с ней совместную инвестиционную деятельность, не создавая для этого новой инвестиционной организации. Эти варианты можно проиллюстрировать на примерах из актуальной российской практики. Первый вариант совместного создания ИРСП демонстрирует город Череповец, где некоммерческое партнерство «Агентство Городского Развития» было совместно учреждено в 1999 г. мэрией г. Череповца и ПАО «Северсталь» в целях поддержки предпринимательства. Познакомившись с возможностями развития социального предпринимательства, учредители совместно приняли решение в качестве одного из направлений работы Агентства Городского Развития развивать СП в городе Череповце. Для этой цели на базе Агентства в 2014 году был создан Центр инноваций социальной сферы Вологодской области, который занимается обучением и консультированием, методической поддержкой и тиражированием социальных предприятий региона. Таким образом, данный ИРСП был создан совместно крупным бизнесом и государством на равных партнерских основаниях с совместной предварительной проработкой ключевых стратегических аспектов функционирования ИРСП.

Второй вариант, демонстрирующий присоединение к уже доказавшей свою эффективность организации развития СП, иллюстрируют партнерские соглашения организаций крупного бизнеса АО «Объединенная металлургическая компания» (АО «ОМК») и ООО «Пивоваренная компания “Балтика”» с Фондом региональных социальных программ «Наше будущее». Компании привлекали фонд в качестве организации, зарекомендовавшей себя в качестве эффективного ИРСП, для открытия в своей деятельности по реализации корпоративной социальной ответственности нового направления работы по развитию СП. В результате крупная корпорация ставила цели и выделяла финансирование, а фонд проводил обучение и конкурсный отбор проектов для финансирования. Так была реализована партнерская программа «Начни свое дело» в Пермском крае (г. Чусовой) и Республике Башкортостан (г. Благовещенск), после чего компания ОМК

оценила их эффективность и самостоятельно продолжила реализацию в Нижегородской области (г. Выкса). За три года в городах присутствия ОМК было создано более 190 новых рабочих мест, реализовано 88 социально-предпринимательских проектов.

Если в авторской модели создания ИРСП реализован субъектно-алгоритмический подход, то в вышеуказанном аналитическом материале Глобальной сети преобразующего инвестирования сделан акцент исключительно на субъектах процесса создания ИРСП.

Кроме того, существенным отличием авторской модели создания ИРСП является ее большая универсальность по сравнению с существующей, представленной на Рисунке 2.5, выражающаяся в возможности ее использования для создания ИРСП любого вида, применяющего любые инструменты развития СП.

Для оценки универсальности данной модели рассмотрим ее релевантность с точки зрения истории создания разных видов российских ИРСП.

Создание агента развития, обеспечивающего благоприятные условия для СП, рассмотрим на примере одного из региональных Центров инноваций социальной сферы. Создание ЦИСС в Нижнем Новгороде было вызвано осознанием региональной властью необходимости формирования «одного окна» для взаимодействия социальных предпринимателей с государством по разным видам поддержки и формирования регионального нормативно-правового регулирования. Для обсуждения потенциала и способа создания ЦИСС была создана неформальная межведомственная рабочая группа с участием представителей региональной законодательной и исполнительной власти, Агентства стратегических инициатив, фонда «Наше будущее», руководителей существующих ЦИСС из других регионов. Группа провела аналитическую работу и сформировала предложение для региональной власти, которая на основании предложенного проекта приняла ключевые решения о том, что:

- 1) учредителем будет региональное Министерство промышленности и торговли, оно выделяет уставный капитал организации;
- 2) миссией ЦИСС будет образовательная, консультационная, информационно-аналитическая и юридическая поддержка социальных предприятий региона;
- 3) регион через региональное Министерство промышленности и торговли финансирует постоянные расходы ЦИСС;
- 4) организационно-правовой формой ЦИСС будет АНО;
- 5) ЦИСС будет участвовать в федеральных программах финансирования Минэкономразвития и привлекать внебюджетные средства под реализацию отдельных проектов по развитию СП.

Далее были созданы органы управления ЦИСС: назначен директор и создан Наблюдательный совет. ЦИСС Нижегородской области успешно работает с сентября 2017 года по настоящее время.

Рассмотрим релевантность модели для другого вида ИРСП, а именно социального инвестора, на примере фонда «Наше будущее».

До создания фонда учредитель в 2007 году собрал команду экспертов для изучения международного опыта организаций, финансирующих проекты, ставящие перед собой задачи решения конкретных социальных проблем. Анализ международного опыта позволил сделать вывод о сравнительной эффективности СП для решения региональных социальных проблем в разных странах мира и на основе этого вывода выбрать поддержку СП в качестве основы для проектирования будущей организации.

Далее экспертной командой была собрана информация об основных способах поддержки социальных предприятий за рубежом, а также о социально-экономической ситуации и развитии предпринимательства в разных регионах России. Задачей предварительного экспертного анализа было нахождение оптимальных способов для развития нового сектора социально-экономической системы с нуля. Решение этой задачи заключалось, с одной стороны, в выявлении предприятий, уже работающих в соответствии с принципами СП, но не идентифицирующих себя с этим понятием, и, с другой

стороны, в стимулировании предпринимателей создавать новые социальные предприятия.

Отсутствие других ИРСП в России в 2007 году, ориентирующихся на развитие СП, диктовало необходимость универсальной, а не узкоспециализированной поддержки вновь создаваемых и действующих социальных предприятий, инвестиций не только в их капитал, но и в развитие их кадрового, сбытового потенциала, в их инфраструктурные и информационные возможности. Задача социального развития регионов России обуславливала географию деятельности фонда с охватом всей территории Российской Федерации, а также без ограничения круга решаемых социальных проблем и целевых социальных групп, поскольку социальное развитие регионов России неравномерно и для каждого региона характерен свой уникальный набор острых социальных проблем.

Таким образом, руководствуясь этими базовыми выводами, экспертная команда предоставила учредителю проект создания универсального ИРСП.

Далее учредитель принял следующие ключевые решения:

1) ИРСП создается в организационно-правовой форме некоммерческого фонда;

2) для инвестиций в социальные предприятия используются только средства уставного капитала, выделенные учредителем. Агрегация средств внешних инвесторов, а также благотворительных пожертвований в стратегию фонда не включается. Был определен размер уставного капитала фонда;

3) финансирование социальным предприятиям должно выделяться на конкурсной основе, поскольку средства, выделяемые учредителем, ограничены;

4) средства на конкурсной основе должны предоставляться проектам, отвечающим требованиям к деятельности в сфере СП, обеспечивающим максимизацию социального воздействия, а также диверсификацию портфеля по регионам РФ, сферам деятельности социальных

предприятий, решаемым социальным проблемам, целевым социальным группам;

5) получение дохода не является приоритетом для фонда, основным приоритетом является социальное воздействие, поэтому возможно использование инструментов с нулевой и отрицательной доходностью (т. е. финансирование благотворительных проектов и использование грантов);

6) при выборе инструментов инвестирования приоритет необходимо отдавать механизмам, обеспечивающим низкий уровень риска для фонда;

7) отсутствие региональной и отраслевой специализации объектов инвестирования позволяет создать единую команду для конкурсного отбора объектов для инвестирования. Такое решение является и наиболее эффективным с точки зрения расходов на персонал внутри фонда;

8) поскольку стоит задача создания нового сектора социально-экономической системы, необходима массовая, а не точечная поддержка отдельных социальных предприятий. Ограниченность общей суммы, выделенной учредителем, диктует, таким образом, необходимость ограничить сумму возможных инвестиций, выделяемых на каждый проект;

9) степень нефинансового участия в деятельности предприятий – объектов инвестирования должна определяться в соответствии с выбранным механизмом инвестирования;

10) в качестве ведущего инструмента финансового инвестирования в начале деятельности фонда был выбран беспроцентный долгосрочный заем, в качестве вспомогательного – финансирование благотворительных проектов.

Таким образом, был сформирован инвестиционный профиль, т. е. выбранные варианты реализации стратегии социального инвестирования фонда «Наше будущее», который представлен в Таблице 8.

Стратегия фонда «Наше будущее»

Крите- рий	Варианты реализации стратегии по социальному инвестированию					«Наше будущее»
Доход- ность	Отрица- тельная (напр., гранты)	Нулевая	Ниже ры- ночного уровня	На рыноч- ном уров- не	Выше рыночной	Нулевая
Уровень социаль- ного воз- дейст- вия	Базовый (аналогич- ный коммер- ческому бизнесу)	Ниже сре- днего по сравн. с аналогич- ными соц. пред- приятия- ми	Средний по сравне- нию с ана- логичны- ми соц. предпри- ятиями	Выше сре- днего по сравнению с аналогич- ными соц. пред- приятиями	Максима- льный по сравнению с аналогич- ными соц. пред- приятиями	Макси- мальный или выше среднего
Геогра- фия про- ектов	Местный уровень	Региона- льный уровень	Национа- льный уровень	Группа стран	Макроре- гионы или мировой уровень	Нацио- нальный уровень
Отрас- левая специа- лизация	Инвести- ции в ре- шение од- ной соц. проблемы или работу с одной соц. группой	—	Инвести- ции в ре- шение не- скольких соц. проб- лем, работу с несколь- кими соц. группами	—	Инвести- ции в ре- шение лю- бых соц. проблем или работу с любыми соц. груп- пами	Инвести- ции в ре- шение лю- бых соц. проблем или работу с любыми соц. груп- пами

Продолжение Таблицы 8

Масштаб инвестиций	Малый (0–5 млн руб.)	—	Средний (5–10 млн руб.)	—	Крупный (более 10 млн руб.)	Малый и средний
Срок существования предприятия на старте инвестирования	Стартап	1–3 года	4–5 лет, растущее предприятие	—	6–10 лет, зрелое активно развивающееся предприятие	Все стадии развития, но большая часть – существующие 3–5 лет
Кол-во поддерживаемых проектов в год	1–5	6–15	16–50	51–100	Более 100	В среднем 20
Инструменты поддержки	Только финансовые	Финансовые + 1–2 нефинансовых	Только самоокупаемые или доходные	Максимальный спектр инструментов поддержки	Только нефинансовые	Максимальный спектр инструментов поддержки

При этом такие параметры, как уровень доходности, социального воздействия, отраслевая принадлежность, география проектов и инструменты поддержки являются неизменными для стратегии фонда, тогда как масштаб инвестирования, стадии развития предприятий и количество поддерживаемых

в год проектов могут изменяться в зависимости от результатов предыдущей деятельности и ежегодных параметров планирования. В частности, параметры размера проектов и количества поддержанных проектов находятся в обратной зависимости, и поддержка нескольких крупных проектов в течение года с учетом фиксированного финансового плана на год может снизить общее количество поддержанных в этот период проектов.

Выбор беспроцентных долгосрочных займов в качестве основного инструмента финансирования социальных предприятий был продиктован следующими обстоятельствами:

1) В 2007 году СП находилось в России в зачаточном состоянии, поэтому финансирование требовалось в основном начинающим социальным предпринимателям, создающим микро- и малые предприятия.

2) Микро- и малые предприятия, в отличие от средних и крупных предприятий, в России имели в 2007 году ограниченный доступ к банковскому финансированию, либо стоимость банковских кредитов была слишком высока для начинающего бизнеса.

3) Прямые инвестиции требовали существенно большего объема фонда, нежели был выделен учредителем, к тому же с их помощью было сложнее добиться цели массового развития социальных предприятий. Для развития прямых инвестиций в социальные предприятия необходимо было бы создание пула или укрупненного фонда социальных инвестиций, поступающих от разных инвесторов. Но немногочисленные состоятельные люди, имевшие в 2007 году желание реализовать свою социальную миссию, предпочитали проверенный в международной практике способ создания именных или целевых благотворительных фондов, реализующих грантовые программы. Эти благотворительные организации, а также благотворительные фонды, созданные корпорациями в рамках реализации корпоративной социальной ответственности, сформировали основу нового для России «третьего сектора». Поэтому из-за отсутствия мотивированных корпоративных и частных инвесторов создание крупного фонда прямых

социальных инвестиций в 2007 году в России было невозможно. Государство же на тот момент не видело перспектив в развитии СП и не рассматривало возможности создания государственного фонда социальных инвестиций, а также выделения средств в качестве вклада в негосударственный фонд с аналогичной специализацией.

4) Такой способ финансирования СП, как совместные предприятия с крупными международными корпорациями, который пропагандируется М. Юнусом [118], был для российского бизнеса неактуален, поскольку Россия не являлась и не является приоритетной страной для социальных (преобразующих) инвестиций из развитых стран: в большинстве развивающихся стран, особенно в странах Африки и Юго-Восточной Азии, социальная сфера развита хуже, нежели в России. Поэтому крупные международные корпорации находят сферу приложения для инвестиций в рамках своей корпоративной социальной ответственности или «у себя дома», в стране, где находится штаб-квартира корпорации, или в вышеуказанных регионах Азии и Африки, которые в ряде случаев являются бывшими колониями европейских держав и связаны с бывшими метрополиями в сфере экономики и общественной жизни.

5) Зарождающемуся сектору СП требовалось долгосрочное дешевое финансирование, поэтому выделение займов изначально и осознанно стало «некоммерческим» и все займы предоставлялись на беспроцентной долгосрочной основе.

6) Выбор займа в качестве основного инструмента финансирования был продиктован прежде всего необходимостью дисциплинировать начинающих социальных предпринимателей и стимулировать их развивать свои социальные предприятия и добиваться их самоокупаемости, поэтому в отличие от известных международных организаций, поддерживающих СП, таких как фонды Ashoka, Skoll, Schwab или Echoing Green, использующих в качестве основного инструмента поддержки гранты, фонд «Наше будущее» выбрал возвратный инструмент финансирования.

После принятия вышеописанных ключевых решений учредителем были созданы структуры стратегического и оперативного управления: Совет и Попечительский совет как органы стратегического управления, набрана базовая управленческая команда и назначен Директор для оперативного управления. Главным органом управления фонда является Совет фонда – высший коллегиальный орган управления организации. Его председателем является учредитель В. Ю. Алекперов. Совет в рамках реализации своих функций:

- обеспечивает соблюдение фондом уставных целей;
- определяет приоритетные направления деятельности и принимает ключевые управленческие решения;
- избирает директора фонда и ревизионную комиссию;
- рассматривает и утверждает годовой отчет и финансовый план фонда;
- принимает решения о создании филиалов и открытии представительств фонда, вступлении фонда в другие организации, а также о реорганизации фонда;
- формирует сроком на 3 года состав Попечительского совета фонда.

Попечительский совет фонда выполняет следующие функции:

- осуществляет общий надзор за деятельностью фонда;
- отвечает за обеспечение исполнения решений Совета фонда;
- содействует реализации уставных целей и задач фонда;
- контролирует расходование средств фонда, принятие прочими органами фонда решений и обеспечение их исполнения, а также соблюдение фондом действующего российского законодательства;
- утверждает инвестиционные решения в рамках конкурсной процедуры по выделению беспроцентных долгосрочных займов.

Директор фонда является единоличным исполнительным органом,

избираемым Советом фонда сроком на три года и подотчетным Совету. Директор выполняет следующие функции:

- осуществляет текущее руководство деятельностью фонда;
- к компетенции директора относятся все прочие вопросы, которые не входят в сферу ответственности Совета и Попечительского совета организации.

Фонд был создан в 2007 году. В 2008 году фонд провел пилотный конкурс «Социальный предприниматель» с ограниченным сроком реализации. Затем был проведен анализ этого пилотного проекта, подведены его итоги и принято решение о переводе формата конкурса в круглогодичный.

Таким образом, при анализе этапов создания двух организаций, представляющих разные виды ИРСП, выявлены аналогичные фазы и действия субъектов, соответствующие модели создания ИРСП, отраженной на Рисунке 2.4, а именно проведение с участием потенциальных учредителей первоначального этапа привлечения экспертов и сбора и анализа с их помощью информации о необходимости ИРСП и потенциальной сфере и способе деятельности для создаваемой ИРСП, затем принятие ключевых решений о цели, форме, способе организации деятельности и объеме капитала для создаваемого ИРСП и далее - формирование структур для стратегического и оперативного управления и контроля за деятельностью ИРСП.

Данный вывод подтверждает универсальный характер модели и возможность ее применения для создания новых ИРСП в России.

Глава 3. Организационно-экономический механизм функционирования институтов развития социального предпринимательства

3.1. Описание организационно-экономического механизма функционирования ИРСП. Элементы механизма

Для структурирования и алгоритмизации процесса формирования и функционирования ИРСП необходимо дополнить вышеописанную модель создания ИРСП организационно-экономическим механизмом его функционирования. Разработанный механизм представлен на Рисунке 3.1.

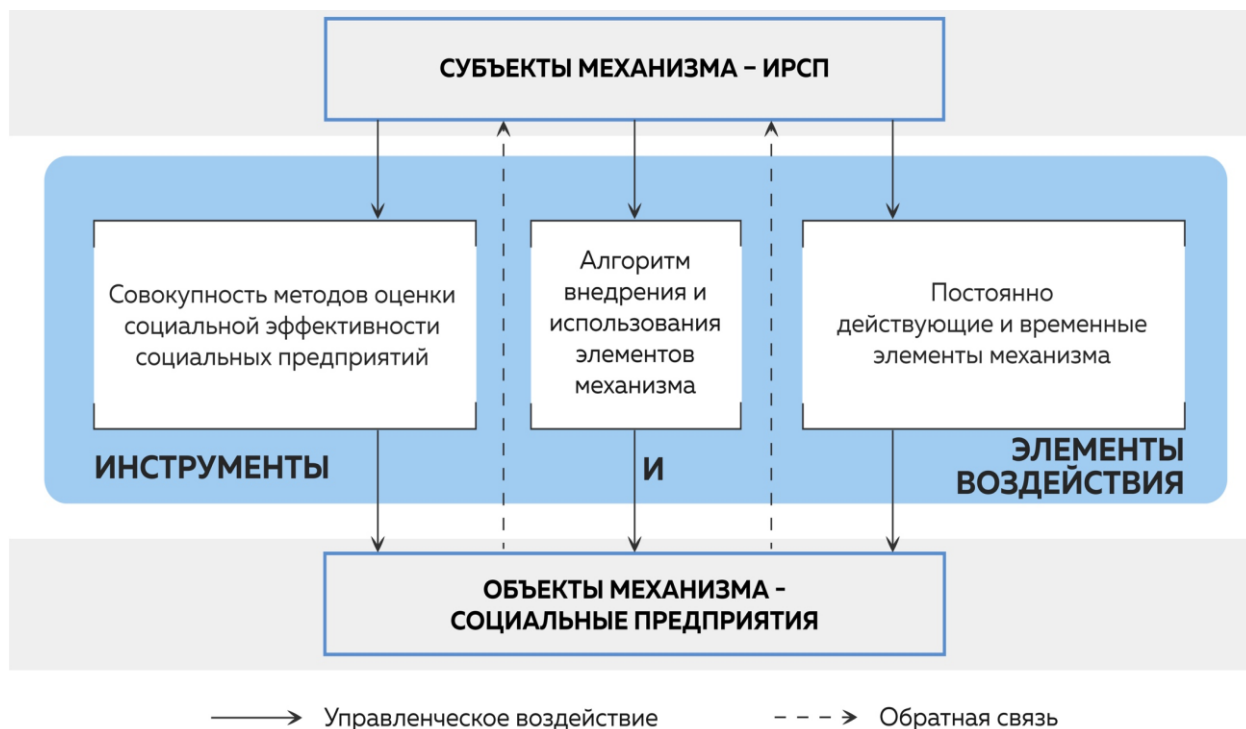


Рисунок 3.1. Организационно-экономический механизм функционирования ИРСП

Механизм включает описание объектов, субъектов, элементов, алгоритма внедрения его элементов, а также совокупность методов оценки социального воздействия социальных предприятий на стейкхолдеров. Практический смысл данного механизма может быть описан следующим

образом: он показывает, кто управляет, кем управляет и с помощью каких инструментов осуществляется это управление.

Объекты и субъекты механизма определены в Главе 1 с помощью уточнения понятия социального предприятия, ИРСП и формализации требований к деятельности в сфере СП.

ИРСП, как показано на Рисунке 3.2, подразделяются на социальных инвесторов, агентов развития и формальные и неформальные объединения социальных предпринимателей.



Рисунок 3.2. Типология ИРСП

От успешности и скорости их развития, а также от неконкурентного, партнерского и взаимодополняющего характера их деятельности по достижению общей цели во многом зависит масштаб и эффективность формирования отрасли СП в целом, каковая, как было описано в Главах 1 и 2, решает задачи:

1) более гибкого реагирования на локальные особенности социальной проблематики, т. е. помощи государству в получении запроса о социальной проблеме от общества и в анализе этого запроса;

2) выработки более гибких и инновационных механизмов решения социальной проблемы, их тестирования и апробации для дальнейшего выбора государством и негосударственными организациями лучших практик и тиражирования их на территории всей страны;

3) формирования социальной инфраструктуры в отдаленных, малонаселенных или иных муниципальных образованиях, в которых государству экономически выгодно передавать выполнение своих социальных обязательств на аутсорсинг негосударственным организациям;

4) удовлетворения дополнительных социальных потребностей, которые не входят в спектр социальных обязательств государства, но в которых нуждаются граждане и за которые они готовы платить непосредственно социальным предприятиям;

5) активизации социальной инициативы граждан и частного капитала.

Инструменты и элементы воздействия организационно-экономического механизма функционирования ИРСП включают:

1) систематизированные постоянно действующие и временные элементы механизма;

2) алгоритм внедрения элементов механизма;

3) совокупность методов оценки социальной эффективности социальных предприятий.

Целью формирования организационно-экономического механизма функционирования ИРСП является систематизация и алгоритмизация способов развития социальных предприятий и обеспечения устойчивости и эффективности новых и существующих ИРСП, что может обеспечить большую устойчивость системы СП в России в целом.

Систематизированные элементы механизма представлены на Рисунке 3.3.

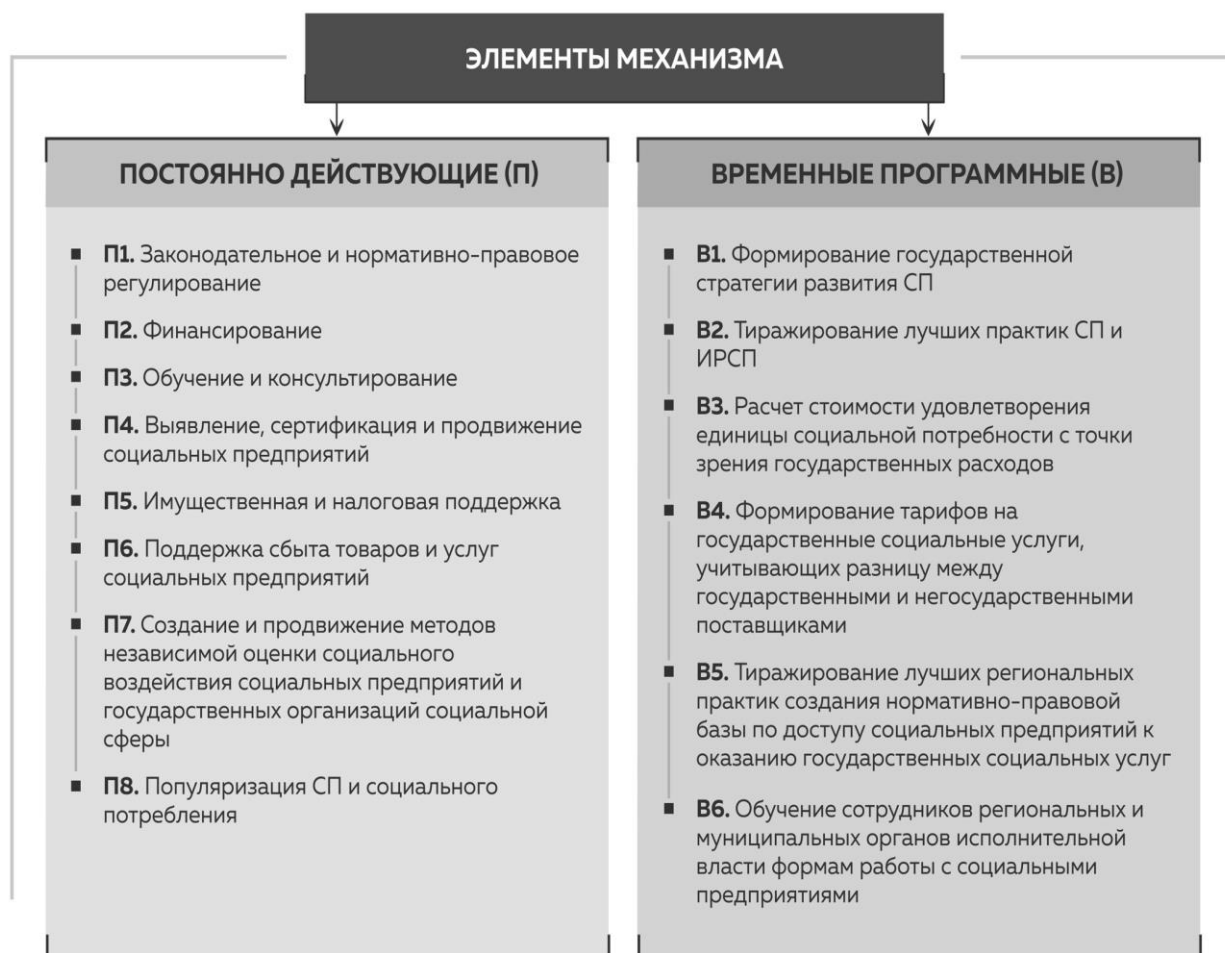


Рисунок 3.3. Систематизированные элементы организационно-экономического механизма функционирования ИРСП

Основой механизма является элемент П1 – нормативно-правовое регулирование, включая принятие единого закона о СП, описывающего все варианты создания социальных предприятий в России вне зависимости от их организационно-правовых форм, а также институтов их развития, включая назначение единого оператора государственной поддержки социальных предприятий по принципу «одного окна», действующего через представительства в регионах. Аналогичный закон на основе закона о СП необходим и в отношении ИРСП.

Остальные элементы данного механизма могут разрабатываться, внедряться и совершенствоваться институтами развития социального предпринимательства параллельно или последовательно в зависимости от стратегии ИРСП, утвержденной при создании организации.

Корреляция видов ИРСП с используемыми ими постоянно действующими элементами воздействия отражена на Рисунке 3.4.

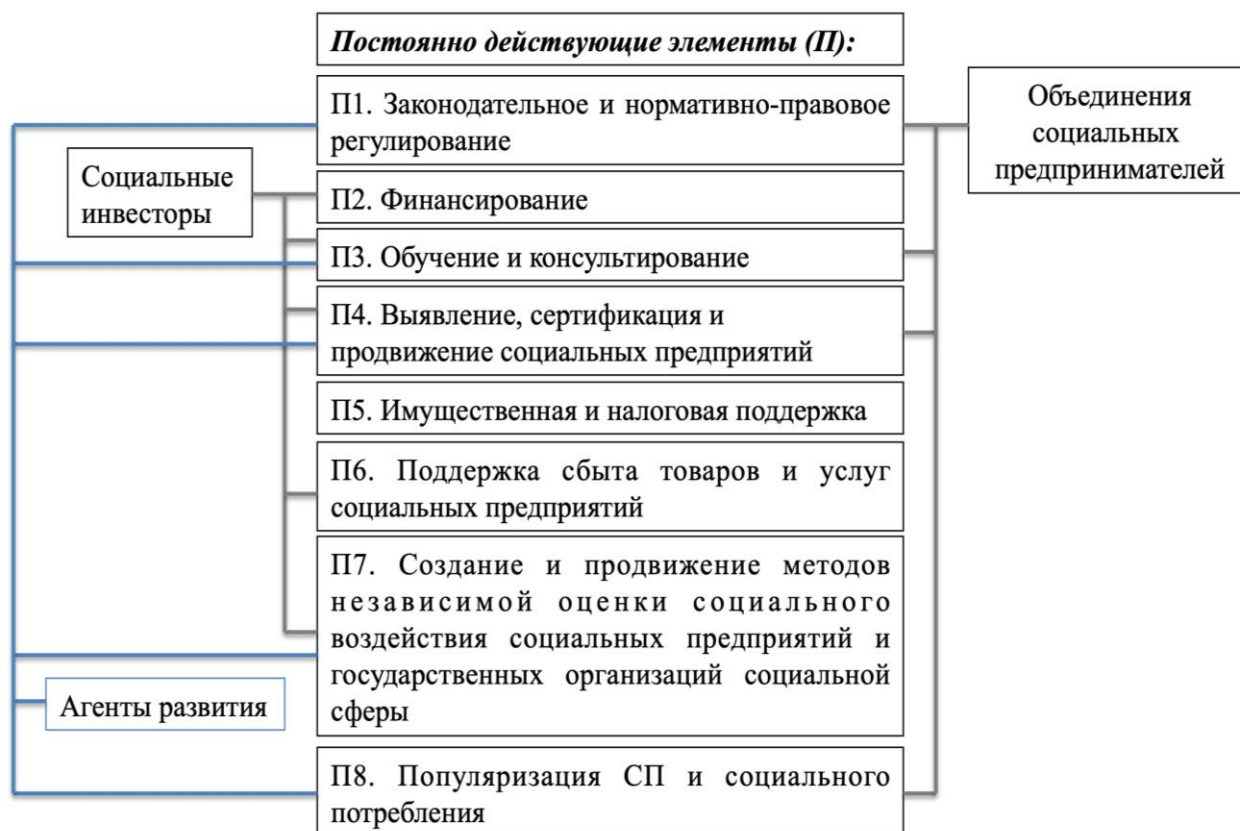


Рисунок 3.4. Корреляция видов ИРСП с используемыми ими постоянно действующими элементами воздействия

Элементы, используемые социальными инвесторами, можно рассмотреть на примере фонда «Навстречу переменам». Он совмещает в своей деятельности обучение и консультирование (П3) и финансирование социальных предприятий (П2), предоставляя гранты на развитие социальных предприятий, специализирующихся на работе с детьми. При этом элемент обучения используется не только как самостоятельное направление поддержки, но и как элемент, обуславливающий выделение финансирования и снижающий риски на начальном этапе развития предприятия. Элемент П4 применяется фондом в рамках конкурсного механизма отбора социальных предпринимателей для обучения и выделения грантов. Элемент П6 используется ограниченно только в рамках популяризации деятельности поддержанных социальных предприятий и приглашения их руководителей на

мероприятия по тематике СП, в которых фонд принимает участие. Элемент П7 используется прежде всего для оценки результативности деятельности самого фонда, которую невозможно определить без вычисления социальной результативности деятельности обучаемых и финансируемых социальных предприятий. Используемые фондом методы описаны, в частности, в Отчете о социальном воздействии 2015–2016 [80].

Функции объединений социальных предпринимателей можно рассмотреть на примере Ассоциации социальных предприятий С.-Петербурга и Ленинградской области [22]: она была создана в 2015 году в форме некоммерческой организации для представления и защиты интересов предприятий в сфере СП и увеличения масштаба позитивных социальных изменений в Санкт-Петербурге, для повышения социальной результативности деятельности членов АСП и выработки инновационных методов решения социальных задач. Исходя из данной формулировки миссии Ассоциации, можно заключить, что «представление и защита интересов социальных предприятий» коррелируется с элементом П1 в части представления интересов социальных предприятий при формировании регионального нормативно-правового регулирования, с элементом П3 – в рамках повышения эффективности деятельности социальных предприятий и выработки инновационных методов решения социальных задач, с элементом П4 – в части продвижения социальных предприятий и публикации информации о членах Ассоциации на своем сайте, с элементом П8 – в части декларируемого стремления к расширению масштаба позитивных социальных изменений в регионе, которое предполагает в том числе популяризацию СП в целом и деятельности социальных предприятий – членов Ассоциации в частности.

Рассматривая деятельность агентов развития на примере Центров инноваций социальной сферы, можно увидеть в их деятельности применение элемента П1 – поскольку они участвуют на экспертном уровне в формировании регионального законодательства по СП, П3 – так как основным направлением деятельности ЦИСС является обучение и

консультирование социальных предпринимателей, П4 – в части выявления действующих и начинающих социальных предпринимателей, П7 – поскольку ЦИСС предоставляют отчетность Министерству экономического развития

Таблица 9.

Элементы механизма в деятельности ЦИСС

Элемент воздей- ствия	Результаты деятельности Брянского ЦИСС за 2018 г.
П1	Отражено в описании функций Экспертного совета ЦИСС, состоящего из 15 экспертов
П3	175 бесплатных консультаций по разным аспектам ведения деятельности социальными предприятиями; 3 обучающих семинара и 2 акселерационные программы для 85 начинающих и действующих социальных предпринимателей
П4	На конец 2018 г. выявлено и по заявлениям социальных предпринимателей включено в реестр социальных предприятий 93 субъекта малого и среднего предпринимательства
П7	В отчете указано количество рабочих мест, созданных обученными предпринимателями в рамках одного из образовательных форматов
П8	Снято и распространено в социальных сетях 6 видеороликов о деятельности региональных социальных предприятий, 4 статьи в прессе, организована выставка-ярмарка товаров социальных предприятий в рамках прошедшего в октябре 2018 г. 1-го регионального форума СП «Социальное предпринимательство: точки роста»

о количественных социальных показателях деятельности социальных предприятий, созданных обученными в ЦИСС предпринимателями, и П8 – так

как популяризация СП является одним из главных направлений деятельности ЦИСС и источником развития как отрасли СП в своих регионах, так и роста числа благополучателей и клиентов социальных предприятий, без которого невозможно успешное развитие социальных предприятий.

Например, в отчете Брянского ЦИСС за 2018 год [81] можно выделить результаты деятельности с разбивкой по вышеперечисленным элементам (Таблица 9).

Корреляция видов ИРСП с используемыми ими временными программными элементами воздействия отражена на Рисунке 3.5.

Использование временных программных элементов относится к потенциальным возможностям развития СП, которые позволят быстро распространить лучшие практики, апробированные разными ИРСП, во всех регионах России.



Рисунок 3.5. Корреляция видов ИРСП с используемыми ими временными программными элементами воздействия

Необходимо также охарактеризовать вариативность практической реализации отдельных элементов механизма у разных видов ИРСП.

В Таблице 10 рассмотрим реализацию элемента, применяемого всеми

Таблица 10.

Вариативность применения элементов механизма

Критерий	Социальные инвесторы	Агенты развития	Объединения соц. предприятий
Цель	Поиск новых проектов для инвестиций с высоким потенциальным социальным и финансовым возвратом на инвестиции	Выполнение собственной миссии / целевых установок (в т. ч. государственных показателей эффективности) по развитию СП	Масштабирование деятельности социальных предприятий – членов объединения, обеспечение благоприятных условий для СП в целом
Мотивационные стимулы для социальных предприятий	Финансирование на льготных условиях	Бесплатное обучение, консультирование и продвижение на региональном и местном уровнях	Обмен опытом, помощь в защите интересов
Длительность сотрудничества	В течение периода финансирования	Сотрудничество по запросу социального предприятия	По желанию социального предпринимателя и по уставу объединения
Оценка социального воздействия от деятельности социальных предприятий	Регулярная в течение периода финансирования	Выборочная, если необходима для выполнения показателей эффективности агента развития	Не проводится

видами ИРСП, а именно: П4 в одном из направлений, связанном с выявлением социальных предприятий.

Как видно из Таблицы 10, реализация элементов механизма в разных видах ИРСП характеризуется высокой вариативностью, что говорит о высокой гибкости механизма и его способности адаптироваться к изменениям потребностей социальных предприятий и характеристик внешней среды.

Таким образом, предложен и в целом охарактеризован организационно-экономический механизм функционирования ИРСП, в том числе подробно описаны элементы механизма и вариативность их применения у различных ИРСП.

3.2. Алгоритм внедрения элементов организационно-экономического механизма функционирования ИРСП

Алгоритм внедрения элементов механизма функционирования ИРСП приведен на Рисунке 3.6. Алгоритм описывает процесс внедрения в ИРСП любого из элементов воздействия организационно-экономического механизма функционирования ИРСП, приведенных на Рисунке 3.3.

Рассмотрим применение алгоритма в отношении элемента П2 – финансирование социальных предприятий, – внедренного в деятельность регионального ЦИСС в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре, на примере пилотного проекта «Социальные инвестиции», осуществленного совместно Правительством Югры и фондом «Наше будущее».

Ключевыми участниками данного пилотного проекта стали: Правительство Югры, Фонд поддержки предпринимательства Югры, фонд «Наше будущее», представители органов местного самоуправления, представители малого и среднего бизнеса, из которых сформировался пул потенциальных социальных инвесторов, и социальные предприятия – соискатели инвестиций.

Целью проекта стало стимулирование негосударственных социальных инвестиций для обеспечения социальных предприятий финансовыми ресурсами, необходимыми им для формирования, роста и развития.

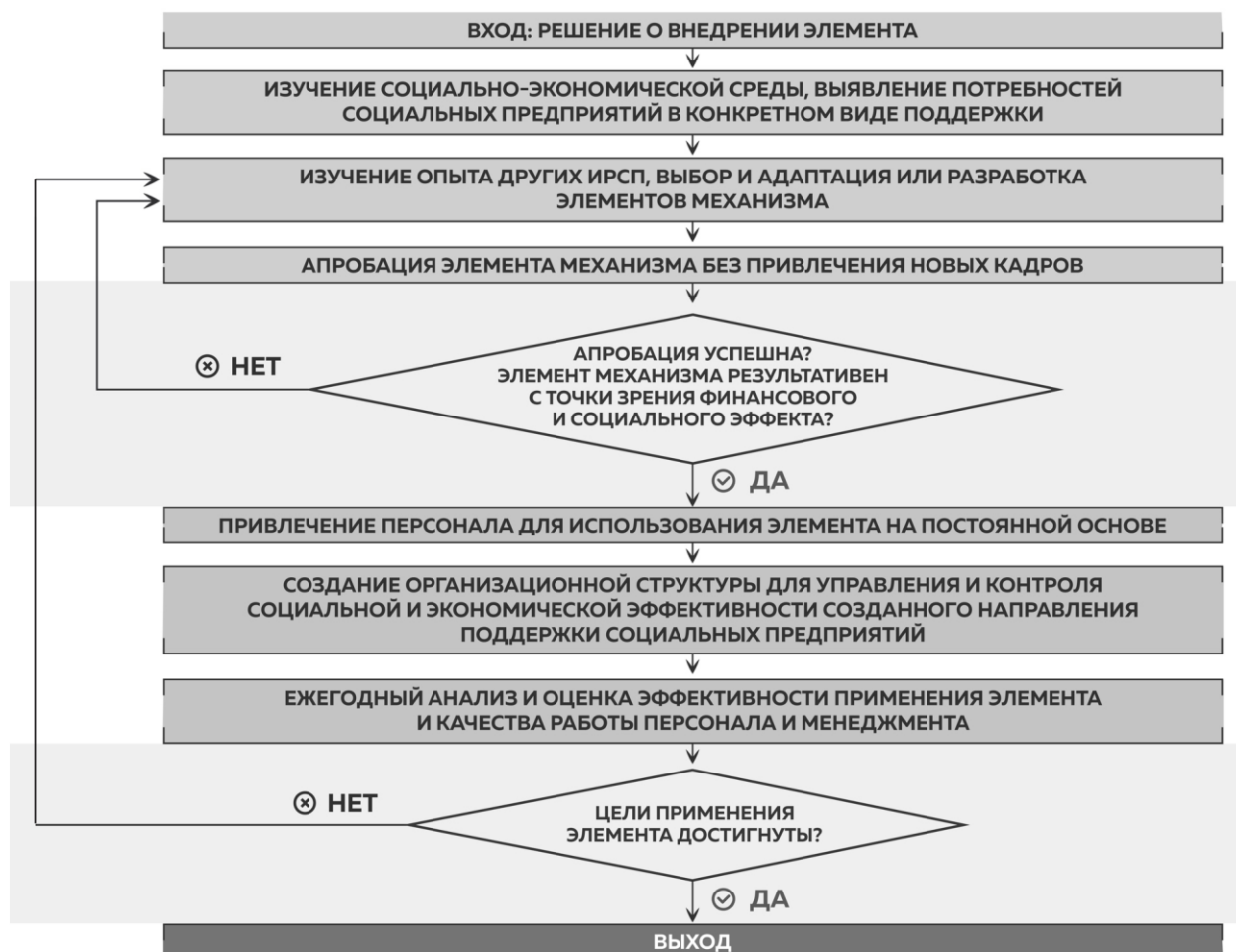


Рисунок 3.6. Алгоритм внедрения элементов организационно-экономического механизма функционирования ИРСП

Выделим выполнение последовательности действий алгоритма в реализации пилотного проекта «Социальные инвестиции».

- 1) Вход: решение о внедрении элемента / запуске проекта.

Решение было принято и формализовано в рамках подписанного в ноябре 2016 года соглашения о сотрудничестве между Правительством ХМАО – Югры и фондом «Наше будущее», предусматривающего реализацию пилотного проекта «Социальные инвестиции».

- 2) Изучение социально-экономической среды, выявление потребностей социальных предприятий в конкретных видах поддержки.

Данный этап внедрения имел 2 аспекта реализации: во-первых, относительно актуальных потребностей социальных предприятий и, во-вторых, в отношении оценки среднесрочных перспектив их развития, исходя из социальной обстановки в конкретных муниципальных образованиях и государственных планов на местном уровне.

Первый аспект был реализован в 2 этапа: сначала было осуществлено широкое информирование всего населения округа о пилотном проекте «Социальные инвестиции» в средствах массовой информации и социальных сетях, был создан специализированный информационный ресурс, организована публичная презентация проекта на региональных и муниципальных деловых мероприятиях и коммуникационно-диалоговых площадках. В результате информационный охват составил 43,0 % населения Югры, информационный охват субъектов малого и среднего предпринимательства – 27,5 %.

На втором этапе осуществлялось целевое общение как с действующими социальными предпринимателями – потенциальными соискателями инвестиций, так и с действующим бизнесом – потенциальными инвесторами. Выявление потенциальных инвесторов осуществлялось посредством проведения личных встреч на основе мониторинга предпринимателей, которые потенциально могли выступить инвесторами, из числа представителей успешных малых, средних и крупных компаний региона, кредитных организаций, меценатов, спонсоров, лиц, занимающихся благотворительностью, предпринимателей – наставников, экспертов и бизнес-тренеров, лиц, обладающих опытом предпринимательской деятельности, опытом консультирования начинающих предпринимателей, опытом ведения тренингов, мастер-классов, с использованием базы данных Фонда поддержки предпринимательства Югры, а также его партнеров.

Привлечение потенциальных соискателей социальных инвестиций осуществлялось посредством организации рассылки и индивидуального общения с получателями поддержки организаций инфраструктуры поддержки

социальных предприятий Югры, в том числе выпускниками Школы социального предпринимательства, а также социальными предпринимателями, включенными в реестр поставщиков услуг в социальной сфере Ханты-Мансийского автономного округа – Югры.

В результате к 1 января 2018 года был сформирован пул из 30 инвесторов, было подано 867 заявок на соискание инвестиций, из них отобрано инвесторами 175 для прохождения дальнейшего обучения.

Второй аспект реализации этого этапа был связан с анализом потребностей по видам социальных услуг во всех муниципальных образованиях Ханты-Мансийского автономного округа – Югры на период 3 лет.

В результате была выявлена необходимость оказания услуг по следующим направлениям:

- развитие дошкольного и дополнительного образования;
- организация и осуществление ухода за гражданами пожилого возраста, инвалидами, детьми-инвалидами;
- организация физкультурно-оздоровительных мероприятий;
- организация культурно-массовых мероприятий;
- профилактика неинфекционных заболеваний, аборт, онкологических заболеваний;
- паллиативная помощь.

Таким образом, в муниципальном разрезе были выявлены среднесрочные перспективы наиболее актуальных направлений деятельности социальных предприятий.

3) Изучение опыта других ИРСП; выбор и адаптация или разработка элемента механизма.

Изучение применения опыта других ИРСП осуществлялось с помощью экспертов фонда «Наше будущее». Поскольку практики стимулирования негосударственных социальных инвестиций в России в 2016 году еще не было, был изучен международный опыт, который, в частности, привел

к заключению о необходимости отбора и подготовки как соискателей инвестиций, так и потенциальных инвесторов для повышения успешности инвестиционных сессий и увеличения доли закрытых сделок от общего количества участников. Наиболее ценным с точки зрения практик стимулирования негосударственных социальных инвестиций стал опыт Великобритании.

4) Апробация элемента механизма без привлечения новых кадров.

Апробация также проходила в несколько этапов.

4.1) Подготовительный этап.

Поскольку изучение международного опыта свидетельствовало о необходимости обучения лидеров социальных предприятий оценке стратегии развития своего предприятия и инвестиционных потребностей, а также навыкам подготовки инвестиционных предложений, был разработан образовательный курс, предусматривающий проработку с социальными предпринимателями финансовой составляющей проекта, возможных схем инвестирования, анализ применимости форм государственной поддержки для проекта; оценку рисков привлечения социальных инвестиций; варианты юридического оформления инвестиционных сделок, проработку условий сделки и формирование предложения для инвестора. Срок образовательного этапа составил 1 месяц.

Обучение было организовано в режиме онлайн по модульному принципу с выполнением домашних заданий и предусматривало индивидуальное консультирование и сопровождение каждого проекта в очном режиме или онлайн в зависимости от достигнутых договоренностей между бизнес-тренером и потенциальным инвестируемым для получения «обратной связи» и рекомендаций по проекту. В результате по итогам прошедшего обучения было сформировано 28 социальных проектов.

4.2) Инвестиционные сессии.

Были проведены 2 инвестиционные сессии.

По итогам образовательного курса инвестиционный паспорт, расчеты и бизнес-планы участников предоставлялись инвесторам в форме проведения краткой презентации для предварительной оценки проекта и получения «обратной связи» по доработке проекта для участия в инвестиционных сессиях.

В ходе проведения инвестиционных сессий соискателями были представлены презентации социальных проектов в формате питч-сессий, в ходе которых инвесторы и привлеченные эксперты, являющиеся представителями власти и общественности, получили возможность задать вопросы и собрать более детальную информацию по проекту. В рамках инвестиционных сессий было сформировано 8 договоренностей о последующих инвестиционных сделках.

4.3) Переговоры и структурирование сделок.

Длительность переговоров и поиска адекватных форматов инвестиций варьировалась от нескольких недель до нескольких месяцев. Факторами, оказывающими влияние на длительность этого периода, стали объемы инвестиций и структура собственников социального предприятия. Чем больший объем инвестиций требовался или чем больше было участников переговорного процесса со стороны социального предприятия, тем дольше длились переговоры. Подготовку пакетных решений и документов для структурирования сделок осуществлял фонд «Наше будущее».

По итогам проведенных двух инвестиционных сессий было заключено 8 сделок с общим объемом финансирования в размере 115,6 млн рублей:

- 1 концессионное соглашения в размере 108 400,0 тыс. рублей по проекту в сфере дошкольного образования;
- 5 договоров займа с общим объемом финансирования в размере 6 350,0 тыс. рублей;
- 2 договора микрофинансирования, в рамках которых микрозаймы были выданы фондом «Югорская региональная микрокредитная компания», с общим объемом финансирования в размере 900,0 тыс. рублей.

Количество благополучателей от реализации профинансированных проектов составляет 2,2 тыс. человек.

5) Оценка успешности апробации.

Апробация была признана на уровне руководства региона успешной. Она выражалась не только в количественных показателях заключенных инвестиционных соглашений, но и в следующих качественных и количественных результатах:

5.1) создание пула потенциальных и актуальных социальных инвесторов, которые могут далее инвестировать в социальные предприятия без специальных инвестиционных сессий;

5.2) социальные предприятия, подававшие заявки и участвовавшие в пилотном проекте, полностью осведомлены о возможностях привлечения частных социальных инвестиций и знают, что при необходимости можно обратиться в ЦИСС и ЦИСС поможет встретиться с потенциальными инвесторами;

5.3) сформированный в рамках проведения Школ социального предпринимательства пул тренеров закрывает потребности в подготовке социальных предпринимателей к привлечению инвестиций, и привлечение дополнительных тренерских кадров не требуется;

5.4) дальнейшая деятельность по реализации проекта негосударственных социальных инвестиций может вестись в рабочем режиме без привлечения дополнительного персонала в ЦИСС, поскольку последующие контакты социальных предпринимателей и инвесторов могут осуществляться по личной инициативе в случае возникновения потребности в финансировании и не требуют существенного администрирования.

6) Привлечение персонала для использования инструмента на постоянной основе.

На основании выводов, сформулированных по результатам апробации, привлечение дополнительного персонала для дальнейшей реализации описываемого элемента механизма функционирования ИРСП

не потребовалось, и обязанность по его дальнейшей реализации возложена на сотрудников регионального ЦИСС.

7) Создание организационной структуры для управления и контроля социальной и экономической эффективности созданного направления поддержки социальных предприятий.

Существующая структура ЦИСС также взяла на себя обязанности по управлению и контролю социальной и экономической эффективности направления стимулирования негосударственных социальных инвестиций.

8) Ежегодный анализ и оценка эффективности применения элемента и качества работы персонала и менеджмента.

Направление стимулирования негосударственных социальных инвестиций вошло в качестве одного из показателей, оцениваемых руководством Центра поддержки предпринимательства и характеризующих эффективность деятельности ЦИСС.

9) Принятие решений по результатам анализа о дальнейшем применении элемента.

Данный элемент стал неотъемлемой частью инструментария регионального ЦИСС. Технология его применения описана и передана в Министерство экономического развития для тиражирования в других регионах, она вошла в Атлас практик развития социального предпринимательства субъектов Российской Федерации [50], изданный фондом «Наше будущее» при поддержке Министерства экономического развития в 2019 году.

Резюмируя вышеизложенное, можно сделать вывод о применимости и практической значимости предложенного алгоритма внедрения элементов организационно-экономического механизма функционирования ИРСП.

3.3. Апробация методов оценки социального воздействия социальных предприятий на стейкхолдеров

При анализе эффективности деятельности ИРСП по поддержке социальных предприятий важными являются 2 аспекта:

1) эффективен ли сам элемент, используемый ИРСП, т. е. к каким изменениям в отношении количества социальных предприятий и параметров их деятельности он приводит и как он соотносится с другими элементами по степени влияния на социальные предприятия;

2) каково социальное воздействие от деятельности поддерживаемых социальных предприятий в динамике в периоды до, в процессе и после поддержки.

Например, чтобы обеспечить эффективность применения элемента П2 – финансирования социальных предприятий, используемого одним из видов ИРСП, а именно социальными инвесторами, наиболее критичным при условии ограниченности их ресурсов является необходимость выработки технологии выбора социальных предприятий для поддержки. В этом случае ключевым инструментом отбора инвестиционных объектов служит конкурсный механизм. Он используется в деятельности существенной части государственных и негосударственных организаций, осуществляющих социальные инвестиции.

Конкурсный механизм позволяет выбирать проекты с максимальными потенциальными результатами, связанными с достижением поставленных инвестором социальных, экологических и финансовых целей, а также целей по минимизации рисков.

Конкурсный механизм при выборе проектов для инвестирования позволяет зафиксировать критерии отбора, сделать их публичными и понятными для участников конкурса, а также осуществить селекцию проектов, которые соответствуют инвестиционной стратегии социального инвестора.

В качестве отрицательной характеристики конкурсов можно выделить

их сравнительную длительность по отношению к банковским финансовым продуктам. Этот недостаток не может быть нивелирован, но возможна его компенсация с точки зрения предоставления социальным предпринимателям более благоприятных условий при выделении финансирования по сравнению с другими имеющимися на финансовом рынке инструментами.

На основе сравнения конкурсных механизмов нескольких государственных и негосударственных социальных инвесторов, в соответствии с Приложением П.6, можно выделить характеристики конкурсного механизма, которые целесообразно использовать в деятельности ИРСП:

- 1) возможность круглогодичной дистанционной подачи заявки на участие в конкурсе;
- 2) возможность первичного отбора проектов по критериям полноты предоставления необходимой информации и соответствия заявителя формальным критериям для участия в конкурсе;
- 3) возможность промежуточного отбора проектов в рамках оценки соответствия проектов требованиям к деятельности в сфере СП;
- 4) возможность отбора проектов на основе анализа финансовых, социальных и экологических показателей проекта, а также его реалистичности в конкретных социально-экономических условиях;
- 5) возможность оценки предыдущей предпринимательской или иной профессиональной деятельности заявителя с точки зрения личностных и профессиональных качеств и репутации социального предпринимателя;
- 6) возможность обучения выбранных участников и доработки ими проектов, представленных на конкурс;
- 7) возможность выбора лучших проектов с точки зрения критериев конкурса, установленных социальным инвестором.

В соответствии с Приложением П.6, конкурс фонда «Наше будущее» соответствует шести из вышеперечисленных критериев, поэтому он может быть взят за основу для тиражирования с дополнением, связанным с

внедрением элемента обучения заявителей, который в настоящее время используется фондом «Навстречу переменам».

Вторым важным элементом взаимодействия ИРСП и социального предприятия является наличие и использование инструментов контроля фактического выполнения планов по достижению социальных, экологических и финансовых результатов, т. е. методов оценки социального воздействия социальных предприятий на стейкхолдеров.

Наиболее полно контроль эффективности на всех стадиях взаимодействия с социальным предприятием реализован в настоящее время в фонде «Наше будущее», поэтому целесообразно рассмотреть и выделить его ключевые элементы.

Для контроля и оценки результативности системы своего взаимодействия с социальными предпринимателями фонд «Наше будущее» использует ряд методов:

1) на стадии конкурсного отбора анализируются: масштаб социального воздействия проекта, стоимость единицы показателя социального воздействия, скорость достижения поставленных социальных целей, финансовая устойчивость проекта, инновационность и тиражируемость проекта, рассматриваемые в сравнении со статистикой по уже профинансированным проектам;

2) в ходе конкурса на выделение финансирования проводится прогнозная оценка стоимости единицы социального воздействия для того, чтобы иметь возможность выбрать из нескольких похожих проектов наиболее эффективный. Для финансирования крупных социальных проектов рассчитывается прогнозное значение социального возврата на инвестиции;

3) на стадии от заключения инвестиционного договора до окончания срока его действия социальный фонд проводит внутреннее рейтингование социальных предприятий – заемщиков фонда, используя данные их отчетов о достигнутых за квартал социальных и финансовых результатах, которые они по договору обязуются предоставлять в электронном виде, а также на основе

показателя, характеризующего готовность социального предприятия к сотрудничеству и участию в деятельности ИРСП по популяризации СП;

4) по поддержанным социальным предприятиям по окончании инвестиционного периода проводится оценка соотношения между плановыми и фактическими показателями достигнутого социального воздействия, а по крупным проектам – оценка фактического социального возврата на инвестиции по методу SROI.

Приведем расчет эффективности социальных инвестиций с использованием вышеописанных методик на примере одного из социальных предприятий, получивших заем фонда.

Предприятие «А», имеющее прошлую позитивную историю предоставления и возврата займа, обратилось за повторным займом на сумму 10 млн рублей на срок 10 лет для расширения производства инвалидных колясок за счет нового вида продукции – колясок с электроприводом. Средства инвестора должны быть направлены на приобретение станка с компьютерным управлением, а также для ремонта нового производственного помещения, арендуемого для оборудования новой производственной линии. Прогнозный объем производства и сбыта после завершения ремонтных и пусконаладочных работ составит 600 колясок в год.

Из них 500 планируется реализовать через Фонд социального страхования, 50 – с помощью существующей дилерской сети, включающей 30 организаций, 25 – через благотворительные фонды, 25 – с помощью прямых продаж. Средняя цена данной продукции составит 83 000 руб. Аналогичное оборудование разных производителей, оплачиваемое Фондом социального страхования, имеет среднюю цену в 120 000 руб. в соответствии с данными, предоставленными представителем ФСС фонду «Наше будущее». На предприятии будут трудоустроены 3 инвалида-колясочника, а также на предприятии-дилере будет создано 1 рабочее место для инвалида-колясочника.

На предприятии также ежегодно будут дополнительно проходить профессиональное обучение 4 инвалида. Таким образом, по методике фонда для социальной отчетности предприятия будут выбраны следующие индикаторы социального воздействия: количество реализованной продукции для инвалидов в отчетном периоде и среднесписочное число трудоустроенных инвалидов на предприятии.

При этом основной миссией предприятия является производство реабилитационной и вспомогательной техники для инвалидов, а трудоустройство инвалидов является дополнением к этой миссии, поэтому ведущим индикатором социального воздействия для принятия инвестиционного решения при наличии аналогичных альтернатив будет сумма инвестиций в расчете на единицу реализованной продукции, т. е. $10\,000\,000 \text{ руб.} / 6\,000 \text{ ед.} = 1\,667 \text{ руб.}$

По аналогичному ранее поддержанному проекту «К» показатели были выше: при сумме инвестиций в 10 000 000 рублей количество колясок в год составило 1 974 шт., т. е. стоимость создания одной коляски с точки зрения инвестора составила 5 066 руб. В связи со значительностью суммы запрашиваемого финансирования было принято решение также использовать метод прогнозного расчета социального возврата на инвестиции.

Проиллюстрируем применение данной методики на примере социального предприятия «А» (Таблица 11). В отношении рассматриваемого проекта используется прогнозный расчет социального возврата на инвестиции на срок займа (10 лет).

Таблица 11.

Прогнозный расчет социального возврата на инвестиции по проекту «А» в течение срока действия инвестиционного договора

(1) Стейк-холдер	(2) Социальный эффект	(3) Инвестиции в проект «А»	(4) Монетизация инвестиций в год на ед. воздействия	(5) Монетизация инвестиций стейкхолдеров в проект «А» за 10 лет	(6) Суть социального воздействия и индикаторы для измерения социального воздействия	(7) Соц. воздействие в нат. выр-и	(8) Монетизация соц. воздействия на 1 натур. ед., руб.	(9) Соц. воздействие в расчете на 1 год	(10) Соц. воздействие в расчете на 10 лет	(11) Соц. воздействие дисконтированное под 10 %
Фонд социального страхования (закупки через тендеры)	Экономия ФСС от покупки колясок проекта «А» по сравнению с другими производителями в расчете на 1 коляску (ср. цена закупки ФСС 120 000 руб., ср. цена проекта «А» 83 000 руб.)	0	0	0	Индикатор 1. (Далее И1...11) Сумма экономии ФСС от покупки колясок проекта «А» по сравнению с другими производителями в расчете на 1 коляску (ср. цена закупки ФСС 120 000 руб., ср. цена проекта «А» – 83 000 руб.)	500 колясок	120 000 – 83 000 руб. = 37 000	18 500 000	185 000 000	—
	Доходы от доп. года гарантии «А» на коляски, исходя из того, что 5 % альтернативных колясок через год ломаются и нужно покупать новую	0	0	0	И2. Сумма доходов от доп. года гарантии предприятия «А» на коляски, исходя из того, что 5 % альтернативных колясок через год ломаются и нужно покупать новую	25 колясок	65 000	1 625 000	16 250 000	—
ПФР, ФОМС и ФСС	Отчисления от работодателя за каждого работника в год	0	0	0	И3. Сумма отчислений от работодателя за каждого работника в год	3 чел.	24 000 руб.* 0,3*12 мес. = 86 400	259 200	2 592 000	—
	Отчисления от предприятий-дилеров и серв. центров в других регионах за 1 работника в год	0	0	0	И4. Сумма отчислений от предприятий-дилеров и сервисных центров в других регионах за каждого работника в год	2 чел.	24 000 руб.* 0,3*12 мес. = 86 400	172 800	1 728 000	—
Фонд занятости	Экономия от невыплаты пособий по безработице, в расчете на 1 работника в год	0	0	0	И5. Сумма экономии от невыплаты пособий по безработице, в расчете на 1 работника в течение 1 года	3 чел.	30 450	91 350	91 350*	—
	Экономия на пособиях по безработице в связи с трудоустройством работников на предприятиях-дилерах и в серв. центрах в др. регионах	0	0	0	И6. Сумма экономии на пособиях по безработице в связи с трудоустройством работников на предприятиях-дилерах и в сервисных центрах в других регионах	2 чел.	30 450	60 900	60 900*	—
Работники-инвалиды	Дополнительные доходы, улучшение качества жизни, социализация	Рабочее время на 1 работника	4 559 р.* 12 мес. = 54 708 р.	54 708 р.* 3*10 лет = 1 641 240 р.	И7. Сумма дополнительных доходов, приводящих к улучшению качества жизни	3 чел.	24 000 руб.* 12 мес. = 288 000	864 000	8 640 000	—
Работники-инвалиды дилеров	Дополнительные доходы, улучшение качества жизни, социализация	Рабочее время на 1 работника*	4 559 р.* 12 мес. = 54 708 р.	54 708 р.* 1*10 лет = 547 080 р.	И8. Сумма дополнительных доходов, приводящих к улучшению качества жизни	1 чел.	24 000 руб.* 12 мес. = 288 000	288 000	2 880 000	—
Обучающиеся-инвалиды	Бесплатное получение навыков, в расчете на 1 обученного	Время обучения	4 559 р.* 2 мес. = 9 118 р.	9 118 р.* 4*10 лет = 364 720 р.	И9. Денежный эквивалент полученных бесплатно навыков, в расчете на 1 обученного	4 чел.	7000	28 000	280 000	—
Гос. бюджет	Налог на прибыль, в расчете на 1 коляску	0	0	—	И10. Сумма налога на прибыль, в расчете на 1 коляску	600 колясок	4780	2 868 000	28 680 000	—
«Наше будущее»	Вклад в общее социальное воздействие фонда	Инвестиции в «А» в год	1 000 000 руб.	10 000 000 руб.	И11. Монетизированное социальное воздействие проекта «А»	= SROI проекта	0	—	0	—
Итого:				12 553 040				24 757 250	246 202 250	166460000
Социальный возврат на инвестиции (SROI)						= 166 460 000/12 553 040 = 13,26				

1) Определение стейкхолдеров: у проекта «А» выявлены следующие заинтересованные стороны (столбец (1) в Таблице 11):

- 1) Фонд социального страхования;
- 2) Пенсионный фонд РФ, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования;
- 3) Фонд занятости РФ;
- 4) региональный и федеральный бюджет;
- 5) работники с ограниченными возможностями;
- 6) обучающиеся на предприятии люди с ограниченными возможностями;
- 7) работники с ограниченными возможностями предприятий-дилеров и сервисных центров.

2) Возможные изменения от реализации проекта для каждого стейкхолдера перечислены в столбце (2) Таблицы 11.

3) Участие (вклад) стейкхолдеров в проект в натуральном выражении и денежный эквивалент этого участия приведены в столбцах (3)–(4) Таблицы 11.

4) В столбцах (6)–(10) отражены результаты реализации проекта «А» в показателях И1–И11, а также приведены значения этих показателей в количественном и качественном выражении.

Источниками информации, по которым делаются выводы о происходящих изменениях вследствие реализации проекта «А», являются: сайт регионального Фонда занятости населения, тендерная документация и экспертное мнение специалиста Фонда социального страхования, данные регионального Министерства экономического развития о среднем уровне заработной платы в регионе деятельности проекта «А».

Данные для расчета экономии от невыплаты пособий по безработице: сумма ежемесячной выплаты не может превышать 4 900 руб. в месяц. По статистике, за 2016 год средняя зарплата неквалифицированных рабочих в регионе реализации проекта составляет 16 900–17 900 руб., т. е. в среднем

17 400 руб. Центр занятости выплачивает пособия безработным в течение года в следующем размере (Таблица 12).

Таблица 12.

Расчет экономии от невыплаты пособий по безработице

Период выплаты пособий	Нормативы по максимальной выплате пособий	Сумма выплат в соответствии с нормативом, руб.	Сумма к расчету с учетом ограничения максимальной суммы, руб.
1 мес.	70 % от предыдущего оклада	12 180	4 900
2 мес.	70 % от предыдущего оклада	12 180	4 900
3 мес.	70 % от предыдущего оклада	12 180	4 900
4 мес.	60 % от предыдущего оклада	10 440	4 900
5 мес.	45 % от предыдущего оклада	7 830	4 900
6 мес.	850 руб.	850	850
7–12 мес.	850 руб. в месяц	5 100	5 100
Итого: максимальные суммы выплаты пособия по безработице за год (Используется при монетизации И5 и И6)			30 450

Средняя зарплата в соответствии с бизнес-планом проекта «А» равна 24 000 руб. (Используется при монетизации И7 и И8.) Стоимостной эквивалент профессионального обучения инвалидов на предприятии «А» оценен в 7 000 руб. в соответствии со стоимостью обучения, ранее пройденного действующими сотрудниками организации. (Используется при монетизации И9.)

Средняя стоимость колясок с электроприводом компаний-конкурентов вычислена в рамках маркетингового исследования, результаты которого приведены в Таблице 13.

Среди компаний-конкурентов можно выделить 2 группы производителей: европейские производители (Германия, Бельгия) и азиатские производители (Китай, Тайвань).

Таблица 13.

Исследование конкурентов проекта «А»

Модель	Armed FS111A	Armed FS101A	Дельта- электро KY123	Titan LY-EB- 103-120	Otto Bock b400	Vermeiren Express 2009
Розн. цена, руб.	71850	53900	72470	89700	184000	130000
Страна	Китай	Китай	Тайвань	ФРГ	ФРГ	Бельгия
Скорость, км/ч	6	6	6	8,5	10	6
Дистанция, км	20	12	18	21	30	30
Макс. грузо- подъемность, кг	110	110	69	120	140	120
Отзывы	негати- вные	негати- вные	позити- вные	позити- вные	позити- вные	нет
Гарантия, мес.	12	12	12	12	24	6

Европейские коляски в силу более высокой стоимости, а также высокого курса евро по отношению к рублю, в условиях тендерных закупок со стороны ФСС, ориентированных на наименьшую цену при технических характеристиках, соответствующих тендерной документации, не являются конкурентами проекта «А». Таким образом, проект «А» конкурирует только с колясками, произведенными в Китае и Тайване. Их цены на российском рынке варьируются от 50 000 до 80 000 руб., поэтому для расчета взят средний показатель – 65 000 руб. Сумма налога на прибыль в расчете на 1 коляску в соответствии с бизнес-планом составляет 4 780 руб. (Используется при монетизации И10.)

5) Размеры (иные количественные показатели) произошедших изменений, период, к которым они относятся, решение об измерении или не измерении социального воздействия за границами рассматриваемого периода, а также финансовая оценка количественных изменений по проекту «А» отражены в Таблице 11.

Эффекты по индикаторам И5 и И6 действуют только в течение 1 года.

Вышеуказанные данные по методике должны быть уменьшены на:

- Значение «мертвого груза» – т. е. монетизированного эквивалента существующих и при отсутствии данного проекта трендов по решению данной социальной проблемы для заинтересованных сторон проекта. Объективные данные для данного расчета отсутствуют, поэтому при расчете используется нулевое значение данного параметра.
- Значение «переноса» – не произошел ли вместо решения проблемы ее территориальный перенос? – для данного проекта «перенос» не релевантен.
- Значение «атрибуции» – т. е. вклада других организаций в решение социальной проблемы, решаемой проектом «А». В рассчитываемых параметрах социального воздействия нет вклада других организаций.
- Значение падения эффективности воздействия после окончания проекта – после окончания инвестиционного периода в деятельности предприятия не произойдет спада производственных и сбытовых возможностей.

6) Финансовая оценка очищается от вышеуказанных посторонних воздействий, дисконтируется и делится на сумму первоначальных инвестиций.

Для дисконтирования полученных результатов в качестве ставки дисконтирования в данном проекте используется официальная ставка рефинансирования ЦБ РФ на 1.1.2017 – 10 %.

Сумма монетизированного социального воздействия в каждом году (SRn) исчисляется по формуле:

$$SRn = Kd \times \frac{1}{(1+D)^n}, \quad (2)$$

где: Kd – коэффициент дисконтирования;

D – ставка дисконтирования;

n – номер периода (шага) дисконтирования.

Для проекта «А» дисконтированные значения монетизированного социального воздействия по годам в миллионах рублей будут иметь следующие значения (Таблица 14).

Таблица 14.

Дисконтированное социальное воздействие проекта «А», млн руб. (по формуле (2))

Год 1	Год 2	Год 3	Год 4	Год 5	Год 6	Год 7	Год 8	Год 9	Год 10	Всего за 10 лет
24,76	22,37	20,33	18,49	16,81	15,28	13,89	12,63	11,48	10,43	166,46

Таким образом, социальный возврат на инвестиции по данному проекту согласно формуле (1), приведенной на странице 99, равен 13,26. Т. е. каждый рубль инвестиций, вложенных в данный проект, создаст 13,26 руб. социального воздействия. Следовательно, этот проект имеет с точки зрения социального воздействия большую привлекательность для социального инвестора. Далее для принятия инвестиционного решения были оценены основные параметры финансовой устойчивости данного проекта. В соответствии с бизнес-планом они дают следующие результаты (Таблица 15).

Таблица 15.

Показатели финансовой устойчивости проекта «А»

	Реалистичный сценарий продаж	Пессимистичный сценарий продаж
Объем выручки за период проекта, руб.	579,4	463,6
Чистая прибыль за период проекта, руб.	130,1	14,2
Рентабельность продаж, %	22 %	5 %
Чистый приведенный доход, млн руб.	44,7	-7,1
Индекс прибыльности	12,8	-0,7
Внутренняя норма рентабельности, %	224 %	4 %
Срок окупаемости, лет	2	9
Дисконтированный срок окупаемости, лет	2	>10

Значения данных показателей подтвердили инвестиционную привлекательность данного проекта для фонда «Наше будущее».

Качество же изделий проекта «А» по сравнению с более дешевыми колясками конкурентов в настоящий момент выше по отзывам текущих клиентов проекта «А».

Поэтому данное предприятие отвечает критериям масштабируемости проекта, принимая во внимание объем рынка колясок с электроприводом, который на 2016 год составил 4 152 единицы. Проект также соответствует критерию инновационности, поскольку для своего региона – это единственное

предприятие, производящее высокотехнологичные средства реабилитации для инвалидов и трудоустраивающее инвалидов на своем производстве.

В результате дальнейшего прохождения конкурсного механизма проекту «А» был выделен беспроцентный заем в заявленном объеме.

Для оценки результативности системы взаимодействия фонда «Наше будущее» с поддержанными проектами после выделения финансирования используется система присвоения рейтинга проектам, а также специальный интернет-портал, на который социальные предприниматели ежеквартально загружают социальную и финансовую отчетность в соответствии с условиями договоров финансирования.

Рейтинг социального предприятия (SEI) рассчитывается с помощью формулы:

$$SEI = \frac{\frac{S_1 + S_2 + \dots + S_n}{100n} + \frac{P_{actual}}{P_{planned}}}{2} * R * (1 - m) * 100, \quad (3)$$

где S_n – процент выполнения социального показателя, предусмотренного бизнес-планом проекта;

n – количество социальных показателей, предусмотренных бизнес-планом проекта;

P_{actual} – величина средств, фактически возвращенных заемщиком за отчетный период;

$P_{planned}$ – средства займа, которые должны быть возвращены за отчетный период согласно плану-графику;

m – показатель качества сотрудничества социального предпринимателя с социальным инвестором. Он принимает значение от 0 (наилучшее) до 0,1;

R – коэффициент экономической эффективности, который увеличивает или уменьшает интегральный показатель в зависимости от того, погашает ли предприниматель заем с опережением графика (до 1,5) или, напротив, задерживает по нему выплаты (до 0,5).

Приведем пример расчета индекса SEI по формуле (3):

Предприятие «Б» превышает на 50 процентов плановые показатели по своей социальной отчетности, например количество пенсионеров, обслуживаемых на дому.

В отчетном периоде предприятие должно было погасить очередной транш займа в размере 100 000 рублей, а перевело 50 000. У предприятия, однако, нет просрочек по предыдущим платежам. Принимая во внимание общую сумму займа в 3 000 000 руб., доля просроченных платежей составляет 1,67 процента, что подпадает под интервал задержки возврата от 0 до 5 процентов, отражающийся на снижении коэффициента R на 0,1.

Предприятие активно сотрудничает с фондом, и текущая задержка в переводе средств связана с крупными инвестиционными расходами предприятия в отчетном периоде.

Таким образом, индекс SEI для предприятия «Б», рассчитанный по формуле (3), равен 90.

Значение данного показателя в фонде имеет 3 градации:

- высокое – от 90 и выше;
- среднее – от 89 до 60;
- низкое – от 59 и ниже.

Таким образом, полученное значение относит предприятие «Б» к высокому уровню по шкале оценки результативности взаимоотношений фонда и социальных предпринимателей.

На основании рассчитанных интегральных показателей по каждому проекту составляется рейтинг: список возглавляют социальные предприниматели с наибольшим значением SEI, завершают – с наименьшим.

Предприятия с наибольшим индексом имеют преимущества в рамках повторного обращения на конкурсы фонда, а также им предоставляется больше возможностей с точки зрения нефинансовых инструментов поддержки со стороны фонда.

Инструменты нефинансовой поддержки также представляются существенными с точки зрения повышения социальной и экономической

эффективности работы социальных предприятий. К ним относятся образовательная, консультационная, наставническая, сбытовая, рекламная поддержка. Применение этих инструментов также дополняет сумму инвестиций в социальные предприятия и требует оценки с точки зрения эффективности с применением уже описанных методик.

Таким образом, совокупность вышеописанных методов оценки социального воздействия деятельности социальных предприятий и эффективности взаимодействия ИРСП и социальных предприятий может быть внедрена в качестве элемента организационно-экономического механизма функционирования ИРСП.

Существенным вкладом со стороны государства в развитие данных методов может стать база данных по стоимости создания единицы всех видов социального воздействия с точки зрения государства для того, чтобы на этой основе можно было выбирать наиболее эффективные социальные предприятия для привлечения к выполнению государственных социальных услуг, а также оценивать сравнительную эффективность государственных и негосударственных организаций, действующих в рамках одного направления социальной сферы.

Таким образом необходимо констатировать, что совокупность методов оценки социального воздействия социальных предприятий на стейкхолдеров является существенным элементом организационно-экономического механизма функционирования ИРСП, позитивно влияющим на результативность выполнения ИРСП своей миссии по развитию социального предпринимательства.

Резюмируя вышеизложенное, можно сделать вывод о применимости вышеописанного организационно-экономического механизма функционирования ИРСП для внедрения и повышения эффективности существующих ИРСП, что в свою очередь может оказать позитивное влияние на скорость и результативность деятельности всей сферы СП в России.

Заключение

В рамках диссертационного исследования была сформирована теоретико-методическая основа для создания и функционирования институтов развития социального предпринимательства. Выводы, сделанные по итогам исследования, имеют теоретическую и практическую значимость как для российских и зарубежных исследователей социального предпринимательства, институтов развития социального предпринимательства и государственного экономического управления, так и для социальных предпринимателей, инвесторов и специалистов иных институтов развития социального предпринимательства в России. Основные выводы и результаты, полученные автором в ходе исследования, могут быть изложены следующим образом:

- 1) Выявлена недостаточность теоретико-методической основы для формирования ИРСП, включая цели, механизмы создания и функционирования, а также методы оценки эффективности на всех уровнях управления;
- 2) Систематизированы и дополнены теоретико-методические основы изучения понятия, роли и места социальных предприятий и ИРСП в экономике путем уточнения понятий СП, социального предприятия, социальной стоимости, социальной потребности, социального воздействия, ИРСП;
- 3) Выявлены ключевые особенности социальных предприятий и сформулированы требования к деятельности в сфере СП, что позволило определить объект для деятельности ИРСП;
- 4) Разработана модель СП на микроуровне, дополняющая существующие модели посредством учета взаимодействия социальных предприятий с ИРСП, позволяющая сформулировать функции социальных предприятий в социально-экономической системе и обосновать необходимость ИРСП;

5) Проанализирована деятельность социальных предприятий и государственных и негосударственных ИРСП, что позволило выявить основные сферы и способы их деятельности, выделить наиболее эффективные элементы воздействия, применяемые институтами развития, а также сформулировать, в чем состоят недостатки и ограничения деятельности существующих ИРСП;

6) Обобщены и систематизированы подходы к оценке результативности деятельности социальных предприятий, что позволило выбрать наиболее эффективный метод оценки для включения в механизм функционирования ИРСП;

7) Разработана модель создания ИРСП, отличающаяся от моделей, ранее разработанных для социальных инвесторов, учетом широкого спектра задач ИРСП, а именно агентов развития и объединений социальных предприятий, что позволяет выработать универсальный подход для создания новых ИРСП;

8) Разработан организационно-экономический механизм функционирования ИРСП, который в отличие от известных включает систематизированные постоянно действующие и временные элементы функционирования ИРСП, что позволяет структурировать и алгоритмизировать процесс формирования данных институтов;

9) Результаты апробированы в деятельности негосударственного ИРСП, а также на региональном уровне, что подтверждается актами о внедрении.

Теоретическая значимость диссертационного исследования заключается в дополнении и развитии концепции социального предпринимательства и институтов его развития через формирование модели социального предпринимательства на микроуровне, модели создания ИРСП, уточнение понятий социального предпринимательства, социального предприятия, института развития социального предпринимательства, социальной стоимости, социальной потребности, социального инвестирования, системы

социального предпринимательства, а также формулирование требований к деятельности в сфере социального предпринимательства.

Практическая значимость диссертационного исследования заключается в разработке алгоритма внедрения элементов организационно-экономического механизма функционирования ИРСП, в апробации его ключевых элементов в деятельности негосударственного ИРСП, а также на уровне региона, что создает фундамент для внедрения отдельных элементов или механизма в целом в работу действующих ИРСП.

Результаты исследования могут стать основой для разработки образовательных программ и курсов по социальному предпринимательству, созданию и функционированию институтов развития социального предпринимательства, а также по оценке социального воздействия деятельности субъектов социального предпринимательства.

Дальнейшие исследования в данной области могут быть связаны с разработкой стандартов нефинансовой отчетности, направленной на отражение социального и экологического воздействия от предпринимательской и инвестиционной деятельности, с расширением эмпирической базы исследования за счет ведения государственного реестра и сбора ключевых данных о деятельности субъектов социального предпринимательства и ИРСП, с разработкой и реализацией комплексной государственной стратегии развития социального предпринимательства и ИРСП в России.

Список литературы

1. Федеральный закон от 12 января 1996 г. № 7-ФЗ г. Москва «О некоммерческих организациях». – Электрон. дан. – Доступ: <https://rg.ru/1996/01/24/nko-dok.html> (дата обращения 24.01.2018).
2. Федеральный закон от 5 апреля 2010 г. № 40-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросу поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций». – Электрон. дан. – Доступ: <https://rg.ru/2010/04/07/nko-dok.html> (дата обращения 17.03.2018).
3. Федеральный закон от 3 июля 2016 г. № 287-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О некоммерческих организациях» в части установления статуса некоммерческой организации – исполнителя общественно полезных услуг». – Электрон. дан. – Доступ: <https://rg.ru/2016/07/08/nko-dok.html> (дата обращения 05.02.2018).
4. Федеральный закон от 28.12.2013 г. № 442-ФЗ «Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации». – Электрон. дан. – Доступ: <http://kremlin.ru/acts/bank/38016> (дата обращения 3.04.2018).
5. Федеральный закон от 26 июля 2019 г. № 245-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» в части закрепления понятий «социальное предпринимательство», «социальное предприятие», 29.07.2019». – Электрон. дан. – Доступ: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72232770/> (дата обращения 24.09.2019).
6. Постановление Правительства Российской Федерации от 23 августа 2011 г. № 713 г. Москва «О предоставлении поддержки социально ориентированным некоммерческим организациям». – Электрон. дан. –

Доступ: <https://rg.ru/2011/09/02/podderjka-dok.html> (дата обращения 14.02.2018).

7. Постановление Правительства РФ от 30 декабря 2014 г. № 1605 «О предоставлении и распределении субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства, включая крестьянские (фермерские) хозяйства в 2015 году». – Электрон. дан. – Доступ: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_173683/ (дата обращения 01.04.2018).
8. Распоряжение Правительства от 2 июня 2016 года № 1083-р «Об утверждении Стратегии развития малого и среднего предпринимательства до 2030 года». – Электрон. дан. – Доступ: <http://government.ru/docs/23354/> (дата обращения 22.06.2018).
9. Распоряжение Правительства от 8 июня 2016 года №1144-р «Об утверждении «дорожной карты» «Поддержка доступа негосударственных организаций к предоставлению услуг в социальной сфере». – Электрон. дан. – Доступ: <http://government.ru/docs/23445/> (дата обращения 28.05.2018).
10. Приказ Минэкономразвития России № 223 от 23.04.2012 г. «Об организации проведения конкурсного отбора субъектов Российской Федерации, бюджетам которых в 2012 году предоставляются субсидии для финансирования мероприятий, осуществляемых в рамках оказания государственной поддержки малого и среднего предпринимательства субъектами Российской Федерации». – Электрон. дан. – Доступ: http://economy.gov.ru/minec/about/structure/depmb/doc20120423_05 (дата обращения 10.06.2018).
11. Приказ Минэкономразвития России № 220 от 24.04.2013 г. «Об организации проведения конкурсного отбора субъектов Российской Федерации, бюджетам которых в 2013 году предоставляются субсидии из федерального бюджета на государственную поддержку малого

и среднего предпринимательства субъектами Российской Федерации». – Электрон. дан. – Доступ: http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/smallbusiness/doc20130424_06 (дата обращения 06.08.2018).

12. Приказ Минэкономразвития России от 01 июля 2014 г. № 411 «Об организации проведения конкурсного отбора субъектов Российской Федерации, бюджетам которых в 2014 году предоставляются субсидии из федерального бюджета на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства субъектами Российской Федерации». – Электрон. дан. – Доступ: <http://ppt.ru/docs/prikaz/minekonomrazvitiya/n-411-67083> (дата обращения 17.04.2018).
13. Приказ Минэкономразвития России от 25 марта 2015 г. N 167 «Об утверждении условий конкурсного отбора субъектов Российской Федерации, бюджетам которых предоставляются субсидии из федерального бюджета на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства, включая крестьянские (фермерские) хозяйства, и требований к организациям, образующим инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства». – Электрон. дан. – Доступ: <http://economy.gov.ru/minec/about/structure/depMB/20160122> (дата обращения 27.06.2018).
14. Постановление Правительства Ханты-Мансийского автономного округа – Югры от 09.10.2013 г. № 419-п «О государственной программе Ханты-Мансийского автономного округа – Югры «Социально-экономическое развитие, инвестиции и инновации Ханты-Мансийского автономного округа – Югры на 2016–2020 годы». – Электрон. дан. – Доступ: <https://depeconom.admhmao.ru/gosudarctvennyye-programmy/gosudarstvennaya-programma-khmao-yugry-sotsialno-ekonomicheskoe-razvitie-investitsii-i-innovatsii-na/296760/postanovlenie->

pravitelstva-khanty-mansiyskogo-avtonomnogo-okruga-yugry-ot-09-10-2013-419-p-o-gosudar (дата обращения 14.04.2018).

15. Постановление Правительства Ханты-Мансийского автономного округа – Югры от 27.11.2017 г. № 466-п «О порядке предоставления в аренду имущества, находящегося в государственной собственности Ханты-Мансийского автономного округа – Югры, порядке согласования предоставления в аренду имущества, закрепленного за государственными учреждениями Ханты-Мансийского автономного округа – Югры на праве оперативного управления». – Электрон. дан. – Доступ: <https://depeconom.admhmao.ru/informatsiya-dlya-negosudarstvennykh-organizatsiy-v-tom-chisle-so-nko/normativnye-pravovye-dokumenty/normativnye-pravovye-dokumenty-khanty-mansiyskogo-avtonomnogo-okruga-yugry/1029127/postanovlenie-pravitelstva-khanty-mansiyskogo-avtonomnogo-okruga-yugry-o-poryadke-predostavleniya-v-arendu-imushchestva-nakhodyashchegosya-v-gosudarst> (дата обращения 20.02.2018).
16. Постановление Правительства Ханты-Мансийского автономного округа – Югры от 31.10.2014 г. № 395-п «О порядке и размере выплаты компенсации поставщику или поставщикам социальных услуг, включенным в реестр поставщиков социальных услуг Ханты-Мансийского автономного округа – Югры, но не участвующим в выполнении государственного задания (заказа), при получении у них гражданином социальных услуг, предусмотренных индивидуальной программой предоставления социальных услуг». – Электрон. дан. – Доступ: <https://depsr.admhmao.ru/sotsialnoe-obsluzhivanie-naseleniya/informatsiya/prinyatie-normativnye-pravovye-akty-i-rasporyaditelnye-dokumenty-khanty-mansiyskogo-avtonomnogo-okru/1611045/o-poryadke-i-razmere-vyplaty-kompensatsii-postavshchiku-ili-postavshchikam-sotsialnykh-uslug-vklyuch> (дата обращения 16.03.2018).

17. Распоряжение Правительства Ханты-Мансийского автономного округа – Югры от 20.04.2018 г. № 174-рп «Об исполнении плана мероприятий («дорожной карты») по поддержке доступа негосударственных организаций (коммерческих, некоммерческих) к предоставлению услуг в социальной сфере в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре на 2016–2020 годы за 2017 год». – Электрон. дан. – Доступ: <https://depeconom.admhmao.ru/informatsiya-dlya-negosudarstvennykh-organizatsiy-v-tom-chisle-so-nko/otchyetnost/2017-god/1406766/rasporyazhenie-pravitelstva-khanty-mansiyskogo-avtonomnogo-okruga-yugry-ot-20-04-2018-174-rp-ob-ispolnenii-plana-meropriyatiy-dorozhnoy-karty-po-podde> (дата обращения 04.06.2018).
18. Распоряжение Губернатора Ханты-Мансийского автономного округа – Югры от 28.09.2012 г. № 591-рг «О Комиссии по вопросам обеспечения устойчивого развития экономики и социальной стабильности, мониторингу достижения целевых показателей социально-экономического развития Ханты-Мансийского автономного округа – Югры». – Электрон. дан. – Доступ: <https://depeconom.admhmao.ru/koordinatsionnye-i-soveshchatelnye-organy/komissiya-po-voprosam-obespecheniya-ustoychivogo-razvitiya-ekonomiki-i-sotsialnoy-stabilnosti-yugry-/2227/rasporyazhenie-gubernatora-khanty-mansiyskogo-avtonomnogo-okruga-yugry-ot-28-09-2012-591-rg-o-komissii-po-voprosam-obespecheniya-ustoychivogo-razvitiya> (дата обращения 11.04.2018).
19. Акинфеева Е. В., Ерзнкян Б. А. Институциональные особенности и динамика формирования и развития кластеров в России // Журнал экономической теории. 2014. № 1. С. 79-89.
20. Арай Ю. Н. Бизнес-модели в социальном предпринимательстве: типология и особенности формирования : диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. СПб. 2015. 213 с. – Электрон. версия печат. публ. – Доступ: https://disser.spbu.ru/files/disser2/disser/ArayYN_disser.pdf (дата обращения 08.04.2018).

21. АСИ: капитализация фонда по поддержке социальных проектов составит 1,5 млрд рублей [Электронный ресурс] // Сайт Агентства стратегических инициатив. – Электрон. дан. – Доступ: <https://asi.ru/news/80055/> (дата обращения 15.09.2018).
22. Ассоциация социальных предпринимателей. Об ассоциации. [Электронный ресурс] // Сайт Ассоциации социальных предпринимателей – Электрон. дан. – Доступ: <http://asp-del.ru/ob-assotsiatsii/> (дата обращения 13.02.2018).
23. Аузан А. Экономика всего. Как институты определяют нашу жизнь. М. : Манн, Иванов и Фербер. 2013. 160 с.
24. Багг-Левин Э., Эмерсон Дж. Социально-преобразующие инвестиции. Как мы меняем мир и зарабатываем деньги : пер. с англ. М. : Политическая энциклопедия. 2016. 271 с.
25. Барина В. Зарубежный опыт развития социального предпринимательства и возможность его применения в России // Научные труды, № 174Р. М. : Издательство института Гайдара. 2018. 100 с.
26. Баталина М., Московская А., Тарадина Л. Обзор опыта и концепций социального предпринимательства с учетом возможностей его применения в современной России // Препринт WP1/2008/02. Серия WP1 Институциональные проблемы российской экономики. М. : Издательский дом Высшей школы экономики. 2008. 84 с.
27. Бережной Н. М. Человек и его потребности. М. : Форум. 2013. 159 с.
28. Бергаланфи Л. фон. История и статус общей теории систем // Системные исследования. Методологические проблемы. Ежегодник. М. : Наука. 1973. С. 20-37.
29. Бессонова О. Э. Институты раздаточной экономики России: ретроспективный анализ. Новосибирск : ИЭиОПП СО РАН. 1997. 76 с.
30. Благоев Ю. Е., Арай Ю. Н. Социальное предпринимательство: проблемы типологии (предисловие к разделу) // Вестник С.-Петербургского университета. Серия Менеджмент. 2010. Вып. 3. С. 109-114.

31. Блауберг И. В., Юдин Э. Г. Становление и сущность системного подхода
М. : Наука. 1973. 271 с.
32. Борнштейн Д. Как изменить мир : пер. с англ. М. : Альпина Паблишер.
2012. 499 с.
33. Бьюкенен Дж. Границы свободы // Нобелевские лауреаты по экономике.
Джеймс Бьюкенен. М. : Таурус-Альфа. 1997. С. 31-206.
34. Всероссийский акселератор социальных инициатив Raise. [Электронный
документ] // Сайт РАНХиГС – Электрон. дан. – Доступ:
<https://raise.ranepa.ru> (дата обращения 02.03.2018).
35. Веблен Т. Теория праздного класса. М. : Прогресс. 1984. 367 с.
36. Глазьев С. Ю. Теория долгосрочного технико-экономического развития.
М. : ВлаДар. 1993. 310 с.
37. Годовые отчеты за 2014, 2015, 2016 гг. [Электронный ресурс] // Сайт
Омского центра инноваций социальной сферы. – Электрон. дан. – Доступ:
<http://cissinfo.ru/godovye-otchety/> (дата обращения 16.03.2018).
38. Гринберг Р. С. Экономика современной России: состояние, вызовы,
перспективы. // Проблемы теории и практики управления. 2014. № 11. С.
13-24.
39. Гришина Я. С. Критический анализ европейского опыта государственно-
правового управления социальным предпринимательством как основа
совершенствования российского экономического законодательства //
Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. 2015.
№ 5–6. С. 204-210.
40. Гэлбрейт Дж. К. Экономическая теория и цели общества. М. : Прогресс.
1979. 406 с.
41. Дарден-Филлипс К. Ваш шанс изменить мир: практическое пособие по
социальному предпринимательству : пер. с англ. М. : Альпина Паблишер.
2012. 280 с.

42. Дементьев В.Е. Инвестиционный климат страны и перспективы ее технологического лидерства // Теория и практика институциональных преобразований в России. Вып. 8. М.: ЦЭМИ РАН. 2007. С. 1-11.
43. Деятельность институтов развития [Электронный ресурс] // Сайт Министерства экономического развития Российской Федерации. – Электрон. Дан. – Доступ: <http://old.economy.gov.ru/minec/activity/sections/instdev/institute> (дата обращения 23.05.2018).
44. Добрый бизнес: программы для социальных предпринимателей от HSE{Inc} [Электронный ресурс] // Сайт НИУ ВШЭ. – Электрон. дан. – Доступ: <http://inc.hse.ru/article/2016/04/25/hse-inc> (дата обращения 02.02.2018).
45. Доклад о социальных инвестициях в России 2018. [Электронный ресурс] // Сайт МОО «Ассоциация менеджеров». – Электрон. дан. – Доступ: <http://www.amr.ru/projects/1111/> (дата обращения 26.04.2018).
46. Ерзунки Б. А. Стратегия научно-технического развития России академика Львова // Львовские чтения, 2018 : сборник статей VI Всероссийской научной конференции. Под редакцией чл.-корр. РАН Г. Б. Клейнера. М. : Издательский дом ГУУ Москва, 2018. С. 30-35.
47. Жохова В. В. Социальное предпринимательство: типология видов // Известия Дальневосточного федерального университета. Экономика и управление. 2015. № 4. С. 89-105.
48. Жукова И.В. Сущность и содержание организационно-экономического механизма управления горнодобывающей промышленностью // Власть и управление на востоке России. 2010. № 4. С. 43-49.
49. Законопроект о социальном предпринимательстве вынесен на общественное обсуждение, 08.10.2016. – Электрон. дан. – Доступ: <https://www.asi.org.ru/news/2016/08/10/zakonoproekt-o-sotsialnom-predprinimatelstve-vynesen-na-obshhestvennoe-obsuzhdenie/> (дата обращения 01.03.2018).

50. Зверева Н. И. Атлас практик развития социального предпринимательства субъектов Российской Федерации / Зверева Н. И., Бесшапошникова Е. Н., Сидорова О. А., Панчетовская Л. В., Шлыкова О. В. М. : Фонд региональных социальных программ «Наше будущее». 2019. 65 с.
51. Инновационное развитие – основа модернизации экономики России : национальный доклад. М. : ИМЭМО РАН. Изд. дом Высшей школы экономики. 2008. 168 с.
52. Иншаков О. В., Фролов Д. П. Институционализм в российской экономической мысли (IX–XXI вв.) : в 2 т. Волгоград : Изд-во ВолГУ. Т. 1. 2002. 486 с.
53. Ипатов П. Л. Взаимодействие экономических и политических институтов в условиях роста российской экономики // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2008. № 4 (23). С. 66-70.
54. Кадол Н. Ф. Социальное предпринимательство в рыночной и переходной экономике : автореферат канд. экон. наук : 08.00.01. Москва, 2009. 184 с.
55. Калугина Д. А., Климова Г. Г. Государственная поддержка предпринимательства и социального предпринимательства как путь преодоления проблемы социального неравенства // Вопросы политологии и социологии. 2013. № 2. С. 27-36.
56. Киндзерский Ю. Институты развития: принципы формирования и проблемы использования в экономических преобразованиях // М. : Общество и экономика. 2010. № 7–8. С. 57-78.
57. Кикал Д., Лайонс Т. Социальное предпринимательство. Миссия – сделать мир лучше : Пер. с англ. П. Миронова. М. : Альпина Паблишер. 2014. 304 с.
58. Кирдина С. Г. Методологический индивидуализм и методологический институционализм // Вопросы экономики. № 10. 2013. С. 66-89.
59. Комиссия по социальному предпринимательству // Официальный сайт Общероссийской общественной организации малого и среднего

- предпринимательства «Опора». – Электрон. дан. – Доступ: <http://opora.ru/committees-and-commissions/komissii/sotsialnomu-predprinimatelstvu/o-komissii-125/> (дата обращения 18.02.2018).
60. Латов Ю. В. Что находится по ту сторону материального производства? Марксистские корни и институциональные ветви постиндустриальных теорий // Историко-экономические исследования. 2017. Т. 18. № 1. С. 7-29.
61. Литвинцева Г. П. Введение в институциональную экономическую теорию : учеб. пособие. Новосибирск : Изд-во НГТУ. 1999. 45 с.
62. Логутова С. В., Хорошевская В. В., Чумак В. А. Развитие и поддержка государственно-частных проектов и инициатив в сфере социального предпринимательства // Вектор экономики. 2017. № 4 (10). С. 49-61.
63. Львов Д. С. 2001. Институциональная экономика. М. : Инфра-М. 318 с.
64. Маевский В. И., Малков С. Ю. Новый взгляд на теорию воспроизводства : монография. М. : Инфра-М. 2014. 238 с.
65. Мелихов В.Ю. Экономические институты: сущность, содержание, понятие. // Социально-экономические явления и процессы. № 9(031). 2011. С. 118-122.
66. Мильнер Б.З. Управление территориально-производственными комплексами и программами их создания / Б.З. Мильнер, А.В. Кочетков, Д.Г. Левчук. // М.: Наука. 1985. 232 с.
67. Московская А. А. Социальное предпринимательство и структуры его поддержки в России // Социальное партнерство и развитие институтов гражданского общества в регионах и муниципалитетах: практика межсекторного взаимодействия : сборник науч. статей. М. : АСИ. 2010. С. 125-140.
68. Награждены участники грантового конкурса «Действуй без границ» [Электронный ресурс] // Сайт «Новый бизнес. Социальное предпринимательство», 03.05.2018. – Электрон. дан. – Доступ: <http://nb-forum.ru/news/bez-granits-2> (дата обращения 04.04.2018).
69. Направления деятельности Омского центра инноваций социальной сферы.

- Наши успехи [Электронный ресурс] // Сайт Омского центра инноваций социальной сферы. – Электрон. дан. – Доступ: <http://cissinfo.ru/about/> (дата обращения 08.06.2018).
70. Направления работы РСПП в сфере поддержки социального предпринимательства [Электронный ресурс] // Официальный сайт Российского союза промышленников и предпринимателей. – Электрон. дан. – Доступ: <http://rspp.ru/simplepage/540> (дата обращения 07.02.2018).
71. Нейман Дж. фон, Моргенштерн О. Теория игр и экономическое поведение [англ. Theory of Games and Economic Behaviour, 1944]. М. : Наука. 1970. 708 с.
72. Новиков А.М., Новиков Д.А. Методология научного исследования. М.: Либроком. 2010. 280 с.
73. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики : пер. с англ. А. Н. Нестеренко / предисловие и науч. ред. Б. З. Мильнера. М. : Фонд экономической книги «Начала». 1997. 180 с.
74. Нуреев Р. Торстейн Веблен: взгляд из XXI века // Вопросы экономики. № 7. 2007. С. 73-85.
75. Нуреев Р. М., Дементьев В. В. Постсоветский институционализм. Донецк : Каштан. 2005. 480 с.
76. О Корпорации. [Электронный ресурс] // Сайт Корпорации малого и среднего предпринимательства – Электрон. дан. – Доступ: <http://corpmsp.ru/about/> (дата обращения 09.06.2018).
77. Ольгинский К. Добро в рублях: как измерить социальный эффект [Электронный ресурс] // Сайт «Новый бизнес. Социальное предпринимательство», 22.01.2019. – Доступ: http://nb-forum.ru/useful/social_investing/dobro-v-rublyah-kak-izmerit-sotsialnii-effekt (дата обращения 07.03.2018).
78. Определение социального предпринимательства // Центр социального предпринимательства и социальных инноваций. Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». –

Электрон. дан.

—

Доступ:

https://socentr.hse.ru/opredelenie_socialnogo_predprinimatelstva

(дата

обращения 19.01.2018).

79. Основы теории хозяйственных систем : учебное пособие «Экономическая кибернетика», ч. I / отв. ред. И. М. Сыроежин. Л. : Изд-во Ленингр. ун-та. 1974. 124 с.
80. Отчет о социальном воздействии 2015–2016. [Электронный ресурс] // Сайт фонда «Навстречу переменам» - Электрон. дан. – Доступ: http://docs.wixstatic.com/ugd/102e1d_33e158b01ad94a5e887d96b058a0f962.pdf (дата обращения 18.03.2018).
81. Отчет о деятельности Центра инноваций социальной сферы ГАУ «Брянский областной бизнес-инкубатор» за 2018 год. [Электронный ресурс] / Сайт Центра инноваций социальной сферы ГАУ «Брянский областной бизнес-инкубатор» – Электрон. дан. – Доступ: <http://цисс32.рф/документы/> (дата обращения 22.03.2018).
82. Отчет о реализации субъектами Российской Федерации мер по обеспечению доступа социально ориентированных некоммерческих организаций к предоставлению услуг в социальной сфере и механизмов поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций, в 2018 г. [Электронный ресурс] // Сайт Министерства экономического развития Российской Федерации. - Электрон. дан. – Доступ: <http://nko.economy.gov.ru/portalnews/read/4967> (дата обращения 24.09.2018).
83. Пакулина И. С. Социальное предпринимательство как инструмент решения социально-экономических проблем региона // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. 2011. № 2–1. С. 289-298.
84. Паспорт национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и развитие предпринимательской инициативы». – Электрон. дан. – Доступ: <http://www.econom22.ru/pnp/natsionalnye-proekty->

[programmy/Малое%20и%20среднее%20предпринимательство.pdf](#) – Загл. с экрана (дата обращения 24.05.2019).

85. Пигу А. Экономическая теория благосостояния. М. : Прогресс. 1985. 79 с.
86. Плискевич Н. М. Тупики инструментальной модернизации // Общественные науки и современность. 2010. № 2. С. 78-85.
87. Плюхина А. А. Эволюция социального предпринимательства // Вестник РГГУ. 2015. № 12 (92). С. 142-149.
88. Полтерович В., Попов В., Тонис А. Экономическая политика, качество институтов и механизмы «ресурсного проклятия». М. : Издательский дом Высшей школы экономики. 2007. 98 с.
89. Полтерович В. М. Трансплантация экономических институтов // Экономическая наука современной России. № 3. 2001. С. 24-50.
90. Пономарев С. Дополнительные источники финансов для социальных предпринимателей [Электронный ресурс] // Сайт «Новый бизнес. Социальное предпринимательство». – Электрон. дан. – Доступ: <http://www.nb-forum.ru/business/advices/dopolnitelnye-istochniki-kapitala.html> (дата обращения: 21.10.2018).
91. Попов Е. В. Модель эволюции институтов // ЭКО. – 2008. – № 9 (411). – Электрон. дан. – Доступ: <https://cyberleninka.ru/article/n/model-evolyutsii-institutov> (дата обращения: 20.02.2020).
92. Резолюция A/RES/70/1, принятая Генеральной Ассамблеей ООН, 25.09.15. – Электрон. дан. – Доступ: <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N15/291/92/PDF/N1529192.pdf?OpenElement> (дата обращения: 12.02.2018).
93. Рубинштейн А. Я. Социальный либерализм: к вопросу экономической методологии // Общественные науки и современность, № 6. 2012. С. 13-34.
94. Руководство по оценке социального возврата на инвестиции (SROI): Social Value International, 2012. – Электрон. дан. – Доступ: <http://www.socialvalueuk.org/resource/guide-sroi-russian-translation/> (дата обращения: 13.04.2018).

95. Руководство по социальной ответственности. Стандарт Р ИСО 26000-2012. Москва : Стандартиформ. 2014. 126 с.
96. Саблин К.С. Роль институциональной среды в формировании институтов развития. // Журнал институциональных исследований. т.4. №2. 2012. С. 32-41.
97. Саймон Г. Рациональность как процесс и продукт мышления // THESIS. 1993. Вып. 3. С. 16-38.
98. Саламон Л. Финансовый рычаг добра: новые горизонты благотворительности и социального инвестирования : пер. с англ. М. : Альпина Паблишер. 2016. 174 с.
99. Сеялова Г.С. Организационно-экономический механизм управления предприятиями легкой промышленности: Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук // Оренбург. 2004 - Электрон. дан. – Доступ: <https://www.dissercat.com/content/organizatsionno-ekonomicheskii-mekhanizm-upravleniya-predpriyatiyami-legkoi-promyshlennosti> (дата обращения: 16.05.2018).
100. Синдяшкина Е. Н. Вопросы оценки видов социального эффекта при реализации инвестиционных проектов // Проблемы прогнозирования. – 2010. № 1. С. 140-147.
101. Солнцев О. Г., Хромов М. Ю., Волков Р. Г. Институты развития: анализ и оценка мирового опыта // Проблемы прогнозирования. 2009. № 2 (113). С. 3-29.
102. Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования / отв. ред. А. А. Московская; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М. : Издательский дом Высшей школы экономики. 2011. 284 с.
103. Социально ориентированные некоммерческие организации (СО НКО). Информационные материалы [Электронный ресурс] // Официальный сайт Минэкономразвития России. – Электрон. дан. – Доступ:

<http://economy.gov.ru/minrec/activity/sections/SocOrientNoncomOrg> (дата обращения: 16.07.2018).

104. Спиридонов Ю.А. Управление социально-экономическим развитием региона // Рос. акад. наук. Урал. отд-ние. Сыктывкар: Наука. 2001. 347 с.
105. Стагниева Ю. И., Камбердиева С. С., Хетагуров Г. В. Развитие социального предпринимательства в Российской Федерации // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2014. № 12. С. 77-81.
106. Старовойтов Д. Б. Социальное предпринимательства: сущностные особенности, барьеры входа на рынок // Журнал «Менеджмент и бизнес администрирование». 2013. № 3. С. 21-26.
107. Федорович В.О. Состав и структура организационно-экономического механизма управления собственностью крупных промышленных корпоративных образований // Сибирская финансовая школа: научный журнал. 2006. №2. С. 45 – 54.
108. Фомичев О. ЦИСС должны стать эффективными бизнес-акселераторами. 11.04.16. [Электронный ресурс] // Сайт Министерства экономического развития Российской Федерации. - Электрон. дан. – Доступ: <http://economy.gov.ru/minrec/about/structure/depmb/2016110402> (дата обращения: 12.01.2018).
109. Фримен Р. Э. Интерпретация теории заинтересованных сторон: некоторые направления будущего развития // Вестник С.-Петербургского университета. Серия Менеджмент. 2012. Вып. 1. С. 117-135.
110. Фролов Д. П. Методологический институционализм: новый взгляд на эволюцию экономической науки // Вопросы экономики. 2008. № 11. С. 90–101.
111. Фролов Д. П. Институциональная эволюция постсоветского институционализма // Вопросы экономики. № 4. 2008. С. 130-139.
112. Хасанов И. Ф. Международный опыт создания и функционирования институтов развития. М. : Редакция газеты «Морские вести России»

- (Москва). – Электрон. дан. – Доступ: <https://elibrary.ru/item.asp?id=12832318> (дата обращения: 21.07.2018).
113. Холодкова К.С. Анализ подходов к определению сущности организационно-экономического механизма управления // Современные научные исследования и инновации. 2016/ №5 (61). С. 213 – 221.
114. Численность населения Российской Федерации по муниципальным образованиям. – Электрон. дан. – Доступ: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/afc8ea004d56a39ab251f2bafc3a6fce (дата обращения: 21.07.2019).
115. Шафиева Э.Т. Организационно-экономический механизм управления региональным агропромышленным комплексом: автореферат диссертации на соискан. ученой степени канд. экон. наук: 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством». Нальчик. 2001. 21 с.
116. Школа соцпредпринимательства Югры приняла рекордное число заявок [Электронный ресурс] // Сайт «Новый бизнес. Социальное предпринимательство». – Электрон. дан. – Доступ: <http://www.nb-forum.ru/news/shkola-socpredprinimatelstva-ugri-prinala-rekordnoe-4islo-zayavok.html> (дата обращения: 21.02.2019).
117. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, капитала, процента и цикла конъюнктуры). – М. : Прогресс. 1982. 455 с.
118. Юнус М., Жоли А. Создавая мир без бедности: социальный бизнес и будущее капитализма. М. : Альпина Паблишер. 2009. 307 с.
119. A Guide for Impact Investment Fund Managers. A Step-by-step Resource to Creating and Managing a Private Equity Impact Fund. // The GIIN - Available at: <https://thegiin.org/giin-financial-management-resources/> (дата обращения 02.03.18).
120. A Report by the World Economic Forum Investors Industries Prepared in Collaboration with Deloitte Touche Tohmatsu «From the Margins to the

Mainstream Assessment of the Impact Investment Sector and Opportunities to Engage Mainstream Investors». September 2013. 38 P.

121. Alter K. S. Managing the Double Bottom Line: The Business Planning Reference Guide for Social Enterprises, revised, updated edition // PACT Pub. 2000. 356 P.
122. Alter K. Social Enterprise Typology / K. Alter // Virtue Ventures LLC. – 2007. – November 27 (revised version) – P. 124.
123. Alvord S., Sarah H. and Brown L. David and Letts, Christine W., Social Entrepreneurship and Social Transformation: An Exploratory Study // Hauser Center for Nonprofit Organizations Working Paper. No. 15. November 2002. Available at: <https://ssrn.com/abstract=354082> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.354082> (дата обращения 03.04.18).
124. Annual Impact Investor Survey 2016. The sixth edition / A. Mudaliar, H. Schiff, R. Bass. May 2016. Available at: https://thegiin.org/assets/2016%20GIIN%20Annual%20Impact%20Investor%20Survey_Web.pdf (дата обращения 03.02.18).
125. Austin J. Stevenson H., Wei-Skillern J. Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different or Both? // Entrepreneurship Theory and Practice. 30 (1). 2006. P. 1-22.
126. Barcaccia B. Quality of Life: Everyone Wants It, but What Is It? // Forbes. Education. 4.09.2013. Available at: <https://www.forbes.com/sites/iese/2013/09/04/quality-of-life-everyone-wants-it-but-what-is-it/#1d572a68635d> (дата обращения 10.06.18).
127. Baron D. P. Corporate Social Responsibility and Social Entrepreneurship // Journal of Economics & Management Strategy. 16 (3). 2007. P. 683-717.
128. Bornstein D., Davis S. Social Entrepreneurship: What Everyone Needs to Know // Oxford University Press. 2010. 176 P.
129. Borzaga C., Galera G., Nogales R. Social Enterprise: A New Model for Poverty Reduction and Employment Generation. An Examination of the

Concept and Practice in Europe and the Commonwealth of Independent States
// UNDP, EMES. Bratislava. 2008. 216 P.

130. Core Characteristics of Impact Investing / The GIIN. – Available at:
<https://thegiin.org/impact-investing/need-to-know/#core-characteristics-of-impact-investing> (дата обращения 5.12.18).
131. Dees J., Anderson B. Framing a Theory of Social Entrepreneurship – Building on Two Schools of Practice and Thought // ARNOVA Occasional Paper Series. 1 (3). 2006. P. 1-28.
132. Dees J. G., Emerson J., Economy P. Strategic Tools for Social Entrepreneurs: Enhancing the Performance of Your Enterprising Nonprofit. Wiley Nonprofit Law, Finance and Management Series. San Francisco : John Wiley and Sons, 2002. 360 P.
133. Defourny J., Nyssens M. Social Enterprise in Europe: Recent Trends and Developments // Social Enterprise Journal. 4 (3). 2008. P. 202-228.
134. Defourny J., Nyssens M. Conceptions of Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and Divergences // Journal of Social Entrepreneurship. 1. March 2010. P. 32-53.
135. Defourny J., Nyssens M. The EMES Approach of Social Enterprise in a Comparative Perspective // EMES Working Paper 12/3. Liege. 2012. 28 P.
136. Dichter S., Adams T., Ebrahim A. The Power of Lean Data // Stanford Social Innovation Review. – Winter 2016. – Available at:
https://ssir.org/articles/entry/the_power_of_lean_data (дата обращения 23.08.18).
137. Dixit A. Identification & Selection of a Social Enterprise // Centre for Social Entrepreneurship & CSR Entrepreneurship Development: Institute of India. – 2012. 86 P.
138. Drayton B. The Citizen Sector: Becoming as Entrepreneurial and Competitive as Business. California Management Review. 44 (3). 2002. P. 120-132.
139. Drayton B. Everyone a Changemaker: Social Entrepreneurship's Ultimate Goal // Innovations. 1 (1). 2006. P. 80-96.

140. Dugger W. Radical Institutionalism: Basic Concepts //Review of Radical Political Economics. 20 (1). 1988. P. 1–20.
141. Emerson J. The Blended Value Map: Tracking the Intersects and Opportunities of Economic, Social and Environmental Value Creation // 2003. P. 174. Available at: <http://www.blendedvalue.org/wp-content/uploads/2004/02/pdf-bv-map.pdf> (дата обращения 13.05.18).
142. Emerson J., Wachowicz J., Chun S. Social Return on Investment (SROI): Exploring Aspects of Value Creation. Chapter 8 in Social Return on Investment / REDF. 2001. P. 132-173. – Available at: <http://redf.org/app/uploads/2013/10/REDF-Box-Set-Vol.-2-SROI-Paper-2000.pdf> (дата обращения 19.07.18).
143. Frequently asked questions // Ashoka. Available at: <https://www.ashoka.org/en/faq> (дата обращения 10.11.18).
144. Galera G., Borzaga C. Social Enterprise: An International Overview of Its Conceptual Evolution and Legal Implementation // Social Enterprise Journal. 5 (3). 2009. P. 210-228.
145. Galera G., Borzaga C. Promoting the Understanding of Cooperatives for a Better World // Euricse: Summary of the Conference in Venice. March 2012. P. 15-16.
146. Guclu A., Dees J. G., Anderson B. B. The Process of Social Entrepreneurship: Creating Opportunities Worthy of Serious Pursuit // Fuqua School of Business. 2002. P. 15. Available at: https://centers.fuqua.duke.edu/case/wp-content/uploads/sites/7/2015/02/Article_DeessTheProcessOfSocialEntrepreneurshipCreatingOppWorthyOfSeriousPursuit_2002.pdf (дата обращения 10.03.18).
147. Haugh H. A Research Agenda for Social Entrepreneurship // Social Enterprise Journal, 1 (1). 2005. P. 1-12.
148. Hockerts K. Entrepreneurial Opportunity in Social Purpose Business Ventures. In J. Mair, J. Robinson and K. Hockerts (Eds.), Social Entrepreneurship / K. Hockerts. – New York : Macmillan, 2006. – P. 142-154.

149. Hockerts K. Social Entrepreneurship Between Market and Mission // International Review of Entrepreneurship. 8 (2). 2010. P. 177-198.
150. Hockerts K., Mair J., Robinson J. (Eds.) Values and Opportunities in Social Entrepreneurship. New York : Palgrave Macmillan. 2010. 317 P.
151. Hoogendoorn B., Pennings H., Thurik A. What do We Know About Social Entrepreneurship? An Analysis of Empirical Research // International Review of Entrepreneurship. 8 (2). 2010. P. 71-112.
152. Human Development Report 2016 / United Nations Development Program. Available at: http://hdr.undp.org/sites/default/files/2016_human_development_report.pdf – (дата обращения 10.12.18).
153. Defourny J., Nyssens M. Conceptions of Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and Divergences // Journal of Social Entrepreneurship. Vol. 1. No. 1. March 2010. P. 32–53.
154. Impact Investor Survey 2017. The seventh edition / A. Mudaliar, H. Schiff, R. Bass, H. Dithrich. May 2017. Available at: https://thegiin.org/assets/GIIN_AnnualImpactInvestorSurvey_2017_Web_Final.pdf (дата обращения 18.12.18).
155. Impact Investment: The Invisible Heart of Markets. Report of the Social Impact Investment Taskforce. 15.09.2014. Available at: <http://gsgii.org/reports/impact-investment-the-invisible-heart-of-markets/> (дата обращения 04.07.18).
156. Impact Measurement & Management Deep Dive. Strengthening Practice and Addressing Industry Challenges. January 29, 2018. Available at: https://thegiin.org/assets/IMM%20deep%20dive_final%20webinar%20presentation.pdf (дата обращения 02.12.18).
157. Impact Measurement. Grameen Foundation. Available at: <https://www.grameenfoundation.org/what-we-do/financial-services/impact-investing/impact-measurement> (дата обращения 03.10.18).

158. Kerlin J. A. Social Enterprise: A Global Comparison. Lebanon, NH : Tufts University Press. 2009. 211 P.
159. Kerlin J. Social Enterprise in the United States and Europe: Understanding and Learning from the Differences // *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*. 17 (3). 2006. P. 247-263.
160. Kerlin J. Social Enterprise: At the Crossroads of Market, Public Policies and Civil Society (Routledge Studies in the Management of Voluntary and Non-profit Organizations), edited by Marthe Nyssens. London and New York : Routledge, 2006. –747 P.
161. Kerlin J. A. Comparative Analysis of the Global Emergence of Social Enterprise // *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*. 21 (2). 2010. P. 162-179.
162. Kerlin J. A. (ed.) *Shaping Social Enterprise: Understanding Institutional Context and Influence*. London : Emerald Publishing Group. 2017. 344 P.
163. Kickul J. R., Lyons T. S. *Understanding Social Entrepreneurship. The Relentless Pursuit of Mission in an Ever Changing World*. New-York. NY : Routledge. 2012. P. 296.
164. Lehner O. M., Kansikas J. Opportunity Recognition in Social Entrepreneurship: A Thematic Meta Analysis // *Journal of Entrepreneurship*. 21 (1). 2012. P. 25-58.
165. London T. Making Better Investments at the Base of the Pyramid // *Harvard Business Review*. May 2009. Available at: <https://hbr.org/2009/05/making-better-investments-at-the-base-of-the-pyramid> (дата обращения 15.06.18).
166. Lumpkin G. T., Dess G. G. Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance // *Academy of Management Review*. 1996. P. 135-172.
167. Mair J., Marti I. Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Prediction and Delight // *Journal of World Business*. 41 (1). 2006. P. 36-44.
168. Mair J., Marti I. Entrepreneurship for Social Impact: Encouraging Market Access in Rural Bangladesh // *Corporate Governance*, 7 (4). 2007. P. 493-501.

169. Mair J., Marti I. Entrepreneurship in And Around Institutional Voids: A Case Study from Bangladesh. // Journal of Business Venturing, 24 (5). 2009. P. 419-435.
170. Mair J., Marti I., Ganly K. Institutional Voids as Spaces of Opportunity // European Business Forum, (31). 2007. P. 35-39.
171. Mair J., Noboa E. Social Entrepreneurship: How Intentions to Create a Social Venture are Formed. In M. J. J. Robinson and K. Hockerts (Eds.), Social entrepreneurship. New York : Palgrave Macmillan. 2006. P. 121-135.
172. Martin R., Osberg S. Social Entrepreneurship: The Case for Definition // Stanford Social Innovation Review. Spring 2007. Available at: https://ssir.org/articles/entry/social_entrepreneurship_the_case_for_definition (дата обращения 06.07.18).
173. Measuring Effectiveness. A Six Years Summary of Methodology and Findings. Ashoka. 2006. Available at: <https://www.ashoka.org/en/atom/339> (дата обращения 03.02.18).
174. Koo M.-H. J.P.Morgan Social Finance Providing Financial Services for Impact Investments. Forbes. September 30, 2013. Available at: <http://www.forbes.com/sites/meehyoekoo/2013/09/30/j-p-morgan-social-finance-providing-financial-services-for-impact-investments/#408148aa4089> (дата обращения 28.03.18).
175. Milanovic B. Global Inequality and the Global Inequality Extraction Ratio: The Story of the Past Two Centuries. Policy Research Working Paper 5044. Washington D. C. : World Bank. 2009. 29 P. – Available at: <http://documents.worldbank.org/curated/en/389721468330911675/Global-inequality-and-the-global-inequality-extraction-ratio-the-story-of-the-past-two-centuries> (дата обращения 07.04.18).
176. Millar H. Social Return on Investment (SROI) and Performance Measurement // Public Management Review, 15. – 2012. – P. 923–941.
177. Miller D. The Correlates of Entrepreneurship in Three Types of Firms // Management Science. 1983. P. 770-791.

178. Mintzberg H. Strategy-making in Three Modes // California Management Review. 16 (2). 1973. P. 44-53.
179. Nash J. F. Non-Cooperative Games. PhD thesis. Princeton University. May 1950. Available at: https://library.princeton.edu/special-collections/sites/default/files/Non-Cooperative_Games_Nash.pdf (дата обращения 10.02.19).
180. Nicholls A. Playing the Field: A New Approach to the Meaning of Social Entrepreneurship // Social Enterprise Journal. 2 (1). 2006. P. 1-4.
181. Nicholls A. The Legitimacy of Social Entrepreneurship: Reflexive Isomorphism in a Pre-Paradigmatic Field // Entrepreneurship Theory and Practice, 34 (4). 2010. P. 611-633.
182. Nicholls A., Cho A. Social Entrepreneurship: The Structuration of a Field. In A. Nicholls (Ed.), Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change. New York : Oxford University Press. 2006. P. 99-118.
183. Nyssens M., Adam S., Johnson T. Social Enterprise: At the Crossroads of Market, Public Policies and Civil Society. London and New York : Routledge. 2006. P. 352.
184. Peredo A., McLean M. Social Entrepreneurship: A Critical Review of the Concept // Journal of World Business. 41 (1). 2006. P. 56-65.
185. Peredo A. M. Towards a Theory of Indigenous Entrepreneurship / A. M. Peredo, R. B. Anderson, C. S. Galbraith, B. Honig // International Journal of Entrepreneurship and Small Business, 1 (1). 2004. P. 1-20.
186. Polanyi K. The Livelihood of Man (Studies in Social Discontinuity). N.-Y. : Academic Press. Inc. 1977.
187. Policy Levers and Objectives. Explanatory Note for Governments. Social Impact Investment Taskforce, Established under the UK's Presidency of the G8. September 2014. Available at: <http://www.socialimpactinvestment.org/reports/Policy%20Levers%20and%20Objective%20report%20FINAL.pdf> (дата обращения 10.12.16).

188. Prahalad C. K. The Fortune at the Bottom of the Pyramid: Eradicating Poverty Through Profits // International Journal of Productivity and Performance Management. Vol. 54. is. 2. 2005. Available at: <https://doi.org/10.1108/ijppm.2005.07954bae.003> (дата обращения 20.08.18).
189. Public Services (Social Value) Act 2012. Chapter 3. Available at: http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2012/3/pdfs/ukpga_20120003_en.pdf (дата обращения 09.03.18).
190. Robinson J. (Ed.). Navigating Social and Institutional Barriers to Markets: How Social Entrepreneurs Identify and Evaluate Opportunities. New York : Palgrave Macmillan. 2006. 280 P.
191. Salamon L. Leverage for Good. An Introduction to the New Frontiers of Philanthropy and Social Investment // Oxford University Press. 2013. 184 P.
192. Salamon L., Anheier H. The Third World's Third Sector in Comparative Perspective // Baltimore: John Hopkins Institute for Policy Studies. 1997. 32 P.
193. Salamon L. Global Civil Society. Dimensions of the Nonprofit Sector / L. M. Salamon, H. K. Anheier, R. List, S. Toepler, S. W. Sokolowski and Associates. Bloomfield : Kumarian Press. 2004. 511 P.
194. Salamon L. Social Origins of Civil Society: An Overview / L. Salamon, S. Sokolowsky, H. Anheier // Working Paper of the Johns Hopkins Comparative Nonprofit Sector Project no. 38. Baltimore : The Johns Hopkins Center for Civil Society Studies. 2000. 26 P. – Available at: <https://www.sociedadennaccion.cl/wp-content/uploads/2015/06/Salamon-L.-Sokolowski-W.-Anheier-H.-2000.-Social-Origins-of-Civil-Society.pdf> (дата обращения 18.06.18).
195. Shane S., Eckhardt J. The Individual-Opportunity Nexus. In Z. Acs and D. Audretsch (Eds.), Handbook of Entrepreneurship Research: An Interdisciplinary Survey and Introduction. Dordrecht, The Netherlands : Kluwer Academic Publishers. 2003. P. 161-194.
196. Shane S., Venkataraman S. The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. Academy of Management Journal (25). 2000. P. 217-226.

197. Shane S., Venkataraman S. The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research // *Entrepreneurship*. 2007. P. 171-184.
198. Shepherd D. A., Patzelt H. The New Field of Sustainable Entrepreneurship: Studying Entrepreneurial Action Linking «What Is to Be Sustained» with «What Is to Be Developed» // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 35 (1). 2011. P. 137–163.
199. Social Enterprise, Strategy for Success. An introduction. London : HMSO. – Department of Trade and Industry. 2002. Available at: <http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20040722021729/http://www.dti.gov.uk/socialenterprise/strategy.htm#summary> (дата обращения 27.09.18).
200. Social Enterprise UK // Social Enterprise UK. Available at: <https://www.socialenterprise.org.uk> (дата обращения 03.02.18).
201. Social Investment Tax Relief. Proposed changes to the rules in 2017. Big Society Capital, June 2017. 10 P. – Available at: <https://www.bigsocietycapital.com/sites/default/files/SITR%20Guidance%20Note%20on%202017%20Rule%20Changes.pdf> (дата обращения 09.04.18).
202. Social Progress Index 2017. 21.06.2017. Available at: <https://www.socialprogress.org/assets/downloads/resources/2017/2017-Social-Progress-Index-Highlights.pdf> (дата обращения 21.06.18).
203. Stevenson H. H., Roberts M. J., Bhidé A., Sahlman W. A. Some Thoughts on Business Plans. In the book Sahlman, William A., Howard H. Stevenson, Michael J Roberts, Amar V. Bhidé. *The Entrepreneurial Venture*. 2nd ed. Boston, MA : Harvard Business School Press. 1999. P. 138-176.
204. Tax Relief for Investors Using Venture Capital Schemes. Guidance. – Available at: <https://www.gov.uk/guidance/venture-capital-schemes-tax-relief-for-investors> (дата обращения 04.07.18).
205. Timmons J., Spinelli S. *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century*. 6th edition. New York : McGraw-Hill/Irwin. 2004. P. 700.

206. Venkataraman S. The Distinctive Domain of Entrepreneurship Research // In G. T. Lumpkin and J. Katz (Eds.), *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*. Vol. 3. New York. 1997. P. 119-138.
207. Vijay K. M. How Well Do We Know Pareto Optimality? // *Journal of Economic Education*. 22 (2). 1991. P. 172–178.
208. Wei-Skillern J., Austin J.E, Leonard H., Stevenson H. *Entrepreneurship in the Social Sector*. Thousand Oaks. CA : Sage Publications. 2007. 424 P.
209. What You Need to Know about Impact Investing. // Global Impact Investment Network. – Available at: <https://thegiin.org/impact-investing/> (дата обращения 26.02.18).
210. World Happiness Report 2018. – Available at: <http://worldhappiness.report> (дата обращения 18.09.19).
211. Yunus M., Weber K. *Creating a World Without Poverty: Social Business and the Future of Capitalism*. Reprint edition. New York : Public Affairs. 2009. 320 P.
212. Zahra S. A Typology of Social Entrepreneurs: Motives, Search Processes and Ethical Challenges / S. Zahra, E. Gedajlovic, D. Neubaum, J. Shulman // *Journal of Business Venturing*. 24 (5). 2009. P. 519-532.
213. Zahra S. Globalization of Social Entrepreneurship Opportunities / S. Zahra, H. Rawhouser, N. Bhawe, D. Neubaum, J. Hayton // *Strategic Entrepreneurship Journal*. 2 (2). 2008. P. 117-131.

Перечень используемых терминов

Модель – это вспомогательный объект, выбранный или преобразованный в познавательных целях, дающий новую информацию об основном объекте [72].

Модель-гипотеза - это один из методов конструирования нового, не существующего ранее в практике. Исследователь, изучив характерные черты реальных процессов и их тенденции, ищет на основе ведущей идеи их новые сочетания, делает их мысленное переконструирование, то есть моделирует требуемое состояние изучаемой системы (так же, как любой человек и даже животное, строит свою деятельность, активность на основе формируемой первоначально «модели потребного будущего» – по Н.А. Бернштейну). При этом создаются модели-гипотезы, вскрывающие механизмы связи между компонентами изучаемого, которые затем проверяются на практике. В этом понимании моделирование в последнее время широко распространилось в общественных и гуманитарных науках – в экономике, педагогике и т.д., когда разными авторами предлагаются различные модели фирм, производств, образовательных систем и т.д. [72]

Организационно-экономический механизм – это:

1) Совокупность экономических, административных, правовых, организационных методов воздействия на объект управления [48];

2) Разноуровневая иерархической система основных взаимосвязанных между собой элементов и их типовых групп – субъектов, объектов, принципов, методов, инструментов и прочих, а также способов их взаимодействия, включая интеграцию и дезинтеграцию в ходе и под влиянием которых гармонизируются экономические отношения (интересы) государства, собственников, кредиторов и персонала [107];

3) Механизм взаимосвязи и взаимодействия организационной структуры управления и организации процессов принятия решений с методами,

приемами и правилами хозяйствования, направленный на его наиболее эффективное функционирование и развитие в целом [115].

4) Организационно-экономический механизм включает следующие базовые элементы: ресурсы (финансовые и трудовые); субъект управления (орган управления); технологии управления [104];

5) Совокупность элементов организации процесса принятия решения; системы распределения и обеспечения ресурсами; основные способы воздействия на объект управления, которые, в соответствии с принятым разделением, включают различные методы управления, например, административно-организационные и экономические [66];

6) Совокупность организационных и экономических средств воздействия субъекта управления на управляемый объект с целью достижения желательных состояний объекта управления посредством выработки управленческих решений, обеспечивающих соединение статики и динамики [99].

7) Интеграция организационного и экономического механизмов, включающих в себя организационно-экономические методы, рычаги, инструменты воздействия на управляемый объект [113].

Институты – это:

1) Формы организации производства, распределения, обмена и потребления, а также сложившиеся традиции, обычаи, юридические нормы (совокупность норм права), характер мышления хозяйствующих субъектов, правила поведения, мотивы и стимулы, выраженные в особенностях институциональной системы; механизм экономических взаимодействий, мышления и поведения в системе стабильных общественных групп [65];

2) Объединяют в себе 4 основных элемента – формальные законодательные нормы, неформальные социокультурные нормы, формальные организации, контролирующие соблюдение норм, и общественные организации, выполняющие те же функции. Общественно значимый итог

функционирования институтов проявляется в характере (качестве, эффективности) соответствующих общественных практик [65].

Институты, обеспечивающие устойчивое экономическое развитие, включают:

- 1) Политико-правовые институты, связанные с обеспечением гражданских и политических прав граждан и, в частности, экономических агентов.
- 2) Институты, обеспечивающие развитие человеческого капитала. Прежде всего, это касается образования, здравоохранения, пенсионной системы и обеспечения жильем.
- 3) Собственно экономические институты, т. е. экономическое законодательство, обеспечивающее устойчивое функционирование и развитие народного хозяйства.
- 4) Специальные институты, нацеленные на решение конкретных, специфических проблем экономического роста, а именно те, которые в последнее время принято называть институтами развития, т. е. правила игры, нацеленные не на всех участников хозяйственной или политической жизни, а на некоторых из них, определенным образом отобранных. Иными словами, речь идет об институтах, обеспечивающих дискретное воздействие на экономику, в отличие от предыдущих институтов, действие которых носит общий характер [53, 65].

Институты развития (широкое определение) – это:

- 1) Организационно-экономические структуры, которые содействуют распределению ресурсов в пользу проектов по формированию нового потенциала экономического роста посредством активного привлечения инвестиций в социальную и инженерную инфраструктуру, в развивающиеся отрасли и человеческий капитал, а также посредством создания новых технологий и содействия повышению конкурентоспособности бизнеса [96].
- 2) Формальные и неформальные нормы и правила, устанавливаемые государством или традицией, которые формируют стимулы у хозяйствующих субъектов к деятельности в заданном направлении, а также снижают

неопределенность, и, как следствие, издержки хозяйствующих субъектов по преодолению этой неопределенности, и способствуют более эффективной экономической деятельности хозяйствующих субъектов [56].

3) «Правила игры, нацеленные на решение конкретных специфических проблем экономического роста», ...«нацеленные не на всех участников хозяйственной или политической жизни, а на некоторых из них, определенным образом отобранных»,... «обеспечивающие дискретное воздействие на экономику» [65].

Институты развития (узкое определение) – это:

1) Элементы институциональной инфраструктуры, поддерживающей генерирование производительных нововведений [96];

2) Государственные или организационно-экономические структуры любых форм собственности, которые содействуют «распределению ресурсов в пользу проектов по реализации потенциала экономического роста» [112];

3) Государственные или организационно-экономические структуры любых форм собственности, которые «направлены на устранение «провалов рынка», сдерживающих экономическое и социальное развитие страны.» [101];

4) Институты развития являются одним из инструментов государственной политики, стимулирующих инновационные процессы и развитие инфраструктуры с использованием механизмов государственно-частного партнерства. Основная цель институтов развития - преодоление так называемых «провалов рынка» для решения задач, которые не могут быть оптимально реализованы рыночными механизмами, для обеспечения устойчивого экономического роста и диверсификации экономики [82].

Потребность – это нужда или недостаток в чем-либо необходимом для поддержания жизнедеятельности организма, человеческой личности, социальной группы, общества в целом [27].

Социальные потребности - это стремление и способность гражданина в процессе его взаимодействия с другими гражданами (с обществом) реализовать свои права, гарантированные национальной Конституцией.

Социальная стоимость - это интегральный показатель, характеризующий изменение качества жизни человека или группы людей, и в частности, изменение степени удовлетворения социальных потребностей человека или группы людей.

Социальное воздействие – это количественный эквивалент создаваемой социальной стоимости.

Социальные инвестиции – это ресурсы, вкладываемые в социальные предприятия с целью достижения как конкретного измеримого позитивного социального и/или экологического воздействия, так и финансового результата.

Социальные инвесторы – это физические и юридические лица, в том числе финансовые организации, инвестирующие средства и ресурсы в социальные предприятия с целью достижения как конкретного измеримого позитивного социального и/или экологического воздействия, так и финансового результата.

Социальное предприятие (субъект социального предпринимательства) – это предприятие, созданное в любой организационно-правовой форме и отвечающее следующим требованиям:

- 1) создание базовой и дополнительной социальной стоимости;
- 2) основным содержанием деятельности является тестирование, внедрение, масштабирование и тиражирование инновационных способов решения социальных проблем;
- 3) самоокупаемость и предпринимательский подход;
- 4) реинвестирование большей части прибыли в развитие социального предприятия (масштабирование решения социальной проблемы).

Социальное предпринимательство – это деятельность социальных предприятий, созданных в любых организационно-правовых формах и отвечающих требованиям к деятельности в сфере социального предпринимательства.

Система социального предпринимательства – это совокупность действующих социальных предприятий.

Институт развития социального предпринимательства – это совокупность государственных и негосударственных организаций, способствующих развитию социальных предприятий с целью максимизации их вклада в достижение социального благополучия граждан.

Социальное предпринимательство – это предпринимательская деятельность, направленная на достижение общественно полезных целей, способствующая решению социальных проблем граждан и общества и соответствующую одному или нескольким из следующих условий:

1) субъект малого или среднего предпринимательства обеспечивает занятость следующих категорий граждан при условии, что по итогам предыдущего календарного года среднесписочная численность лиц, относящихся к любой из таких категорий (одной или нескольким таким категориям), среди работников субъекта малого или среднего предпринимательства составляет не менее пятидесяти процентов (но не менее двух лиц, относящихся к таким категориям), а доля расходов на оплату труда лиц, относящихся к любой из таких категорий (одной или нескольким таким категориям), в расходах на оплату труда составляет не менее двадцати пяти процентов:

- а) инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья;
- б) одинокие и (или) многодетные родители, воспитывающие несовершеннолетних детей, в том числе детей-инвалидов;
- в) пенсионеры и граждане предпенсионного возраста (в течение пяти лет до наступления возраста, дающего право на страховую пенсию по старости, в том числе назначаемую досрочно);
- г) выпускники детских домов в возрасте до двадцати трех лет;
- д) лица, освобожденные из мест лишения свободы и имеющие неснятую или непогашенную судимость;
- е) беженцы и вынужденные переселенцы;
- ж) малоимущие граждане;
- з) лица без определенного места жительства и занятий;

и) граждане, не указанные в подпунктах «а» - «з» настоящего пункта, признанные нуждающимися в социальном обслуживании;

2) субъект малого или среднего предпринимательства (за исключением субъекта малого или среднего предпринимательства, указанного в пункте 1 настоящей части) обеспечивает реализацию производимых гражданами из числа категорий, указанных в пункте 1 настоящей части, товаров (работ, услуг). При этом доля доходов от осуществления такой деятельности по итогам предыдущего календарного года должна составлять не менее пятидесяти процентов в общем объеме доходов субъекта малого или среднего предпринимательства, а доля полученной субъектом малого или среднего предпринимательства чистой прибыли за предшествующий календарный год, направленная на осуществление такой деятельности в текущем календарном году, должна составлять не менее пятидесяти процентов от размера указанной прибыли (в случае наличия чистой прибыли за предшествующий календарный год);

3) субъект малого или среднего предпринимательства осуществляет деятельность по производству товаров (работ, услуг), предназначенных для граждан из числа категорий, указанных в пункте 1 настоящей части, в целях создания для них условий, позволяющих преодолеть или компенсировать ограничения их жизнедеятельности, а также возможностей участвовать наравне с другими гражданами в жизни общества при условии, что доля доходов от осуществления такой деятельности (видов такой деятельности) по итогам предыдущего календарного года составляет не менее пятидесяти процентов в общем объеме доходов субъекта малого или среднего предпринимательства, а доля полученной субъектом малого или среднего предпринимательства чистой прибыли за предшествующий календарный год, направленная на осуществление такой деятельности (видов такой деятельности) в текущем календарном году, составляет не менее пятидесяти процентов от размера указанной прибыли (в случае наличия чистой прибыли

за предшествующий календарный год), в соответствии со следующими направлениями деятельности социальных предприятий:

а) деятельность по оказанию социально-бытовых услуг, направленных на поддержание жизнедеятельности в быту;

б) деятельность по оказанию социально-медицинских услуг, направленных на поддержание и сохранение здоровья путем организации ухода, оказания содействия в проведении оздоровительных мероприятий, систематического наблюдения для выявления отклонений в состоянии здоровья;

в) деятельность по оказанию социально-психологических услуг, предусматривающих оказание помощи в коррекции психологического состояния для адаптации в социальной среде;

г) деятельность по оказанию социально-педагогических услуг, направленных на профилактику отклонений в поведении;

д) деятельность по оказанию социально-трудовых услуг, направленных на оказание помощи в трудоустройстве и в решении иных проблем, связанных с трудовой адаптацией;

е) деятельность по оказанию услуг, предусматривающих повышение коммуникативного потенциала, реабилитацию и социальную адаптацию, услуг по социальному сопровождению;

ж) производство и (или) реализация медицинской техники, протезно-ортопедических изделий, программного обеспечения, а также технических средств, которые могут быть использованы исключительно для профилактики инвалидности или реабилитации (абилитации) инвалидов;

з) деятельность по организации отдыха и оздоровления инвалидов и пенсионеров;

и) деятельность по оказанию услуг в сфере дополнительного образования;

к) деятельность по созданию условий для беспрепятственного доступа инвалидов к объектам социальной, инженерной, транспортной инфраструктур и пользования средствами транспорта, связи и информации;

4) субъект малого или среднего предпринимательства осуществляет деятельность, направленную на достижение общественно полезных целей и способствующую решению социальных проблем общества, при условии, что доля доходов от осуществления такой деятельности (видов такой деятельности) по итогам предыдущего календарного года составляет не менее пятидесяти процентов в общем объеме доходов субъекта малого или среднего предпринимательства, а доля полученной субъектом малого или среднего предпринимательства чистой прибыли за предшествующий календарный год, направленная на осуществление такой деятельности (видов такой деятельности) в текущем календарном году, составляет не менее пятидесяти процентов от размера указанной прибыли (в случае наличия чистой прибыли за предшествующий календарный год), из числа следующих видов деятельности:

а) деятельность по оказанию психолого-педагогических и иных услуг, направленных на укрепление семьи, обеспечение семейного воспитания детей и поддержку материнства и детства;

б) деятельность по организации отдыха и оздоровления детей;

в) деятельность по оказанию услуг в сфере дошкольного образования и общего образования, дополнительного образования детей;

г) деятельность по оказанию психолого-педагогической, медицинской и социальной помощи обучающимся, испытывающим трудности в освоении основных общеобразовательных программ, развитии и социальной адаптации;

д) деятельность по обучению работников и добровольцев (волонтеров) социально ориентированных некоммерческих организаций, направленному на повышение качества предоставления услуг такими организациями;

е) культурно-просветительская деятельность (в том числе деятельность частных музеев, театров, библиотек, архивов, школ-студий, творческих

мастерских, ботанических и зоологических садов, домов культуры, домов народного творчества);

ж) деятельность по оказанию услуг, направленных на развитие межнационального сотрудничества, сохранение и защиту самобытности, культуры, языков и традиций народов Российской Федерации;

з) выпуск периодических печатных изданий и книжной продукции, связанной с образованием, наукой и культурой, включенных в утвержденный Правительством Российской Федерации перечень видов периодических печатных изданий и книжной продукции, связанной с образованием, наукой и культурой, облагаемых при их реализации налогом на добавленную стоимость по ставке десять процентов. [5]

Социальное предприятие – это субъект малого или среднего предпринимательства, осуществляющий деятельность в сфере социального предпринимательства [5].

Социально ориентированная некоммерческая организация - это организация, созданная в организационно-правовой форме, предусмотренной Федеральным законом от 12.01.1996 № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях», и осуществляющая деятельность, направленную на решение социальных проблем, развитие гражданского общества в Российской Федерации, а также виды деятельности, предусмотренные ст.31.1 Федерального закона от 12.01.1996 № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях». [1]

Негосударственный поставщик услуг в социальной сфере - это юридическое лицо независимо от его организационно-правовой формы и (или) индивидуальный предприниматель, осуществляющие обслуживание населения, оказание услуг (работ) в социальной сфере наряду с региональными государственными предприятиями и муниципальными учреждениями. [4]

П.1. Ведущие направления научного изучения СП [140]

Критерии	Подходы к исследованию СП			
	Американские направления		Европейские направления	
	Школа социальных инноваций (SIS)	Школа социальных предприятий (SES)	Подход EMES	Английское законодательство
Описание подхода	Социальные предприниматели используют нерешенные социальные проблемы в качестве источника инновационных решений и эффективных бизнес-возможностей	СП – предпринимательские способы формирования доходов для финансирования НКО	СП – деятельность предприятий по производству товаров и услуг, направленная на благо общества и решение социальных проблем при ограничении прав собственников на управленческую деятельность и участие в распределении прибыли	СП – предприятие, созданное для решения социальных проблем, реинвестирующее прибыль в развитие предприятия, чья социальная миссия защищена с помощью ограничения прав владельцев и акционеров, а также в отдельных случаях – блокировкой активов
Объект исследования	предприниматель	предприятие	предприятие	предприятие
Взаимосвязь миссии с деятельностью	прямая	прямая и опосредованная	прямая	прямая и опосредованная
Организационно-правовая форма и требования к созданию организации	не обязательна	некоммерческая	должна быть	не обязательна
Инновационная составляющая	обязательны	не обязательны	не обязательны	не обязательны
Распределение прибыли	не обязательно	обязательно	ограниченно	ограниченно
Доходы от коммерческой деятельности	не обязательны	обязательны	не обязательны	важны
Государство	не вмешивается	не вмешивается	подчеркивает необходимость вовлечения акционеров и бенефициаров	рекомендует вовлекать акционеров и бенефициаров

П.2. Основные направления деятельности социальных предприятий в мире

№	Сектор	Специализация предприятий
1	2	3
1	Дети (целевая социальная группа)	
1.1		Детские сады с инклюзивными программами
1.2		Центры развития и доп. образования с инклюзивными программами
1.3		Частные детские сады и ясли там, где их отсутствие является социальной проблемой
1.4		Профориентация и профессиональная подготовка школьников
1.5		Передвижные музеи, планетарии, познавательные проекты
1.6		Просветительские программы для детей по профилактике зависимостей
1.7		Просветительские программы по основам семейных отношений
1.8		Создание рабочих мест и социализация выпускников детских домов и интернатов
1.9		Коррекционные медицинские и образовательные центры для детей-инвалидов или находящихся в группе риска инвалидности
2	Семья (целевая социальная группа)	
2.1		Семейные досуговые центры
2.2		Психологическая и социальная поддержка семьи
2.3		Семейные экологические, туристические и рекреационные центры
2.4		Доступное и социальное жилье
3	Социальная реабилитация инвалидов (целевая социальная группа)	
3.1		Коммерческая деятельность, предполагающая трудоустройство инвалидов
3.2		Инватуризм и отдых для инвалидов
3.3		Изготовление, ремонт и техобслуживание средств реабилитации инвалидов
3.4		Организация доступной среды для инвалидов
3.5		Специализированные культурные, досуговые и поддерживающие организации для инвалидов
		Услуги и товары для инвалидов
4	Социальная реабилитация других социально незащищенных групп (например, бездомных и людей с доходами ниже прожиточного минимума, одиноких родителей детей-инвалидов, людей с разного рода зависимостями и др.) (целевая социальная группа)	

1	2	3
4.1		Обучение, профориентация, содействие самозанятости и трудоустройство представителей социально незащищенных групп
4.2		Предоставление доступного жилья для представителей социально незащищенных групп
4.3		Предоставление товаров и услуг по низким ценам для удовлетворения базовых потребностей представителей социально незащищенных групп
5	Услуги для пожилых людей (целевая социальная группа)	
5.1		Досуговые организации и клубы для пожилых людей
5.2		Медицинская и социальная помощь и обслуживание на дому
5.3		Фитнес для пожилых людей
5.4		Пансионаты для пожилых людей
5.5		Трудоустройство пожилых людей
6	Жители сел и деревень (целевая социальная группа)	
6.1		Трудоустройство представителей социально незащищенных социальных групп на селе
6.2		Стимулирование социальной и предпринимательской активности жителей села
6.3		Организация доступа к базовым услугам (медицинским, социальным, финансовым, телекоммуникационным) в случае их отсутствия
6.4		Органическое фермерство, безотходное сельхозпроизводство
6.5		Создание кооперативов с целью организации сбыта фермерской продукции в городе без посредников
7	Развитие культуры и возрождение народных промыслов (функциональное направление деятельности)	
7.1		Изготовление сувенирной продукции на основе народных промыслов
7.2		Обучение традиционным народным промыслам и ремеслам
7.3		Негосударственные музеи
8	Здравоохранение (функциональное направление деятельности)	
8.1		Медицинские услуги по доступным для большинства граждан ценам в случае их нехватки
8.2		Медицинская помощь людям с зависимостями
8.3		Оздоровительные, восстановительные и санаторно-курортные услуги для малообеспеченных слоев населения
9	Развитие физической культуры и пропаганда здорового образа жизни (функциональное направление деятельности)	
9.1		Создание в населенных пунктах открытых спортивных площадок с добавлением бизнес-услуг, формирующих основу для самоокупаемости данной деятельности
9.2		Доступные спортивные занятия

1	2	3
9.3		Обучение и популяризация физкультуры и ЗОЖ
10	Экология (функциональное направление деятельности)	
10.1		Переработка мусора
10.2		Разработка и внедрение технологий по очистке загрязненных элементов окружающей среды
10.3		Разработка и внедрение экологически чистых технологий в сфере энергетики, транспорта, теплоснабжения
10.4		Разработка и строительство производств с технологиями замкнутых циклов, а также экологически эффективного жилья
10.5		Раздельный сбор и полная переработка отходов
10.6		Сохранение и восстановление численности редких животных и растений
10.7		Обучение и популяризация экологического мировоззрения
10.8		Консультирование предприятий по подбору и внедрению наилучших доступных технологий
10.9		Экотуризм
10.10		Создание экопродукции в сфере бытовой химии и упаковки
11	Развитие предпринимательства (функциональное направление деятельности)	
11.1		Обеспечение финансовыми ресурсами людей, которым отказывают в банковском финансировании (микрофинансирование, высокорискованные стартапы, кредитные кооперативы)
11.2		Обучение и консультирование начинающих и действующих предпринимателей
11.3		Льготная бизнес-инфраструктура для малых и микропредприятий
11.4		Краудфандинговые и информационные порталы

П.3. Распределение количества социальных предприятий по основным направлениям деятельности

№	Сектор	Специализация предприятий	Кол-во соц. пред- прия- тий в Югре	Доля в общем кол-ве	Соц. инвес- тиции фонда «Наше буду- щее»	Доля в общем кол-ве
1	Дети (целевая социальная группа)		353	46,63 %	90	39,47 %
1.1		Детские сады с инклюзивными программами	—	0,00 %	4	1,75 %
1.2		Центры развития и доп. образования с инклюзивными программами	154	20,34 %	22	9,65 %
1.3		Частные детские сады и ясли там, где их отсутствие является социальной проблемой	30	3,96 %	26	11,40 %
1.4		Профориентация и профессиональная подготовка школьников	6	0,79 %	—	0,00 %
1.5		Передвижные музеи, планетарии, познавательные проекты	7	0,92 %	—	0,00 %
1.6		Просветительские программы для детей по профилактике зависимостей	2	0,26 %	—	0,00 %
1.7		Просветительские программы по основам семейных отношений	3	0,40 %	—	0,00 %
1.8		Создание рабочих мест и социализация выпускников детских домов и интернатов	—	0,00 %	2	0,88 %
1.9		Коррекционные медицинские и образовательные центры для детей-инвалидов или находящихся в группе риска инвалидности	18	2,38 %	4	1,75 %
1.10		Соц. обслуживание и реабилитация детей-инвалидов	25	3,30 %	8	3,51 %
1.11		Детский досуг и патриотическое воспитание	47	6,21 %	9	3,95 %
1.12		Повышение безопасности детей, прочие товары и услуги для детей	1	0,13 %	1	0,44 %
1.13		Детский спорт и оздоровление	60	7,93 %	14	6,14 %
2	Семья (целевая социальная группа)		21	2,77 %	10	4,39 %
2.1		Семейные досуговые центры и центры доп. образования	14	1,85 %	10	4,39 %

Продолжение П.3.

№	Сектор	Специализация предприятий	Кол-во соц. пред- прия- тий в Югре	Доля в общем кол-ве	Соц. инвес- тиции фонда «Наше буду- щее»	Доля в общем кол-ве
2.2		Психологическая и социальная поддержка семьи	6	0,79%	—	0,00 %
2.3		Тематические, музейные, рекреационные, экологические, спортивные и другие центры для семейных путешествий и отдыха	1	0,13 %	—	0,00 %
2.4		Доступное и социальное жилье	—	0,00 %	—	0,00 %
3	Социальная реабилитация инвалидов (целевая социальная группа)		93	12,29 %	44	19,30 %
3.1		Коммерческая деятельность, предполагающая трудоустройство инвалидов	7	0,92 %	19	8,33 %
3.2		Инватуризм и отдых для инвалидов	2	0,26 %	4	1,75 %
3.3		Изготовление, ремонт и техобслуживание средств реабилитации инвалидов	6	0,79 %	14	6,14 %
3.4		Организация доступной среды для инвалидов	1	0,13 %	—	0,00 %
3.5		Специализированные культурные, досуговые и поддерживающие организации для инвалидов, параспорт	7	0,92 %	—	0,00 %
3.6		Социальное обслуживание на дому, инватакси	36	4,76 %	3	1,32 %
3.7		Услуги и товары для инвалидов, включая услуги, способствующие реабилитации	34	4,49 %	4	1,75 %
4	Социальная реабилитация других социально незащищенных групп (например, бездомных и людей с доходами ниже прожиточного минимума, одиноких родителей детей-инвалидов, людей с разного рода зависимостями и др.) (целевая социальная группа)		58	7,66 %	17	7,46 %
4.1		Обучение, профориентация, содействие самозанятости и трудоустройство представителей социально незащищенных групп	13	1,72 %	12	5,26 %
4.2		Предоставление доступного жилья для представителей социально незащищенных групп	2	0,26 %		0,00 %

Продолжение П.3.

№	Сектор	Специализация предприятий	Кол-во соц. пред- прия- тий в Югре	Доля в общем кол-ве	Соц. инвес- тиции фонда «Наше буду- щее»	Доля в общем кол-ве
4.3		Социальный туризм	5	0,66 %	4	1,75 %
4.4		Социальные услуги	38	5,02 %		0,00 %
4.5		Предоставление товаров и услуг по низким ценам для удовлетворения базовых потребностей представителей социально незащищенных групп	—	0,00 %	1	0,44 %
5	Услуги для пожилых людей (целевая социальная группа)		67	8,85 %	12	5,26 %
5.1		Клубы и культурные организации для пожилых людей, образование	1	0,13 %	—	0,00 %
5.2		Медицинская и социальная помощь и обслуживание на дому	30	3,96 %	2	0,88 %
5.3		Фитнес для пожилых людей	3	0,40 %	1	0,44 %
5.4		Частные пансионаты для пожилых людей	7	0,92 %	8	3,51 %
5.5		Социальные услуги для пожилых людей	25	3,30 %	—	0,00 %
5.6		Трудоустройство пожилых людей	1	0,13 %	1	0,44 %
6	Жители сел и деревень (целевая социальная группа)		1	0,13 %	4	1,75 %
6.1		Трудоустройство представителей социально незащищенных социальных групп на селе	1	0,13 %	3	1,32 %
6.2		Стимулирование социальной и предпринимательской активности жителей села	—	0,00 %	—	0,00 %
6.3		Организация доступа к базовым услугам (медицинским, социальным, финансовым, телекоммуникационным) в случае их отсутствия	—	0,00 %	1	0,44 %
6.4		Органическое фермерство, безотходное сельхозпроизводство	—	0,00 %	—	0,00 %
6.5		Создание кооперативов с целью организации сбыта фермерской продукции в городе без множества посредников	—	0,00 %	—	0,00 %

Продолжение П.3.

№	Сектор	Специализация предприятий	Кол-во соц. пред- прия- тий в Югре	Доля в общем кол-ве	Соц. инвес- тиции фонда «Наше буду- щее»	Доля в общем кол-ве
7		Развитие культуры и возрождение народных промыслов (функциональное направление деятельности)	26	3,43 %	10	4,39 %
7.1		Изготовление сувенирной продукции на основе народных промыслов	5	0,66 %	3	1,32 %
7.2		Обучение детей и взрослых традиционным народным промыслам и ремеслам	6	0,79 %	—	0,00 %
7.3		Организация домов культуры и клубов творческой деятельности, культурных фестивалей и мероприятий	13	1,72 %	2	0,88 %
7.4		Проекты в сфере сохранения культурного наследия	2	0,26 %	—	0,00 %
7.5		Тематические и интерактивные музеи	—	0,00 %	5	2,19 %
8		Здравоохранение (функциональное направление деятельности)	91	12,02 %	21	9,21 %
8.1		Медицинские услуги по доступным для большинства граждан ценам в случае их нехватки	80	10,57 %	18	7,89 %
8.2		Медицинская помощь людям с зависимостями	2	0,26 %	—	0,00 %
8.3		Оздоровительные, восстановительные и санаторно-курортные услуги для малообеспеченных слоев населения	9	1,19 %	3	1,32 %
9		Развитие физической культуры и пропаганда здорового образа жизни (функциональное направление деятельности)	34	4,49 %	5	2,19 %
9.1		Создание в населенных пунктах открытых спортивных площадок с добавлением бизнес-услуг, формирующих основу для самоокупаемости данной деятельности	—	0,00 %	—	0,00 %
9.2		Доступные спортивные занятия	34	4,49 %	5	2,19 %
9.3		Обучение и популяризация физкультуры и ЗОЖ	—	0,00 %	—	0,00 %
10		Экология (функциональное направление деятельности)	10	1,32 %	15	6,58 %
10.1		Переработка мусора	1	0,13 %	7	3,07 %

Продолжение П.3.

№	Сектор	Специализация предприятий	Кол-во соц. пред- прия- тий в Югре	Доля в общем кол-ве	Соц. инвес- тиции фонда «Наше буду- щее»	Доля в общем кол-ве
10.2		Разработка и внедрение технологий по очистке загрязненных элементов окружающей среды	—	0,00 %	—	0,00 %
10.3		Разработка и внедрение экологически чистых технологий в сфере энергетики, транспорта, теплоснабжения	2	0,26 %	—	0,00 %
10.4		Разработка и строительство производств с технологиями замкнутых циклов, а также экологически эффективного жилья	—	0,00 %	—	0,00 %
10.5		Раздельный сбор и полная переработка отходов	1	0,13 %	—	0,00 %
10.6		Сохранение и восстановление численности редких животных и растений	—	0,00 %	—	0,00 %
10.7		Обучение и популяризация экологического мировоззрения	—	0,00 %	—	0,00 %
10.8		Консультирование предприятий по подбору и внедрению наилучших доступных технологий	—	0,00 %	—	0,00 %
10.9		Экотуризм	6	0,79 %	7	3,07 %
10.10		Создание экопродукции в сфере бытовой химии и упаковки	—	0,00 %	1	0,44 %
11	Развитие предпринимательства (функциональное направление деятельности)		3	0,40 %	0	0,00 %
11.1		Обеспечение финансовыми ресурсами людей, которым отказывают в банковском финансировании (микрофинансирование, высокорискованные стартапы, кредитные кооперативы)	—	0,00 %	—	0,00 %
11.2		Обучение и консультирование начинающих и действующих предпринимателей	1	0,13 %	—	0,00 %
11.3		Льготная бизнес-инфраструктура для малых и микропредприятий	2	0,26 %	—	0,00 %
11.4		Краудфандинговые и информационные порталы	—	—	—	0,00 %
	Итого:		757	100,00%	228	100,00%

П.4. Отчетность Омского ЦИСС за период с 2014 по 2016 год [65]

Год		Количество участников	Среди них работают в сфере СП или создали соц. предприятие	Консультации выпускников	Региональный охват	Инвестиции фонда, количество проектов	Негосударственные собственные и привлеченные инвестиции	Создано рабочих мест выпускниками ШСП	Мастер-классы для начинающих соц. предпринимателей	Муниципальные круглые столы	Государственное финансирование
2014	Школа СП 2014	130	79	586	8			129			
	Выездные мотивационные семинары	819								—*	
	Клуб менторов	28									
	Клуб социальных инвесторов					20	6 479 315				
2015	Школа СП 2015	146	92	752	12		15 615 000	211			3 371 000
	Выездные мотивационные семинары	290								—*	
	Клуб менторов										
	Клуб социальных инвесторов					—*					
	Обучено тренеров	18									
2016	Школа СП 2016	114	47	466	8		17 955 300	98	35		4 959 133
	Выездные мотивационные семинары									162	
	Клуб менторов										
	Клуб социальных инвесторов					—*					
	Обучение тренеров по СП	14									

* «—» — нет данных в отчетах.

П.5. Типология российских социальных инвесторов

№	Типы социальных инвесторов	Приоритет доходности или социального воздействия	География проектов	Отраслевая специализация	Масштаб инвестиций	Количество проектов в портфеле	Инструменты поддержки	Оценка социального воздействия инвестиций
1	Государство, действующее через АСИ, ЦИСС, микрокредитные и гарантийные фонды, ресурсные центры поддержки НКО, Корпорацию МСП	Социальное воздействие	Федеральный охват основных программ, ЦИСС в части регионов	Все виды социальных предприятий	Массовые мелкие инвестиции	Нет информации	Универсальный широкий набор инструментов	Нет
2	Универсальные инвесторы на примере фонда «Наше будущее»	Социальное воздействие	Федеральный охват	Все виды социальных предприятий	Мелкие и средние инвестиции, среднее количество проектов	В среднем поддерживается 20 проектов в год	Универсальный широкий набор инструментов	Да
3	Отраслевые инвесторы на примере фонда «Навстречу переменам»	Соц. воздействие на выбранную целевую соц. группу	Федеральный охват	Проекты, решающие проблемы детей	Мелкие инвестиции, небольшое количество проектов	50 обучаются, 5 получают гранты	Обучение, гранты	Не публикуется
4	Региональные корпоративные социальные инвесторы на примере АО «ОМК»	Социальное воздействие	Города работы предприятий компании	Все виды социальных предприятий	Мелкие инвестиции, небольшое количество проектов	20 обучено, 11 грантов выделено	Обучение, гранты	Не публикуется
5	Узкоспециализированные нишевые социальные инвесторы на примере Impact Hub	Социальное воздействие	Федеральный охват	Все виды социальных предприятий	Инвестиции в обучение, объем не публикуется	На сайте организации – 14 проектов выпускников 2018 года	Обучение в разных форматах	Не публикуется

П.6. Сравнительная характеристика конкурсных процедур 3 социальных инвесторов для выделения финансирования в сфере социального предпринимательства

Конкурсная процедура грантового конкурса для субъектов социального предпринимательства Фонда поддержки предпринимательства Югры			Конкурсная процедура фонда «Навстречу переменам»		Конкурсная процедура фонда «Наше будущее»	
№	Этап конкурса	Длительность этапа*	Этап конкурса	Длительность этапа	Этап конкурса	Длительность этапа
1	Прием заявлений и документов на предоставление гранта очно в бумажном формате	В среднем в течение 2–2,5 мес.	Прием заявок	2 мес. в год	Регистрация на сайте конкурса и заполнение заявки	Круглогодично
2	Очное представление проектов, оценка проектов экспертной комиссией	1 р. д.*	Проверка заявок на соответствие критериям конкурса	14 к. д.	Входная экспертиза	до 10 р. д.
3	Решение о предоставлении гранта или об отказе Коллегиальным исполнительным органом фонда	3 р. д.	Оценка заявок экспертами фонда. Онлайн-интервью и административная проверка заявителей	1,5 мес.	Профильная экспертиза (для узко-специализированных проектов)	14–60 к. д.
4	Извещение соц. предпринимателя о решении	3 р. д.	Обучающие семинары для полуфиналистов. Очные интервью	2,5 мес.	Рассмотрение проектов Конкурсным комитетом	1 раз в квартал
5	Заключение договора о гранте с соц. предпринимателем	30 к. д.*	Финал – выбор победителей	21 к. д.	Подготовка участниками бизнес-планов	до 2 мес.
6					Экспертиза бизнес-планов	до 30 р. д.
7					Посещение участников представителями фонда (скайп-интервью)	до 15 р. д.
					Рассмотрение результатов экспертиз Конкурсным комитетом	1 раз в квартал
8					Рассмотрение проектов-финалистов Попечительским советом фонда	1 раз в полгода
9					Договор займа с победителями	10–20 р. д.

* р. д. – рабочие дни; к. д. – календарные дни

