ЗАДАНИЕ

на выпускную квалификационную работу – бакалаврскую работу обучающегося

Рудавина Виктория Руслановна

(ФИО обучающегося полностью)

1. **Тема выпускной квалификационной работы:** Особенности создания, ведения и развития бизнеса в социальном предпринимательстве

2. Структура ВКР.

ВВЕДЕНИЕ

Введение

Глава 1. Теоретические аспекты социального предпринимательства.

1.1.Сущность социального предпринимательства

1.2. Социальное предпринимательство: виды и формы

1.3. Бизнес модели социального предпринимательства

Выводы по главе 1

Глава 2. Анализ деятельности социального предприятия на примере ООО "Гарант"

2.1. Общая характеристика деятельности предприятия: история создания, основные направления деятельности

2.2. Анализ внутренней и внешней среды ООО "Гарант"

2.3. Анализ эффективности социального деятельности ООО "Гарант"

Выводы по главе 2

Глава 3. Рекомендации по совершенствованию деятельности ООО "Гарант"

3.1. Рекомендации по совершенствованию бизнеса ООО "Гарант"

3.2. Оценка эффективности предложенных рекомендаций

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ

3. Основные вопросы, подлежащие разработке.

Во введении рекомендуется обосновать актуальность выбранной темы, сформулировать цель и задачи работы, описать объект, предмет и информационную базу исследования, методы и период исследования.

В главе 1 необходимо рассмотреть теоретические основы социального предпринимательства. В первом разделе теоретической главы бакалаврской работы необходимо раскрыть понятие

«социальное предпринимательство» В разделе 1.2. дается классификация видов и форм социального предпринимательства по различным критериям. Моделям социального предпринимательства посвящен раздел 1.3.

В заключение 1 главы следует рассмотреть основные проблемы при создании и развитии социального бизнеса в современных российских условиях. Данные проблемы должны быть четко сформулированы и проиллюстрированы конкретными цифрами, примерами и другим фактологическим материалом.

Глава 2 является практической, в ней следует провести исследование процесса создания и развития социального предприятия - конкретной организации, выбранной автором в качестве объекта исследования. В разделе 2.1. следует дать краткую характеристику исследуемого предприятия: описать организационную и функциональную структуру исследуемой организации. Рекомендуется привести также факты из истории создания, основные направления деятельности, формулировку миссии и целей организации. Анализ внутренней и внешней среды организации в разделе 2.2. следует представить в виде аналитических таблиц с комментариями по каждой из них. Далее следует делать резюмирующий вывод об изменении качественных и количественных показателей предприятия за анализируемый период, сформулировать причины, обусловившие выявленные позитивные и негативные изменения.

Следующий раздел работы 2.3. должен содержать анализ деятельности по созданию и развитию исследуемого предприятия. Необходимо провести оценку эффективности действующей в организации системы управления собственным бизнесом за последние **три полных календарных года**. Полученные данные необходимо представить в виде аналитических таблиц с комментариями по каждой из них. Далее следует делать резюмирующий вывод об изменении качественных и количественных показателей предприятия за анализируемый период, сформулировать причины, обусловившие выявленные позитивные и негативные изменения.

В **главе 3** на основании выводов, сделанных в результате анализа в главе 2, в пункте **3.1** разработать и обосновать авторские предложения по совершенствованию управления бизнесом социального предприятия. При написании этого раздела важно обосновать необходимость внедрения мероприятий по совершенствованию системы управления собственным бизнесом. Также необходимо раскрыть конкретные аспекты практической реализации предлагаемых мероприятий в разрезе каждого выделенного направления.

После того, как будут сформулированы предложения, в пункте **3.2.** необходимо дать оценку экономической эффективности предложенных мероприятий, рассчитав расходы на их проведение и предполагаемый экономический эффект.

В заключении необходимо отразить основные положения выпускной квалификационной работы и сформулировать общие выводы.

В приложение выносятся графики, созданные для анализа данного предприятия, документация предприятия.

Список использованной литературы.
В «Список использованной литературы**»** приводится только те информационные источники, которые автор лично использовал при написании данной дипломной работы. Причем ссылки на данную литературу и информационные источники обязательны по всему тексту работы. Заимствованные чужие тексты в обязательном порядке заключаются в кавычки, как принадлежащие другому автору. Сноски приводятся постранично нарастающим итогом от №1 до № N. Сноски, используемые дипломником, должны быть отражены в списке использованной литературы в конце работы.

4. Исходные данные по ВКР:

Основная литература:

1. Рубин Ю.Б. Управление собственным бизнесом: учебник для высшей школы. – М.: МФПУ «Синергия», 2021
2. Рубин Ю.Б. Основы предпринимательства: учебник для высшей школы. – М.: МФПУ «Синергия», 2016.
3. Рубин Ю.Б. Конкуренция. М.: Синергия Принт. 2022.
4. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент: искусство разработки и реализации стратегии: учебник / А.А. Томпсон, А.Д. Стрикленд. - М.: Юнити-Дана, 2023. – 577с. - режим доступа http:// biblioclub.ru
5. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер. - М.: Альпина Паблишер, 2016.

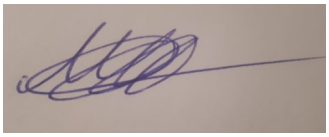
Дополнительная литература:

1. Савич Е. О. Пути повышения конкурентоспособности предприятия / Е.О. Савич // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2020. – Т. 11. – С. 224–225
2. Мустафаева Д.Г. Методы и принципы управления и организации конкурентоспособного производства / Д.Г. Мустафаева, М.Г. Мустафаев // Организатор производства. - 2020. - № 3. - С. 67-70.
3. Конкурентоспособность предприятия (фирмы) : учебное пособие / Александров [и др.] ; под общ. ред. В. М. Круглик. - Москва : НИЦ ИНФРА-М ; Минск : Нов. знание, 2021. - 285 с.
4. Криворотов, В. В. Криворотое, В.В. Конкурентоспособность предприятий и производственных систем: учеб. / В.В. Криворотов, А.В. Калина, С.Е. Ерыпалов. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2021. - 351 с.
5. Жукова М.А. Теоретические и методические аспекты управления конкурентными преимуществами организации / М.А. Жукова // Вестник Университета (Государственный университет управления). 2019. № 5. С. 16–20.
6. Остервальдер А., Пинье И. Построение бизнес-модели. – М.: Альпина-Паблишер, 2020. – 288 с.
7. Эл Райс, Джек Траут. Маркетинговые войны. – СПб: «Питер», 2010. Главы 1-3.
8. Волков А.В., Светуньков С.Г. Методологические проблемы измерения конкуренции // Современная конкуренция. 2013. № 6 (42). С. 54-64.
9. Царев, В.В. Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций). Теория и методология: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления / В.В. Царев, А.А. Кантарович, В.В. Черныш. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2021. — 799 с.
10. Хаирова С.М. Управление конкурентоспособностью: практикум / С.М. Хаирова, Н.Б. Пильник. – Электронные дан. – Омск : СибАДИ, 2020. – 70 с.

Интернет-ссылки:

№	Наименование портала (издания, курса, документа)	ссылка
1	Сайт журнала «Современная конкуренция»: Материалы в свободном доступе	http://moderncompetition.ru/r/free/
2	Сайт издательского дома «Коммерсант»	http://www.kommersant.ru/
3	Сайт газеты «Ведомости»	http://www.vedomosti.ru/

№	Наименование портала (издания, курса, документа)	ссылка
4	Виды и формы предпринимательской деятельности	http://zammi.ru/vidy-i-formy-predprinimatelskoj-deyatelnosti.html.

Руководитель  Леднев М.В.

подпись расшифровка

Обучающийся задание получил: «20» ноября 2022г.

Обучающийся: _____ Рудавина В.Р.

подпись расшифровка

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....6
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА.....10
1.1.Сущность социального предпринимательства.....10
1.2. Социальное предпринимательство: виды и формы.....26
1.3. Бизнес модели социального предпринимательства.....36
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1.....45
ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ООО "ГАРАНТ".....46
2.1. Общая характеристика деятельности предприятия: история создания, основные направления деятельности.....46
2.2. Анализ внутренней и внешней среды ООО "Гарант".....47
2.3. Анализ эффективности социального деятельности ООО "Гарант" 51
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2.....70
ГЛАВА 3. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО "ГАРАНТ".....72
3.1. Рекомендации по совершенствованию бизнеса ООО "Гарант"....72
3.2. Оценка эффективности предложенных рекомендаций.....81
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 3.....88
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....90
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....93
ПРИЛОЖЕНИЯ.....98

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Социальное предпринимательство функционирует в различных организационно-правовых формах в зависимости от культурных и социально-экономических особенностей, а также определенных задач, которые детерминируют перед собой социальные предприниматели, и выступает самостоятельным направлением экономической деятельности.

Социальное предпринимательство выполняет множество функций, которые определяют его роль в современной экономике: создание модели ответственного поведения и сознания сопричастности; снижение бюрократизации; строительство и развитие инфраструктуры, уменьшающей и ликвидирующей препятствия для ущемленных в своих возможностях и правах общества и его групп; установление социальной справедливости.

Само социальное предпринимательство, как социально-экономический феномен, зародилось в западных странах достаточно давно. В связи с этим на сегодняшний день они демонстрируют более успешный опыт в этой области. В России и в странах постсоветского пространства это новый институт, еще не интегрированный в привычную среду общественной жизни. Поэтому особенно важно для изучения условий и особенностей становления социального предпринимательства в России анализ мирового опыта, который в дальнейшем можно трансформировать в отечественные реалии.

Степень научной разработанности проблемы. Понятие социального предпринимательства в своих работах отражают такие зарубежные исследователи как К. Алтер, Ж. Дэверни, М Нюссенс, Ж. Керлин, Дж. Льюис, Дж. Мэйр, И. Марти, А. Мэйсон, Д. Янг и др.

Немаловажное место в исследования зарубежных ученых занимает перспективы развития социального предпринимательства. В своих работах на нем акцентировали свое внимание Э.Челл, К. Николопулоу, М. Каратас-Озкан, П. Друкер, Д. Эдмистон, А. Николс, Д. Голубович, С. Соколовски, Л. Саламон и др.

Анализ создания и ведения социального бизнеса в своих работах проводят А.А. Акрамовская, В.В, Жохова, А.Р. Хаматуллин, В.П. Смирнов и др. Особенности поддержки социального предпринимательства на государственном и муниципальном уровне находит свое отражение у Е.М. Шматковой, Ю.П. Филякина и др.

Огромная роль в области понимания концепций социального предпринимательства в современной России и путей их дальнейшего развития принадлежит исследованиям таких авторов, как М.Л. Баталина, Л.Д. Тарадина, А.Н. Макаревич, Т.Ю. Сазонова, Ю.Н. Нестеренко, А.А. Плюхина, А.С. Плетень, С.В. Пономарев и др.

В результате анализа источников и литературы, используемых в выпускной квалификационной работы можно сделать вывод, что на территории Российской Федерации к изучению социального предпринимательства начали подходить только в последнее десятилетие, в связи с чем, в российской научной среде, по сравнению с иностранной, имеется сравнительно небольшое количество работ, посвященное данной проблеме.

Целью выпускной квалификационной работы является раскрытие особенностей создания, ведения и развития бизнеса в социальном предпринимательстве.

Для реализации поставленной цели были сформулированы следующие *задачи:*

- изучить понятие социального предпринимательства, выработать наиболее точное определение, отражающий специфику данного явления, а так же выделить ключевые функции социального предпринимательства и проанализировать его значение для социально-экономического развития;

- рассмотреть создание и ведение социального бизнеса;

- исследовать особенности поддержки социального предпринимательства на государственном и муниципальном уровне;

- выделить проблемы и перспективы развития социального предпринимательства;

- разработать рекомендации по совершенствованию ведения и развития бизнеса в социальном предпринимательстве.

Объект исследования – ООО «Гарант».

Предмет исследования - создание, ведение и развитие бизнеса в социальном предпринимательстве.

Теоретические основы исследования. Настоящее исследование опирается на научные работы современных отечественных и зарубежных исследователей посвященных проблемам создания, ведения и развития бизнеса в социальном предпринимательстве.

Обоснованность и достоверность решения поставленных в исследовании задач обеспечены применением как общенаучных *методов* познания, таких как формально-логического, сравнительного, системного, структурно-функционального обобщающего, позволивших рассмотреть институт социального предпринимательства в развитии, выявить противоречия, соотнести сущностные характеристики и формы их проявления. Так же в исследовании были использованы эмпирические методы, такие как метод анализа нормативно-правовых документов, метод вторичного социологического анализа.

Эмпирическую и информационную базу исследования составили нормативно-правовые документы, регламентирующие предпринимательскую деятельность в целом, так и в части социального бизнеса, а так же действующее законодательство в области коммерческих организаций, статистические и аналитические данные служб государственной статистики и частных исследовательских групп, различные информационные обзоры в области социального предпринимательства. Также исследование основано на материалах монографий различных исследователей в данной области, тематической литературы, статьях в научных журналах и в сборниках научно-

практических конференций, материалы периодических изданий по изучаемой тематике.

Практическая значимость результатов. Полученные результаты имеют практическую значимость для деятельности государственных органов при принятии решений по развитию социального предпринимательства, подготовке программных и методических документов, направленных на развитие социальной сферы, для создания условий для развития отечественного социального предпринимательства. Научные результаты могут составить теоретико-методологический базис дальнейших научных исследований по данной проблематике, а также использоваться в учебном процессе.

Структура и объем работы. Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав, объединяющих в себе восемь параграфов, заключения, а так же списка использованных источников и литературы.

Глава 1. Теоретические аспекты социального предпринимательства.

1.1.Сущность социального предпринимательства

Термин «социальное предпринимательство» используется для тех предприятий, которые работают с целью внесения позитивных изменений в общество. Социальные предприниматели выбирают одно социальное дело, в которое они верят, и разрабатывают свой бизнес-план для поддержки этого дела.

Однако ни одна организация не может быть названа исключительно организацией социального предпринимательства. Потому что в идеале социальное предпринимательство означает организацию, которая не работает для получения прибыли, а работает только для конкретной цели. В приведенной выше статье я обсудил различные примеры организаций, которые называются организациями социального предпринимательства из-за социальной работы, которую они выполняют наряду с получением прибыли.

В настоящее время все больше и больше организаций начинают беспокоиться об окружающей среде и изменении климата и внедряют экологически чистые методы, чтобы уменьшить негативное воздействие на окружающую среду. Организации социального предпринимательства стараются как можно больше перерабатывать, чтобы уменьшить углеродный отпечаток, оставленный организацией. В наши дни социальное предпринимательство стало настолько популярным, что многие организации используют его в качестве своего УТП.

Развитие гражданской активности и осознания гражданами личного участия в событиях, происходящих внутри государства, приведет к формированию благополучного и справедливого гражданского общества. Взаимодействие государства и общества выражается в различных формах, в частности в идее социального предпринимательства. Ситуация, когда государство не в состоянии обеспечить всем членам общества равные возможности для самореализации во всех сферах, может привести к

существованию социальных проблем как неотъемлемого атрибута любого общества. При неудовлетворении потребностей граждан и необеспечении роста уровня жизни и национального благосостояния нельзя говорить об эффективности современной социально-экономической политики, поскольку не выполняется ее основная цель. В современном мире социальное предпринимательство рассматривается как вектор, определяющий направление устранения или снижения острых, насущных проблем в различных сферах народного хозяйства, решает задачи нахождения людей в трудной жизненной ситуации. Социальное предпринимательство как вид деятельности основано на социальной миссии. Социальное предпринимательство является формой взаимодействия государства и общества. В настоящее время не существует единого подхода к изучению этой проблемы. В статье представлена разработка теоретических аспектов социального предпринимательства. На основе приведенных в статье определений описываются и выявляются признаки социального предпринимательства. Выделены этапы истории развития этого явления; рассмотрены основные направления деятельности социальных предпринимателей; перечислены основные компоненты и обязанности социального предпринимательства. Приведены ключевые преимущества социального предприятия. единого подхода к изучению этой проблемы не существует. В статье представлена разработка теоретических аспектов социального предпринимательства. На основе приведенных в статье определений описываются и выявляются признаки социального предпринимательства. Выделены этапы истории развития этого явления; рассмотрены основные направления деятельности социальных предпринимателей; перечислены основные компоненты и обязанности социального предпринимательства. Приведены ключевые преимущества социального предприятия. единого подхода к изучению этой проблемы не существует. В статье представлена разработка теоретических аспектов социального предпринимательства. На основе приведенных в статье

определений описываются и выявляются признаки социального предпринимательства. Выделены этапы истории развития этого явления; рассмотрены основные направления деятельности социальных предпринимателей; перечислены основные компоненты и обязанности социального предпринимательства. Приведены ключевые преимущества социального предприятия. Выделены этапы истории развития этого явления; рассмотрены основные направления деятельности социальных предпринимателей; перечислены основные компоненты и обязанности социального предпринимательства. Приведены ключевые преимущества социального предприятия. Выделены этапы истории развития этого явления; рассмотрены основные направления деятельности социальных предпринимателей; перечислены основные компоненты и обязанности социального предпринимательства. Приведены ключевые преимущества социального предприятия.

Нерешенные сегодня социальные проблемы, снижение социальной защищенности граждан, дифференциация доходов отдельных социальных групп привели к серьезному расслоению общества, снижению уровня благосостояния. В то же время современная социально-экономическая политика не эффективна, так как не выполняется главная миссия — удовлетворение потребностей граждан, обеспечение повышения уровня жизни населения и национального благосостояния.

Проблемы социального характера существуют в любом обществе; причины этого заключаются в невозможности обеспечить всем членам общества равные возможности для самореализации во всех сферах. В социальном предпринимательстве человек предъявляет более высокие требования к соотношению экономической эффективности и социальной справедливости, в результате чего решает самостоятельно справиться с проблемой.

Социальное предпринимательство концентрирует свои усилия на удовлетворении потребительских услуг, создании социально значимых проектов [1].

Социальное предпринимательство состоит из двух основных направлений: социального и экономического, в связи с чем в современном обществе появилось большое количество различных трактовок социального предпринимательства. Изначально необходимо определить само понятие «предпринимательство». Экономисты считают, что предпринимательство способствует благосостоянию общества. Общество в этом случае выдвигает потребности, а предприниматели бросают свои силы на удовлетворение потребностей. В этом смысле предпринимательская деятельность расширяет границы решения социальных проблем.

Предпринимательство является двигателем любой развитой экономики, поскольку именно предприниматели создают большинство рабочих мест, внедряют инновации, стимулируют рост благосостояния среднего класса и закладывают фундамент гражданского общества и политической свободы.

Предпринимательство порождает увеличение материального и духовного потенциала общества. В латинском языке есть слово «mancepts» — «предприниматель», «подрядчик», которое образовано от двух слов: «manus» — рука, сила, работа, труд, деятельность и «capio» — приобретать, перенимать, и овладеть. Отсюда «манцепты» — человек, заработавший капитал самостоятельно, своим трудом, не только упорством, но и хитростью и быстротой. Если исходить из первоначального значения слова, то предпринимательство — это «умение начать», «охватить первым». В начале своего развития предпринимательская деятельность ограничивалась в основном сферой торговли и считалась занятием, недостойным людей высокого социального положения.

Торговля, по Платону, — одно из занятий, которые делают людей плохими. В Средние века к бизнесменам относили тех, кто занимался внешней торговлей, устраивал показы, и руководителей по организации предприятия,

при этом эта деятельность не несла рисков. Постепенно, с развитием рыночных отношений, произошла переоценка значения предпринимательской деятельности: произошел переход от негативного к позитивному представлению об этом явлении. В дальнейшем предпринимательская деятельность стала осмысливаться учеными, стали появляться научные подходы.

Впервые понятие «предприниматель» появилось в экономической литературе в Универсальном торговом словаре (Париж, 1723 г.), где к предпринимателям относилось лицо, взявшее на себя «обязательство изготовить или сконструировать предмет». В этот период понятие «предприниматель» ассоциировалось с риском [2].

Как социально-экономическое явление предпринимательство прошло значительный исторический путь развития. Однако как особая (специализированная) область научного знания она еще находится в стадии развития: нет единообразия в названии теории, четкой формулировки основных понятий, смешения терминов «предпринимательство» и «бизнес». Разные теоретические подходы к основаниям предпринимательства в историческом контексте по-разному описывают пути его развития и становления (Приложение 1).

Несмотря на наличие множества экономических теорий, предпринимательство рассматривается в различных концепциях. В экономической теории понятия «предпринимательство» и «предприниматель» появились в XVIII веке, в эпоху капитализма. Так, основоположником научной концепции «предпринимательство» был английский экономист Р. Кантильон (1680-1730), согласно которой дисбаланс между спросом и предложением на рынке позволяет отдельным субъектам рынка покупать товары дешевле, а продавать их дороже.. Именно он назвал этих субъектов рынка предпринимателями («entrepreneur» — в переводе с французского «посредник»). По его мнению, предприниматель – это личность, обладающая дальновидностью и желанием идти на риск, устремленная в будущее, действия

которой характеризуются стремлением к получению дохода, с одной стороны,

А. Смит связывает предпринимательскую деятельность с личной прибылью, не забывая при этом об удовлетворении потребностей общества и считает, что предприниматель является лишь частью рыночного механизма и роль его весьма невелика. Д. Рикардо считает предпринимателя непременным участником экономических процессов, главным инициатором развития производства, а предпринимательскую деятельность рассматривает как основу улучшения состояния общества. К. Маркс считает, что предприниматель — это капиталист, направляющий свой капитал на образование прибавочной стоимости и использующий рабочих.

Ж.-Б. Сэй расширил дословный перевод слова с французского «тот, кто предпринимает» и развил теорию трех факторов производства: земли, труда, капитала, являющихся источником богатства общества. По его мнению, предприниматель — это экономический агент, объединяющий факторы производства, переводящий ресурсы из низкопроизводительной сферы в сферы, где они способны дать максимальный результат: прибыль и доход.

Первым среди психологов, осуществивших анализ предпринимательства, был Д. Макклелланд [2]. Он обосновывает легитимность мотива достижения как величайший стимул к предпринимательству и определяет предпринимателей как лиц, берущих на себя большую ответственность. До начала 20 в. предпринимательство изучалось в основном представителями экономических и психологических наук.

Итак, резюмируя, в чем различия этих подходов: экономисты акцентируют внимание на важности предпринимательской функции в установлении баланса или, наоборот, в нарушении баланса; психологи определяют, какие мотивы побуждают к предпринимательству; социологи исследуют социальный контекст и факторы, влияющие на принятие решений предпринимателем. Однако их объединяет следующее: представители этих

подходов рассматривают предпринимателей как неотъемлемую часть рынка и относят предпринимательство к социально-экономической деятельности, связанной с инновациями, риском, созданием новых фирм и получением прибыли. Со временем понятие «предпринимательство» расширялось и видоизменялось. Итак, продолжая анализировать это явление,

Любой человек может стать предпринимателем. Только у одного есть талант, и его знает весь мир, другой трудолюбивый, и его знает весь город, третий ленив и безволен, поэтому у него нет бизнеса. Быть предпринимателем — это тяжелая работа.

Предприниматель – это человек, который использует каждую возможность с максимальной пользой; это человек, который имеет свой прибыльный бизнес. Такой человек видит возможность получения прибыли практически в любой сфере, а остальные этого не замечают.

Предприниматель способен принимать решения, сопряженные с риском, терять инвестиции. Но такой человек видит возможности и старается их использовать. В то же время предприниматель, использующий все возможности, не тратит свое время на занятия, не приносящие пользы. Целью любой деятельности такого человека является использование имеющихся ресурсов для получения прибыли. Действуя таким образом, предприниматель способен определить, что именно ему нужно делать для достижения успеха, а чего следует избегать, чтобы не оказаться в невыгодном положении.

В условиях кризиса возрастает потребность в эффективном использовании всех имеющихся ресурсов, а предпринимательство становится одним из основных источников социально-экономической стабильности. Так, в «Стратегии развития малого и среднего предпринимательства», разработанной Минэкономразвития России, подчеркивается необходимость развития социального предпринимательства как отдельной категории, специализирующейся на производстве товаров и услуг для социально незащищенных и бедных групп граждан или создания рабочих мест для таких групп граждан. Хотя термин «социальное

предпринимательство» относительно новый, само явление имеет долгую историю.

Развитие социального предпринимательства набирает невероятные обороты в современном обществе. Если классический предприниматель создает экономическую ценность и его цель — материальное благополучие, то социальный предприниматель — «агент перемен» в социальной сфере, его миссия — менять ценности внутри общества и помогать людям, испытывающим нехватку ресурсов, улучшать свое жизненное положение..

Исследователи считают, что это явление существовало всегда, однако ученые ранее не занимались этим вопросом. В 1963 г. Б. Дрейтон описал «социальное предпринимательство» и определил «социального предпринимателя» как личность, сочетающую практические и ориентированные на результат методы ведения бизнеса с целями социального реформатора [4].

Социальный предприниматель не просто отдает деньги в какой-либо и не имеет четкого представления о том, куда ушли эти деньги и не может реально оценить социальные последствия своего вклада, а создает организацию, целью которой является самостоятельное создание социальной ценности и функционирование на его основе. собственные средства, то есть фактически без каких-либо сторонних дотаций.

Как и в обычном бизнесе, целью которого является получение прибыли, в социальном предпринимательстве важна идея, способность оценивать и идти на риск, стремление к возможностям и инновациям. Пример успешно работающей британской компании, которая открыла дополнительную службу по ремонту обуви и вступила в альянс с 23 другими компаниями и одной гостиницей, показывает, что применение классических принципов предпринимательства может быть использовано и некоммерческой организацией. целью которых является улучшение общества. Считается, что социальное предпринимательство лечит не только симптомы поверхностных проблем, но и атакует внутренние причины проблем.

До 1990 года как таковая теория социального предпринимательства отсутствовала, определений не встречалось, наблюдались лишь редкие упоминания термина, связанные с ценностями и общественными движениями. С наибольшей силой интерес к социальному предпринимательству возрос в 1990-е гг.

В 1997 г. в Великобритании была создана Школа социальных предпринимателей под руководством М. Янга. В это время появились первые попытки определения термина и первые исследования [1].

Классическим считается определение социального предпринимательства, данное Дж. Г. Дизом в 1998 году. Оно получается путем добавления социального измерения к определению традиционного предпринимательства, заимствованному из работ Йозефа Шумпетера, Дж.-Б. Сэя, П. Друкера и Г. Стивенсона.

Дж. Г. Диз выделяет конкретные факторы, отличающие социальное предпринимательство от традиционного предпринимательства:

1. принятие на себя миссии создания и поддержания социальной ценности (благо);
2. выявление и использование новых возможностей для реализации выбранной миссии;
3. осуществление непрерывного процесса инноваций, адаптации и обучения;
4. решительность действий, не ограниченная имеющимися ресурсами;
5. высокая ответственность предпринимателя за результаты своей деятельности — как перед непосредственными заказчиками, так и перед обществом;
6. объединение имеющихся ресурсов для создания возможностей для ускорения социальных изменений и/или удовлетворения социальных потребностей;

7. появление социальных преобразований как одного из результатов деятельности социального предпринимателя [1].

По словам Дж. Г. Диза, социальное предпринимательство использует лучшие практики традиционного предпринимательства для выполнения социальной миссии. Социальное предпринимательство – это новый способ социально-экономической деятельности, сочетающий социальную цель организации с предпринимательскими инновациями и достижением устойчивой устойчивости. Основой социального предпринимательства является функционирование так называемых социальных предприятий — предприятий, созданных с целью решения той или иной социальной задачи или задач, действующих на основе инноваций, финансовой дисциплины и методов ведения бизнеса, принятых в частном секторе. Д. Майр и И. Марти отмечают, что «социальный» не равно «альтруистический», подразумевая, что социальный предприниматель в определенной мере стремится удовлетворить не только интересы общества, но и личные интересы [1].

Таким образом, по мнению Дж. Г. Диза, социальное предпринимательство — это применение деятельности традиционного предпринимательства для достижения социальных целей или выполнения социальной миссии.

Важным событием в формировании концепции социального предпринимательства стало вручение Нобелевской премии социальному предпринимателю Мухаммаду Юнусу, основателю Grameen Bank, в 2006 году. Это событие вызвало новую волну интереса к социальному предпринимательству, что повлекло за собой большое количество научных работ, написанных Р. Хардингом, П. Лайтом, Дж. Мэйром, И. Марти. Они пришли к пониманию социальных предпринимателей как организаций или отдельных лиц, идущих на риск, использующих инновации, отказывающихся принимать ограничения на имеющиеся ресурсы и пытающихся решить насущные социальные проблемы.

Период активного становления социального предпринимательства приходится на 2007 год. Население начинает искать поддержки у государства в этом вопросе, также в это время происходит закрепление правового статуса социального предпринимательства. Основными исследователями в этот период являются Д. Борнштейн, Р. Мартин, А. А. Московская, О. Е. Колбасенко и др. [1]

Мартин и Осберг констатировали, что социальному предпринимателю присущи все качества обычного предпринимателя (вдохновение, креативность, готовность непосредственно участвовать в реализации новой идеи, смелость, настойчивость). Разница между ними заключается «в сути ценностного предложения», а для социального предпринимателя заключается в создании масштабного общественного блага [5].

М. Волкова выделяет следующие этапы в истории социального предпринимательства: 1. индивидуалистический этап (до 1930-х гг.) — в этот период были отдельные примеры организаций, имеющих черты, сходные с социальными предприятиями. 2. Коллективный этап (1930-80 гг.) — общественность осознала социальные недостатки существующих систем. В развитых странах стали акцентировать внимание на следующих проблемах: наличие массовой длительной безработицы, вопросы социального самочувствия. Эти проблемы не были решены ни в частном секторе, ни в государственных структурах, что повлияло на популяризацию государственно-частного партнерства и рост предпринимательского интереса к социальным проблемам. 3. Институциональный этап (с 1980-х гг. по настоящее время) – социальное предпринимательство в мире получило правовую поддержку [2].

Таким образом, основное отличие предпринимательства от социального предпринимательства заключается в том, что ценностью для предпринимателя является предоставление продукта или услуги на рынок и извлечение финансовой прибыли, в то время как Социальный предприниматель не ждет и не стремится к достижению значительных финансовых результатов.

выгода. Вместо этого он ищет ценности в виде масштабных позитивных преобразований, затрагивающих значительную часть общества или общество в целом. Это не означает, что социальные предприниматели всегда избегают получения прибыли от созданных ценностей.

Можно выделить основные направления деятельности социальных предпринимателей:

1. Производство товаров:

- - социально значимые (детские площадки, реабилитационное оборудование);
- - общего пользования (одежда, мебель, продукты питания, поделки).

2. Оказание общественно значимых работ и услуг, в том числе отдельным категориям граждан:

- - консультирование (юридическое, социально-психологическое, педагогическое);
- - образование и обучение (развитие творческих способностей, семинары и тренинги);
- - бытовые услуги (парикмахерские, ремонт обуви, копировальные услуги, прачечные и др.);
- - развитие сельскохозяйственной деятельности;
- - развитие экологического туризма;
- - медико-социальная помощь (социальные службы, услуги на дому и др.);
- - культурные услуги (декорации, театрализованные представления и т.п.);
- - трудоустройство безработных.

Основными составляющими социального предпринимательства являются:

1. выявление устойчивого, но по сути несправедливого баланса, что приводит к исключению или страданию группы людей, не обеспеченных

материально и не имеющих политической воли для достижения позитивных изменений своими силами;

2. выявление возможностей в рамках этого несправедливого баланса, выработка определения социальной ценности, использование таких личностных качеств, как вдохновенность, креативность, решительность, смелость и настойчивость, с целью нарушения сложившегося положения дел;

3. создав новое устойчивое равновесие, это обеспечит целевой аудитории и обществу в целом лучшее будущее.

Развитие социального предпринимательства включает в себя множество факторов, оказывающих положительное влияние на общество:

- благодаря созданию социальных проектов обеспечивается занятость, создаются новые рабочие места для социальных организаций;
- работая с социально незащищенными группами населения получают социальную поддержку; в социальном предпринимательстве участвуют люди без определенного места жительства;
- повышается социально-экономическая эффективность за счет того, что снижается нагрузка на бюджеты за счет реализации частнопредпринимательских проектов, основная роль в которых отводится государству (дошкольное, дополнительное, профильное образование, здравоохранение, массовый спорт и др.)..);
- культурная среда развивается за счет максимального использования застойных учреждений культуры социальными предпринимателями; транспортные сети развиваются, городская среда насыщена, за счет развития транспортной инфраструктуры и освоения неиспользуемых земель.

Исследователи и эксперты региональных социальных программ сформулировали собственное определение социального предпринимательства. На социальное предпринимательство возлагаются следующие обязанности:

- инновационность в подходах к решению социальных проблем;

- ориентироваться на заметное социальное улучшение в решении насущных, острых, общественно-называемых социальных проблем;
- возможность выстраивания в системе рыночных отношений (социальность бизнеса достигается не снижением цен, а льготами и дополнительными услугами по целевым категориям населения);
- занять доминирующее положение в выбранной нише (за счет инноваций или за счет охвата);
- распространение модели производства товаров-услуг [6].

Социальное предпринимательство становится все более популярным во многих странах. В европейских странах подход к регулированию социальных предприятий разнообразен и ориентирован на развитие социально-экономических отношений. Во многих странах еще не разработаны конкретные законы, регулирующие статус отдельного юридического лица, в частности социального предприятия. Практика показывает, что во многих случаях социальные предприятия действуют в форме кооперативов и особенно популярны в странах Южной Европы (Италия, Испания, Греция). С другой стороны, социальные предприятия зарегистрированы как коммерческие организации с социальными объектами (Финляндия, Литва, Англия), а также кооперативные объединения общественного интереса (Франция) [7].

Несмотря на существующие различия в правовой базе социальных предприятий, существуют общие принципы, позволяющие определить социальное предприятие как негосударственный субъект, осуществляющий хозяйственную деятельность для достижения социальных целей [8]. Социальные предприятия действуют во всех секторах экономики: от сельского хозяйства и жилищного строительства до промышленности, банковского дела и передовых услуг. Они вносят огромный вклад в обеспечение работой длительно безработных, инвалидов, способствуя тем самым их интеграции в общество. Они занимают особое место в развитии сообществ и местной экономики [9].

Использование новых, уникальных инструментов, возможность решать задачи столько времени, сколько необходимо, и за счет собственных доходов составляют ключевые преимущества социального предпринимательства. Если благотворительность ограничена в ресурсах, времени и пространстве, то социальное предпринимательство изначально предполагает масштабируемость и републикативность. Целью является не локальное решение отдельного вопроса, а выход на качественно новый уровень в преодолении общественно значимых проблем.

Ключевые преимущества социальных предприятий, играющих роль в управлении государственными услугами [10].

Таким образом, единого определения социального предпринимательства не существует. Все зависит от подхода исследователя. Это понятие можно рассматривать как с точки зрения экономики, так и социологии. Сущность социального предпринимательства, на наш взгляд, наиболее полно отражает определение, согласно которому социальное предпринимательство – это предпринимательская деятельность, направленная на смягчение или решение социальных проблем, характеризующаяся следующими основными признаками: социальная отдача, инновационность, самоокупаемость и финансовая устойчивость, масштабируемость. воспроизводимость, предпринимательский подход [11].

Социальное предпринимательство — это не бизнес, где предприниматели жертвуют процент от прибыли на благотворительность, здесь главная цель — социальная, а бизнесмены далеки от этого.

Социальное предпринимательство становится все более популярным в мире. И даже многие авторитетные университеты включили его в свои учебные программы.

В России это направление еще недостаточно развито, а понятие «социальное предпринимательство» размыто.

1.2. Социальное предпринимательство: виды и формы

Когда дело доходит до стимулирования изменений с помощью социального предпринимательства, существует множество определений. Эти люди и компании представляют широкий спектр того, чего они пытаются достичь в своем бизнесе. Они также различаются с точки зрения их стратегий и целей для осуществления социальных изменений.

Доктор Джо Джонсон — предприниматель, изучающий эту область более 25 лет. Он является основателем Welfont, который профинансировал и запустил более десятка стартапов. Доктор Джонсон обрисовал в общих чертах то, что он считает четырьмя наиболее распространенными типами социальных предпринимателей.

1. Общественный социальный предприниматель

Этот предприниматель стремится удовлетворить социальные потребности сообщества в пределах небольшого географического района. Эти предпринимательские инициативы могут быть чем угодно: от создания рабочих мест для маргинализированных членов до строительства общественного центра. Социальными предпринимателями такого масштаба обычно являются отдельные лица или небольшие организации. Одним из примеров являются микрофинансовые кредиты, предлагающие финансовые решения местным жителям, не имеющим доступа к банковским услугам.

Эти предприниматели работают напрямую с членами сообщества. Это означает наличие более корыстных интересов и более медленный процесс принятия решений, но дает преимущество долгосрочных решений. И члены сообщества, и местные организации, скорее всего, будут продолжать проект даже без непосредственного участия предпринимателя.

Именно с этого начинает большинство людей, так как изменения в вашем собственном сообществе сразу видны. Вы можете почти сразу увидеть результаты такого социального предпринимательства и напрямую поговорить с людьми, которым помогаете. Все, что вам нужно сделать, чтобы начать этот

тип деятельности, — это найти локальную изолированную социальную проблему и заняться ее решением.

2. Некоммерческий социальный предприниматель

Эти предприниматели сосредоточены на социальной, а не на материальной выгоде, а это означает, что они ставят социальное благополучие выше традиционных потребностей бизнеса. Они реинвестируют любую прибыль в бизнес, чтобы способствовать дальнейшему расширению услуг.

Некоммерческие социальные предприниматели обычно представляют собой компании и организации, которые предпочитают использовать свою власть для общественного блага. Прекрасным примером служит история Goodwill Industries: в 1902 году компания начала нанимать бедных жителей для работы с пожертвованными товарами, реинвестируя всю прибыль в программы профессионального обучения.

Эти предприниматели обычно с большей вероятностью достигают поставленных целей благодаря легкодоступному финансированию. Однако они также зависят от его успешного создания для общественного блага.

Этот путь обычно выбирают более опытные в бизнесе предприниматели, которые хотят использовать свои навыки для создания перемен. Хотя для проявления результатов часто требуется больше времени, они могут проявиться в более широком масштабе. Присоединение к местной некоммерческой или учебной программе обычно является надежным способом начать.

3. Трансформационный социальный предприниматель

Эти люди сосредоточены на создании бизнеса, который может удовлетворить социальные потребности, которые в настоящее время не удовлетворяются правительствами и другими предприятиями. Трансформационная категория часто является тем, к чему некоммерческие организации эволюционируют с достаточным временем и ростом. Они становятся более крупными организациями с правилами и положениями,

иногда разрастаясь до уровня сотрудничества с государственными органами или интеграции в них.

Такие акселераторы, как The Social Innovation Warehouse, являются прекрасными примерами такого типа социального предпринимателя. Они специально расширяют возможности других предпринимателей, ориентированных на воздействие, для создания позитивных изменений. Затем это создает систему взаимосвязанных предприятий, ориентированных на социальные блага.

Трансформационным предпринимателям легче найти лучшие таланты для этих усилий. Однако они также связаны паутиной правил и положений, которые должны создавать более крупные организации.

Такие организации обычно набирают и развивают таланты внутри компании. Если вы подаете заявку на вакансию или должность волонтера и демонстрируете навыки социального предпринимательства, они, скорее всего, помогут вам зарегистрироваться в программе наставничества и способствовать вашему росту оттуда.

4. Глобальный социальный предприниматель

Эти предприниматели стремятся полностью изменить социальные системы, чтобы удовлетворить основные социальные потребности во всем мире. Часто крупные компании заканчивают тем, что осознают свою социальную ответственность и начинают концентрироваться на позитивных изменениях, а не только на получении прибыли. Здесь также расположены крупнейшие благотворительные организации, такие как Билла и Мелинды Гейтс.

Глобальной потребностью может быть что угодно, от бесплатного доступа к образованию до чистой воды. Обычно это высокая цель, которая охватывает континенты и объединяет множество организаций и интересов. Тем не менее, компромисс находится под пристальным вниманием: если глобальные социальные предприниматели не смогут удовлетворить

потребности и получить достаточную поддержку, их неудачи окажут большее влияние, чем неудачи небольших организаций.

Эти организации обычно связаны с конкретным делом и работают с другими социальными предпринимателями, чтобы это произошло. Таким образом, у вас больше шансов достичь этих высот, если вы объединитесь с другими социальными предпринимателями и создадите глобальное сообщество для решения социальных проблем.

Кроме того, растет число организаций, которые сочетают лучшие коммерческие практики с некоммерческими задачами. Они подпадают под все типы, описанные выше, и находятся на разных стадиях роста и масштабируемости. Мы предлагаем найти причину, которая лучше всего подходит для вас, и наметить путь вперед от нее.

Социальное предпринимательство — это подход, принятый организациями, когда они инвестируют в стратегии, обеспечивающие решение культурных, социальных или экологических проблем, а также получение прибыли для организации.

Социальные предприниматели ищут разные и уникальные бизнес-идеи, которые тесно связаны с обществом и предлагают культурные и социальные решения. И социальное предпринимательство является одним из самых популярных вариантов бизнеса для процветающих предпринимателей, поскольку предприниматели используют эти проблемы для создания своего бизнеса.

Предприниматели, которые используют подход социального предпринимательства, не измеряют свою прибыль или успех обычными показателями, такими как получение дохода или рост стоимости акций организации. Они оценивают свою прибыль на основе изменений, которые они произвели в обществе или окружающей среде.

Однако иногда социальные предприниматели действуют как в конечном счете «некоммерческие» организации, целью которых является сбор денег для поддержки дела. Например, социальный предприниматель может начать

бизнес, в котором ресторанами управляют люди с ограниченными физическими возможностями.

Целью открытия таких ресторанов является трудоустройство людей с ограниченными физическими возможностями и помощь им в обретении независимости.

Смысл социального предпринимательства состоит в том, чтобы управлять новым малым бизнесом, используя инновационную идею, без каких-либо ожиданий получения денег или с нулевыми ожиданиями. Цель социального предпринимателя — сделать мир лучше. Однако концепция социального предпринимательства не ограничивается малым бизнесом, а может применяться к компаниям самых разных размеров и убеждений. Даже показатели для измерения успеха различны для предприятий социального предпринимательства.

Например, успех бизнеса социального предпринимательства измеряется на основе общих положительных изменений, внесенных им в общество. Эти предприятия пытаются вернуть сообществу как можно больше, а не создавать богатство.

Социальное предпринимательство — не новая идея. Было много организаций, которые активно занимались благотворительностью и социальной работой. Но термин «социальное предпринимательство» стал известен в 2010 году с публикацией Чарльза Ледбитера «Подъем социального предпринимателя».

После включения Интернета в деловую практику организациям социального предпринимательства стало легче охватить более широкую аудиторию. Организации социального предпринимательства информируют своих потребителей о своей работе через свой официальный бизнес-сайт и платформы социальных сетей.

Несколько десятилетий назад термин «предпринимательство» стал модным, и все больше и больше молодых людей с творческим мышлением и новаторскими идеями решили начать свою карьеру в качестве

предпринимателей. В результате теперь у нас есть такие успешные предприятия, как Amazon, Microsoft, Facebook, Apple и т. д.

Предприниматели теперь ищут инновационные идеи, чтобы они не только приносили прибыль, но и могли оказать положительное влияние на общество. Отсюда и возник термин «социальное предпринимательство». В этом разделе вы узнаете о важности социального предпринимательства.

1. Помогает создать больше рабочих мест

Безработица является одной из самых больших проблем, с которыми в настоящее время сталкиваются как развитые страны, такие как Соединенные Штаты Америки, так и развивающиеся страны, такие как Индия. Социальное предпринимательство создает рабочие места и обеспечивает занятость людей.

Например, предприятия пищевой промышленности, такие как Swiggy, Zomato и Uber Eats, создали более 400 000 рабочих мест только за счет своих операций по доставке еды. Они обеспечили достойную работу и регулярный доход людям с низким уровнем образования и навыков.

2. Инновационные идеи, которые сделают мир лучше

Вдохновением для социального предпринимательства является создание бизнес-идеи, которая не только поможет социальному предпринимателю получать прибыль, но и внести позитивные изменения в мир. Таким образом, вместо того, чтобы внедрять методы производства, наносящие вред окружающей среде, социальные предприниматели выдвигают идеи, которые не затрагивают окружающую среду. Например, в 1997 году гигантская индийская компания Reliance получила несколько угроз от советов по контролю за загрязнением окружающей среды, чтобы контролировать загрязнение, вызванное их нефтеперерабатывающим заводом в Джамнагаре.

Чтобы решить эту проблему, Reliance предложила инновационную идею превратить пустырь рядом с нефтеперерабатывающим заводом в манговый сад, а не закрывать бизнес. Они посадили 1,3 лакха манго 200 различных видов и теперь известны как «Дхирубхай Амбани Лакхибаг Амрайи».

Они превратили бесплодную землю города в пышную зеленую сельскую местность, а экологическую проблему – в возможности для бизнеса.

3. Связь с клиентами помимо экономических целей

Когда предприниматель применяет методы социального предпринимательства, его целью является не только получение прибыли, но и отдача обществу. Следовательно, они связываются со своими клиентами не только в экономических целях. Они развивают свой бизнес, получая эмоциональную поддержку от своих клиентов.

Например, гигантская электронная компания Apple поставила цель искоренить СПИД к 2020 году. Чтобы поддержать это дело, Apple жертвует весь доход, полученный от продажи красных iPhone, людям, затронутым СПИДом.

Apple предоставляет лекарства больным СПИДом людям, живущим в странах Африки к югу от Сахары, поскольку две трети людей, затронутых СПИДом, проживают в странах Африки к югу от Сахары. Это делает Apple организацией социального предпринимательства.

Рассмотрим примеры социального предпринимательства.

1. Яблоко

Apple — одна из крупнейших и ведущих компаний в мире электроники, известная своей продукцией самого высокого качества. Чтобы бороться со смертельными заболеваниями, такими как СПИД, Apple жертвует все деньги, заработанные на продаже своего красного iPhone, людям, больным раком. Apple планирует к 2020 году создать первое поколение, свободное от СПИДа. В дополнение к этому, заняться электронными отходами, которые накапливаются в океанах.

Apple предоставляет значительную скидку на покупку новых продуктов людям, когда они возвращают свои старые устройства Apple. Алюминий, извлеченный из старых устройств, используется для производства новых устройств. Apple утверждает, что для изготовления

корпусов MacBook Air и MAC mini используется 100% переработанный алюминий.

2. Трубопроводные ангелы

Pipeline Angels — американская инвестиционная компания. Было отмечено, что женщин-инвесторов из числа меньшинств меньше. Они решили изменить лицо инвестирования, создав инвестиционные возможности для женщин и инвесторов из числа меньшинств. Они также проводят Bootcamp для обучения женщин-инвесторов.

3. Амуль

Amul — индийская кооперативная молочная компания. Он известен своей белой революцией в Индии. Компания была основана, чтобы остановить эксплуатацию сельских производителей молока торговцами и агентами. AMUL сыграл важную роль в развитии сельских жителей и фермеров. Поэтому она известна как одна из ведущих компаний социального предпринимательства.

4. TOMC

TOMS — это компания, чье имя будет первым в списке компаний социального предпринимательства, когда вы будете искать информацию о компаниях социального предпринимательства. По той же причине я решил включить его в свой список примеров социального предпринимательства.

TOMS работает по одной бизнес-модели. В котором компания жертвует одну пару обуви детям из малообеспеченных семей развивающихся стран за покупку каждой пары обуви ее потребителями. TOM известен как одно из первых социальных предприятий. А в 2023 году он запустил свои ы социального предпринимательства, чтобы помочь новым социальным предприятиям начать с нуля с намерением поддержать больше организаций, которые работают на благо общества.

5. Уорби Парке

Warby Parker — компания по производству очков, которая также работает над программой «Купи пару и подари пару». В рамках этой

программы при покупке каждой очки одна очка раздается нуждающемуся, но не может себе этого позволить.

Характеристики социального предпринимательства

1. Инновации

Организация социального предпринимательства должна выдвигать инновационные идеи для поддержки социальных и экологических целей. Им следует внедрять инновационные методы ведения бизнеса, а не традиционные методы ведения бизнеса, чтобы наносить меньший вред окружающей среде.

Например, Apple следует бизнес-практике, согласно которой они максимально перерабатывают и используют энергию, произведенную с использованием возобновляемых ресурсов.

2. Рискованный

Организация социального предпринимательства по своей природе является рисковой. Они применяют методы, в которых меньше заботятся о финансовых выгодах, но больше заботятся о социальных и экологических выгодах. Такая организация в первую очередь работает на средства, собранные с людей.

3. Самостоятельный

Социальное предпринимательство организации самодвижущиеся мотивы. Эти организации также могут работать, как и другие организации, применяя традиционные методы ведения бизнеса и не беспокоясь о социальных и экологических проблемах.

Но эти организации выбирают другой путь и используют методы ведения бизнеса, чтобы изменить мир к лучшему.

4. Социальная активность

Организации социального предпринимательства культурно осведомлены и осведомлены о социальных проблемах. Поэтому эти организации разрабатывают бизнес-планы таким образом, чтобы они могли обеспечить решение хотя бы одной социальной проблемы.

Эти организации не только работают, будучи социально настороженными, но и отслеживают изменения, которые они внесли. Например, Apple решила пожертвовать весь доход, полученный от продажи красных айфонов, людям, пострадавшим от СПИДа. Они также нацелены на создание первого поколения, свободного от СПИДа, в 2020 году.

Они не только прилагают усилия, но и делятся данными в виде подробного отчета на своем официальном сайте.

5. Стратегический

Организации социального предпринимательства стратегически работают над решением социальных проблем. Они ищут возможности, которые обычно упускают другие компании. Они готовят стратегический план решения проблемы и, как и другие предприниматели, упорно трудятся для достижения своей цели.

1.3. Бизнес-модели социального предпринимательства

26 июля 2021 года официально опубликован и вступил в силу федеральный закон № 245-ФЗ, который ввел в законодательство Российской Федерации понятия социального предпринимательства и социального предприятия[1]. Наконец компании малого и среднего бизнеса смогут претендовать на статус социального предприятия. Для этого есть несколько условий – чтобы бизнес компании был направлен на достижение общественно полезных целей и способствовал решению социальных проблем. По закону государство обязано предоставить социальному предприятию имущественную (в частности, субсидии), информационную и иную поддержку.

Социальный бизнес, обычно направлен на решение различных социальных проблем: помощь людям с ограниченными возможностями,

[1] Федеральный закон Российской Федерации от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии, малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [Электронный ресурс]. - СПС Консультант Плюс. - М.: 2019. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_l 57188/ (дата обращения: 23.03.2019)

трудоустройство незащищенных групп граждан, образование, экология, здоровье и многое другое.

Начинают социальный бизнес обычно те, кто лично столкнулся с какими-то проблемами и решил самостоятельно изменить ситуацию к лучшему.

В настоящее время социальное предпринимательство все чаще признается экспертами новым перспективным направлением развития и интеграции бизнеса, административных ресурсов и креативных инициатив для решения социальных задач. Находясь на уровне становления, данный вид предпринимательской деятельности нуждается в укреплении своих институтов, разработке нормативно-правовой базы, формировании положительного общественного мнения, а также профессиональной подготовке потенциальных предпринимателей[2].

Несмотря на то, что преимущества, которые дает социальное предпринимательство, ясны очень многим, его реальное значение и специфика недостаточно исследованы. Данное явление различными категориями людей воспринимается по-разному. Это обусловлено как относительной новизной термина, так и разнообразием социальных инициатив, которые различаются по масштабам, целевым группам и странам. Для значительной части аудитории социальное предпринимательство ассоциируется исключительно с неприбыльными организациями, открывшими какие-либо доходные предприятия. Другие понимают под социальным предпринимательством непременно неприбыльные организации. Третьи считают его разновидностью социальной ответственности бизнеса, реализующего социально значимые программы через независимые организационные структуры.

Практика социального предпринимательства показывает, что понятие «социального бизнеса» нередко смешивается с социально ответственной практикой коммерческого бизнеса. Этому отчасти способствует то, что

[2] Талалаева И. Государственная поддержка малого и среднего бизнеса // Малая бухгалтерия. - 2019. - № 1. - С. 8-10.

социально ответственный бизнес все более активно вовлекается в межсекторные партнерские отношения, финансируя некоммерческие организации и создавая собственные благотворительные ы и венчурные предприятия[3].

Ким Альтер определяет социальный бизнес, как прибыльные компании, преследующие своей деятельностью двойную цель – получение прибыли для своих акционеров и содействие более широкой социальной пользе[4].

В социально ответственном бизнесе степень, в которой стремление к прибыли влияет на количество и долю перераспределенного дохода в пользу социальной деятельности, может варьироваться. Для социального бизнеса свойствен частичный отказ от прибыли в пользу общества, поэтому в его бизнес-миссии обычно уже заложены социальные цели.

Невозможно отрицать, что социально ответственный бизнес не может быть социальным предприятием – в том случае, если является зарегистрированной дочерней фирмой, принадлежащей некоммерческой организации, которая выступает родительской структурой. В данной связи появляются новые видения и модели ведения бизнеса. Так, Гарвардский профессор Майкл Портер и известный консультант в сфере КСО Марк Крамер представили концепцию создания общей ценности (Creating shared value, CSV), предполагающую интегрирование принципов социальной ответственности и устойчивого развития в саму бизнес-модель компании с созданием благ не только для самого бизнеса, но и для общества, а также окружающей среды[5].

Создание общей ценности – это глубокое исследование не только рынка, но и проблем потребителей. Потребительский спрос удовлетворяется путем

[3] Касьянов, А.В. Все о малом предпринимательстве: учебник / А.В. Касьянов. - М: ЮРАЙТ, 2019. - 267 с.
[4] Альтер К.В., Ксанаева М.Б. Современные тенденции развития малого предпринимательства//Российское предпринимательство. - 2019.- №4.С.26-32.
[5] Поддержка регионального бизнеса - 2019. Что сделано? //Деловой Орел. 2019. - № 10. - С. 43-49.

открытого диалога и сотрудничества на тех условиях, которые изначально устраивают как покупателей, так и производителей[6].

Концепция выходит за рамки КСО и устойчивого развития и охватывает более фундаментальную проблему – переход к новой методике ведения бизнеса, к новому виду капитализма XXI в., где устойчивое развитие и осознание последствий влияния бизнеса на жизненные процессы переосмыслены и неразделимы. Теперь неограниченным амбициям и потребностям капитализма нужно считаться с ограниченными возможностями природы и здоровья человека. Бизнесу нужно вести сбалансированную деятельность[7].

Можно с уверенностью сказать, что развитие социального предпринимательства невозможно без параллельной эволюции концепций социальной ответственности бизнеса, поскольку элементы социального предпринимательства обязательно присутствуют в программах корпоративной социальной ответственности различных компаний. Невозможно точно определить, каким образом будут развиваться данные структуры (социально-ответственный бизнес и социальное предпринимательство), но с уверенностью можно подвести, что совместная работа социальных предпринимателей и классического бизнес-сообщества может приобретать синергетический эффект при индивидуализированном подходе, позволяющем создавать и имплементировать точечные проекты, обладающие значительным воздействием на сообщество, одновременно создавая прибыль для социальных предприятий и поддерживая социально-ответственных облик компаний-партнеров данных проектов.

Меркулов П. А. на основе проведенного им анализа иностранного опыта и практики, сложившейся в современной России, по организации и развитию

---

[6] Талалаева И. Государственная поддержка малого и среднего бизнеса // Малая бухгалтерия. - 2019. - № 1. - С. 8-10.

[7] Ильин И.Е. Малый бизнес в России: проблемы и перспективы // 2019. - № 2. - С. 42-46.

социального предпринимательства, выделяет два базовых сегмента в единой системе поддержки социального предпринимательства[8]:

1) государственный сегмент;

2) общественный (негосударственный) сегмент.

Государственный сегмент поддержки развития социального предпринимательства представлен органами государственной власти, осуществляющими политику содействия развитию бизнеса в соответствии с действующим национальным законодательством.

Общественный сегмент поддержки развития социального предпринимательства представляют различные общественные организации, поддерживающие предпринимателей на добровольной основе. В целях повышения эффективности поддержки социального предпринимательства государственный и общественный сегменты должны осуществлять тесное взаимодействие[9].

В современных социально-экономических условиях социальному предпринимательству должно отводиться важное место в общей деловой экосистеме и поэтому создание благоприятных условий для его развития должно стать одной из главных задач государственной социальной и экономической политики в России[10].

В современной теории управления чрезвычайно популярным является понятие «бизнес-модель». Это понятие, с одной стороны, помогает установить, каким образом, с помощью каких способов организация создает ценность для своих клиентов и других стейкхолдеров, а с другой стороны, объясняет процедуру получения организацией прибыли от своей деятельности.

---

[8] Меркулов П. А. Предприятие и предпринимательство. Проблемы роста. / М.: Проспект, 2019. - 269 с.

[9] Савкина Р.В., Мальцева Е.Г. Организация предпринимательской деятельности: учебное пособие / - М.: КНОРУС, 2019. - 216 с. 78с.

[10] Позняков В.П. Предпринимательство как ценность и ценности российских предпринимателей / Россия в глобализирующемся мире: мировоззренческие и социокультурные аспекты / Отв. ред. В.С. Степин. Секция философии, социологии, психологии и права Отделения общественных наук РАН. М.: Наука, 2019. С. 522.

Использование инструментария бизнес-моделей для социального предпринимательства представляется закономерным, так как, во- первых, субъекты социального предпринимательства также создают ценность (социальную и экономическую), а во-вторых, каждое социальное предприятие является элементом системы, включающей широкий спектр хозяйствующих субъектов — организаций, ориентированных на получение прибыли, некоммерческих организаций, органов государственного и муниципального управления, различных фондов.

Использование бизнес-моделей в социальном предпринимательстве получает в последние годы все большее распространение, так как позволяет понять процесс формирования ценности, который в этом секторе экономики является наиболее сложным и противоречивым. Если в коммерческих организациях ценность рассматривается как экономическая категория, обеспечивающая получение прибыли хозяйствующим субъектом, то в социальном предпринимательстве создаваемая ценность в первую очередь ориентирована на удовлетворение некой социальной потребности, а финансовая устойчивость социального предприятия выступает как необходимое условие для реализации его социальных целей.

Доцент кафедры стратегического и международного менеджмента (ВШМ СПбГУ) Ю. Н. Арай на основе анализа 77 бизнес-планов организаций/проектов, относящихся к социальному предпринимательству, выделила пять базовых типов бизнес-моделей, применяемых в социальном предпринимательстве[17].

1. Бизнес-модель «Платформа». Данный тип бизнес-модели предполагает, что социальный предприниматель выполняет функции посредника между благополучателем и потребителем и обеспечивает доступ благополучателя к рынку. Такой тип модели может быть реализован социальными предприятиями, оказывающими информационные или посреднические услуги. Социальный предприниматель в этом случае создает специальную площадку для осуществления торговой деятельности или обмена

информацией. Площадка может быть организована в реальном формате (ярмарка, выставка, презентация и др.) либо как интернет-ресурс. Доход социального предпринимателя формируется за счет оплаты благополучателем оказанных ему услуг.

Примерами реализации этого типа бизнес-модели могут служить онлайн-ресурсы по продаже произведений искусства (живописи, графики скульптуры, ювелирного и декоративного искусства). Галерея предоставляет возможность художникам, другим представителям творческих профессий и коллекционерам размещать информацию о реализуемых произведениях искусства; плата за размещение информации и пользование сервисами сайта не взимается. Однако администрация интернет-ресурса взимает плату за сделки по продаже произведений искусства, заключенные при содействии данной интернет-площадки.

2. Бизнес-модель «Доступ к рынку». Этот тип модели имеет общее с предыдущим, так как социальный предприниматель также выступает в роли посредника. Однако бизнес-модель предполагает, что социальный предприниматель не просто оказывает информационные услуги, а приобретает продукцию у благополучателя. В дальнейшем купленная продукция может использоваться двояко: либо для обычной перепродажи, либо в качестве сырья для дальнейшего производства. Если социальный предприниматель занимается только перепродажей, то фактически в данной бизнес-модели он выступает в роли дистрибьютера.

Примером реализации этого типа модели в Российской Федерации является интернет-магазин стильных и социально ответственных товаров buysocial.me. В интернет-магазине представлены продукты, произведенные социальными предприятиями, — сувениры, аксессуары и украшения ручной работы, товары для детей, продукты из меда. На сайте магазина можно получить информацию о производителе каждого товара, а также об экологических характеристиках продаваемой продукции.

3. Бизнес-модель «Занятость». Этот тип бизнес-модели направлен на реализацию одной из ключевых идей социального предпринимательства — создания условий для трудовой деятельности отдельных групп населения (инвалидов, выпускников детских домов, лиц, вернувшихся из мест лишения свободы, и др.). Можно утверждать, что данная модель является одной из наиболее распространенных в сфере социального предпринимательства; ее социальная ценность заключается в обеспечении социальной адаптации и создании нормальных экономических условий для жизни вышеназванных групп населения.

4. Бизнес-модель «Доступ к товару/услуге». Данный тип бизнес- модели решает задачу ликвидации социального дефицита, вызванного либо отсутствием, либо невозможностью получить доступ к какому- то товару/услуге для отдельных групп населения (лиц с ограниченными возможностями, пожилых людей и др.). Невозможность получения доступа наиболее характерна для лиц, проживающих в сельской местности или на географически отдаленных территориях. Источником дохода социального предприятия в данном случае является благопо- лучатель, который оплачивает данный товар или услугу. В отдельных случаях товар/услуга предоставляются потребителю по цене ниже рыночной, а компенсация потерь осуществляется либо за счет государственного субсидирования, либо из внебюджетных источников.

Примеров социальных предприятий, реализующих данный тип бизнес-модели, не очень много, но они существуют. Так, ООО «Либерти» — отечественная туристическая фирма для людей с ограниченными возможностями, созданная в г. Санкт-Петербурге в 2004 г., занимается предоставлением туристических услуг исключительно инвалидам-колясочникам. Кроме того, фирма решает сложные задачи адаптации туристических объектов Санкт-Петербурга, обеспечивая возможность их посещения инвалидами-колясочниками. Фирма организует для своих клиентов туры по Золотому кольцу, а также в страны Европы.

5. Бизнес-модель «Благотворительность». Этот тип бизнес-модели предполагает, что благополучатель получает услугу или товар совершенно бесплатно. Если в предыдущем случае говорилось, что возможна ситуация частичной оплаты товара благополучателем, то в этом случае благополучатель как источник дохода не рассматривается совсем, а таковым выступает третья сторона. С этой целью социальное предприятие использует различные финансовые инструменты фандрайзинга.

Следует обязательно отметить, что бизнес-модель «Благотворительность» принципиально отличается от благотворительности в традиционном ее понимании. В данном случае цель деятельности социального предприятия заключается в бесплатном обслуживании определенной группы лиц, тогда как у компаний с высоким уровнем социальной ответственности благотворительность является далеко не основным результатом деятельности.

Все структуры, которые задействованы в системе развития социального предпринимательства, вне зависимости от того, государственные они или негосударственные, должны способствовать развитию социального предпринимательства, в том числе нацелены на достижение конкретного результата[11].

Главная роль в этом деле отводится государству и его институтам, но необходимо заинтересованное активное участие и негосударственных структур. Задачи государства по поддержке социального предпринимательства[12]: вовлечение молодежи в предпринимательскую деятельность; поддержка в процессе создания и развития социального предпринимательства; содействие предпринимателям в разработке, продвижении и коммерциализации; проектов в инновационной сфере,

[1117] Арай Ю. Н. Бизнес-модели в социальном предпринимательстве: подход к построению типологии // Российский журнал менеджмента. 2019. Т. 16. № 2. С. 253—272.

[18] Карпунина М.А., Савинова С.Ю., Шубнякова Н.Г. Формирование молодежного предпринимательского сообщества как инструмент повышения предпринимательской активности в России. [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://www.science-education.rU/pdf/2014/2/126.pdf. (Дата обращения 3.03.20)

[1219] Mair J., Schoen O. Social Entrepreneurial Business Models: AnEx. ploratory Study. ESE Business School, University of Navarra, WP 610. 2019 - p. 340

создании предприятий в инновационной сфере; содействие трудоустройству учащихся; молодежи в сфере малого и среднего бизнеса.

Среди форм государственной поддержки социального предпринимательства можно выделить такие как: консультации по бизнес-планированию; услуги по сдаче налоговой отчетности через интернет; тренинги для начинающих предпринимателей; аренда помещения в бизнес-инкубаторах; предоставление обеспечения по банковским кредитам; компенсационные займы; льготные инвестиционные кредиты; микрозаймы.

В рамках национальной политики социально-экономической сферы органы власти стимулируют граждан, а также юридических лиц более активно реализовывать право на хозяйственную инициативу, закрепленное в статье 34 Конституции РФ[13].

В механизмы государственной поддержки развития социального предпринимательства входит:

1. Финансовая поддержка, цели ее направления - обеспечение и упрощение доступа субъектов малого и среднего предпринимательства к финансовым ресурсам и их эффективное использование.

2. Имущественная поддержка.

Цель направления - предоставление в аренду субъектам малого и среднего предпринимательства нежилых помещений, находящихся в государственной собственности республики.

3. Консультационная и информационная поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства включает в себя[14]:

1) мероприятия по обеспечению функционирования информационной системы, позволяющей облегчить доступ субъектов малого и среднего предпринимательства к информационно-консультационным ресурсам, включающей в себя специализированные интернет-порталы, пропаганду и популяризацию предпринимательской деятельности, проведение

---

[13] Конституция РФ (с изм. от 30.12.2019 г.) - Российская газета от 21.01.2019 г.

[14] Литвак Е. Влияние кризисных явлений в экономике Российской Федерации на малый бизнес // Финансовая газета. - 2019. - № 6. - С. 31-38

маркетинговых и социологических исследований по вопросам предпринимательства и др. виды работ. Исполнители работ, услуг по мероприятию определяются на конкурсной основе;

2) оказание субъектам малого и среднего предпринимательства и организациям инфраструктуры консультационно-информационной, методической поддержки по правовым вопросам, вопросам налогообложения, охраны труда и иным вопросам ведения предпринимательской деятельности, в том числе посредством предоставления бесплатной информационной телефонной линии по консультированию и сопровождению бизнеса;

3) мероприятия, способствующие повышению росту конкурентоспособности субъектов малого и среднего предпринимательства (проведение выставок-ярмарок, конференций, круглых столов и др.)[15].

Развитие и поддержка социального предпринимательства осуществляется путем распространения знаний об основах ведения предпринимательской деятельности, привлечения людей для работы в области инноваций, формирование предпринимательской среды в научно-технической сфере для студентов, выпускников высших учебных заведений, увеличение числа субъектов малого предпринимательства и поддержание их конкурентоспособности.

Развитием социального предпринимательства в современной России занимаются различные органы исполнительной власти. Министерство экономического развития обеспечивает предоставление субсидий региональным бюджетам в целях реализации на территории субъектов РФ программ развития малого и среднего предпринимательства[16].

Таким образом, в настоящее время реализуемая органами власти система мер в сфере развития деловой активности в социальном бизнесе ориентирована на децентрализацию и деконцентрацию власти, поскольку перемещает основную ответственность с федерального уровня на уровень

---

[15] Власов Г.Ю. Развитие молодежного предпринимательства на современном этапе // Российское предпринимательство. — 2019. — № 10 Вып. 2 (194). — с. 11-16.

[16] Блинов А. Условия регулирования малого бизнеса // Экономист. 2019. №2. -С. 41-47.

регионов и местного самоуправления. И именно по этой причине провозглашение важнейших приоритетов развития социального предпринимательства в нашей стране является стратегической задачей государства, а их успешная реализация должна способствовать качественным изменениям в обществе, модернизации всех сфер общественной жизни.

Выводы по главе 1

Определение социального предпринимательства в мировой практике выглядит следующим образом: это ведущая инновационная деятельность предпринимательства с детерминированными социальными целями и не ориентированное на получение прибыли – в некоммерческих предприятиях; ставящее целью извлечением прибыли – в коммерческих предприятиях; объединяющее в себе некоммерческий и коммерческий подход – в корпоративных организациях. развитие социального предпринимательства невозможно без параллельной эволюции концепций социальной ответственности бизнеса, поскольку элементы социального предпринимательства обязательно присутствуют в программах корпоративной социальной ответственности различных компаний. Развитие и поддержка социального предпринимательства осуществляется путем распространения знаний об основах ведения предпринимательской деятельности, привлечения людей для работы в области инноваций, увеличение числа субъектов малого предпринимательства и поддержание их конкурентоспособности.

Глава 2. Анализ деятельности социального предприятия на примере ООО "Гарант"

2.1. Общая характеристика деятельности предприятия: история создания, основные направления деятельности

Фирма «Гарант» - субъект малого бизнеса. Основным направлением деятельности компании проведение обучений и семинаров для будущих предпринимателей. Фирма предлагает высококвалифицированные консультации и помощь в ведении бизнеса в социальной сфере.

Численность персонала фирмы составляет 7 человек. В организационную структуру входит два отдела:

1) Главный офис (г. Москва) - отдел продаж, который занимается рекламой и маркетингом, отдел по работе с действующими клиентами, также здесь ведётся учет и анализ финансово-хозяйственной деятельности, планирование, прогнозирование, также в офисе располагаются переговорные, где проводятся обучения.

2) Вторичный офис занимается продвижением и привлечением новых клиентов. Вторичный офис имеет также складское помещение (г. Одинцово).

Рынок корпоративного обучения, на котором работает фирма «Гарант» характеризуется жесточайшей конкуренцией. Цены на одни и те же услуги у различных компаний примерно одинаковые, и выигрывают в конкурентной борьбе те, которые имеют какие-либо конкурентные преимущества и отличия. Например, удобное расположение офиса, квалифицированные специалисты, скидки постоянным клиентам, возможность онлайн-обучения, бесплатные рекламные материалы для молодых предпринимателей, вежливый персонал, индивидуальный подход к каждому, возможность оплаты обучения в рассрочку и т. п.

Фирма «Гарант» занимает выгодную рыночную нишу: имеет налаженные коммерческие связи с крупными бизнесменами и компаниями, обеспеченным стабильным государственным финансированием. Таким

образом, главное преимущество исследуемой организации - стабильность, налаженность деловых контактов, гарантии обеспечения деятельности и получения минимальной прибыли при отсутствии необходимости постоянного поиска новых рынков сбыта.

Фирма «Гарант» ведёт свою основную деятельность в двух территориально распределённых офисах, в каждом из которых должна быть организована одна из частей единой ЛВС. Оба офиса территориально распределены в черте города, поэтому для организации единой сети требуется связать элементы ЛВС через сети связи, существующие в городе.

Один из офисов расположен в центре города в бизнес-центре, где уже имеется структурированная кабельная система (СКС). СКС позволяет использовать существующую кабельную инфраструктура для создания одной из частей ЛВС. Главный офис предприятия располагается в пяти кабинетах, в которых находится по 5 ноутбуков. На каждом ноутбуке имеется Wi-Fi адаптер, сетевая операционная система Windows 11. На одном из ноутбуков будет работать бухгалтер, который использует программу 1С: Бухгалтерия. Также в этом офисе работает директор фирмы, секретарь и менеджер по работе с клиентами.

2.2. Анализ внутренней и внешней среды ООО "Гарант"

В фирме предприниматели получают информационно-аналитические материалы и учатся эффективному управлению бизнесом в современных условиях рынка, получают индивидуальные консультации ведущих экспертов не только региона, но и России.

В проведении семинаров и подготовке мероприятий активно помогают постоянные партнеры. Они оформляют зарубежные контракты, организовывают переговоры, а также представляют свои товары и услуги на зарубежном рынке.

Структура Управления образования ООО «Гарант» представлена на рисунке 4.

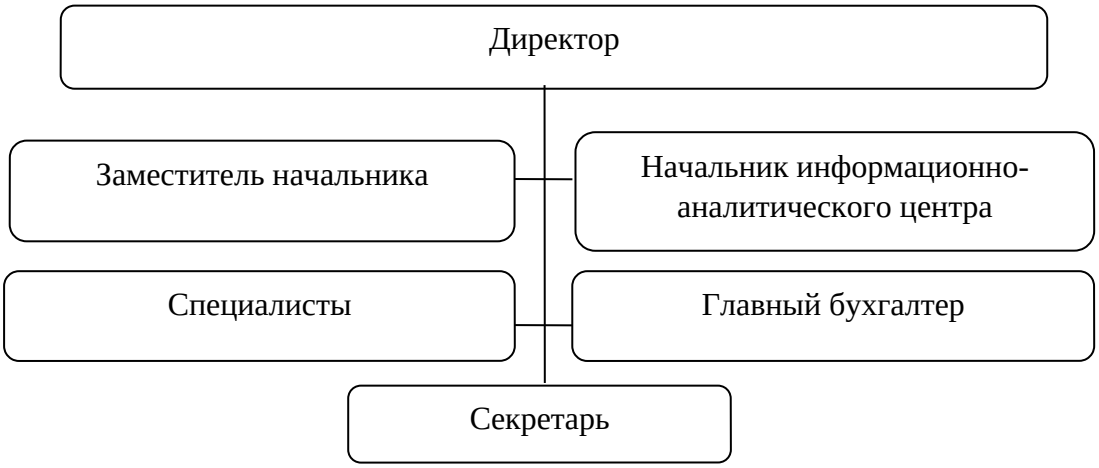


Рисунок 4 - Организационная структура ООО «Гарант»

Организационная структура соответствует требованиям полного разделения функций подсистемы управления. В ходе анализа организационной структуры было установлено, что ее система управления обеспечивает эффективное функционирование всех структурных подразделений.

В целом организационная структура ООО «Гарант» основана на линейном принципе. Начальник имеет заместителей, отвечает за деятельность правления и его структурных подразделений. За каждым отделом назначены управляющие и специалисты, на которых возложена ответственность и обязанности по тем, направлением, которые лежат на отделе. Сотрудники выполняют обязанности, указанные в трудовой книжке, и несет ответственность за неисполнение или ненадлежащее исполнение служебных обязанностей в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

Рассмотрим, реализованные программы «Гарант в динамике за 2020 – 2022 года в (таблице 2).

Таблица 2 - Реализованные программы «Гарант

Год реализации	Запланировано, тыс. руб.	Исполнено, тыс. руб.	Процент исполнения, %
Всего:			
Программа «Помощь социальным предпринимателям»			
2022	355 557,26	343 906,85	97,89
2021	226 103,02	219 053,81	96,88
2020	239 980,17	232 503,44	96,88
Программа «Школа социального предпринимателя»			
2021	286 683, 68	284 094, 27	98,99
2020	274 858,16	267 471,85	97,31
2019	274 850,00	269 471,85	96,30
Программа «Развития предпринимательства Московской области»			
2021	67 013,47	63 595,49	94,90
2020	65 020,47	63 595,22	94,90
2019	34 723,70	33 714,08	99,93
Программа «Поддержка молодежного предпринимательства»			
2021	3 927,61	3 632,32	92,48
2020	3 525,51	3 432,34	92,48
2019	2 937,61	2 682,82	92,48

Таким образом, средний процент исполнения по всем мероприятиям программ составил 97,89%.

Рассмотрим количество человек, обученных в «Гарант» за 2019 -2021 года в (таблице 3).

Количество человек, обученных в «Гарант»

Программы	2019 год	2020 год	2021 год
«Помощь социальным предпринимателям»	224	235	256
«Школа социального предпринимателя»	215	218	221
«Развития предпринимательства Московской области»	59	61	64
«Поддержка молодежного предпринимательства»	24	27	29

Проведем анализ баланса ООО «Гарант», на основании бухгалтерской отчетности (Приложение 1).

Анализ бухгалтерского баланса ООО «Гарант» за период 2019-2021 гг. (Приложение 2) показал, что в структуре актива баланса наибольший удельный вес приходится на оборотные активы (2019 год - 84,95%, 2020 год - 79,63%, 2021 год - 80,44%). В их структуре основной вес занимают денежные

средства и их эквиваленты (2019 год - 57,08%, 2020 год - 43,05%, 2021 год - 43,37%). Наименьший удельный вес в составе оборотных активов приходится на дебиторскую задолженность (2019 год - 11,05%, 2020 год - 14,99%, 2021 год - 13,37%), что означает максимальный контроль за движением материальных средств.

В пассиве баланса наибольший удельный вес приходится на собственный капитал (2019 год - 87,09%, 2020 год - 89,02%, 2021 год - 92,8%). Наименьший удельный вес приходится на долгосрочные обязательства, так в 2019 году их удельный вес составил 0,07%, в 2020 году - 0,08%, в 2021 году - 0,09%. Проведем анализ исполнения бюджетной сметы в «Гарант» в (таблице 4).

Таблица 4 - Процент исполнения бюджетной сметы в 2019 – 2021 гг.

	2019 г %	Не выполнение	2020 %	Не выполнение	2021 %	Не выполнение
Исполнение бюджета	98,35	1,65 %	96,33	3,67 %	95,10	4,90 %

Недовыполнение сметных назначений может быть связано с инфляционными процессами и отсутствием бюджетных средств.

В 2019 году сметные показатели выполнены на 98,35%. Утвержденные бюджетные показатели на 2019 год составляют 21171982,75 рублей, а выполнение 20822802,37 рублей. Объем невыполнения бюджетной сметы составил (-) 349180,38 рублей. За 2020 год процент исполнения бюджета составил 96,33%. Утвержденные бюджетные показания 28697455,85 рублей, исполнено 27644417,49 рублей, не исполнено (-) 1053038,36 рублей.

По сравнению с 2020 годом в 2021 году исполнение бюджетных назначений снизилось на 2,02%. Бюджетные назначения, приходящиеся на содержание имущества, исполнены на 69.02%.

Проведем анализ исполнения бюджетных средств (источников финансирования) самых значительных статей расходов, влияющих на устойчивое состояние ООО «Гарант». Данные отражены в таблице 5.

Таблица 5 - Процентное исполнение источников финансирования выделенных по основным статьям

	2019	% от общей суммы	2020	% от общей суммы	2021	% от общей суммы
Коммунальные услуги	788347	3,8	969251	3,5	2633228	8,7
Зарплата с начислениями	16837730	80,9	20993736	75,9	22903428	75,2
Увеличение стоимости ОС	239598	1,15	1500961	5,4	1206459	4,0
Всего исполнено	20822802	100	27644417	100	30440914	100

Наиболее затратными статьями расходов центра являются выплаты по заработной плате и начисления по ней. Несмотря на это, в суммарном выражении эти расходы увеличиваются из года в год, но в процентном отношении к общему объему расходов отслеживается снижение.

Значительное увеличение расходов за коммунальные услуги в 2021 году объясняется погашением долгов предыдущих периодов.

Таким образом, можно сделать вывод, что финансирование в «Гарант» не достаточное.

2.3. Анализ эффективности социального деятельности ООО "Гарант"

Ключевыми проблемы социального предпринимательства в Московской области являются следующие:

Во-первых, социальное предпринимательство существует без опоры на специализированную законодательную базу и является традиционной разновидностью предпринимательской деятельности; Во-вторых, отсутствие правовой и финансовой помощи, вынуждает российских социальных предпринимателей обращаться за помощью к зарубежным коллегам; В-третьих, все вносимые на рассмотрение в Государственную Думу изменения и дополнения действующего законодательства в области социального

предпринимательства, на протяжении практически 10 лет остались без внимания.

ООО «Гарант» поставил перед собой следующие задачи в области социального предпринимательства (рисунок 5):

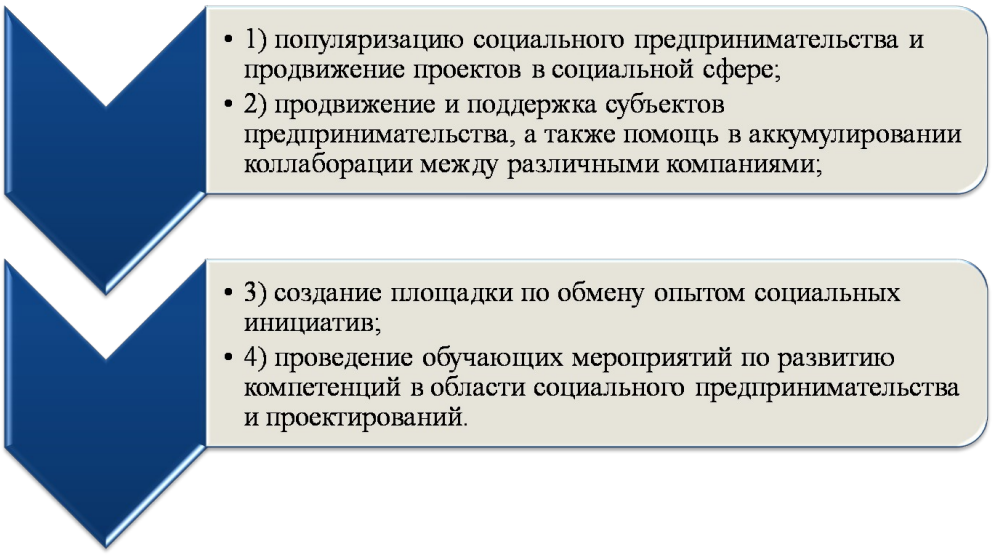


Рисунок 5 – Задачи ООО «Гарант»» в области социального предпринимательства

Необходимо отметить, что социальное предпринимательство не будет успешно развиваться без участия государства и местных властей, поэтому такая поддержка крайне необходима на начальном этапе.

На сегодняшний день ООО «Гарант» реализует проекты социального предпринимательства, например, такие как «Каталог социальных предпринимателей России», организованный при поддержке ООО «Гарант» поддержки социальных региональных программ и социальных инноваций при Высшей школе экономики, осуществляющий мониторинг положения социального предпринимательства на российском и международном рынке.

Представляется возможным провести анализ существующих проектов и провести некоторый анализ их структуры и положения на рынке, а также оценить статус и их масштаб.

Таким образом, направления деятельности социальных предприятий в Московской области на современном этапе можно проследить на рисунке 6 и могут быть распределены по следующим группам соответственно:

1) трудоустройство незащищенных слоев общества;

2) оказание медицинских и реабилитационных услуг;

3) вовлечение незащищенных групп общества в социально-активную жизнь;

4) производство инновационных товаров для инвалидов;

5) адаптационные программы для инвалидов;

5) проекты экологической направленности.

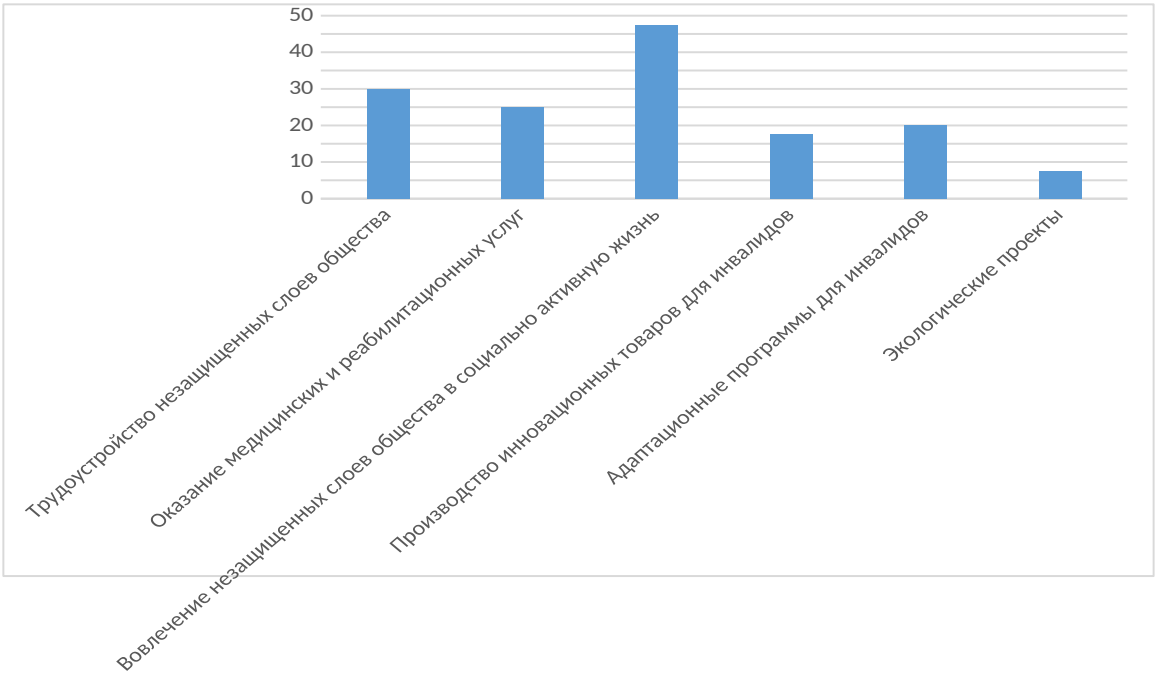


Рисунок 6 - Направления деятельности социальных предприятий в Московской области

Таким образом, можно с уверенностью сказать, что большинство российских проектов по социальному предпринимательству в ООО «Гарант» «ООО «Гарант»» на сегодняшний день посвящены вовлечению незащищенных групп общества в социально-активную жизнь, а также трудоустройству незащищенных слоев общества, в первую очередь, инвалидов.

Также, значительна доля занятости в сферах оказания медицинских услуг и образовательной деятельности для детей с ограниченными возможностями (25% и 20% соответственно), что связано, в первую очередь, с личной мотивацией владельцев организаций (чаще всего, организации социального предпринимательства создаются при возникновении одной из вышеперечисленных проблем непосредственно у организатора, что вызывает у него необходимость стремиться к выполнению некоторой социальной миссии, таким образом, социальные предприниматели, в какой-то степени могут быть названы идеологами и мотиваторами своих проектов).

Дополнительно, 17,5 % из числа рассмотренных предприятий заняты в непосредственном производстве инновационных товаров для лиц с ограниченными возможностями, что также дает возможность предположить, что вышеперечисленные социальные проблемы, помимо стимулирования социальных изменений в обществе, вызывают тенденцию к развитию инновационного сектора производства.

Хотя социальное предпринимательство в Московской области находится на стадии зарождения, уже можно сказать, что оно развивается и заполняет те провалы рынка, которые восполняются на государственном уровне.

Более того, при условии отсутствия законодательного закрепления института социального предпринимательства, оно приобретает гибридные формы, а статус предприятий может варьироваться от специализированных НКО и ООО «Гарант» до коммерческих организаций, в зависимости от конечной миссии каждого проекта.

На данный момент руководством ООО «Гарант» рассматривается возможность становления и развития консалтинговой компании в разных регионах РФ по системе франчайзинга.

Социальный франчайзинг, как и коммерческий, подразумевает наличие головной компании – франчайзера и связанных с ним проектов – франчайзи. Чтобы получить возможность пользоваться брендом, инструкциями и

спецификациями, а также поддержкой и обучением от франчайзера, франчайзи должен заплатить ему паушальный (начальный) взнос и выплачивать текущие платежи – роялти, соблюдая ценности и стандарты материнской компании. Важным отличием социального франчайзинга от коммерческого является проработка социальной концепции для масштабируемости социального предприятия.



Рисунок 2. Схема социального франчайзинга

Преимущества ООО «ГАРАНТ» для потенциальных франчайзи:

- business-book, сайт и brand-book;
- регламенты и положения для персонала;
- обучение сотрудников: семинары и тренинги 2 раза в год;
- предоставление информации о новых точках продаж в регионах;
- выдача при необходимости беспроцентного займа в размере 1,5 млн. рублей;
- административное продвижение и партнерские отношения с Министерствами экономики и Торгово-промышленными палатами регионов, рег. отделениями "Опора России", Сбербанком.

Параметры франчайзинговой модели:

1. Стоимость франшизы – **100 000 руб**.;
2. Роялти – **3%** от дохода ежемесячно, начиная со второго года;
3. Беспроцентный заём – до **1 500 000** руб.;
4. Возврат беспроцентного займа – в течение **3-х лет** с момента получения;
5. Горизонт планирования - 3 года;
6. Доходность по проекту (ООО «Гарант») – от 15 %;
7. Возможность запуска проекта в любом регионе РФ.

Потребность в инвестициях:

Первоначальные инвестиции, необходимые для реализации данного проекта, будут направлены на регистрацию предприятия, создание оборудованных рабочих мест и приобретения брендовой продукции ООО «ГАРАНТ» для продвижения услуг организации на рынке.

Необходимые ресурсы для начала функционирования офиса консалтинговой компании представлены в Таблице 1.

Таблица 1. Необходимые ресурсы для начала функционирования офиса ООО «ГАРАНТ», руб.

Наименование	**Количество**	**Цена**	**Стоимость**
Расходы на регистрацию			10 000
Стационарный компьютер	2	20 000	40 000
Ноутбук	3	17 000	51 000
Программное обеспечение на 5 мест:			
Microsoft Office (OLP)		*21 000*	*21 000*
O. C. Windows XP professional		*20 500*	*20 500*
Антивирус (лицензия на 3 года)		7 500	*7 500*
1 С бухгалтерия		10 800	*10 800*
МФУ (Samsung CLX-3185)	1	6 000	6 000
Телефон	3	1 000	3 000
Мебель (комплекты столов и стульев)	5	3 500	17 500
Остальная мебель			10 000
Канцелярская продукция			5 000
Брендовая продукция			20 000
Итого			**222 300**

Запланированное расширение штата сотрудников через год работы потребует дополнительных вложений на сумму **96, 5 тыс. руб.**

Таблица 2. Дополнительные ресурсы для функционирования офиса с расширенным штатом сотрудников.

Наименование	**Количество**	**Цена**	**Стоимость**
Стационарный компьютер	1	20 000	20 000
Ноутбук	2	17 000	34 000
Программное обеспечение :			

Microsoft Office (OLP)		*15 000*	*15 000*
O. C. Windows XP professional		*12 000*	*12 000*
Антивирус (лицензия на 3 г.)		5 000	*5 000*
Мебель	3	3 500	10 500
Итого			**96 500**

Для осуществления производственной деятельности организации потребуются арендованное офисное помещение, ведение расчетного счета в банке, канцелярские товары и расходные материалы для офиса, командировочные, информирование и привлечение потенциальных клиентов.

Таблица 3. Постоянные расходы деятельности ООО «ГАРАНТ» .

Постоянные расходы:	**Сумма, руб.**
Арендная плата	*40 000*
Телефон, интернет	1 800
Поддержка Консультант	2 500
Поддержка 1С	2 500
Командировочные расходы	1 000
Услуги банка	2 000
Офисные расходы	1 000
Реклама (маркетинговое продвижение)	5 000
Обслуживание компьютерной и оргтехники	5 000
Представительские расходы	500
Другие (непредвиденные) расходы	3 000
Итого в месяц	**64 300**

На основании анализа эффективного внедрения социальной франшизы была разработана дорожная карта открытия франшизы ООО «ГАРАНТ» , которая включает в себя следующие шаги:

1) Прохождение потенциальным франчайзи теста на «Оценку предпринимательских способностей»;
2) Заключение договора франчайзинга;
3) Обеспечение необходимых инвестиций;
4) Подбор персонала;
5) Формирование дизайна и оборудование офиса;
6) Аренда помещения и регистрация;
7) Получение методических материалов;
8) Включение в перечень подразделений по принципу «одного окна»;

9) Открытие на сайте и информационный «вброс» и в среду региона (администрация, коммерческие организации и др.)

Перед тем как социальное предприятие решит использовать модель социального франчайзинга, ему следует оценить свою воспроизводимость по нескольким критериям.

Основным отличием социального франчайзинга от коммерческого является проработка социальной концепции для масштабируемости социального предприятия. Учитывая особенности социального направления бизнеса, мною были предложены следующие критерии оценки масштабируемости модели социального предприятия на франчайзинговый рынок:

- Доказанный социальный эффект
- Финансовая устойчивость
- Идентификация: надежный бренд и признание
- Дублируемость
- Трансферабельность технологий и знаний, прописанные системы и процедуры
- Легко описываемая и понятная бизнес-модель
- Механизмы контроля
- Спрос на услуги
- Команда проекта: ясная организационная структура

По результатам экспертных оценок (максимально – 5 или 10 баллов в зависимости от важности критерия) будут сделаны следующие выводы:

Сумма = 61 – 70: социальный бизнес готов к масштабируемости;

Сумма = 46 – 60: нужно укрепить бизнес-модель социального предприятия;

Сумма = 30 – 45: социальный бизнес имеет некий потенциал, но еще не готов к воспроизводимости;

ниже 30: не готов к репликации.

Согласно выявленным критериям, была проанализирована модель ООО «ГАРАНТ» на предмет масштабируемости на франчайзинговый рынок.

1. Социальный эффект – 5 из 5.

ООО «Гарант» выступает социальным предприятием, помогая росту новых компаний малого и среднего бизнеса и стабильному развитию предприятий, не первый год работающих на рынке, а также поддерживает предпринимателей в момент старт-апа, помогая небольшим проектам вырастать до масштабов стабильного среднего бизнеса. развитие малого и среднего бизнеса в России, предоставляя услуги по обучению и

консалтингу начинающих и действующих предпринимателей, а также доступные услуги по аутсорсингу, аренде помещений, юридических и бухгалтерских услуг для малых предприятий (см. п.8 в Приложении 1);

2. Финансовая устойчивость – 2 из 10.

Успешность ООО «ГАРАНТ» варьируется в зависимости от регионов, однако существует ряд значительных проблем, свойственных большинству обособленных подразделений ООО «ГАРАНТ» «Наще будущее».

Процессу реализации проекта сети центров консалтинга и аутсорсинга предшествовала разработка бизнес-плана с обоснованием решения о потенциальной востребованности планируемых к вводу услуг.

При этом, большой акцент делался на формирование так называемой «финансовой подушки», которая позволит безболезненно функционировать центрам консалтинга и аутсорсинга в период их развития и выхода на точку безубыточности, а в последствии и на окупаемость. В первоначальной структуре доходы непосредственно от реализации консалтинговых и аутсорсинговых услуг составляли 7%, это при том, что данный вид деятельности заявлялся основным, основные доходы планировалось получать от аренды – 62% (Рис. 1).

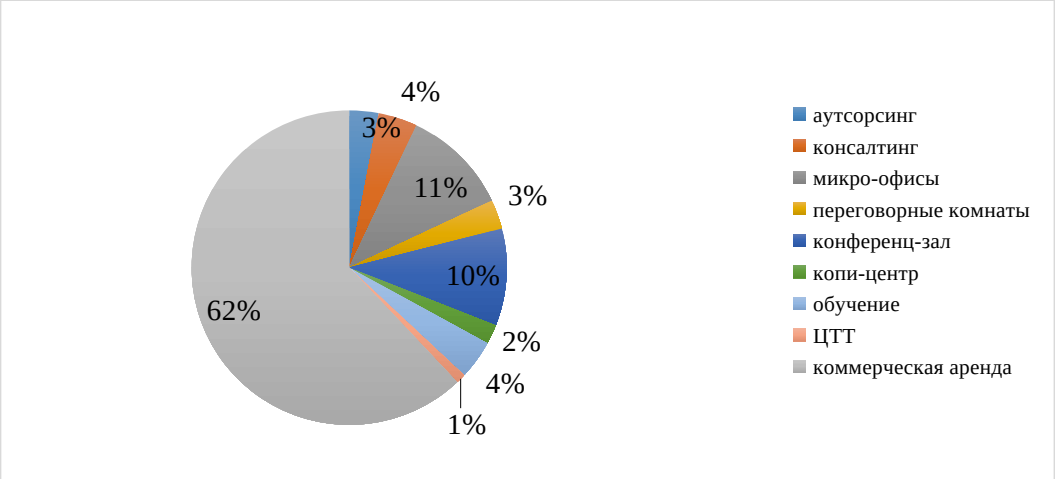


Рисунок 1. Структура планируемых доходов (бизнес-план ООО «ГАРАНТ» 2009).[17]

Бизнес-модель с долей доходов от консалтинговой деятельности в размере 7% ***в самую последнюю очередь могла быть бизнес-моделью консалтингового бизнеса и такая модель не может тиражироваться как франшиза консалтингового предприятия.***

Сформулированная структура доходов предопределила и соответствующую структуру расходов, где расходы на аренду составляли 61%, а расходы на заработную

[17] Бизнес-план ЦКА “Наше будущее” 2009года

плату 13% от общих расходов. При этом, расходы на заработную плату превышали доходы от консалтинговой деятельности, таким образом, явно имел место заведомо завышенный штат сотрудников.

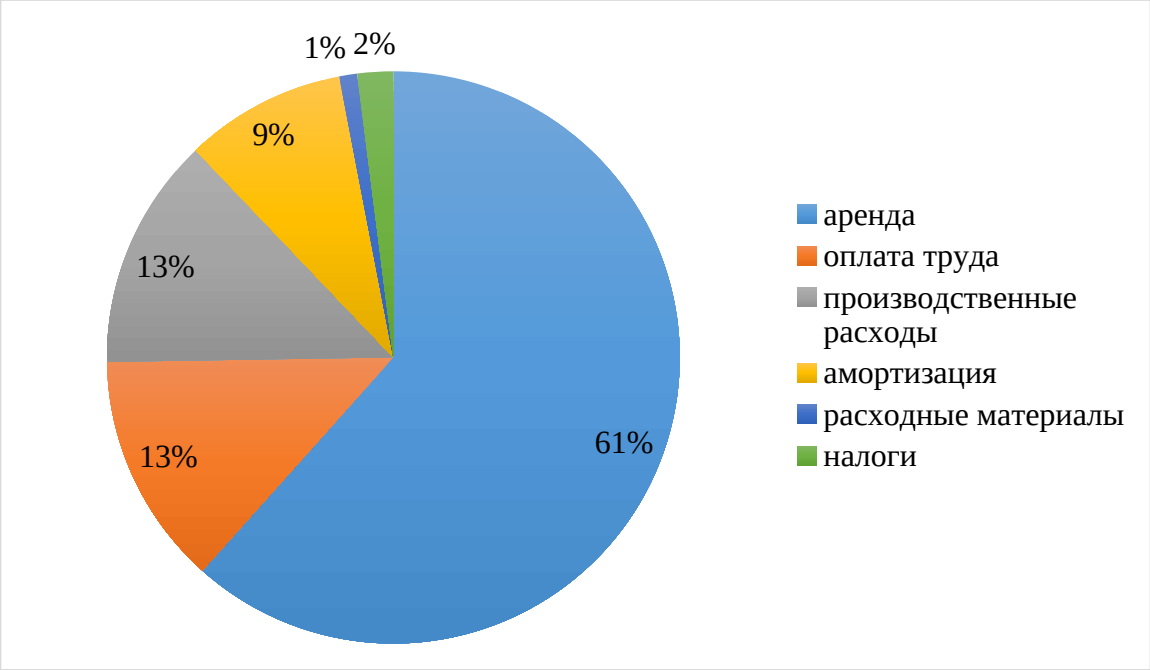


Рисунок 2. Структура расходов (бизнес-план ООО «ГАРАНТ» 2009)[18].

Наличие своеобразной «финансовой подушки» фактически парализовало развитие непосредственно консалтингового направления (минимум сил было направлено на популяризацию и продвижение услуг) и в том числе привело к тому, что спустя 5 лет первое предприятие - обособленное подразделение (далее – ОП) в г. Астрахань *до сих пор не смогло выйти на точку безубыточности.*

Таблица 4. Результаты операционной деятельности ООО «Гарант» (Калининград, 2013) в формате доходов и расходов[19].

Показатель	План		Факт		Delta
Доходы (укрупненно), включая	778350	100%	127100	100%	-651250
Консалтинг	258000	33%	70300	55%	-187000
Аутсорсинг	474850	61%	31700	24,9%	-88300

[18] Бизнес-план ЦКА “Наше будущее” 2009года
[19] Отчет по доходам и расходам ОП (Калининград, 2013)

Не основная деятельность	45500	6%	25100	20,1%	-20400
Расходы (укрупненно), включая	557770	71,6%	531685	418%	26085
ФОТ (ФЗП+ налоги+ мотивация)	367970	47,3%	374595	295%	-6625
Аренда	160000	20,5%	130697	102%	29303
Прочее	29800	3,8%	26393	21%	6407

Исходя из того, что текущие расходы ОП на 95% являются постоянными (окладная система, отсутствие привязки к финансовым показателям, фиксированная аренда), необходимо искать другие возможности для оптимизации (например, перевод низко маржинальных услуг на аутсорсинг).

Однако анализ предоставленных финансовых данных по г. Калининград показывает, что бизнес-модель с такой структурой доходов в большей степени соответствует формату бизнес-модели консалтингового бизнеса, хотя доход от неосновной деятельности, по мнению экспертов, не должен превышать 5%, но это скорее результат отсутствия доходов от основной деятельности (консалтинга и аутсорсинга).

Принцип ценообразования на услуги ООО «ГАРАНТ» охарактеризован ответственными сотрудниками ООО «ГАРАНТ» как демпинговый, ниже среднего по рынку. На мой взгляд, *такой подход ориентирован на «некачественных» клиентов*, т.е. тех, кто готов попробовать воспользоваться консалтинговыми продуктами, но хочет за это заплатить, как можно меньше и не готов к предложению дополнительных (высокомаржинальных) сервисов.

Расчет себестоимости вводимых услуг на постоянной основе не производится, таким образом, отсутствуют признаки сбалансированности предоставляемых услуг по маржинальности, что негативным образом отражается на прибыльности организации.

Сводные финансовые показатели деятельности действующих обособленных подразделениях ООО «Гарант» представлены в Таблице 5.

Таблица 5. Финансовые показатели действующих ОП.

	План на 2022 год	Факт 2022 год	Выполнение, %
Доходы (всего)	28 200 000 р.	27 599 540 р.	**97,87%**
Доходы без аренды	18 000 996 р.	16 246 308 р.	90,25%

Расходы	-35 526 050 р.	-42 079 163 р.	**118,45%**
Расходы без аренды	-29 040 500 р.	-34 959 502 р.	120,38%
Сальдо	-7 326 050 р.	-14 479 623 р.	197,65%
Сальдо без аренды	-11 039 504 р.	-18 713 195 р.	169,51%

За 2022 год общий бизнес-план по доходам был выполнен на 97%, а по расходам – на 118%. Рентабельность деятельности обособленных подразделений ООО «Гарант» на данный момент отрицательная, что в том числе является следствием нулевой или даже в некоторых случаях отрицательной маржинальности услуг-локомотивов.

3. Идентификация: надежный бренд и признание – 4 из 10.

ООО «ГАРАНТ» действует на рынке консалтинговых услуг под руководством лидера по продвижению социального предпринимательства - ООО «Гарант»а региональных социальных программ , созданном в 2007 году для реализации долгосрочных социально значимых программ и проектов, где могут быть применимы принципы социального предпринимательства.

Тем не менее, его *узнаваемость находится ещё на достаточно слабом уровне*. В целях пробуждения интереса к услугам и мерам поддержки СМСП, оказываемых ООО «ГАРАНТ» на коммерческой основе среди потенциальных, начинающих и действующих субъектов МСП, необходимо создание новых возможностей для контакта с ними.

Задачи популяризации бренда ООО «ГАРАНТ» включают в себя:

Таблица 6. Поэтапное направление деятельности популяризации

Для кого?	- Потенциальные предприниматели из числа экономически активного населения, молодежи, студентов - Молодежное предпринимательство - Начинающие субъекты МСП - Действующие субъекты МСП
В сотрудничестве с кем?	- Органы власти/гос. учреждения - Ассоциации предпринимателей - ООО «Гарант»ы поддержки предпринимателей - Финансовые организации
Где?	- Органы власти/гос. учреждения - Ассоциации предпринимателей - ООО «Гарант»ы поддержки предпринимателей - Финансовые организации - Рекламные агентства - Учебные центры/центры повышения квалификации/ВУЗы - Партнерские организации - Существующие потребители услуг Системы
Как?	- Реклама «из уст в уста» - Соучастие в организации профессиональных конференций, «круглых столах»

	- Участие в мероприятиях (организация собственных презентаций, посещение собраний ассоциаций) - Установление связей с профессиональными ассоциациями, ООО «Гарант»ами - Реализация совместных проектов с муниципальными организациями - Наружная реклама - Упоминания в выступлениях политических деятелей - Адресная рассылка - Рекламные информационные брошюры - Реклама в прессе, на радио и цикл передач о системе поддержки на местном телевидении - Размещение в бизнес-справочниках (реклама и участие) - Создание тематических видео-материалов

Одним из важных направлений продвижения ООО «Гарант» могло бы стать бесплатное консультирование представителей МСП, организация бесплатных семинаров на базе имеющихся центров поддержки с получением компенсации из местных бюджетов. Подобные мероприятия могли бы стать привлекательными для обращения предпринимателей в ООО «Гарант» для получения более специфичных услуг, но эти *механизмы используются не в полной мере*.

Несмотря на наличие партнерских отношений с Министерствами экономики и Торгово-промышленными палатами большинства регионов, *реальная работа с официальными структурами ведется далеко не везде*, а имеющаяся практика направления информационных писем в региональные органы гос. власти является явно недостаточной. Возможности продвижения ООО «ГАРАНТ» через ресурсы ООО «Гарант»а (включая административные) используются в недостаточной мере.

4. Дублируемость – 3 из 5;

Сегодня Центры консалтинга и аутсорсинга функционируют как обособленные подразделения (филиалы) в 6 регионах– в Астраханской, Архангельской, Волгоградской, Нижегородской, Калининградской областях и в Пермском крае. Однако успех слишком варьируется от региона, что позволяет сделать вывод о нестабильном финансовом успехе компании.

5. Трансферабельность технологий и знаний, прописанные системы и процедуры – 10 из 10;

В бизнес-буке ООО «ГАРАНТ» (см. Приложение 4) чётко прописаны схемы оказания консалтинговых и аутсорсинговых услуг, а также прилагаются все материалы для качественного предоставления услуг. Так, благодаря сотрудничеству с лидерами российского рынка в области автоматизации специалистами ООО «ГАРАНТ» была проведена модернизация услуги бухгалтерского обслуживания (аутсорсинга), дающая возможность значительно сократить время подготовки отчетной информации и повысить ее качество. Обновленная программа способствует снижению издержек клиентов ООО «ГАРАНТ» и дает руководителю доступ к финансовой и бухгалтерской информации предприятия из любой точки земного шара. Данное решение полезно не только для маленьких компаний, у которых нет потребности в содержании штата бухгалтеров, но и для более крупных предприятий, стремящихся повысить свою эффективность и минимизировать себестоимость продукции или услуг.

6. Легко описываемая и понятная бизнес-модель – 6 из 10.

Рассмотрим возможные варианты бизнес-модели ООО «Гарант» для тиражирования через программу франчайзинга.

Каждое из существующих направлений ООО «Гарант» должно быть оценено на потенциал востребованности в регионах. Потенциальный франчайзи на основании предварительно проведенного маркетингового исследования своего региона формирует совместно с правообладателем перечень оказываемых услуг /соответствующий вариант франшизы.

Франчайзи сможет начать с 1-2 направлений, на которых он сможет полноценно сконцентрироваться, оценить рынок, в дальнейшем возможно расширение перечня услуг/ покупка франшизы дополнительной консалтинговой услуги.

Использование методики постепенного добавления услуг позволит сделать бренд ООО «Гарант» узнаваемым в регионах за счет отработки

навыков высококачественного оказания одной-двух услуг на начальном этапе и безболезненно привести компанию к экономически обоснованной многопрофильности.

Еще одним вариантом развития структуры является сохранение многопрофильности при условии четкой оценки эффективности услуг и существенной оптимизации штата сотрудников предприятия за счет перехода от штата специалистов отдельных направлений к услугам аутсорсинговых компаний.

Для реализации такой бизнес-модели, предварительно необходимо сформировать и утвердить пул консалтинговых компаний, готовых, в том числе ресурсно, развиваться в регионах вместе с ООО «ГАРАНТ».

<table>
<tr>
<td rowspan="2">КЛЮЧЕВЫЕ ПАРТНЕРЫ
• Министерство экономики
• Торгово-промышленные палаты регионов
• Рег. отделения "Опоры России"
• Сбербанк</td>
<td>КЛЮЧЕВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
• Проведение тренингов и семинаров по основам предпринимательской деятельности
• Консалтинговые услуги
• Комплексное бухгалтерское обслуживание
• Подготовка бизнес-плана
• Подбор объектов недвижимости для ведения бизнеса;
• Магазин франшиз
• Подбор кредитных и страховых продуктов и займов МФО;
• Оценочная деятельность</td>
<td rowspan="2">ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ ЦЕННОСТЬ
Предоставление услуг по обучению и консалтингу начинающих и действующих предпринимателей, а также доступные услуги по аутсорсингу, аренде помещений, юридических и бухгалтерских услуг для малых предприятий.
Результат - снижение издержек клиентов, обучение сотрудников и доступ руководителя к финансовой и бухгалтерской информации предприятия из любой точки земного шара.</td>
<td>ВЗАИМООТНОШЕНИЯ С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ
Консультативные услуги в офисе ООО «ГАРАНТ»
Аутсорсинговые услуги на месте</td>
<td rowspan="2">ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ СЕГМЕНТЫ
• Начинающие предприниматели, тестирующие свою бизнес-модель в реальных условиях
• Представители среднего бизнеса, которые стремятся к повышению собственной эффективности и выходу на новые рынки сбыта</td>
</tr>
<tr>
<td>КЛЮЧЕВЫЕ РЕСУРСЫ
Оборудование
Квалифицированные консультанты и менеджеры</td>
<td>КАНАЛЫ
Ознакомительные бизнес-завтраки с потенц. клиентами;
Проведение семинаров;
Экспертная деятельность в Интернете;
Взаимодействие с гос. структурами
СМИ;
Холодные звонки;
Распространение презентационных и рекламных материалов</td>
</tr>
<tr>
<td colspan="3">СТРУКТУРА ИЗДЕРЖЕК
Ресурсы для начала функционирования офиса
Постоянные затраты
ФОТ и страховые взносы</td>
<td colspan="3">ПОТОКИ ДОХОДОВ
Плата за оказание услуг:
Бухгалтерский аутсорсинг; Аудит; Сбытовой консалтинг; Оценка; Разовые консультации; Семинары; Финансовый и юридический; консалтинг; Процент от продажи франшиз МСП; Аренда бизнес-пространств</td>
</tr>
</table>

Таблица 7. Бизнес-модель ООО “ООО «Гарант»

8. Механизмы контроля – 4 из 10.

Структурно, статьи расходов при бюджетировании были заложены в логичной пропорции, но невыполнение запланированных показателей по доходам, не нашло отражения в оптимизации расходов, таким образом, налицо отсутствие управления операционной деятельностью региональных ОП.

9. Спрос на услуги – 4 из 5.

10. Команда проекта: ясная организационная структура – 4 из 5.

Фактически в штате предприятия предполагаются только менеджеры по продажам и специалисты службы «одного окна».

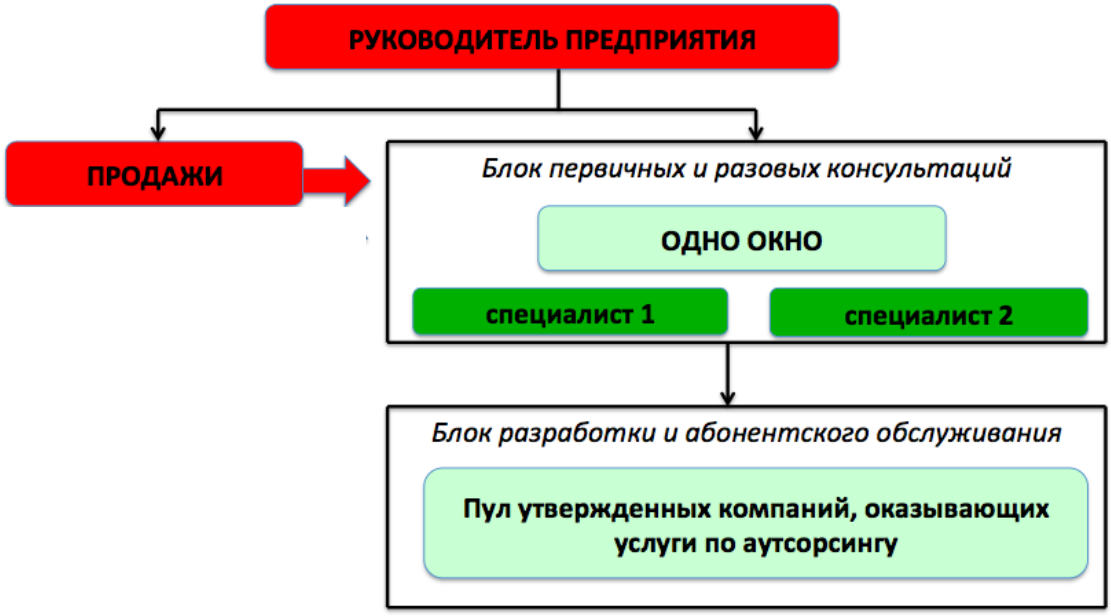


Рисунок 3. Примерная схема многопрофильного предприятия

Критерии при отборе руководителя:

- Отраслевая принадлежность руководителя к услуге – ЛОКОМОТИВ
- Опыт работы в отрасли (по профессии) не менее 5 лет
- Предпринимательские навыки (опыт ведения собственного бизнеса)
- Начальная клиентская база - 30 000 руб. (3-5 клиентов)
- Системность мышления

- Возраст - не менее 27 лет
- Начальный капитал - 10 % (оплата за приобретение франшизы)
- Нацеленность на результат, терпение
- Управленческие навыки

*Потенциальный руководитель перед стартом проекта проводит самостоятельное маркетинговое исследование в своем регионе.

Основные функции сотрудников в процессе оказания консалтинговых услуг представлены в схеме:

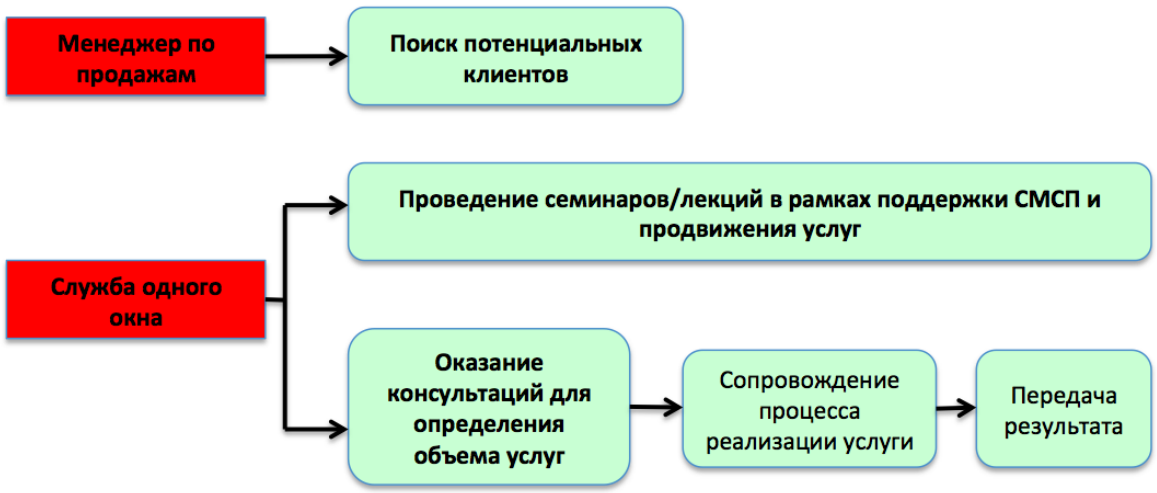


Рисунок 4. Функции сотрудников в процессе оказания консалтинговых услуг

Организационная модель Центра консалтинга и аутсорсинга МСБ предполагает выполнение следующих процедур взаимодействия с Заявителями: регистрация обращений; проведение первичных консультаций; организация и проведение групповых консультаций; организация и проведение индивидуальных консультаций; оказание аутсорсинговых услуг напрямую или с привлечением Партнеров.

В Таблице 8 представлен план расходов на штат сотрудников с расширением, которые будут оплачиваться из выручки или из первоначальных вложений, в зависимости от результатов деятельности франшизы в отдельно анализируемом регионе.

Наим. должности	3 (I кв.)	6 (II кв.)	9 (III кв.)	12 (1 год)	15 (I кв.)	18(II кв.)	21(III кв.)	24 (2 год)	27 (I кв.)	30 (II кв.)	33 (III кв.)	36 (3 год)
Директор												
- количество единиц	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
- зарплата	30 000	30 000	30 000	30 000	40 000	40 000	40 000	40 000	50 000	50 000	50 000	50 000
- отчисления с ФОТ (30%)	9 000	9 000	9 000	9 000	12 000	12 000	12 000	12 000	15 000	15 000	15 000	15 000
Итого:	**39 000**	**39 000**	**39 000**	**39 000**	**52 000**	**52 000**	**52 000**	**52 000**	**65 000**	**65 000**	**65 000**	**65 000**
Менеджеры												
- количество единиц	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2
- зарплата	20 000	20 000	40 000	40 000	50 000	50 000	50 000	50 000	60 000	60 000	60 000	60 000
- отчисления с ФОТ (30 %)	6 000	6 000	12 000	12 000	15 000	15 000	15 000	15 000	18 000	18 000	18 000	18 000
Итого:	**26 000**	**26 000**	**52 000**	**52 000**	**65 000**	**65 000**	**65 000**	**65 000**	**78 000**	**78 000**	**78 000**	**78 000**
Отрасл. спец-ты												
- количество единиц	0	0	1	1	2	2	2	2	3	3	3	3
- зарплата			20 000	20 000	40 000	40 000	50 000	50 000	50 000	50 000	60 000	60 000
- отчисления с ФОТ (30 %)			6 000	6 000	12 000	12 000	15 000	15 000	15 000	15 000	18 000	18 000
Итого:			**26 000**	**26 000**	**52 000**	**52 000**	**65 000**	**65 000**	**65 000**	**65 000**	**78 000**	**78 000**
Общий ФОТ	**55 000**	**55 000**	**117 000**	**117 000**	**169 000**	**169 000**	**182 000**	**182 000**	**208 000**	**208 000**	**221 000**	**221 000**
Всего сотрудников	2	2	3	3	5	5	5	5	6	6	6	6

Таблица 8. План расходов на штат сотрудников с расширением.

Таблица 9. Результаты оценки масштабируемости франчайзинговой модели ООО «ГАРАНТ»

Критерий	**Баллы**
Доказанный социальный эффект	5
Финансовая устойчивость	2
Идентификация: надежный бренд и признание	4
Дублируемость	3
Трансферабельность технологий и знаний, ясность систем	10
Легко описываемая и понятная бизнес-модель	6
Механизмы контроля	4
Спрос на услуги	4
Команда проекта: ясная организационная структура	4
ИТОГО:	**42**

По результатам экспертной оценки, был получен результат в 42 балла из 70 баллов, что свидетельствует о неготовности модели Центра консалтинга и аутсорсинга к масштабируемости на франчайзинговый рынок. Имея потенциал для развития, ООО «ООО «ГАРАНТ» должно сосредоточить первоочередное внимание на формировании устойчивости головного предприятия.

Так, сегодня абсолютное большинство социальных предприятий представляют собой организации средней численностью до 250 человек, а чаще всего проекты социального предпринимательства решают проблемы занятости населения, связаны с образованием, здравоохранением и поддержкой слабозащищенных групп населения, инвалидов.

Выводы по главе 2

Важнейшими факторами устойчивого развития Московской области являются формирование инновационной экономики, рост благосостояния и общественной активности, эффективная реализация в регионе социального предпринимательства.

Если рассматривать законодательные аспекты Российской Федерации, то законы Московской области не конкретизируют особенности социального

предпринимательства, ограничиваясь указанием общих мер поддержки предпринимательства.

Одним из методов, способствующих решению многих проблем развития социального предпринимательства в г. Москова, стало открытие ООО «Гарант»а «ООО «Гарант».

Необходимо отметить, что в ООО «Гарант»е «ООО «Гарант»» зарождаются, и полноценно функционируют успешные и иные проекты в области социального предпринимательства.

Глава 3. Рекомендации по совершенствованию деятельности ООО "Гарант"

3.1. Рекомендации по совершенствованию бизнеса ООО "Гарант"

В рамках проведения основных мероприятий по повышению уровня развития института социального предпринимательства, можно отметить несколько направлений, в которых социальное предпринимательство эволюционирует:

1) вовлечение целевых групп в предпринимательскую деятельность;

2) создание социальной ценности;

3) развитие социальных инноваций;

4) государственная поддержка социального предпринимательства;

5) развитие научной базы социального предпринимательства.

Примечательно, что, на сегодняшний день, можно отметить достаточно значительную тенденцию формирования повышенного интереса к институту социального предпринимательства со стороны научного сообщества, что, в свою очередь, выражается в развитии теоретической базы социального предпринимательства.

Также, в Московской области уже формируется особая специфика проектов социального предпринимательства, развивающаяся в рамках существующего законодательства, что влечет за собой ряд объективных черт:

1. Государство способно оказать меры поддержки институту на законодательном уровне, что даст качественный скачок потенциала развития социального предпринимательства;

2. Отсутствие поддержки со стороны государства влечет за собой неравномерное развитие проектов социального предпринимательства на территории России, основанных на уровне инициатив отдельно взятых предпринимателей на малом уровне, что, в свою очередь, является показателем слабой развитости инфраструктуры для развития института на территории РФ.

3. Отсутствие стратегического вектора развития института социального предпринимательства в Московской области влечет за собой размытие границ

социального предпринимательства, вследствие чего оно развивается в рамках различных организационных форм и не имеет обособленной структуры, что, в свою очередь, не позволяет оказывать адресную поддержку социальным предприятиям, которые могли бы нивелировать ряд социальных проблем, которые на данном этапе необходимо поддерживать за счет бюджетных средств на федеральном и региональном уровнях.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в России и в Московской области необходимо совершенствовать ведение и развитие бизнеса в социальном предпринимательстве по следующим направлениям:

1. Формирование законодательной базы социального предпринимательства на федеральном и региональном уровнях.
2. Разработка стратегического вектора развития социального предпринимательства в рамках подпрограммы о развитии социального предпринимательства, входящей в программу «Социальная поддержка граждан» будущих периодов.
3. Разработка мер поддержки социальных предпринимателей, включающих в себя налоговые, финансовые, информационные и другие ресурсные меры.

Таким образом, переходя к содержанию каждого из вышеуказанных направлений поддержки социального предпринимательства государством, в первую очередь можно сформировать более точное содержание каждой из них.

Так, формирование законодательной базы социального предпринимательства в России и в Московской области может являться обязательным условием обеспечения качественного роста институт, поскольку отсутствие законодательного закрепления данного понятия влечет за собой, во-первых, недоверие потенциальных социальных предпринимателей к образованию самого предприятия и, во-вторых, необходимость существующих социальных предпринимателей развивать свои проекты в рамках уже существующих организационных форм, что, в

определенной мере, снижает потенциальную эффективность их деятельности.

2. Государственные пенсии и социальные пособия устанавливаются законом.

3. Поощряются добровольное социальное страхование, создание дополнительных форм социального обеспечения и благотворительность».

Бесспорно, обеспечение конституционных прав и свобод гражданина – важнейшая задача государства, таким образом, исторически сложившиеся трудности незащищенных социальных групп в России и в Московской области нивелируются на федеральном и региональном уровнях посредством создания различных социально-экономических условий для их развития и проживания, в том числе и за счет регулирования института социального предпринимательства.

Так, новейший этап развития законодательной базы социального предпринимательства заключен в проекте федерального закона «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации (в части закрепления понятия «социальное предпринимательство»)» (далее – законопроект), который разработан в целях реализации положений Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 02.06.2019 г. № 1083-р (далее – Стратегия), а также в соответствии с пунктом плана мероприятий («дорожной карты») «Поддержка доступа негосударственных организаций к предоставлению услуг в социальной сфере», утвержденного распоряжением Правительства Российской Федерации от 08.06.2019 г. № 1044-р (далее – «дорожная карта») и направлен на законодательное определение понятия «социальное предпринимательство»[20].

[20] Постановление Правительства Российской Федерации от 22.04.2005 N 249 «Об условиях и порядке предоставления средств федерального бюджета, предусмотренных на государственную поддержку малого предпринимательства» [Электронный ресурс]. - СПС Консультант Плюс. - М.: 2019. http://base. consultant.ru/cons/cgi/online (дата обращения: 04.05.2019)

В 2019 году с принятием Стратегии и «дорожной карты» определены приоритетные направления государственной политики в области развития социального предпринимательства. Указанными документами предусмотрено применение комплексного подхода к решению задачи по увеличению доли субъектов МСП в сфере социальных услуг.

Согласно Стратегии, запланирована реализация дополнительных мер поддержки малых и средних предприятий – субъектов социального предпринимательства, в том числе:

1) создание и развитие специализированных организаций инфраструктуры поддержки в субъектах Российской Федерации (в том числе, в Московской области);

2) предоставление субсидий на реализацию проектов в области социального предпринимательства;

3) меры по популяризации деятельности субъектов социального предпринимательства.

Также в законопроекте указано, что в целях повышения адресности при оказании поддержки предстоит уточнить сферы, в которых может осуществляться деятельность, отнесенная к социальному предпринимательству, установить критерии отнесения хозяйствующих субъектов к субъектам социального предпринимательства.

Законопроект в развитие положений Стратегии и «дорожной карты» выделяет социальное предпринимательство как отдельную приоритетную область деятельности субъектов МСП, определяет специальные формы и виды поддержки социального предпринимательства.

За основу взяты существующие критерии, предусмотренные государственной программой Российской Федерации «Экономическое развитие и инновационная экономика», утвержденной постановлением Правительства Российской Федерации от 15.04.2019 г. № 316, и ведомственными актами, принятыми в целях ее реализации. В частности, законопроект предусматривает использование таких критериев отнесения

субъектов МСП к субъектам социального предпринимательства, как специализация предприятия на производстве продукции и предоставлении услуг в интересах граждан, находящихся в трудной жизненной ситуации, или создание рабочих мест для таких граждан.

Кроме того, в законопроект включена отдельная статья, определяющая единые принципы оказания поддержки субъектов социального предпринимательства.

Такая поддержка будет осуществляться органами государственной власти и органами местного самоуправления в виде создания и развития специализированных организаций инфраструктуры поддержки субъектов социального предпринимательства, предоставления на льготных условиях помещений, создания банков франшиз, реализации образовательных мероприятий, организации доступа субъектов социального предпринимательства к осуществлению функций социального обслуживания граждан.

Тем не менее, могут быть выделены следующие концептуальные замечания об институциональном закреплении социального предпринимательства в России и в Московской области.

Во-первых, развитие социального предпринимательства является актуальной практикой государственного управления для решения социально значимых проблем и оказывает существенное влияние на социальное и экономическое развитие регионов. Социальное предпринимательство способствует развитию государственно-частного партнерства в социальной сфере, росту гражданской активности и социальной ответственности, консолидации предпринимательского, экспертного и научно-образовательного сообщества.

Начиная с 2019 года мероприятия по поддержке субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляющих деятельность в области социального предпринимательства, включены в комплекс мер, реализуемых Минэкономразвития России совместно с субъектами Российской Федерации.

Среди них:

- безвозмездные субсидии субъектам МСП на реализацию социальных проектов;

- создание и обеспечение деятельности центров инноваций социальной сферы;

- создание дошкольных образовательных центров;

- организация групп дневного времяпрепровождения детей дошкольного возраста и иных подобных им видов деятельности.

Общий объем финансирования мероприятий в сфере поддержки социального предпринимательства с 2019 года составил 1,5 млрд рублей.33

Вместе с тем, отсутствие общих подходов к определению социального предпринимательства, которое зачастую смешивается с социальными услугами, социально ориентированной деятельностью организаций и деятельностью в социальной сфере, сдерживает его дальнейшее развитие.

Разработанный Минэкономразвития России законопроект содержит положения, реализация которых направлена на решение данной проблемы и увеличение доли негосударственного сектора экономики в сфере социальных услуг.

Социальные предприниматели составляют отдельную категорию предпринимателей. Формально социальное предпринимательство может выходить за рамки предпринимательской деятельности в социальной сфере, решая при этом социально значимые проблемы, связанные с обеспечением занятости, социальной адаптации и интеграции отдельных групп граждан.

В рамках законопроекта предусмотрены положения, которые учитывают обозначенную специфику деятельности субъектов социального предпринимательства.

Во-вторых, в законопроекте в качестве базовых критериев социального предпринимательства выделены:

- трудоустройство определенных групп социально незащищенных групп граждан;

- специализация малого или среднего предприятия на осуществлении отдельных видов деятельности, направленных на улучшение условии жизнедеятельности граждан и (или) расширение их возможностей самостоятельно обеспечивать свои основные жизненные потребности.

Следует отметить, что данный перечень деятельности целесообразно закрепить нормативным правовым актом Правительства Российской Федерации, исходя из установленных законопроектом критериев, что позволит выделить приоритеты и в то же время сохранить единый подход к регулированию социального предпринимательства, своевременно вносить изменения в случае необходимости.

Такой подход концептуально направлен на развитие негосударственного сектора в социальной сфере и зеркально отражает разрабатываемые в настоящее время меры поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций - исполнителей общественно полезных услуг.

Тем не менее, можно выделить следующие замечания к разработанному законодательному акту:

1. Возможно возникновение правовой коллизии, поскольку понятие «социальное предпринимательство» не соотносится с понятием предпринимательской деятельности, под которой в соответствии с Гражданским кодексом понимается деятельность, направленная на систематическое получение прибыли, то есть коммерческая деятельность.

В то же время для достижения социальных и иных целей создаются некоммерческие организации, которые нельзя отнести к субъектам, осуществляющим деятельность в области предпринимательства (социального, инновационного, производственного или любого другого вида).

2. Установленный подпунктом «б» пункта 7 статьи 3 законопроекта критерий отнесения субъектов малого и среднего предпринимательства к субъектам социального предпринимательства, может считаться в какой-то мере неопределенным по своему содержанию, поскольку для определения видов предпринимательской деятельности используется Общероссийский

классификатор видов экономической деятельности (далее – ОКВЭД). При этом невозможно соотнести информацию из ОКВЭД с критерием «улучшение условий жизнедеятельности граждан и (или) расширение их возможностей самостоятельно обеспечивать свои жизненные потребности».

Тем не менее, данная проблема представляется разрешимой в рамках правоприменительной практики, поскольку законопроектом выделены базовые критерии отнесения малых и средних предприятий к малым и средним предприятиям, осуществляющим деятельность в области социального предпринимательства, а перечень таких видов деятельности предполагается устанавливать Правительством Российской Федерации, что создает возможность для гибкого правового регулирования.

Одновременно данный механизм позволит сформировать широкий перечень видов деятельности и ОКВЭД, который будет относиться к социальному предпринимательству.

3. Не обоснован перечень категорий граждан в статье 2 законопроекта, обеспечение занятости которых на малых и средних предприятиях будет признана социальным предпринимательством. Сейчас в соответствии с законопроектом это инвалиды, одинокие родители, неработающие пенсионеры, выпускники детских домов в возрасте до 21 года, лица, освобожденные из мест лишения свободы и имеющие неснятую или непогашенную судимость.

Но в него не попали родители, имеющие детей с инвалидностью, родители, усыновившие детей или имеющие приемных детей, женщины, оказавшиеся в кризисной ситуации в связи с беременностью или рождением ребенка, граждане, не имеющие постоянного места жительства и другие граждане, оказавшиеся в трудной жизненной ситуации.

Таким образом, в статье 2 целесообразно не ограничивать перечень категорий граждан, но внести требования к социальным предпринимателям, в соответствии с которыми субъект малого и среднего предпринимательства обеспечивает занятость граждан, нуждающихся в улучшении условий

жизнедеятельности или расширении их возможности самостоятельно обеспечивать свои основные жизненные потребности, в соответствии с перечнем категорий нуждающихся граждан. Соответственно, законодательное закрепление понятия «социального предпринимательства» создаст возможность для разработки мер поддержки субъектов социального предпринимательства в рамках отраслевых федеральных законов, а также в рамках законодательства об осуществлении закупок товаров, работ, услуг для нужд государственного сектора экономики.

Необходимо также отметить, что законопроект соответствует положениям Договора о Евразийском экономическом союзе и положениям иных международных договоров Российской Федерации, что открывает возможности для выхода национального социального предпринимательства на мировой уровень, что будет способствовать развитию облика России как социально-ориентированному государству, одновременно предоставляющему сообществу предпринимателей возможность развивать собственные инициативы, нивелируя при этом социальные проблемы общества.

Таким образом, целесообразно предположить, что вышерассмотренный закон, при условии его принятия без поправок, не будет в полной мере обеспечивать поддержку социального предпринимательства, хотя и заложит законодательную базу, которая, безусловно, обеспечит качественный рост института социального предпринимательства в России.

Так, дальнейшее развитие института социального предпринимательства должно быть сосредоточено на развитии мер адресной поддержки социальных предпринимателей, заключающейся в предоставлении налоговых послаблений, развитии информационной поддержки на уровне субъектов РФ, а также развития вышеуказанных центров развития социального предпринимательства.

Таким образом, непрерывная работа над поддержкой социального предпринимательства на государственном уровне, заключающаяся как в финансовых, так и в нефинансовых мерах может оказать комплексное

воздействие на институт социального предпринимательства, призванный, с одной стороны, обладать предпринимательским подходом, но с другой стороны нивелировать социальные проблемы общества, которые не всегда могут быть восполнены государством.

В ООО «Гарант» можно предложить для развития социального предпринимательства открытие отдела по работе с социальными предпринимателями и их обучению. Рассмотрим в пункте 3.2. социальную и экономическую эффективность, от предлагаемого проекта.

3.2. Оценка эффективности предложенных рекомендаций

Открытие отдела по работе с социальными предпринимателями предполагается в 2024 году. Рассмотрим организационный план открытия отдела по работе с социальными предпринимателями за ноябрь 2023 – январь 2024 года (таблица 6).

Таблица 6 - Организационный план открытия отдела по работе с социальными предпринимателями

Орг мероприятие	Ноябрь 2023 года	Декабрь 2023 года	Январь 2024 года	Февраль 2024 года
1	2	3	4	
Аренда помещения				
Закупка оборудования				
Подбор и обучение персонала				
Начало работ				

Исходные данные представим в таблице 7.

Таблица 7 - Затраты для открытия отдела по работе с социальными предпринимателями за ноябрь 2023 – февраль 2024 года

№	Показатель	Ед. изм.	Ноябрь 2023 года	Декабрь 2023 года	Январь 2024 года	Февраль 2024 года
1.	Дополнительные расходы	м2	75	1813	3923	4225
2.	Аренда помещения	тыс. руб.	70000	70000	70000	70000
3.	Стоимость приобретенного основного оборудования	тыс. руб.	364000	0	0	0
4.	Норма амортизации	%	14,2	14,2	14,2	14,2

5.	Стоимость вспомогательного оборудования	тыс. руб.	746605	311943	267358	229112
6.	Норма амортизации	%	0,54	0,54	0,54	0,54
7.	Стоимость приобретаемого оборудования	тыс. руб.	121405	6651897	6279426	5927856
8.	Норма амортизации оборудования	%	5,5	5,5	5,5	5,5
9.	Заработная плата персонала	тыс. руб.	780000	1872000	1872000	1872000
10.	Налоги и платежи во внебюджетные ООО «Гарант», начисляемые на заработную плату	%	30	30	30	30
11.	Расходы на коммунальное обслуживание (свет, телефон и др.)	тыс. руб.	1500	6000	7200	7200
12.	Маркетинговые расходы	тыс. руб.	16000	8000	8000	8000
13.	Налог на прибыль	%	20	20	20	20

Динамический срок окупаемости может быть определен на основе линейной интерполяции между указанными точками и найден по формуле 1:

$$T_{ок} = T - NPV_{т} / (NPV_{т+1} - NPV_{т}) \qquad (1)$$

где:

- t - период времени, за который берется чистый денежный поток;

- Т ок – срок окупаемости;

Воспользовавшись формулой (1), можно определить срок окупаемости точно:

Т ок = 1,58 года.

Индекс доходности (IRR) = 26,0

Таким образом, данные расчеты подтвердили экономическую эффективность внедрения инновации и ее скорую, и успешную окупаемость.

NPV проекта = 460093 тыс. руб.

NPV > 0 следовательно проект будет коммерчески успешен.

Дисконтированный срок окупаемости (DPBP) показывает, через какое время дисконтированный денежный поток перекроет вложенные средства. Срок окупаемости = 1,58 года

Рассчитаем чистый денежный поток в (таблице 8).

Таблица 8 - Денежный поток, тыс. руб.

№	Показатели	Ед. изм.	Ноябрь 2023 года	Декабрь 2023 года	Январь 2024 года	Февраль 2024 года
3а	Приток	тыс. руб.	537857	1290159	2793743	3011176
3б	Отток	тыс. руб.	-824968	-36972282	-686007	-730673
3в	САЛЬДО	тыс. руб.	-287110	92043656	2107735	2280502
3г	НАКОПЛЕННОЕ САЛЬДО	тыс. руб.	-287110	891725	2999461	5279963

Таким образом, разрабатываемый нами проект, по открытию отдела по работе с социальными предпринимателями окажет положительное влияние на развитие предприятия. Разработанный инновационный проект экономически окупаем и эффективен.

Сегодня существует необходимость в создании законодательной базы социального предпринимательства, которая, в свою очередь, позволит разработать эффективные методы и стратегии развития и поддержки социальных предпринимателей, тем самым стимулируя диверсификацию деятельности сегмента социального предпринимательства.

Можно с уверенностью сказать, что формирование институциональной базы является необходимым условием закрепления института социального предпринимательства в Московской области, таким образом, будет открыт путь диверсификации деятельности существующих социальных проектов и образованию новых организаций.

Учитывая инициативы, существующие в РФ, можно отдельно отметить государственную программу Российской Федерации «Социальная поддержка граждан», утвержденную Постановлением Правительства Российской Федерации от 15.04.2022 г. № 296 г. Москва «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Социальная поддержка граждан», а именно подпрограмму «Повышение эффективности

государственной поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций», рассчитанную на период до 2027 года.

Данный документ можно считать одним из отправных для существующих предприятий, позиционирующих себя и свою миссию как социальные предприятия, поскольку, до точного закрепления нормативных границ института, у предпринимателей существует, с одной стороны, больше свободы в выборе пути и собственного вектора развития, но, с другой стороны, больше неопределенности в собственном позиционировании.

Таким образом, вектор развития института социального предпринимательства в РФ в большей степени зависит от его законодательного закрепления, что даст двустороннюю (со стороны предпринимательского сообщества и государства) ясность и прозрачность в понимании целей и потребностей, необходимых мер по поддержанию социальных предпринимателей. Подводя вышеперечисленное, можно представить вектор развития института социального предпринимательства в Московской области на период до 2027 года в виде дорожной карты (Приложение 1).

Важно подчеркнуть, что данные, проанализированные выше, являются базой для разработки дорожной карты, таким образом обеспечивается объективизация целей и задач, представленных в качестве ключевых. Необходимо отметить, что генеральная цель дорожной карты направлена на развитие института социального предпринимательства в Московской области с учетом международных рынков социального предпринимательства.

Данная цель, таким образом, направлена как на развитие института социального предпринимательство в России и в Московской области, так и на укрепление её облика, как социально-ориентированной страны, на международной арене.

В соответствии с разработанной дорожной картой выделены следующие организации, непосредственно участвующие в развитии института социального предпринимательства:

1. Министерство экономического развития Российской Федерации.

2. Агентство стратегических инициатив.

3. Региональные власти.

4. ООО «Гарант»

5. Центр социального предпринимательства и социальных инноваций Высшей школы экономики.

6. Российский микрофинансовый центр.

С одной стороны, учитывая государственные программы Российской Федерации, в частности реализуемую программу «Социальная поддержка граждан», а именно подпрограмму «Повышение эффективности государственной поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций», рассчитанную на период до 2027 года, и планируемые программы по социальной поддержке граждан будущих периодов, необходимо отметить Министерство экономического развития РФ, как одной их важнейших организаций, осуществляющей функции по выработке государственной политики и нормативному правовому регулированию различных сфер, в частности социального предпринимательства как зарождающегося института, способного закрывать существующие провалы рынка и государства, тем самым обеспечивая положительную динамику ключевых показателей развития экономики РФ и Московской области.

Таким же образом за развитие института социального предпринимательства на макроуровне отвечает АСИ – российская автономная некоммерческая организация, созданная Правительством России для реализации комплекса мер в экономической и социальной сферах, таким образом институт социального предпринимательства является прямым объектом исследования и разработок для данной структуры.

За поддержку института на региональном уровне, непосредственно, отвечают региональные власти Московской области, а за выборку наиболее успешных проектов отвечает ООО «Гарант», который обеспечивает отбор наиболее успешных проектов социального предпринимательства в России, что

позволяет определять индивидуальную специфику как региональной картины развития рассматриваемого института, так и общего вектора его развития. С другой стороны, развитие любого института невозможно без формирования научной базы того или иного понятия.

Таким образом, ООО «Гарант» разрабатывает собственные научные труды, что, в дальнейшем, сможет выступать в качестве национальной теоретической базы института социального предпринимательства.

Российский микрофинансовый центр, в свою очередь, выступает организацией, способствующей построению всеохватывающей и общедоступной финансовой системы в Российской Федерации через развитие микрофинансирования, содействующей развитию частного предпринимательства и улучшению доступа бизнеса к финансовым услугам, таким образом будет обеспечиваться развития финансирования социальных предприятий и развитие определенных норм для финансового обеспечения проектов по социальному предпринимательству.

Так, данные организации в период до 2027 года должны способствовать выполнению следующих задач (входящих в состав будущей государственной подпрограммы о развитии социального предпринимательства, входящей в программу «Социальная поддержка граждан» будущих периодов) по развитию института:

- увеличение доли негосударственных организаций (коммерческих и некоммерческих) при оказании услуг в социальной сфере;

- создание условий для повышения качества услуг в социальной сфере вследствие возможности проведения сравнительного анализа с применением независимой оценки качества услуг в социальной сфере, оказываемых организациями различных форм собственности;

- сокращение дефицита в части предоставления обязательных услуг населению в социальной сфере;

- развитие системы поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций и организаций социального

предпринимательства; -развитие механизмов частно-государственного партнерства в социальной сфере.

Также, в соответствии с проведенным анализом социального предпринимательства, учитывая существующие меры поддержки данного института и ее перспективы, были выделены следующие целевые показатели, по которым будет возможно отследить развитие института социального предпринимательства в долгосрочной перспективе на макроуровне (таблица 9).

Таблица 9 – Целевые показатели развития института социального предпринимательства в Московской области

Критерий оценки	2020 год	2027 год
Количество субъектов, в которых реализуются программы поддержки организаций социального предпринимательства	78	85
Удельный вес учреждений социального обслуживания, основанных на негосударственных формах собственности, от общего количества учреждений социального обслуживания	10	24,4
Общая позиция в рейтинге лучших стран для деятельности социальных предпринимателей	33	15

Также, были выделены ключевые законодательные акты, отвечающие за закрепление института социального предпринимательства в России на современном этапе, а именно:

- Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ» от 24.07.2022 № 209-ФЗ[21];

- Проект Федерального закона «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации (в части закрепления понятия «социальное предпринимательство»)» (подготовлен Минэкономразвития России 09.08.2022);

[21] Федеральный закон Российской Федерации от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии, малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» - СПС Консультант Плюс. - М.: 2019. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_l 57188/ (дата обращения: 23.03.2019).

- Государственная программа Российской Федерации «Социальная поддержка граждан» (в редакции Постановления Правительства Российской Федерации от 31.03.2022 г. № 372)[22].

Таким образом, можно с уверенностью сказать, что социальное предпринимательство в Российской Федерации и в Московской области выйдет на новый уровень развития с принятием законодательной базы и стратегии дальнейшего развития института, что позволит диверсифицировать существующий предпринимательский потенциал на рынке и способствовать адресной поддержке предпринимателей нового поколения. Так, разработка теоретической, законодательной и практической базы социального предпринимательства позволит обеспечить стартовую позицию института на российском рынке, что в дальнейшем позволит более эффективно закрывать провалы рынка и государства в различных сегментах экономики.

Выводы по главе 3

В рамках проведения основных мероприятий по повышению уровня развития института социального предпринимательства, можно отметить несколько направлений, в которых социальное предпринимательство эволюционирует:

1) вовлечение целевых групп в предпринимательскую деятельность;

2) создание социальной ценности;

3) развитие социальных инноваций;

4) государственная поддержка социального предпринимательства;

5) развитие научной базы социального предпринимательства.

Так, дальнейшее развитие института социального предпринимательства должно быть сосредоточено на развитии мер адресной поддержки социальных предпринимателей, заключающейся в предоставлении налоговых послаблений, развитии информационной поддержки на уровне субъектов РФ,

[22] Долгосрочная областная целевая программа «Социальная поддержка граждан» [Электронный ресурс]. - СПС Консультант Плюс. - М.: 2019 http://docs.cntd.ru/document/473704382 Дата обращения: 04.03.2019)

а также развития вышеуказанных центров развития социального предпринимательства.

Подводя вышеперечисленное, можно представить вектор развития института социального предпринимательства в Московской области на период до 2027 года в виде дорожной карты Важно подчеркнуть, что данные, проанализированные выше, являются базой для разработки дорожной карты, таким образом обеспечивается объективизация целей и задач, представленных в качестве ключевых. Необходимо отметить, что генеральная цель дорожной карты направлена на развитие института социального предпринимательства в Московской области с учетом международных рынков социального предпринимательства.

Данная цель, таким образом, направлена как на развитие института социального предпринимательство в России и в Московской области, так и на укрепление её облика, как социально-ориентированной страны, на международной арене.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Социальное предпринимательство – институт, лишь начинающий свой путь развития в России. Среди множества теоретических трактовок, представленных как зарубежными, так и российскими авторами, наиболее подходящим для России является определение, представляющее социальное предпринимательство как деятельность субъектов малого и среднего предпринимательства, направленная на решение социальных проблем и достижение социально полезных целей.

Социальное предпринимательство функционирует в различных организационно-правовых формах в зависимости от культурных и социально-экономических особенностей, а также определенных задач, которые детерминируют перед собой социальные предприниматели, и выступает самостоятельным направлением экономической деятельности.

Социальное предпринимательство выполняет множество функций, которые определяют его роль в современной экономике: создание модели ответственного поведения и сознания сопричастности; снижение бюрократизации; строительство и развитие инфраструктуры, уменьшающей и ликвидирующей препятствия для ущемленных в своих возможностях и правах общества и его групп; установление социальной справедливости.

Таким образом, социальное предпринимательство стремится решить социальные проблемы инновационным методом, изобретая или комбинируя социальные и экономические ресурсы.

В России на современном этапе отсутствует законодательное закрепление понятия «социальное предпринимательство», что заставляет институт социального предпринимательства, неизбежно формирующийся в российской реальности с течением мировых тенденций, развиваться в рамках существующего неприспособленного для социального предпринимательства законодательстве.

Важнейшими факторами устойчивого развития Московской области являются формирование инновационной экономики, рост благосостояния и

общественной активности, эффективная реализация в регионе социального предпринимательства.

Если рассматривать законодательные аспекты Российской Федерации, то законы Московской области не конкретизируют особенности социального предпринимательства, ограничиваясь указанием общих мер поддержки предпринимательства.

Необходимо отметить, что в ООО «Гарант» зарождаются, и полноценно функционируют успешные и иные проекты в области социального предпринимательства.

В России и в Московской области существует необходимость формирования института социального предпринимательства, где государство может оказывать значительное влияние.

Социальные предприятия, действуя в рамках субъектов малых и средних коммерческих предприятий, могут испытывать трудности в достижении своей первоначальной миссии.

Дальнейшая работа по государственной поддержке социального предпринимательства должна быть сосредоточена на разработке специальной организационной формы, отвечающей специфике российского социального предпринимательства, ускоряющего темпы своего развития на российском рынке.

Комплексная работа социальных предпринимателей и государства по развитию социального предпринимательства в России и в Московской области даст качественный скачок диверсификации сектора социального предпринимательства уже в ближайшие годы, что позволит снизить остроту некоторых социальных проблем общества и, в дальнейшем, снизить объемы государственной поддержки по отдельным статьям социального обеспечения, что, безусловно, является позитивным прогнозом для российской экономики и общества.

В рамках проведения основных мероприятий по повышению уровня развития института социального предпринимательства, можно отметить

несколько направлений, в которых социальное предпринимательство эволюционирует: вовлечение целевых групп в предпринимательскую деятельность; создание социальной ценности; развитие социальных инноваций; государственная поддержка социального предпринимательства; развитие научной базы социального предпринимательства.

Так, дальнейшее развитие института социального предпринимательства должно быть сосредоточено на развитии мер адресной поддержки социальных предпринимателей, заключающейся в предоставлении налоговых послаблений, развитии информационной поддержки на уровне субъектов РФ, а также развития вышеуказанных центров развития социального предпринимательства.

Таким образом, непрерывная работа над поддержкой социального предпринимательства на государственном уровне, заключающаяся как в финансовых, так и в нефинансовых мерах может оказать комплексное воздействие на институт социального предпринимательства, призванный, с одной стороны, обладать предпринимательским подходом, но с другой стороны нивелировать социальные проблемы общества, которые не всегда могут быть восполнены государством.

Подводя вышеперечисленное, можно представить вектор развития института социального предпринимательства в Московской области на период до 2027 года в виде дорожной карты Важно подчеркнуть, что данные, проанализированные выше, являются базой для разработки дорожной карты, таким образом обеспечивается объективизация целей и задач, представленных в качестве ключевых. Необходимо отметить, что генеральная цель дорожной карты направлена на развитие института социального предпринимательства в в Московской области с учетом международных рынков социального предпринимательства. Данная цель, таким образом, направлена как на развитие института социального предпринимательство в России и в Московской области, так и на укрепление её облика, как социально-ориентированной страны, на международной арене.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Конституция РФ (с изм. от 30.12.2019 г.) - Российская газета от 21.01.2019 г.

2. Федеральный закон Российской Федерации от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии, малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [Электронный ресурс]. - СПС Консультант Плюс. - М.: 2019. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_l 57188/

3. Федеральный закон от 12.01.1996 N 7-ФЗ «О некоммерческих организациях» - СПС Консультант Плюс. - М.: 2019. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_l 57188/

3. Постановление Правительства Российской Федерации от 22.04.2005 N 249 «Об условиях и порядке предоставления средств федерального бюджета, предусмотренных на государственную поддержку малого предпринимательства» [Электронный ресурс]. - СПС Консультант Плюс. - М.: 2019. http://base. consultant.ru/cons/cgi/online

4. Долгосрочная областная целевая программа «Развитие и поддержка малого и среднего предпринимательства в Московской области на 2019-2027 годы» [Электронный ресурс]. - СПС Консультант Плюс. - М.: 2019 http://docs.cntd.ru/document/473704382

5. Долгосрочная областная целевая программа «Социальная поддержка граждан» [Электронный ресурс]. - СПС Консультант Плюс. - М.: 2019 http://docs.cntd.ru/document/473704382 Дата обращения:

6. Альтер К.В., Ксанаева М.Б. Современные тенденции развития малого предпринимательства//Российское предпринимательство. - 2019.- №4.С.26-32.

7. Быстрова Ю.Е. и Широкова Г.В. Очерки социологии предпринимательства. / Под редакцией проф. Д.П. Гавры, - Спб., ООО «Изд-во «Петрополис», 2019. с.224.

8. Блинов А. Условия регулирования малого бизнеса // Экономист. 2019. №2. -С. 41-47.

9. Власов Г.Ю. Развитие молодежного предпринимательства на современном этапе // Российское предпринимательство. — 2019. — № 10 Вып. 2 (194). — с. 11-16.

10. Ивасюк Р.Я. Анализ особенностей развития малого предпринимательства на современном этапе // Экономический анализ: теория и практика. - 2019. - №4.-С. 11-15.

11. Ильин И.Е. Малый бизнес в России: проблемы и перспективы // 2019. - № 2. - С. 42-46.

12. Касьянов, А.В. Все о малом предпринимательстве: учебник / А.В. Касьянов. - М: ЮРАЙТ, 2019. - 267 с.

13. Козырева П.М. Малое предпринимательство в России: повседневные проблемы и трудности развития// Экономические и социальные проблемы: факты, тенденции, прогноз. 1 (37) 2019 г. - 170 с.

14. Карпунина М.А., Савинова С.Ю., Шубнякова Н.Г. Формирование молодежного предпринимательского сообщества как инструмент повышения предпринимательской активности в России. [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://www.science-education.rU/pdf/2014/2/126.pdf.

15. Клейменова П.В. Эффективность программ поддержки малого и среднего предпринимательства: региональный аспект // Российское предпринимательство. - 2020.- №3.- С. 131-136.

16. Литвак Е. Влияние кризисных явлений в экономике Российской Федерации на малый бизнес // Финансовая газета. - 2019. - № 6. - С. 31-38.

17. Макаревич А.Н., Сазонова Т.Ю. преодолении административных барьеров в развитии российского предпринимательства // Общество и экономика. - 2020. - № 3. - С. 102-118.

18. Меркулов П. А. Предприятие и предпринимательство. Проблемы роста. / М.: Проспект, 2019. - 269 с.

19. Поддержка регионального бизнеса - 2019. Что сделано? //Деловой Орел. 2019. - № 10. - С. 43-49.

20. Позняков В.П. Предпринимательство как ценность и ценности российских предпринимателей / Россия в глобализирующемся мире: мировоззренческие и социокультурные аспекты / Отв. ред. В.С. Степин. Секция философии, социологии, психологии и права Отделения общественных наук РАН. М.: Наука, 2019. С. 522.

21. Постановления Правительства Московской области от 11.10.2019 N 546-П «О государственной программе Саратовской области "Развитие экономического потенциала и повышение инвестиционной привлекательности региона до 2023 года» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.iblfrussia.org/programmes/current/detail.php? ID=290,

22. Ручкина Г.Ф. Проблемы банковского кредитования малого и среднего предпринимательства в новых экономических условиях // Юридический мир. - 2019. - № 7. - С. 50-56.

23. Системы поддержки и развития малого бизнеса за рубежом / Под ред. А.В. Рунова. [Текст] - М.: Экономика, 2019. - 432 с.

24. Савкина Р.В., Мальцева Е.Г. Организация предпринимательской деятельности: учебное пособие / - М.: КНОРУС, 2019. - 216 с. 78с.

25. Стивенсон Г, Остин Дж, Вей-Скиллерн Дж. Малый бизнес за рубежом / Под ред. А.В. Рунова. - М.: Экономика, 2019. - 432 с.

26. Талалаева И. Государственная поддержка малого и среднего бизнеса // Малая бухгалтерия. - 2019. - № 1. - С. 8-10.

27. Романова П.В. Оценка эффективности деятельности учреждений социальной поддержки населения [Текст]: учеб. пособие / П.В. Романова. - М.: Московский общественный научный фонд, 2019. - 313с.

28. Московская А. А. Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования [Текст]: учеб. пособие / А.А. Московская. - М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. - 284с.

29. Грищенко Ю.И. Тенденции развития социального предпринимательств в России: проблема развития социального

предпринимательства в РФ[Текст]/Ю.И.Грищенко // Стратегии бизнеса. - 2019.- № 10. - с.15-20.

30. Лазаренко А.Л. Понятие социального предпринимательства: общественная значимость и инновационная составляющая [Текст]: учеб, пособие / А. Л. Лазаренко. - М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. - 180 с.

31. Невиртуальная социальная сеть «Близкие люди» [Электронный ресурс]: франчайзинг центров социального обслуживания. - Нижний Новгород, 2019. - Режим доступа: http://blizkie.orgaTa обращения 3.03)

32. Гафарова Д. А. Социальное предпринимательство как инструмент социальной поддержки населения / Д.А. Гафарова // Социальное развитие современного российского общества: достижения, проблемы, перспективы: сборник научных трудов. - СибГИУ. - Новокузнецк, 2019. - С. 76 - 81.

33. Официальная статистика: [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики. - Режим доступа: http://www.gks.ru

34. Благотворительный фонд «Помогите детям» [Электронный ресурс]: помощь больным детям, 2019. - Режим доступа: pomdet.ru/blagotvoritelnost-2

35. Благотворительный фонд «Виктория» [Электронный ресурс]: услуги в сфере социального обслуживания. - 2019. - Режим доступа: http://victoriacf.ru/

36. Хартиган П. С., Элкингтон Д.Л. «The Power of Unreasonable People» - М.: Наука, 2020. - 475 с.

37. Хаматулина А.Р. Социология предпринимательства М.: Российская Академия предпринимательства, 2019. - 172, с.

38. Хемингуэй К. Теория предпринимательства: По материалам «Глобального мониторинга предпринимательства». -М.: изд-во ГУ-ВШЭ. 2019. - 267 с.

39. Чепуренко А.Ю. Предпринимательство как сфера социальных исследований: Россия и международный опыт //Социс, 2019, № 9, с. 32-42

40. Чепуренко А.Ю. Социология предпринимательства - М: изд-во ГУ-ВШЭ, 2019. - 386 с.

41. Шереги Ф.Э. Социология предпринимательства: прикладные исследования. М: ЦСП, 2019 - 535 с.

42. Kuhnert S. Anevolutionary theory of collective Action: Schumpeteri58. anentrepreneurship for the commongood // Constitutional Political Economy. 2019. No. 12: p. 230

43. Larson E. In Searchof Value. The Lewisand Clark College Chronicle, Winter, 2019. - p. 180

44. Leadbeater C. The rise of the social entrepreneur. Demos, 2019. - p. 220

45. Lewin K. Frontiersingroup dynamics: Concepts, method and reality. insocial science; social equilibriaand social change // HumanRelations. 2020. - p. 310

46. Mainsah E., Heuer S.R., Kalra A, Zhang Q. GrameenBank: Taking capitalism tothe poor. N. Y.: Columbia Business School, 2019. - p. 190

47. Mair J., Marty I. Social entrepreneurship research: Asource of expla. nation, prediction, and delight // Journal of World Business. 2020 - p. 36-44

48. Mair J., Schoen O. Social Entrepreneurial Business Models: AnEx. ploratory Study. ESE Business School, University of Navarra, WP 610. 2019 - p. 340

49. Marshall J. Community banking profile: Abeaconinpoor neighbor. hoods. US Banker, 2019 - p. 340

50. Martin D. Hiring welfare recipientsand making them management // New YorkTimes. 2019 - p. 432

Приложения

Приложение 1 Эволюция научных взглядов на феномен предпринимательства

Автор, название работы, год издания	Особенности интерпретации
Классическая школа	
Р. Кантильон, Очерк о природе торговли в целом, 1755 г.	Экономическая деятельность, в процессе которой товарное предложение и спрос сравниваются в условиях постоянного риска.
А. Смит, «Исследование о природе и причинах богатства народов», 1776 г.	Предпринимательство он связывал преимущественно с производственной деятельностью, рассматривая ее как средство получения дохода.
Жан Б. Сэй, Трактат о политической экономии, 1803 г.	Предпринимательство – это рациональное сочетание факторов производства (земли, капитала, труда) в данной точке рыночного пространства. В основе предпринимательской деятельности лежит умение организовать производство и сбыт продукции.
Неоклассическая школа	
А. Маршалл, «Принципы политической экономии», 1890 г. И. Тунен, «Изолированное государство», 1850 г. Ф. Найт, «Концепция риска и неопределенности», 1994 г.	Тесная связь между предпринимательством и инновациями Предпринимательство определяется как принятие рискованных решений.
Тюнен, «Изолированное государство», 1850 г.	Предпринимательство определяется как принятие рискованных решений
Ф. Найт, «Концепция риска и неопределенности», 1994 г.	Предпринимательство предполагает принятие риска и неопределенности
П. Друкер, «Хорошее управление», 1964 г.	Инновационное предпринимательство
Австрийская школа	

Й. Шумпетер, «Теория экономического развития», 1912 г.	Предпринимательство – это экономически свободная инновационная деятельность, связанная с риском, ответственностью и конкуренцией, направленная на достижение новых результатов, удовлетворение личных и общественных потребностей.
Неоавстрийская школа	
Ф. Хайек, Частные деньги, 1976 г.	Предпринимательство – это поиск и изучение новых экономических возможностей, характеристика поведения в условиях высокой рыночной конкуренции, где побеждает сильнейший.
Л. Мизес, «Человеческая деятельность», 1940 г.	Предпринимательство понимается как способность людей создавать и осознавать субъективные потенциальные выгоды, возникающие в их среде.
И. Кирцнер, «Конкуренция и предпринимательство», 1973 г.	Предпринимательство рассматривается как деятельность человека, связанная с риском, творчеством и инновационной составляющей. Соревнование
	является «питательной средой», «вечным двигателем» предпринимательства
Школа институционализма	
Р. Коуз, Природа фирмы, 1937 г.	Под предпринимательством понимается выбор между договорными отношениями свободного рынка и организацией компании с целью экономии трансакционных издержек.
Дж. Гелбрейт, «Жизнь в наше время», 1986 г.	Предпринимательство связано с управленческой техноструктурой, организующей производственный процесс.
М. Вебер, «Протестантская этика и дух капитализма», 1905 г.	Предпринимательство рассматривается как особый тип экономического поведения человека с определенными ценностными ориентирами, определенной мотивацией и социальной ролью.

Приложение 2. Направления деятельности социального предпринимательства

1) Дети:

1. Инклюзивные детские сады
2. Инклюзивные центры развития
3. Частные детские сады на основе различных методик в тех регионах, где очереди в детские сады являются социальной проблемой

4. Проекты в сфере профессиональной ориентации подростков (тестирование, курсы по разным профессиям, интерактивные музеи и лаборатории для знакомства с различными профессиями)

5. Передвижные тематические музейные экспозиции – истории успеха

6. Сертифицированные обучающие программы по профилактике зависимостей для детей.

7. Сертифицированные обучающие программы по половому воспитанию и просвещению детей, по планированию семьи

8. Модели, предполагающие создание рабочих мест и социальную адаптацию для выпускников детских домов и интернатов

9. Модели, предполагающие создание семейных детских домов для детей-сирот

2) Семья:

1. Семейные досуговые центры

2. Курсы психологической гармонизации семейных отношений для предотвращения насилия в семье

3. Тематические, музейные, рекреационные, экологические и другие центры для семейных путешествий и отдыха

3) Развитие культуры и возрождение народных промыслов:

1. Изготовление сувенирной продукции на основе российских народных промыслов (игрушки, валенки и другая продукция из войлока; текстильные и соломенные куклы, традиционные продукты и лакомства)

2. Обучение детей и взрослых традиционным народным промыслам и ремеслам

3. Тематические и интерактивные музеи

4) Социальная реабилитация инвалидов:

1. Коммерческая деятельность, предполагающая трудоустройство инвалидов

2. Инва-туризм

3. Обучение и поддержка трудоустройства инвалидов

4. Изготовление, ремонт и техобслуживание средств реабилитации инвалидов

5. Изготовление оборудования и технических средств, делающих доступной среду для инвалидов

6. Специализированные культурные организации для инвалидов

7. Услуги и товары для инвалидов

8. Поддерживающая инвалидов инфраструктура в России: объем рынка производимых для инвалидов товаров и услуг, изготовление, ремонт и техобслуживание технических средств, специализированные культурные и спортивные организации.

9. Город равных возможностей

5) Здравоохранение:

1. Модели, предлагающие доступные медицинские услуги там, где их не хватает либо они недоступны малообеспеченным слоям общества
2. Модели, предлагающие оздоровительные, восстановительные и санаторно-курортные услуги для малообеспеченных слоев населения

6) Услуги для пожилых людей:

1. Клубы и культурные организации для пожилых людей
2. Медицинская и социальная помощь и обслуживание на дому
3. Частные дома престарелых

7) Развитие села:

1. Создание рабочих мест для представителей социально незащищенных социальных групп на селе
2. Модели, предполагающие стимулирование социальной и предпринимательской активности жителей села
3. Доступ к базовым услугам (медицинским, социальным, финансовым, телекоммуникационным) там, где их нет
4. Органическое и безотходное фермерство

8) Развитие физической культуры и пропаганда здорового образа жизни:

1. Создание в населенных пунктах открытых спортивных площадок
2. Предоставление доступных услуг по занятиям различными видами спорта для взрослых и детей
3. Создание обучающих и информационных материалов для пропаганды физкультуры и здорового образа жизни

9) Экология:

1. Переработка отходов
2. Разработка и внедрение технологий по очистке окружающей среды, а также очистных сооружений для предприятий
3. Разработка и внедрение экологически чистых технологий в сфере энергетики, транспорта, теплоснабжения
4. Разработка и строительство безотходных производств и жилых комплексов
5. Внедрение механизмов раздельного сбора и полной переработки отходов
6. Сохранение и воссоздание редких и утраченных животных и растений
7. Обучающие и информационные программы по развитию экологического сознания у населения

8. Консалтинг предприятий по внедрению экологически чистых технологий и очистных сооружений

9. Создание экологически безвредной и разлагающейся химической, косметической продукции, различных сумок и упаковок

10) Развитие предпринимательства:

1. Доступ к финансированию для социальных групп, не являющихся потенциальными клиентами банковского сектора (микрофинансирование, высоко-рискованные старт-апы, беззалоговые займы)
2. Услуги по обучению и консалтингу начинающих и действующих предпринимателей
3. Предоставление доступных услуг по аутсорсингу, аренде помещений, юридических и бухгалтерских услуг для малых предприятий
4. Создание краудфандинговых, информационных платформ

Приложение 3

- Поправки ФЗ №396 от 28 декабря 2013 года в часть 1 ст. 30 ФЗ №44 от 05.04.2013 «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд», вступившие в силу 1 января 2014 года и устанавливающие, что закупки с субъектов малого бизнеса, СО НКО обязаны составлять не менее 15% совокупного годового объёма закупок, предусмотренного планом-графиком, что даёт новый ресурс господдержки.
- **Закон об основах социального обслуживания граждан** (N 442-ФЗ "Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации"), вступающий в силу с 1 января 2015 года, открывает огромные возможности для социального предпринимательства. Предыдущим законом, принятым в 1995 году, определялось что государственные услуги по социальному обслуживанию должны предоставляться государственными и муниципальными органами. С 2015 года государство будет лишь устанавливать социальные стандарты и финансировать предоставление таких услуг. Сами заказы на соцобслуживание будут распределяться на конкурсной основе, их поставщиками могут быть коммерческие и некоммерческие организации и индивидуальные предприниматели. Система социального обслуживания включает в себя “негосударственные (коммерческие и некоммерческие) организации социального обслуживания, в том числе социально ориентированные некоммерческие организации, предоставляющие социальные услуги”. Здесь необходимы инициативы от глав субъектов РФ – нужна обратная связь от регионов.

- Поправки к № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», принятые на рассмотрение 17 октября 2014 года

Данный законопроект впервые вводит в российское законодательство определение официально закрепляющее статус социального предпринимательства, который даст право на получение государственной поддержки. Законопроект относит к социальному предпринимательству деятельность по содействию социальной адаптации и реабилитации инвалидов, сирот, выпускников детских домов, пожилых людей, лиц, страдающих наркоманией и алкоголизмом, лиц, злоупотребляющих психоактивными веществами, а также страдающих социально значимыми заболеваниями.

Социальные предприниматели будут считаться субъектами малого и среднего предпринимательства, что обеспечит им равные права и возможности, как у малого и среднего бизнеса. В новой статье к закону "О развитии малого и среднего предпринимательства" устанавливаются условия, которые должны выполняться социальными предпринимателями, чтобы они оправдывали свой статус, а также меры поддержки.