Автономная некоммерческая образовательная организация
высшего образования Центросоюза Российской Федерации
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»

На правах рукописи

БРОДСКИЙ ВИТАЛИЙ АЛЕКСАНДРОВИЧ

МЕХАНИЗМ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

08.00.05– Экономика и управление народным хозяйством
(экономика предпринимательства)

ДИССЕРТАЦИЯ
на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Научный руководитель:
доктор экономических наук, доцент
Родионов Алексей Владимирович

Московская область, Мытищи – 2021

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 4

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА 14

1.1. Социальное предпринимательство: сущность, экономическое содержание и современные особенности 14

1.2. Организационные формы социального предпринимательства ……34

1.3. Анализ существующих возможностей адаптации передового зарубежного опыта развития социального предпринимательства с учетом современных тенденций его развития в России 52

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ПРОЦЕССОВ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА НАЦИОНАЛЬНОМ, РЕГИОНАЛЬНОМ И КОРПОРАТИВНОМ УРОВНЯХ 75

2.1. Современное состояние и перспективы развития российского социального предпринимательства 75

2.2. Оценка параметров развития социального предпринимательства на региональном уровне (на примере Республики Татарстан) 108

2.3. Оценка экономических показателей деятельности социальных предприятий ……..……. 119

ГЛАВА 3. СИСТЕМЫ И МЕХАНИЗМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ 138

3.1. Механизм развития социального предпринимательства в экономике Российской Федерации 138

3.2. Методика активизации развития социальных предпринимательских структур 149

3.3. Инструментарий обеспечения экономической устойчивости социальной предпринимательской деятельности сельскохозяйственных кооперативов 164

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 173

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ..... 178

ПРИЛОЖЕНИЕ А. Трактовки экономической сущности социального предпринимательства в научной литературе 198

ПРИЛОЖЕНИЕ Б. Рейтинг субъектов Российской Федерации по итогам реализации механизмов поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций и социального предпринимательства …….205

ПРИЛОЖЕНИЕ В. Данные о финансировании социально ориентированных некоммерческих организаций, а также об объектах недвижимости в которых они располагаются. …….....235

ПРИЛОЖЕНИЕ Г. ТОП-20 сельскохозяйственных кооперативов по объемам выручки от продаж за 2015 г. ……240

ПРИЛОЖЕНИЕ Д. Исходные данные для расчета показателей системы оценки параметров хозяйственной деятельности социальных предприятий Республики Татарстан …….241

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Современный этап мирового социально-экономического развития характеризуется существенным уровнем дифференциации доходов и уровня жизни населения, а также уровнем доступа к основным социальным и инфраструктурным сервисам. Данная асимметрия проявляется как на уровне мировых макрорегионов, так и на уровне национальных экономик, а также на уровне отдельных территорий различных государств. Одним из наиболее перспективных направлений решения данной проблемы является концепция социального предпринимательства, которая предполагает развитие третьего сектора национальной экономики, представленного негосударственными и некоммерческими хозяйствующими субъектами.

Формирование и развитие данной концепции в значительной мере определяется наличием ряда существенных противоречий в экономическом развитии большинства стран мира. В частности, речь идет о противоречиях между: углублением социальной дифференциации в рамках либеральной модели экономического развития и невозможностью государств расширять охват населения социальными программами, гарантиями и сервисами; неспособностью рыночных механизмов осуществлять рост перераспределения ресурсов на социальные цели и процессами коммерциализацией основных сфер социального обслуживания (образование, здравоохранение, социальное обеспечение и т.д.); кризисом развития моделей корпоративной социальной ответственности и увеличением потребностей индивидов самостоятельно принимать участие в решении общественно-значимых социальных проблем; отсутствием экономически эффективных современных форм социально ориентированной самоорганизации и объединения граждан в рамках либеральной рыночной экономики и потребностью создания стабильных, эффективных, способных к развитию субъектов хозяйствования, действующих в социально ориентированных видах деятельности на некоммерческой основе.

Деятельность агентов третьего сектора национальной экономики предполагает заполнение пробелов государственной социальной и экономической политики, а также работу в тех сферах, которые не являются объектом внимания со стороны традиционного бизнеса, ориентированного на получение исключительно экономического эффекта. Социальное предпринимательство направлено на: решение вопросов трудоустройства социально незащищенных и уязвимых категорий граждан; производство социально ориентированных товаров и услуг; социальное обслуживание населения; микрофинансирование малого бизнеса и др.

В различных мировых макрорегионах и отдельных странах концепция социального предпринимательства уже получила определенное развитие. Однако, в каждой из стран государственная политика стимулирования развития третьего сектора экономики, а также модели социально ориентированного бизнеса существенно отличаются. Данные отличия проявляются в использовании различных: организационно-правовых форм социального предпринимательства; мерах его государственного регулирования и поддержки, бизнес-моделей реализации предпринимательской функции и социально ориентированных видов экономической деятельности.

Развитие концепции социального предпринимательства и третьего сектора экономики в Российской Федерации находится на начальном этапе. В 2019 г. были приняты первые законодательные новации, которые нормативно определили сущность социальных предприятий и критерии получения данного статуса субъектами малого и среднего бизнеса. В тоже время текущее состояние третьего сектора российской экономики, а также темпы развития отдельных социальных предпринимательских структур следует определить, как существенно отстающие от мировых и не отвечающие интересам российского государства и общества.

В этих условиях становится актуальной научная проблема развития социального предпринимательства, как принципиально нового сектора российской экономики, способного на основе собственных и общественных ресурсов, а также государственных гарантий и поддержки, осуществлять решение ряда масштабных социальных задач.

Степень научной разработанности темы. Теория и отдельные практические аспекты развития социального предпринимательства, а также управления социальными предпринимательскими структурами получили существенное развитие в зарубежной экономической науке. В данном случае следует отметить работы следующих ученых: Е. Адомавичуте, Д. Брок, П. Грофтс, М. Грэй, П. Датта, Дж. Диз, Б. Жаниюнаите, С. Задек, Г. Заппала, М. Каратас-Озкан, М. Лазикас, Т. Микевиц, Т. Миллер, Дж. Мэйр, К. Николопулу, Г. Оана, Дж. Остин, С. Серто, К. Силос, С. Стайнер, Ю. Стефан, Х. Стивенсон, С. Тейк, Дж. Томпсон, М. Хаас, И. Чел, М. Черниковатье, Х. Шахразад, П. Экономи, Дж. Эмерсон, С. Эстрин.

Существенными также являются наработки российских учёных в сфере теории и методики развития социального предпринимательства и социально ориентированного бизнеса в нашей стране. В числе ученых, чьи работы формируют современную российскую теорию социального предпринимательства следует отметить А.А. Антонова, А. А. Барышева, М.Г. Блинову, Ю.А. Григорьева, Т.О. Дегтярёву, С.В. Дегтяреву, В.В. Жохову, И.В. Катунину, В.В. Кашпур, А.В. Клюева, А.И. Макаревич, М.А. Макарченко, Л.Р. Мингачеву, А.А. Московскую, А.В. Мухина, С.В. Негруль, Е.В. Рожкову, Т.И. Сазонову, И.В. Соболеву, Н.Ю. Сурову, Я.В. Шимановскую.

Значительным является научный вклад Е.М. Белого, А.А. Берендяева, Е.А. Васильевой, Зверевой Н.И., А.В. Лисевич, А.Н. Малолетко, А.Ю. Москвиной, Никулиной И.Ю., Н.Ф. Огневой, З.Э. Сабировой, Н.Ю. Суровой в концептуальные основы экономического анализа и практики реализации проектов социального предпринимательства в нашей стране.

Однако, следует отметить, что, несмотря на существенные научные наработки в изучаемой сфере, недостаточно глубоко исследованы и теоретически обоснованы вопросы комплексного развития социального предпринимательства, как нового сектора российской экономики с высоким потенциалом решения ряда существенных общенациональных проблем социального характера. Таким образом возникает потребность в обосновании новых теоретических и методических

положений, а также разработке практических рекомендаций, направленных на обеспечение эффективного развития социального предпринимательства в Российской Федерации.

Объектом исследования является социальное предпринимательство, как третий (негосударственный и некоммерческий) сектор национальной экономики.

Предметом исследования являются комплекс теоретических, методических и практических аспектов обеспечения развития основных организационных форм социального предпринимательства в экономике Российской Федерации.

Цель исследования. Цель исследования заключается в обосновании теоретико-методических положений и разработке конструктивные рекомендации, направленных на обеспечение активизации развития социального предпринимательства в экономике Российской Федерации.

Для достижения этой цели, автором поставлены такие **научно-практические задачи:**

– проанализировать, систематизировать, обобщить и дополнить теоретико-методические основы социального предпринимательства;

– исследовать современную российскую и зарубежную практику реализации проектов социального предпринимательства, а также государственного регулирования данного сектора национальной экономики;

– усовершенствовать научно-методические основы оценки параметров развития социального предпринимательства;

– обосновать критерии и показатели оценки экономических индикаторов, характеризующих хозяйственную деятельность социальных предприятий различных организационных форм;

– разработать методическое обеспечение развития социального предпринимательства в экономике Российской Федерации;

– сформировать инструментарий развития социальных предприятий различных организационных форм.

Теоретико-методологической основой исследования являются: фундаментальные положения современной экономической теории в части

определения предпринимательских способностей, как отдельного фактора производства; основные положения теории фирмы в части определения субъектов хозяйствования в качестве альтернативы системе рыночно-ценовых механизмов; основные положения концепции социально-рыночной экономики в части определения роли и интересов государства, частного предпринимательства и населения (потребителей) в процессе создания и распределения национального продукта.

В ходе исследования был использован комплекс методов, в частности: анализ, синтез, индукция и дедукция (в процессе исследования теоретико-методических основ развития социального предпринимательства); расчетно-конструктивный, статистический и исторический методы (в процессе аналитического исследования процессов развития социального предпринимательства на национальном, региональном и корпоративном уровнях); системный подход, абстрактно-логический и графический методы (в ходе разработки систем и механизмов обеспечения развития социального предпринимательства в российской федерации).

Информационно-статистическая база исследования: составили действующие нормативно-правовые акты Российской Федерации, официальные данные Федеральной службы государственной статистики (в т. ч. данные управления по Республике Татарстан), данные Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства Федеральной налоговой службы, аналитические материалы Фонда региональных социальных программ «Наше будущее», данные о деятельности хозяйствующих субъектов Центросоюза Российской Федерации, Общероссийской общественной организации инвалидов «Всероссийское ордена Трудового Красного Знамени общество слепых», а также сельскохозяйственных производственных кооперативов, зарегистрированных в Республике Татарстан. В качестве информационной базы исследования также использовались научные публикации по теме диссертации.

Диссертационное исследование соответствует паспорту научной специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством по

специализации (экономика предпринимательства) в т. ч. пунктам: п. 8.1. - Развитие методологии и теории предпринимательства; разработка методики организации предпринимательской деятельности в различных формах предпринимательства; п. 8.6. – Становление и развитие различных форм предпринимательства: организационно-правовых; по масштабу предпринимательской деятельности (малое, среднее, крупное предпринимательство); по сферам предпринимательской деятельности (производство, торгово-финансовая, посредническая и др.), по бизнес-функциям; п. 8.8. – Государственное регулирование и поддержка предпринимательской деятельности, (сущность, принципы, формы, методы); основные направления формирования и развития системы государственного регулирования и поддержки предпринимательства; п. 8.17. - Состояние и перспективы развития межстрановой, национальной и региональных систем предпринимательства.

Научная новизна исследования результатов диссертации состоит в решении важной научной задачи – обосновании новых и усовершенствования существующих положений, а также разработки конструктивных рекомендаций, направленных на обеспечение активизации развития социального предпринимательства в экономике Российской Федерации, которые формируют современные научно-методические основы развития третьего сектора российской экономики и решения ряда актуальных социально-экономических проблем на национальном и региональном уровне.

Наиболее существенными пунктами научной новизны, выносимыми на защиту, выступают следующие:

1. Получили дальнейшее развитие научные положения, направленные на дополнение современной теории социального предпринимательства в части определения его сущностных характеристик, в числе которых выделены следующие: ориентация на создание уникальной (не стандартизированной) социальной ценности; специфические характеристики задействованного человеческого потенциала и предпринимательских способностей; экономическая

эффективность; коллективный характер предпринимательской деятельности; инновационность; социальная эффективность (п. 8.1).

2. Обоснованы структурно-логические схемы функционирования кооперативов и субъектов малого и среднего предпринимательства как основных организационно-правовых форм социального предпринимательства в Российской Федерации, которые с учетом современных нормативных требований и условий хозяйствования в Российской Федерации систематизируют положения, характеризующие динамику элементов внутренней среды предприятий, их функции, инструменты развития, социальную эффективность, а также особенности взаимодействия с факторами внешней среды (п. 8.6).

3. Усовершенствована методика рейтинговой оценки регионов по уровню развития социального предпринимательства в части ее дополнения новыми показателями, которые учитывают динамику численности социальных предприятий, потенциал мобилизации ими ресурсов развития, а также достигнутый уровень развития производственной и потребительской кооперации в сельской местности регионов, что позволяет осуществлять выявление отклонений и несоответствий параметров оценки, а также оперативно осуществлять корректирующие и предупреждающие воздействия субъектами управления на всех уровнях (п. 8.17).

4. Разработана система оценки параметров хозяйственной деятельности социальных предприятий, которая основывается на специфической для данных хозяйствующих субъектов критериальной базе и позволяет количественно оценивать следующие показатели хозяйственной деятельности социальных предпринимательских структур: уровень экономической устойчивости; отношение затрат на оплату труда к затратам на развитие и прибыли; уровень соответствия заработной платы федеральным и региональным социальным стандартам; уровень выполнения предприятиями социальной функции трудоустройства целевой группы лиц (п. 8.17).

5. Разработан механизм развития социального предпринимательства в экономике Российской Федерации, направленный на решение ряда федеральных и

региональных проблем и противоречий в социальной сфере на основе использования специфической системы управления, функционирующей в соответствии с текущими организационными и экономическими условиями, и предполагающей применение инструментов и методов, позволяющих обеспечить рост численности социальных предпринимательских структур, масштабы их хозяйственной деятельности, а также повысить доступность социальных сервисов для населения. (п. 8.8)

6. Разработана методика активизации развития социальных предпринимательских структур, которая обеспечивает достижение цели и результатов их хозяйственной деятельности на основе систематизации организационных, финансовых и материально-технических параметров внутренней среди с учетом текущих и перспективных значений факторов внешней среды, а также предполагает использование систематизированного перечня методов и инструментов, что позволяет: максимизировать экономическую эффективность и создаваемую социальную ценность; согласовывать социальные и экономические параметры хозяйственной деятельности; расширять ресурсную базу и группы заинтересованных сторон (п. 8.1).

Теоретическая значимость исследования заключается в усовершенствовании основных положений современной теории социального предпринимательства с учетом современных российских условий его развития в части обоснования: основных сущностных характеристик социального предпринимательства; соответствия организационных форм социального предпринимательства теоретическим положениям, обосновывающим его экономическую сущность; существующих возможностей адаптации передового зарубежного опыта развития социального предпринимательства с учетом современных тенденций его развития в России.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования разработанного методического аппарата, а также отдельных рекомендаций в государственном регулировании третьего сектора российской экономики, в процессе разработки программ стимулировании развития

социального предпринимательства на национальном и региональном уровне, а также в практике управления отдельными социальными предприятиями. Результаты диссертации внедрены в практическую деятельности Некоммерческой организации «Союз организаций потребительской кооперации Республики Татарстан» («Татпотребсоюз»); Ревизионного союза сельскохозяйственных кооператоров «Кооперативный союз» Республики Татарстан; Казанский кооперативный институт (филиал) автономной некоммерческой образовательной организации высшего образования Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации», что подтверждено справками о внедрении.

Степень достоверности и апробации результатов исследования определяется его широкой информационной и теоретической базой. Был использован ряд общенаучных и экономических методов научного исследования, а также современных и классических теорией предпринимательства. Выводы и рекомендации подтверждаются расчетами, а также внедрены в практику деятельности органов власти и структур потребительской кооперации. Результаты исследования опубликованы в рецензируемых периодических изданиях и материалах конференций.

Основные результаты диссертационного исследования докладывались и обсуждались на научно-практических конференциях различного уровня: Международная научно-практическая конференция «Современная наука: прогнозы, факты, тенденции развития» (г. Чебоксары, 2021 г.), Международный научный форум «Наука и инновации – современные концепции» (г. Москва, 2021 г.), XL Международная научная конференция «European scientific conference» (г.-к. Анапа, 2021), Международная конференция «Process Management and Scientific Developments» (г. Бермингем, Великобритания, 2021).

Публикации. По теме диссертации опубликовано 12 работ общим объемом – 6,24 п.л. (личный вклад автора – 4,91 п.л.), из них 7 статей опубликованы в ведущих рецензируемых научных журналах и изданиях, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией Российской Федерации для опубликования основных научных результатов диссертаций на соискание учёных степеней доктора и

кандидата наук, общим объемом 3,52 п.л. (личный вклад автора – 2,96 п.л.), 1 статья в изданиях, индексируемых в международной базе данных Scopus общий объемом 1,12 п.л., (личный вклад автора – 0,65 п.л.). В них полностью отражены научные результаты исследования, составляющие научную новизну.

Структура и объем диссертации. Структура диссертации включает в себя введение, основную часть, состоящую из трех глав, заключение, где изложены все полученные выводы и рекомендации, списка литературы, включающего 165 источников и 5 приложений. Итоговый объем диссертации – 246 страниц, содержит 47 таблиц и 30 рисунков.

ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

1.1 Социальное предпринимательство: сущность, экономическое содержание и современные особенности

Современная экономика развивается в рамках нового (шестого) технологического уклада. В данный момент формируются контуры нового мирового разделения труда, определяются мировые центры роста и центры потребления, разрабатываются принципиально новые системы расчетов, организации мировой торговли и финансов. Ключевой характеристикой данных процессов является их скорость. Полный жизненный цикл прошлого технологического уклада занял 40 лет и очевидно, что в дальнейшем процессы научно-технического развития будут характеризоваться еще более высокими темпами.

Ориентация на среднемировые темпы экономического роста перестает отвечать требованиям стратегического целеполагания для российской экономики. Скорость создания, освоения и полной коммерциализации научно-технических нововведений позволяет отдельным государствам обеспечивать опережающие темпы экономического развития и переходить к производству принципиально новых товаров в соответствии с передовыми технологиями еще до того, как страны последователи в полной мере освоят технологические процессы от которых отказались лидеры. Накопление отставания в экономическом развитии является одной из основных угроз для экономики многих стран, в т. ч. и России.

Основные драйверы роста современной экономики – нано- и биотехнологии, медицина, транспорт и коммуникации. Основной тренд потребительских рынков – индивидуализация производства и потребления. Сырьевые секторы экономики стремительно теряют свой вес в структуре валового производства по причине ускоренного снижения его энергоемкости и материалоемкости (Рисунок 1.1).

В тоже время, на мировом, национальном и региональном уровне наблюдается усиление тенденций к дальнейшему расслоению населения. Усиливаются межстрановые и региональные диспропорции экономического развития. Углубляется имущественное расслоение. Снижается доступ населения к базовым материальным благам – питьевой воде, продуктам питания и лекарствам. По данным ООН в 2019 г. 800 млн. чел. не имели доступа к электричеству [110].

Все вышеперечисленные обстоятельства определяют объективный характер роста рисков социальных конфликтов. Миграционный кризис в Европе и США, углубление межнациональных конфликтов, рост террористической угрозы – глобальные вызовы, которые в значительной мере провоцируются неравномерным социально-экономическим развитием стран и регионов мира, а также неравномерным доступом населения к базовым материальным ресурсам и социальным услугам [2].

В тоже время, следует отметить то, что в начале XXI в. уже четко просматривались контуры кризиса либеральной модели экономического развития и ее социальной составляющей в виде концепции корпоративной социальной ответственности и этического бизнеса. Коммерческий и гуманитарный потенциал практического применения данных концепций снижался по мере падения доходности консервативны секторов национальных экономик развитых стран, а также переноса ресурсоемких производств в страны с низким уровнем доходов. Следует также учитывать и то, что в рамках данных концепций не предусмотрена реализация социальных инициатив населения и его самоорганизованных групп, что существенно сдерживало их возможности удовлетворять спрос на основе идентификации наиболее острых реально существующих социальных потребностей.

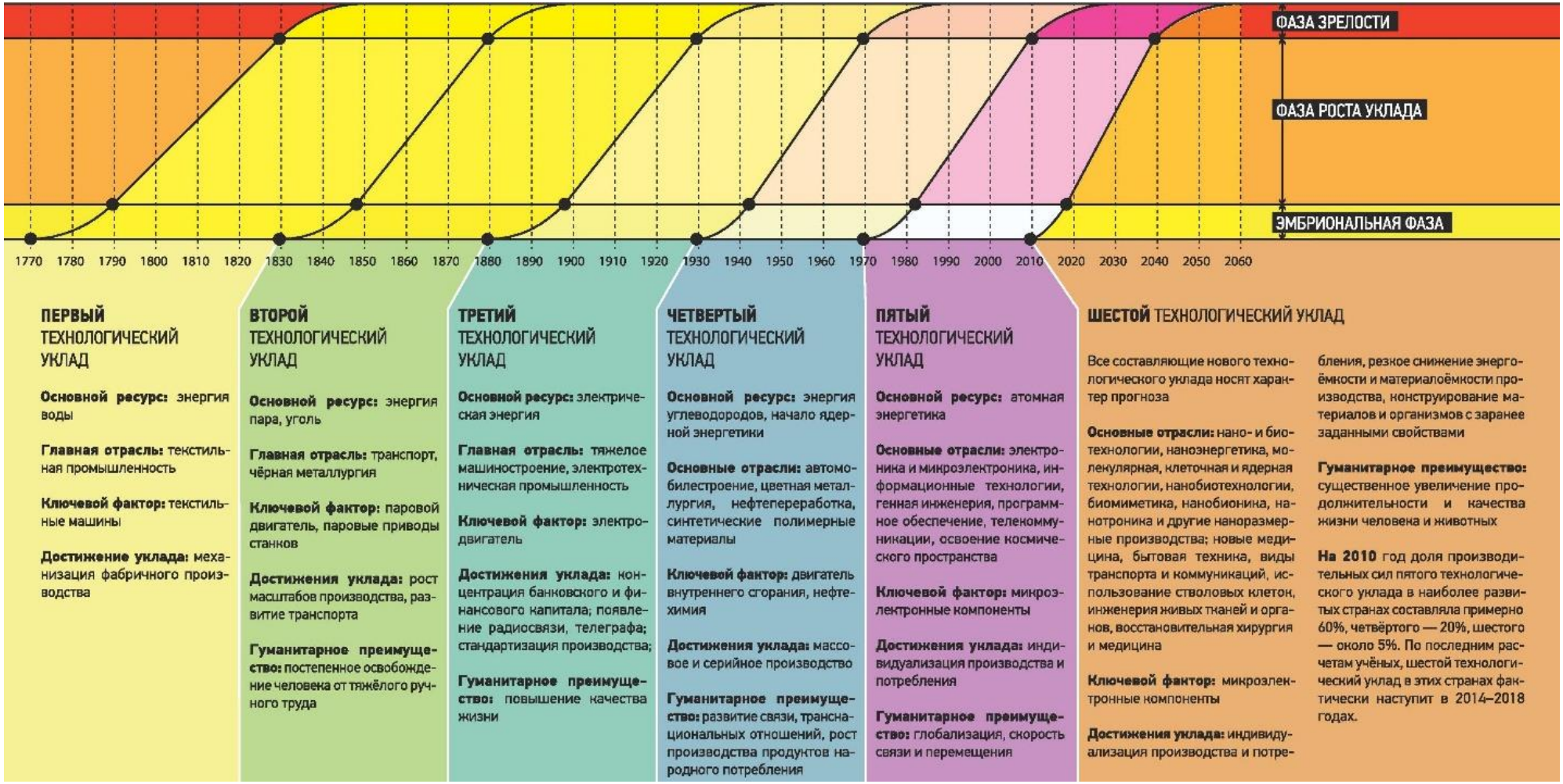


Рисунок 1.1 – Инфографика технологических укладов

Источник: [45]

Развитие российских регионов также характеризуется определенными диспропорциями. По данным экспертного агентства Эксперт РА, по состоянию на 2019 г. в 24 регионах России наблюдается негативная динамика показателей экономического здоровья консолидированного бюджета. В то время, как в целом положительная динамика показателей – у 11. Только у 4 регионов был зарегистрирован устойчивый рост всех показателей. (Рисунок 1.2).

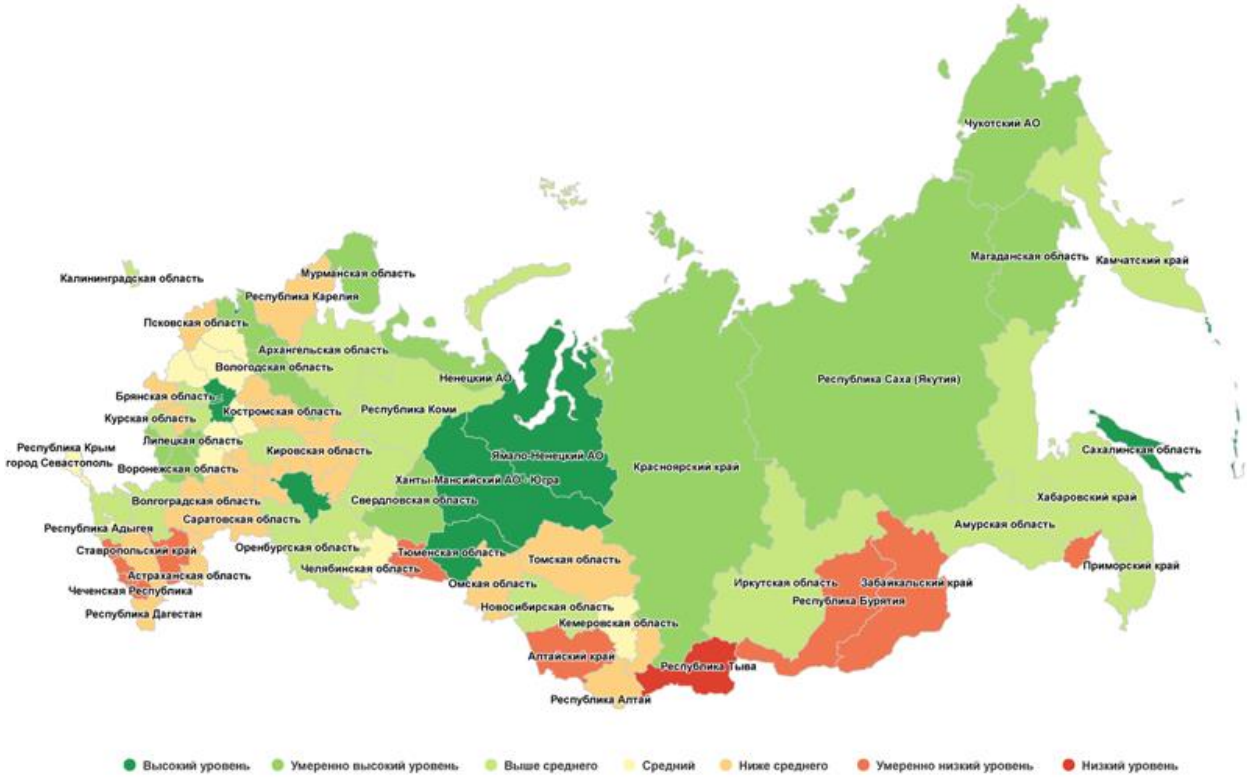


Рисунок 1.2 – Индекс экономического здоровья регионов Российской Федерации в 2019 г. (методология Эксперт РА)

Источник: [123]

Отметим, что вторая половина XX в. характеризовалась социализацией государственной экономической политики большинства стран мира. На уровне конституции многие государства были провозглашены социальными, а образование, медицина, социальное обеспечение и услуги развивались в рамках государственных секторов экономики. Наука (фундаментальная – полностью, прикладная – в значительной мере), инновации и передовые технологии в значительной мере также финансировались из государственных и международных бюджетов. Однако, несмотря на это, централизованное государственное

регулирование экономических процессов в сфере социального развития – не привели к решению проблем назревающего социального кризиса.

В этих условиях возникли и получили развитие гибридные формы взаимодействия экономических агентов: государственно-частное партнерство, некоммерческие организации, социальная ответственность корпораций и социальное предпринимательство [3; 10; 11; 22; 27; 57]. Все вышеперечисленные формы организации экономических агентов возникли с целью решения ряда фундаментальных проблем:

– недостаточность государственных средств и ресурсов для финансирования социальных программ или перспективных сфер общественного развития;

– невозможность решения актуальных социально-экономических проблем при помощи существующих (традиционных или нормативно-регламентированных) средств их решения;

– физическая невозможность охвата государственной социальной политикой всех актуальных социально-экономических проблем общества в условиях усложнения его структуры, дифференциации индивидуальных потребностей и т.д.

Наибольшее развитие из всех гибридных форм взаимодействия экономических агентов в социальной сфере России получило государственно-частное партнерство, корпоративная социальная ответственность и деятельность некоммерческих организаций. Государственно-частное партнерство достаточно активно использовалось в сфере инфраструктурного развития. Корпоративная социальная ответственность получила распространение в крупном бизнесе и была направлена на решение проблем кадрового обеспечения предпринимательских структур, а также в рекламных целях. Деятельность некоммерческих организаций концентрировалась в рамках международных инициатив с соответствующим финансированием, а также в общественно-политической сфере. Наименьшее распространение в российской практике хозяйствования получило социальное предпринимательство.

Концепция социального предпринимательства была сформулирована представителями зарубежной экономической науки [141; 161; 164]. Деятельность социальных предпринимательских структур была обозначена как третий сектор экономики, в рамках которого решаются экономические проблемы, которые не получили соответствующего внимания со стороны государственного сектора экономики и частного бизнеса. Таким образом, социальное предпринимательство, в качестве третьего сектора экономики, было определено как деятельность экономических агентов в социально-ориентированных сферах в направлении расширения доступа граждан к социальным благам, которая фактически заполняет пространство нерешенных социальных проблем, оставшихся без внимания государства и бизнес-сообщества. Признанным основоположником концепции социального предпринимательства является Мохаммад Юнус, который на практике реализовал свою идею микрофинансирования малого бизнеса в сельских районах Бангладеш в 1970-х г.г. Практика выдачи микрокредитов для развития малых семейных предприятий без залога и поручителей под невысокий процент показала высокую эффективность с точки зрения развития предпринимательства. В тоже время уровень невозврата кредитов не превысил 3%, что позволило в последствии расширить данный старт-ап до полноценного коммерческого банка, а опыт реализации данного проекта в последствии был систематизирован и концептуально обоснован в виде авторской теории социального предпринимательства [78].

В России проблематика развития социального предпринимательства была впервые обозначена на уровне политического руководства страны в 2017 г., когда В.В. Путин на встрече с представителями некоммерческих организаций в г. Петрозаводске обозначил потребность принятия закона о социальном предпринимательстве до конца 2017 г. В октябре 2018 г. на форуме организации «Опора России» В.В. Путин еще раз подчеркнул актуальность данной проблемы и обратился к парламентариям с поручением ускорить процесс законотворчества в данной сфере. Впоследствии, 26.07.2019 г. был принят соответствующий Федеральный закон от 26.07.2019 г. № 245-ФЗ «О внесении изменений в

Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» в части закрепления понятий «социальное предпринимательство», «социальное предприятие»» [113] (далее – Закон о Социальном предпринимательстве), который впервые закрепил в отечественном законодательстве понятия социального предпринимательства и социального предприятия.

Таким образом, в нашей стране развитие социального предпринимательства находится на этапе становления. Его развитие требует обоснования концептуальных основ с учетом наиболее существенных достижений мировой экономической науки, адаптированных к российским реалиям развития предпринимательской деятельности.

Несмотря на существенное внимание, которое уделяется в современной научной литературе и периодических изданиях вопросам развития социального предпринимательства в России, данная проблема требует комплексного исследования теоретических, методических и практических аспектов распространения социально-ориентированной предпринимательской инициативы в нашей стране.

Социальное предпринимательство, как объект экономических исследований получило первоначальное развитие в работах иностранных авторов. В зарубежной научной литературе указывается на наличие объективных обстоятельств, определяющих существенное отличие взглядов различных исследователей на экономическую сущность исследуемого явления. Эти обстоятельства объясняются прежде всего существенными отличиями социально-экономических предпосылок социализации предпринимательской деятельности в США, европейских странах и странах Юго-Восточной Азии. Следует также учитывать существенные отличия в моделях, формах организации и ведения традиционных видов предпринимательской деятельности в различных странах.

Обзор зарубежной научной литературы открытого доступа, который был проведен нами при помощи поисковых систем Scopus, Web of Science, Researchgate и Science direct позволил выявить ряд трактовок, позволяющих идентифицировать

основные подходы к определению экономической сущности социального предпринимательства (Приложение А).

Анализа представленных в приложении А трактовок (Таблица 1.1) позволил выделить наиболее существенные характеристики, используемые иностранными авторами для определения экономической сущности социального предпринимательства. Наиболее часто цитируемой характеристикой является инновационный характер бизнес-модели. Предполагается, что социальное предпринимательство – всегда нетривиальный и оригинальный подход к организации хозяйственной деятельности, который ранее не использовался ни в практике государственного сектора экономики ни в коммерческой сфере.

Инновационный характер проявляется как в самом продукте предпринимательской деятельности (принципиально новое социальное благо), так и в походах, применяемых в рамках выбранной модели ведения бизнеса. Более трети проанализированных трактовок определяли социальное предпринимательство как процесс создания уникальной для государственного сектора экономики и/или частного бизнеса потребительской ценности (экономического блага). Другими словами, социальное предпринимательство было определено как третий сектор экономики, который ориентирован на выполнение задач, которые по ряду причин не могут решаться государством или частным бизнесом. Это объясняется низкой рентабельностью данного вида хозяйственной деятельности, отсутствием развитого рынка определенных социальных товаров и услуг, отсутствием возможностей организации хозяйственной деятельности государственными структурами по причине нормативно-правовых ограничений, низкая финансовая эффективность конкретных бизнес-процессов и т.д.

Четверть трактовок социального предпринимательства определяли приоритет хозяйственной деятельности в виде конкретного социального эффекта и/или достижения определенных социальных целей.

Таблица 1.1. – Анализ трактовок социального предпринимательства в зарубежной научной литературе

Характеристики социального предпринимательства / Авторы	Создание уникальной для государственного сектора экономики и/или частного бизнеса потребительской ценности (экономического блага)	Экономическая эффективность не является приоритетом хозяйственной деятельности, но является условием функционирования и развития	Специфические характеристики задействованного человеческого капитала и личностных качеств социального предпринимателя	Инновационный характер бизнес-модели	Приоритет хозяйственной деятельности – общественное благосостояние	Приоритет хозяйственной деятельности – конкретный социальный эффект и/или достижение социальных целей	Перечень функций	Источники ресурсов: волонтерство, краудфандинг, безвозмездная передача активов	Хозяйственная деятельность основывается на морально-этических, социальных и др. принципах	Социальное предпринимательство – адаптированная для решения социальных задач успешная коммерческая бизнес-модель	Общественно-полезная деятельность коммерческих предпринимательских структур, как конкурентное преимущество	Противопоставление коммерческому предпринимательству	Социальное предпринимательство – ответ на общественный запрос
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Estrin S., Mickiewicz T., Stephan U. [144]	+	+	+	+									
Brock D.D., Steiner S. [132]				+	+								
Dees J.G., Haas M. [142]		+	+	+		+							
Dees J.G., Emerson J., Economy P. [141]													
Zappalà G. [164]						+							
Crofts P., Gray M. [138]							+						
Certo S., Miller T. [135]	+	+						+					
Seelos C., Mair J. [156]	+					+			+				
Thompson J. [161]				+						+			
Zadek S., Thake S.	+			+									
Austin J., Stevenson H., Wei-Skillern, J. [126]	+			+		+		+			+	+	
Lauzikas M., Cernikovaite M.E. [148]				+							+		

Продолжение Таблицы 1.1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Chell E., Nicolopoulou K., Karatas-Ozkan M. [136]													+
Adomaviciute E., Janiunaite B., Stuopyte E. [124]	+		+										
Oana G., Shahrazad H. [153]													+
Datta P.B. [139]				+									
Число цитирований характеристики социального предпринимательства	5	3	3	8	1	4	1	2	1	1	2	1	2
Относительная цитируемость характеристики социального предпринимательства	31,3%	18,8%	18,8%	50%	6,3%	25%	6,3%	12,5%	6,3%	6,3%	12,5%	6,3%	12,5%

Источник: разработано автором

В зарубежной литературе также часто указывается на то, что экономическая эффективность не является приоритетом хозяйственной деятельности социальных предпринимательских структур, но является условием их функционирования и развития. Отдельного внимания заслуживает то, что в 18,8% проанализированных трактовок указывается на специфические характеристики задействованного человеческого капитала и личностные качества социальных предпринимателей. В данном случае имеется в виду предпринимательская инициатива социальной направленности, которая выступает основным фактором создания и дальнейшего развития предприятий.

Иностранные авторы также указывают на особый характер источников ресурсов для развития социального предпринимательства. Это прежде всего волонтерство, краудфандинг, безвозмездная передача активов. Также следует учитывать и то, что коммерческие структуры могут реализовывать проекты социальной направленности с целью повышения своей конкурентоспособности (повышение лояльности клиентов, реклама, расширение доли рынка). Аналогично государственные структуры реализуют социальные хозяйственные проекты имиджевого характера. Отметим, что речь в данном случае не идет о корпоративной социальной ответственности в любой из ее форм.

Заслуживает внимание также и точка зрения в соответствии с которой социальное предпринимательство является ответом на соответствующий запрос со стороны общества. Таким образом, при наличии возможностей и ресурсов у общества в конкретный момент времени и на конкретной территории социальное предпринимательство становится реакцией (предложением) на возникший потребительский спрос. В отдельных работах также указывалось на приоритетность повышения общественного благосостояния как результат деятельности социальных предприятий, а также обосновывалась распределительная функция социального предпринимательства [82]. Отметим также подход к трактовке социального предпринимательства через его противопоставление традиционному бизнесу, ориентированному на коммерческий финансовый эффект.

Следует также учитывать точку зрения в соответствии с которой социальное предпринимательство является адаптированной для решения социальных задач успешной коммерческой бизнес-моделью [84]. На наш взгляд, данная точка зрения в значительной мере определяется практическим опытом, на который опирались при написании своей работы исследователи.

Обзор российской научной литературы позволяет сделать вывод о том, что исследуемое явление также находится в фокусе внимания экономических исследований (приложение А). Несмотря на значительную численность работ, посвященных исследуемой тематике, авторские трактовки понятия социального предпринимательства представлены в меньшей части опубликованных работ. Результаты анализа данных трактовок свидетельствуют о том, что в отличии от зарубежного научного сообщества, российские исследователи являются более единодушными во взглядах на экономическую сущность социального предпринимательства (Таблица 1.2).

Такие характеристики как инновационный характер бизнес-модели, а также приоритет хозяйственной деятельности в виде конкретного социального эффекта и/или достижения – в той или иной форме упоминаются в 78% проанализированных работ российских авторов. Эти характеристики также являются основными в зарубежной литературе, однако, такого единства во взглядах иностранных ученых не прослеживается.

Отличительной чертой российского подхода к трактовке социального предпринимательства является также и наличие таких характеристик, которые не упоминаются в зарубежной литературе. Прежде всего речь идет о тиражируемости, масштабируемости и возможности интеграции положительного опыта социальных предпринимательских инициатив (43% проанализированных работ), а также об экономической устойчивости, финансовой независимости от доноров, спонсоров и волонтёров (50% проанализированных работ).

Таблица 1.2 – Анализ трактовок социального предпринимательства в российской научной литературе

Характеристики социального предпринимательства / Авторы	Создание уникальной для государственного сектора экономики и/или частного бизнеса потребительской ценности (экономического блага)	Экономическая эффективность не является приоритетом хозяйственной деятельности, но является условием	Специфические характеристики задействованного человеческого капитала и личностных качеств социального предпринимателя	Инновационный характер бизнес-модели	Приоритет хозяйственной деятельности – конкретный социальный эффект и/или	Источники ресурсов: волонтерство, краудфандинг, безвозмездная передача	Социальное предпринимательство – ответ на общественный запрос	**Тиражируемость, масштабируемость и интеграция положительного опыта**	**Экономическая устойчивость, финансовая независимость от доноров, спонсоров и волонтёров**	**Особый характер имущественных отношений и управления**
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Московская А.А., Соболева И.В. [76]	+	+		+	+					
Клюев А.В. [55]	+		+	+	+				+	
Негруль С. В., Кашпур В. В., Барышев А. А. [80]					+					
Макаревич А. и Сазонова Т. [71]				+	+	+			+	
Шимановская Я.В. [120]	+			+				+	+	
Рожкова Е.В., Мингачева Л.Р. [93]			+		+					
Сурова Н.Ю. [108]	+			+			+	+		
Дегтярева С.В., Дегтярёва Т.О. [34]	+				+				+	
Макарченко М.А., Антонов А.А. [72]			+	+	+				+	
Блинова М.Г. [18]			+	+	+			+	+	
Мухин А.В. [79]			+	+	+					

Продолжение Таблицы 1.2

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Григорьев Ю.А. [31]				+	+			+		
Жохова В. В. [40]	+	+		+				+	+	+
Глоссарий портала фонда региональных социальных программ «Наше Будущее» [114]			+	+	+			+		
Число цитирований характеристики социального предпринимательства	6	2	6	11	11	1	1	6	7	1
Относительная цитируемость характеристики социального предпринимательства	42,86%	14,29%	42,86%	78,57%	78,57%	7,14%	7,14%	42,86%	50%	7,14%

Источник: разработано автором

Российское научное сообщество исходит из того, что одним из условий функционирования социального предприятия является его финансово-экономическая стабильность, автономия и независимость от грантовой и донорской помощи. Волонтерство и краудфандинг также не рассматривается как надежный источник мобилизации ресурсов для предпринимательства (цитируется в 7% проанализированных работ). Тиражируемость, масштабируемость и возможность интеграции положительного опыта социальных предпринимательских инициатив играет значительную роль в современных российских условиях по причине типичности многих социальных проблем в большинстве регионов.

При этом, важно, чтобы бизнес модель могла учитывать значительные экономические, природно-климатические, пространственные, национально-культурные и другие отличия различных регионов и отдельных территорий [83; 122]. Опыт социальных предпринимательских инициатив г. Москвы, г. Санкт-Петербурга, центральных городов Федеральных округов и т.д. часто не имеет потенциала к адаптации для его эффективного использования в сельской местности, отдаленных населенных пунктах Сибири, Дальнего Востока, др. территориях и наоборот. Как и иностранные коллеги, российские исследователи (43% проанализированных работ) рассматривают социальное предпринимательство как создание уникальной для государственного сектора экономики и/или частного бизнеса потребительской ценности (экономического блага), а также указывают на особые характеристики задействованного человеческого капитала и личностных качеств социальных предпринимателей. На наш взгляд, особого внимания заслуживает трактовка сущности социального предприятия, предложенная в работе В.В. Жоховой [40], где указывается на особый характер имущественных отношений и управления в такого рода структурах. В частности: полное реинвестирование всей чистой прибыли в хозяйственную деятельность предприятия, демократическая система управления с элементами общественного контроля, а также приоритет производственной деятельности (источника социального эффекта) над целями получения прибыли (экономическим эффектом). Данные характеристики являются существенными и требуют учета.

Отметим, что, несмотря на то, что в данной работе ни разу не упоминаются кооперативы (ни производственные, ни потребительские), обозначенные В.В. Жоховой характеристики социальных предприятий в наибольшей степени свойственны именно данному типу предпринимательских структур. Анализ содержания трактовок экономической сущности социального предпринимательства в российской и зарубежной научной литературе позволил определить наличие пяти подходов к толкованию исследуемого явления (Таблица 1.3.)

Таблица 1.3 – Подходы к трактовке экономической сущности социального предпринимательства в российской и зарубежной научной литературе

Подходы к трактовке сущности социального предпринимательства	**Авторы**
1	2
Ценностный	Негруль С.В., Кашпур В.В., Барышев А.А. [80]; Жохова В.В. [40]; Estrin S., Mickiewicz T., Stephan U. [144]; Brock D.D., Steiner S. [132]; Zadek S., Thake S. [164]; Lauzikas M., Cernikovaite M.E. [148]
Функциональный	Клюев А.В. [55]; Сурова Н.Ю. [108]; Дегтярева С.В., Дегтярёва Т.О. [34]; Мухин А.В. [79]
Сравнительный	Dees J.G., Emerson J., Economy P. [141]; Zappalà G. [165]
Структурный	Московская А.А., Соболева И.В. [76]; Макаревич А.Н., Сазонова Т.Ю. [71]; Шимановская Я.В.; Блинова М.Г. [18]; Григорьев Ю.А. [31]; Certo S., Miller T. [135]; Seelos C., Mair J. [157]; Austin J., Stevenson H., Wei-Skillern J. [126]
Органический (традиционный)	Рожкова Е.В., Мингачева Л.Р. [93]; Макарченко М.А., Антонов А.А. [72]; Crofts P., Gray M. [138]; Thompson J. [161]

Источник: разработано автором

В рамках **ценностного подхода** социальное предпринимательство прежде всего рассматривается как вид деятельности, направленный на создание уникального и инновационного социального блага, обладающего высокой экономической и социальной ценностью, которая обеспечивает приращение национального благосостояния.

Функциональный подход к трактовке социального предпринимательства предполагает определение в качестве его основных характеристик социальных целей, специфических функций и/или конкретных задач, на решение которых направлена деятельность хозяйственной структуры.

Сравнительный подход основывается на противопоставлении социального предпринимательства традиционной коммерции с выделением отличительных и схожих характеристик.

Структурный подход к трактовке социального предпринимательства предполагает перечисление ряда конкретных характеристик, признаков или составляющих, которые в совокупности определяют экономическую исследуемого явления.

В соответствии с **органическим (традиционным)** подходом, социальное предпринимательство определяется как разновидность коммерческой предпринимательской деятельности в ее традиционном понимании, при этом отличительной особенностью является социальный характер производимых товаров (услуг), а также побочное решение других социальных задач. При этом, экономическая эффективность, ориентация на прибыль и коммерческий интерес учредителей – характеристики, которые также свойственны социальному предпринимательству.

Наличие различных подходов к трактовке экономической сущности социального предпринимательства определяется широтой и многогранностью исследуемого явления. Это в значительной мере определяется различными общественными противоречиями и социально-экономическими предпосылками, которые находятся в основе теорий социального предпринимательства в России и зарубежных странах. Таким образом, актуальной задачей является систематизация и обобщение теоретических подходов к определению сущности социального предпринимательства с учетом объективных условий его возникновения и развития в условиях российской экономики.

Основываясь на результатах анализа, обобщения и систематизации теоретических исследований российских и зарубежных авторов следует сформулировать следующие положения, направленные на дополнение существующей теории социального предпринимательства в России в части определения его экономической сущности [155].

1. **Ориентация на создание уникальной (не стандартизированной) социальной ценности.** Целью социального предпринимательства прежде всего является создание социальной ценности. Данная социальная ценность создается, как ответ на соответствующий запрос общества, который не может быть качественно удовлетворён соответствующими государственными органами, организациями, учреждениями, предприятиями. Социальные предприятия фактически приватизируют часть государственных функций.

Социальное предпринимательство основывается на социальном капитале некоторой организованной общности людей и действует особенно эффективно в условиях локальной общины и/или сообщества людей. Данный инновационный институт развития направлен на решение тех проблем определенной социальной группы, которые государственный сектор не в состоянии удовлетворить, а частный бизнес – игнорирует. Это в значительной мере достигается уникальностью той социальной ценности, которая создается социальными предприятиями.

2. **Специфические характеристики задействованного человеческого потенциала и предпринимательских способностей.** Социальное предпринимательство прежде всего является профессиональной деятельностью индивида или группы лиц, обладающих лично-деловыми качествами, позволяющими сформулировать оригинальную идею, мобилизовать ресурсы, организовать процесс хозяйственной деятельности, оценить операционные риски и реализовать социально-направленную предпринимательскую инициативу. Данная категория предпринимателей сознательно идет на затраты собственного времени и ресурсов с целью достижения социального эффекта. Социальное предпринимательство позволяет данной категории лиц реализовать свой потенциал социальной активности с наибольшей общественный пользой и экономической эффективностью.

3. **Экономическая эффективность предпринимательской деятельности.** Хозяйственная деятельность социального предприятия осуществляется на условиях полной самоокупаемости и экономической эффективности. Прибыль не является конечной целью предприятия, а

рассматривается, как ресурс, используемый для достижения социальных целей. Экономически данное положение реализуется через полное реинвестирование в предприятия всей полученной ими прибыли.

Несмотря на социальные цели, исследуемое явление базируется на общей теории предпринимательства и опирается на ее основополагающие принципы. Таким образом, следует учитывать факторы конкуренции, наличия товаров (услуг) заменителей, объективность влияния фактора спроса (его динамики, эластичности и др. параметров). Таким образом, социальный предприниматель в полной мере использует весь инструментарий управления с целью предотвращения преждевременного прекращения хозяйственной деятельности его предприятия.

4. **Коллективный характер предпринимательской деятельности**. Вне зависимости от количества учредителей, организационно-правовой формы и др. факторов, социальное предпринимательство является практически реализованной, самовоспроизводимой идеей, объединяющей значительной число заинтересованных сторон (стейкхолдеров), которые представлены учредителями, потребителями, трудовым коллективом, поставщиками и др. контрагентами, кредиторами, финансовыми донорами и др. Устойчивость и перспективные параметры развития предприятия зависит в большей мере от числа заинтересованных сторон и уровня их вовлеченности (в т.ч. заинтересованности) в хозяйственную деятельность. В данном случае проявляется кооперативный характер социального предприятия, где каждый из стейкхолдеров прямо или косвенно принимает участие в его создании, функционировании и развитии.

5. **Инновационность предпринимательской деятельности.** Инновационный характер социального предпринимательства прежде всего проявляется в нестандартных подходах, которые используются на этапе формулирования бизнес-идеи. Это могут быть продуктовые инновации (принципиально новый социальный товар или услуга), новые подходы к организации трудоустройства населения (социально-незащищенные слои населения, лица с ограниченными возможностями, пенсионного возраста, одинокие женщины с детьми, освободившиеся из мест лишения свободы из числа

твердо вставших на путь исправления и др. категории граждан), заготовки сырья (закупка товаров, работ, услуг отдельных социально значимых категорий населения или граждан, проживающих в определенной местности), сбыта продукции (реализация социально-значимых товаров определенной категории населения на особых условиях) и организации других бизнес процессов. Инновационность социального предпринимательства проявляется также в том, что это непрерывный процесс усовершенствования, обучения, адаптации передового опыта, поиска новых направлений развития.

Создание социального предприятия предполагает поиск предпринимателем сложившегося и устоявшегося несправедливого общественно-экономического равновесия и разработку нетривиального решения с целью изменения сложившегося баланса с другими параметрами социальной эффективности в новой итерации. Инновационность решений проявляется в поиске новых (скрытых) резервов, незадействованного потенциала и ресурсов.

6. **Социальная эффективность.** Социальный эффект исследуемого явления имеет многогранный характер проявления и может выражаться в: создании рабочих мест, которые объективно не могут существовать в традиционных секторах экономики; формировании и развитии институтов гражданского общества путем непосредственного вовлечения граждан в процессы решения их социальных проблем (повышение ответственности граждан, активизация гражданских инициатив); увеличении численности доступных видов социальных услуг, облегчения доступа к ним и создание эффективных альтернатив системе государственных услуг и сервисов; снижении социальной напряженности и устранении наиболее острых социальных противоречий; улучшении социальной инфраструктуры сельских, отдаленных и депрессивных регионов; вовлечении в активную общественную жизнь маргинализированных социальных групп; эффективном перераспределении общественных ресурсов на цели социального развития, а также достижение более высокого уровня социальной справедливости в обществе и др.

7. **Социальный характер видов предпринимательской деятельности.** Виды хозяйственной деятельности которые могут осуществлять социальные предприятия находятся как в производственной, так и в непроизводственной сферах экономики. Это могут быть социальные услуги населению: здравоохранение, профессиональное обучение и переподготовка, социальная защита, внешкольное образование, услуги ухода за детьми и лицами преклонного возраста, помощь малообеспеченным людям и людям в трудной жизненной ситуации. Отметим также производство социально-значимых товаров, их дистрибуцию и реализацию, переработку мусора и отходов. Следует также учитывать такие социально важные сферы деятельности, где может реализоваться предпринимательская инициатива: культура, спорт, искусство.

Таким образом, социальное предпринимательство следует определить как особый вид хозяйственной деятельности, который основывается на использовании специфического человеческого капитала и предпринимательских способностей, направлен на создание уникальной потребительской ценности (и/или достижение социального эффекта) и характеризуется инновационностью, экономической эффективностью, возможностью тиражирования передового опыта и позитивной практики, а также объединением интересов широкого круга заинтересованных сторон (коллективный характер предпринимательства). Данное определение учитывает все разнообразие взглядов на обоснование экономической сущности явления социального предпринимательства в современных условиях, а также адаптирует наиболее важные положения зарубежной теории социального предпринимательства к актуальным российским условиям их практического применения.

1.2. Организационные формы социального предпринимательства

Анализ отечественной и зарубежной научной литературы показал, что актуальным вопросом теории социального предпринимательства является его

разграничение с другими видами и формами предпринимательской деятельности, а также определение организационных форм в которой оно может быть реализовано в современных российских условиях. Отметим, что ряд зарубежных авторов [140] обосновывали сущность исследуемого явления путем его разграничения с традиционным коммерческим предпринимательством, ориентированным на получение максимальной прибыли. Данный подход позволяет выявить ряд существенных характеристик социального предпринимательства, однако остается нерешенным вопрос его соотношения с другими формами осуществления хозяйственной деятельности, которые в значительной мере соответствуют сформулированному нами определению, а также большей части проанализированных определений российских и зарубежных авторов.

Прежде всего речь идет о деятельности некоммерческих организаций, кооперативов, предприятий, реализующих концепцию социально-ответственного бизнеса, а также индивидуальных предпринимателей, работающих в социальной сфере [5; 14; 24; 28; 59]. В данном случае следует также отметить, что принятый в 2019 г. № 245-ФЗ Закон о Социальном предпринимательстве установил однозначные критерии отнесения предпринимательских структур к данной категории. Однако нормативно-определенная критериальная база имеет строго определенный прикладной характер, который проявляется в сфере налогообложения и распределения государственной поддержки.

На наш взгляд, развитие социального предпринимательства и создание условий для его масштабного тиражирования в России требует учета всех организационных форм его осуществления, что позволит в дальнейшем более эффективно конструировать организационно-экономические, финансовые и административные инструменты его развития.

Отметим также, что Закон о Социальном предпринимательстве вносил поправки в Федеральный закон от 24 июля 2007 года N 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [112] (далее – Закон о развитии МСП), чем фактически ограничивал сферу его применения.

В соответствии с данным законом, социальное предпринимательство было определено, как предпринимательская деятельность, направленная на достижение общественно полезных целей, способствующая решению социальных проблем граждан и общества и осуществляемая в соответствии с условиями, предусмотренными частью 1 статьи 24.1 Закона о развитии МСП. Именно в данной статье закона были закреплены критерии признания социального статуса у предприятия. Данные требования были систематизированы и схематично представлены нами в Таблице 1.4.

Таким образом, согласно действующего законодательства социальными предприятиями могут быть только представители малого и среднего бизнеса, которые в свою очередь удовлетворяют критериям соответствующего закона. Очевидно, что данные нормативные ограничения существенным образом ограничивают возможности применения концепции социального предпринимательства в том виде в котором она развивается на уровне теоретических положений отечественной и зарубежной науки. Следует также отметить и то, что несоответствие ряда предпринимательских структур критериальной базе, закрепленной в нормативном документе, не делает их менее социальными в случае, если они в полной мере соответствуют значительной части обоснованных нами в прошлом параграфе данной работы сущностных теоретических положений концепции социального предпринимательства.

Таблица 1.4 – Нормативные условия признания предпринимательской деятельности социальной в Российской Федерации

Трудоустройство социально незащищенных категорий населения:	**Производство товаров и услуг для социально незащищенных категорий населения:**	**Деятельность, направленную на достижение общественно полезных целей и способствующую решению социальных проблем общества:**
малоимущие граждане;	социально-бытовые услуги;	организация отдыха и оздоровления детей;
одинокие и (или) многодетные родители, воспитывающие несовершеннолетних детей, в т.ч. детей-инвалидов	социально-медицинские услуги, направленных на поддержание и сохранение здоровья: уход, содействие в проведении оздоровительных мероприятий, систематическое наблюдение для выявления отклонений в состоянии здоровья;	психолого-педагогические и иные услуги, направленные на укрепление семьи, обеспечение семейного воспитания детей и поддержки материнства и детства;
лица с ограниченными возможностями здоровья	социально-педагогические услуги, направленные на профилактику отклонений в поведении;	услуги в сфере дошкольного образования и общего образования, дополнительного образования детей;
выпускники детских домов в возрасте до 23 лет;	социально-психологические услуги, предусматривающие оказание помощи в коррекции психологического состояния для адаптации в социальной среде;	психолого-педагогическая, медицинская и социальная помощь обучающимся, испытывающим трудности в освоении основных общеобразовательных программ, развитии и социальной адаптации;
лица, освобожденные из мест лишения свободы с неснятой или непогашенной судимостью	социально-трудовые услуги, направленные на оказание помощи в трудоустройстве и в решении иных проблем, связанных с трудовой адаптацией;	обучение работников и добровольцев (волонтеров) социально ориентированных НКО, направленное на повышение качества их услуг;
другие граждане, признанные нуждающимися в социальном обслуживании	деятельность по созданию условий для беспрепятственного доступа инвалидов к объектам социальной, инженерной, транспортной инфраструктур и пользования средствами транспорта, связи и информации;	культурно-просветительская деятельность (в том числе деятельность частных музеев, театров, библиотек, архивов, школ-студий, творческих мастерских, ботанических и зоологических садов, домов культуры, домов народного творчества);
пенсионеры и граждане предпенсионного возраста	производство и (или) реализация медицинской техники, протезно-ортопедических изделий, программного обеспечения, а также тех. средств, которые могут быть использованы исключительно для профилактики инвалидности или реабилитации (абилитации) инвалидов;	услуги, направленные на развитие межнационального сотрудничества, сохранение и защиту самобытности, культуры, языков и традиций народов Российской Федерации;
лица без определенного места жительства и занятий	деятельность по организации отдыха и оздоровления инвалидов и пенсионеров;	выпуск периодических печатных изданий и книжной продукции, связанной с образованием, наукой и культурой
беженцы и вынужденные переселенцы	деятельность по оказанию услуг в сфере дополнительного образования;	
В штате предприятия должно быть не менее 50% данных категорий лиц, их общая численность – не менее 2 чел., а их заработная плата должна составлять не менее 25% фонда оплаты труда	услуги по повышению коммуникативного потенциала, реабилитации и социальной адаптации, услуги по социальному сопровождению;	
	Доля доходов от данных видов деятельности не менее 50%, не менее 50 % прибыли реинвестируется в предприятие	
Выручка до 2 млрд. руб. в год, среднесписочная численность персонала до 200 чел.		

Источник: разработано автором на основе [113]

Актуальность задачи идентификации всех организационных форм социального предпринимательства в Российской Федерации является высокой и требует приложения соответствующих научных усилий. Решение данного вопроса на наш взгляд следует осуществлять путем проверки соответствия существующих организационных форм социального предпринимательства предложенным нами семи теоретическим положениям, обосновывающим его сущность. Результаты данного сопоставления представлены в Таблице 1.5., где было осуществлено сравнение: некоммерческих организаций; кооперативов (производственных и потребительских); предприятий, реализующих концепцию социально-ответственного бизнеса (корпоративной социальной ответственности); государственных и муниципальных унитарных предприятий, учреждений и организаций социальной сферы; товариществ собственников жилья; индивидуальных предпринимателей и предприятий малого и среднего бизнеса.

Из всех организационных форм социального предпринимательства наиболее соответствующими обоснованным нами сущностным характеристикам соответствуют кооперативы и коммерческие предпринимательские структуры (индивидуальные предприниматели и другие организационно-правовые формы предприятий малого и среднего бизнеса) со статусом социального предприятия.

Отметим, что коммерческие предприятия относятся к социальным предпринимательским структурам, в случае если они осуществляют трудоустройство социально незащищенных слоев населения или работают в социальных видах деятельности, которые являются для них профильными, а не сопутствующими (критерий – установленная минимальная часть выручки и прибыли от социальных видов деятельности) [63; 68].

Таблица 1.5 – Соответствие организационных форм социального предпринимательства теоретическим положениям, обосновывающим его экономическую сущность

	Некоммерческие организации (социально-ориентированные НКО)	Кооперативы	Предприятия, реализующие концепцию социально-ответственного бизнеса	Гос. и муниц. предприятия, учреждения и организации соц. сферы	Товарищества собственников жилья	Индивидуальные предприниматели, предприятия малого и среднего бизнеса
1	2	3	4	5	6	7
1. Ориентация на создание уникальной (не стандартизированной) социальной ценности	(+) Изначально создается для создания социальной ценности, которая не может быть оценена и не является объектом гражданского оборота	(+) Кооперация возникает в ситуациях, когда традиционная форма товарно-денежных отношений не может быть реализована или является менее эффективной. Создаваемое экономическое благо имеет социальный характер, т.к. создается обособленной социальной общностью	(+/-) Создаваемая социальная ценность является побочной и направлена на увеличение коммерческих показателей предпринимательской структуры	(+/-) Создаваемая социальная ценность не является уникальной. Имеет альтернативы и товары (услуги) заменители, которые предлагаются аналогичными организациями или частными структурами на платной основе	(+) Изначально создается для создания социальной ценности, которая не может быть полезно использована вне объекта ее создания. Данная ценность не является объектом гражданского оборота напрямую и не может быть отчуждена	(+) Наиболее мобильная и адаптивная из организационных форм, каждый из товаров (услуг) социального назначения который ими производится обладает уникальными потребительскими свойствами
2. Специфические характеристики задействованного человеческого потенциала и предпринимательских способностей	(+/-) Данная организационная форма основывается на специфических (уникальных) характеристиках задействованного человеческого потенциала, но не предполагает (часто объективно не имеет) использование фактора предпринимательских способностей	(+) Данная организационная форма основывается на специфических (уникальных) характеристиках задействованного человеческого потенциала, не может быть создана без использования фактора предпринимательских способностей и организаторского таланта	(+/-) Реализация концепции социально-ответственного бизнеса – в значительной мере результат использования фактора предпринимательских способностей	(+/-) Данная организационная форма основывается на специфических (уникальных) характеристиках задействованного человеческого потенциала (педагоги, социальные работники и др.), но не предполагает использование фактора предпринимательских способностей	(+/-) Данная организационная форма основывается на специфических организаторских способностях, предполагает некоторое использование фактора предпринимательских способностей	(+) Данная организационная форма основывается на специфических (уникальных) характеристиках задействованного человеческого потенциала, не может быть создана без использования фактора предпринимательских способностей

Продолжение Таблицы 1.5

1	2	3	4	5	6	7
3. Экономическая эффективность предпринимательской деятельности	(-) Не является условием функционирования и развития. Источники ресурсов: взносы участников, гос. дотации, гранты, волонтерство, добровольные пожертвования, средства и ресурсы меценатов и др. финансовых доноров	(+) Экономическая сущность эффективного кооператива не предполагает получение прибыли, при условии создания дополнительных экономических выгод (добавленной стоимости) для его участников	(+) Ориентация на получение и максимизацию прибыли. Социальная ответственность – фактор роста прибыли в дальнейшей перспективе	(-) Деятельность убыточная изначально и субсидируется государством или муниципалитетом	(-) Экономический эффект на прямую не создается. Не может быть точно экономически оценен, только косвеные расчеты	(+) Ориентация на получение и максимизацию прибыли. Социальный характер деятельности – результат выбора вида хозяйственной деятельности
4. Коллективный характер предпринимательской деятельности	(+) Создаются коллективом единомышленников для реализации социальных инициатив. Развитие организации практически всегда связано с ростом численности ее членов	(+) Создаются коллективом единомышленников для достижения экономических целей. Развитие кооператива практически всегда связано с углублением взаимодействия в рамках сообщества ее участников	(+/-) коллективный характер определяется масштабом распространения социальных благ между их потребителями и бюджетом социальной программы	(+/-) Деятельность предприятия, учреждения или организаций в значительной мере зависит от взаимодействия членов коллектива. Низкое взаимодействие не является угрозой организации	(+) Эффективная работа организации определяется уровнем взаимодействия и вовлеченности всего коллектива собственников	(+) Малая численность персонала и ограниченный круг заинтересованных сторон (потребителей, поставщиков, контрагентов)
5. Инновационность предпринимательской деятельности	(+) инновационный характер – основное условие возникновения и развития организации	(+/-) инновационность в меньшей степени проявляется в особенностях создаваемой потребительской стоимости. В большей мере присутствуют организационные и корпоративные инновации	(+) социальные инициативы практически всегда – инновационны, что является фактором рыночной дифференциации	(-) Производятся товары и услуги в соответствии с государственным стандартом	(-) Производятся услуги, которые могут быть закуплены по аутсорсингу	(+) Хозяйственная деятельность практически всегда основывается на оригинальном видении рыночной ситуации, существующих возможностей и собственной оценке рисков

Продолжение Таблицы 1.5

1	2	3	4	5	6	7
6. Социальная эффективность	(+) Основная цель создания и функционирования организации – получение социального эффекта	(+) кооператив создается в ситуации, когда ни государство ни коммерческие структуры не могут удовлетворить социально-экономические потребности граждан	(+) Цель программ социальной ответственности – получение социального эффекта	(+) Основная цель создания и функционирования организации – получение социального эффекта	(+) Основная цель создания и функционирования организации – получение социального эффекта	(+) Деятельность МСП даже без производства социальных товаров и услуг создает социальный эффект, который усиливается социальным характером деятельности
7. Социальный характер видов предпринимательской деятельности	(+) Социальное обслуживание, социальная защита, деятельность в сфере культуры, искусства, спорта, охраны окружающей среды, работа с социально незащищенными слоями населения, людьми больными алкоголизмом, наркоманией и с другими социальными девиациями и др.	(+) Повышение занятости и эффективности хозяйственной деятельности в сельской местности, отдаленных и депрессивных территориях	(+) Благотворительность, меценатство, социальная защита сотрудников, их семей и др. лиц, повышенные стандарты ведения предпринимательской деятельности	(+) Социальное обслуживание, социальная защита, деятельность в сфере культуры, искусства, спорта, охраны окружающей среды, работа с социально незащищенными слоями населения, людьми больными алкоголизмом, наркоманией и с другими социальными девиациями и др.	(+) жилищно-коммунальная сфера	(+) все виды предпринимательской деятельности социального характера, в т.ч. перечисленные в Законе о развитии МСП
Итого (%)	5,5 (79%)	6,5 (93%)	5,5 (79%)	3,5 (50%)	4,5 (64%)	7 (100%)

Источник: разработано автором

В тоже время, результаты анализа соответствия кооперативов теоретическим положениям, обосновывающим экономическую сущность социального предпринимательства, позволяют сделать вывод, что данная организационная форма ведения хозяйственной деятельности имеет социальный характер вне зависимости от категорий наемного персонала, а также выбранных видов деятельности. Кооператив, как форма организации предпринимательства – изначально направлен на достижение социальных целей на условиях самоокупаемости. Это инициативная, рискованная деятельность, предполагающая объединение широкого круга лиц в том числе и с их непосредственным трудовым участием (для производственных кооперативов). Кооперация экономически обоснованно возникает тогда, когда традиционная форма товарно-денежных отношений не может быть реализована или является менее эффективной. Создаваемое экономическое благо (добавленная стоимость) имеет прежде всего социальный характер, т.к. создается обособленной социальной общностью, которая сформировалась для решения тех вопросов, которые некому отдать на аутсорсинг и которые не могут быть решены при помощи государственных сервисов поддержки предпринимательской деятельности. Актуальная структурно-логическая схема функционирования кооперативов, как формы социального предпринимательства представлена на Рисунке 1.3.

Отметим также, что кооператив – это всегда сообщество людей, их добровольное объединение, что соответственно требует применения особого организационного и предпринимательского таланта для его создания. В тоже время, учитывая коллективный характер принятия решения и формирования активов, развитие кооперативов – прежде всего результат реинвестиций, т.е. вложения прибыли в увеличение масштабов хозяйственной деятельности. В отличии от социальных предприятий – это не установленное законом требование, а устоявшийся способ мобилизации ресурсов для предпринимательских структур с такого рода организационной формой.

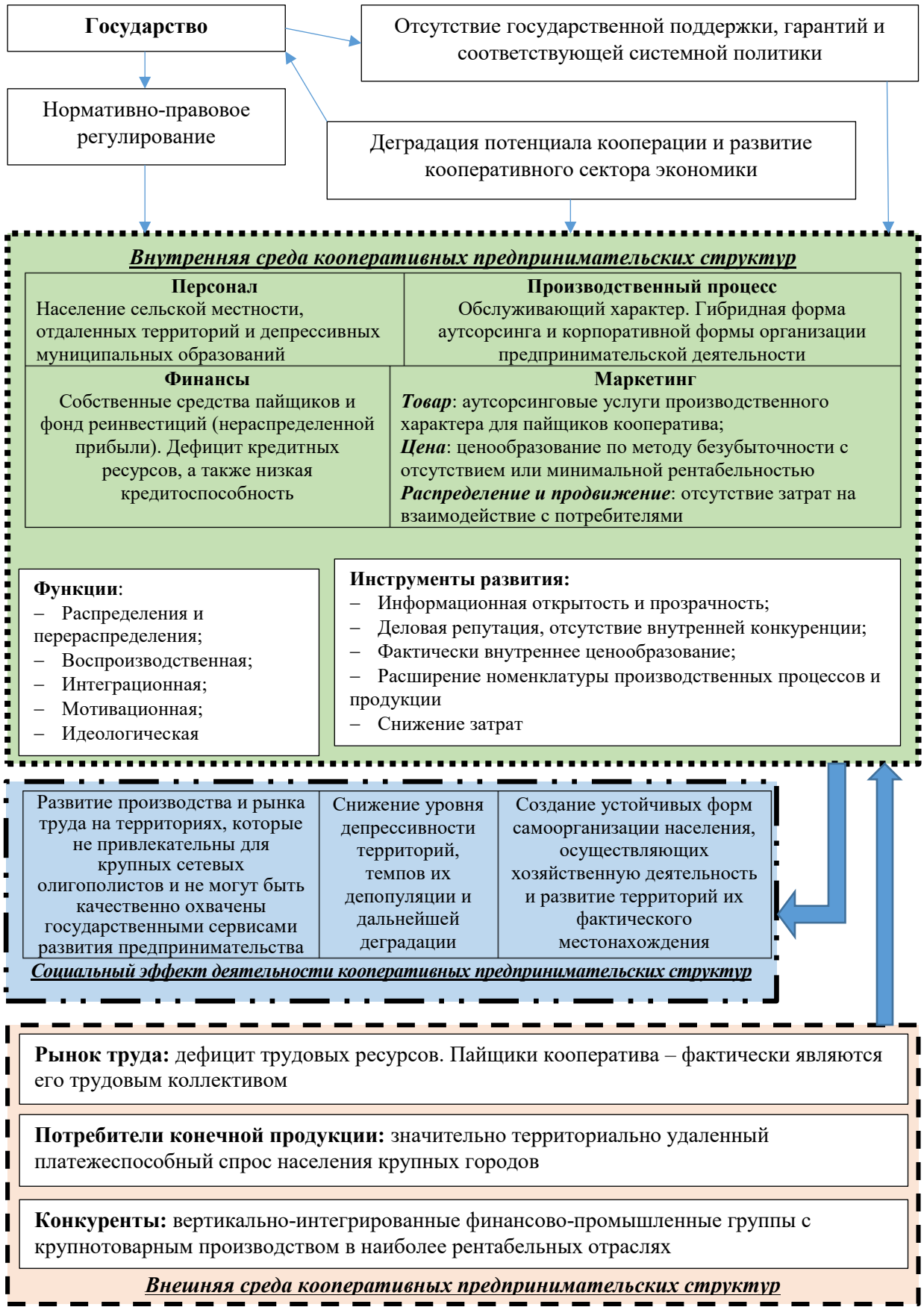


Рисунок 1.3 – Структурно-логическая схема функционирования кооперативов, как формы социального предпринимательства

Источник: разработано автором

Единственная характеристика, не позволяющая сделать вывод о полном соответствии кооперативов обоснованным нами теоретическим положениям об экономической сущности социального предпринимательства – инновационность. Инновационность хозяйственной деятельности кооперативов в меньшей степени проявляется в особенностях создаваемой потребительской стоимости. Справедливо будет отметить, что производственные и потребительские кооперативы в большей мере связаны с достаточно консервативными видами экономической деятельности – торговлей и сельским хозяйством. Однако, на наш взгляд здесь следует отметить, что именно кооперация является наиболее эффективным способом продвижения инноваций среди представителей малого и среднего бизнеса в сельских, отдаленных и депрессивных территориях.

Данная категория предпринимателей объективно не может быть обеспечена свободным доступом к дорогостоящим и технически сложным инновационным производственным решениям [73; 74]. Отметим также наличие высокого квалификационного барьера к современным нововведениям в сфере производства товаров и услуг. Очевидно, что кооперация и объединение усилий предпринимателей, а также других мелкотоварных производителей с целью освоения передовых разработок российской науки – достаточно перспективное направление их обоюдного (российской науки и МСП сельских, отдаленных и депрессивных территорий [7]) дальнейшего развития. Следует также учитывать и то, что создание эффективного кооператива в непривлекательных для частного бизнеса муниципальных образованиях сегодня в значительной мере связано с организационными и корпоративными инновациями, которые должны обеспечить формирование коммуницирующего сообщества с общими целями на пространстве нескольких территориально распределенных населенных пунктов.

Все вышеперечисленные особенности кооперативной формы организации предпринимательской деятельности (как производственной, так и потребительской разновидностей) – особенно актуальны для современных российских условий. Урбанизация, низкая плотность населения в Сибирском и Дальневосточном федеральных округах – являются факторами, обуславливающими потребность

развития кооперации как формы социального предпринимательства, направленного на предотвращение социально-экономической деградации территорий. Следует также учитывать, что темпы снижения численности населения в сельской местности ряда регионов Центрального, Южного, Приволжского и Северо-Западного федеральных округов также следует рассматривать, как существенную предпосылку для поиска эффективных мер стимулирования кооперации, как социального предпринимательства на данных территориях.

Деятельность кооперативов как организационной формы социального предпринимательства направлена на выполнение следующих функций:

– распределения и перераспределения – формирование добавленной стоимости за счет эффекта масштаба и ее распределение между пайщиками обслуживающего кооператива с последующим перераспределением в случае дальнейшей реализации готовой продукции через сбытовой кооператив;

– воспроизводственная – сохранение и воспроизводство капитала (экономического и человеческого) в определенном муниципальном образовании;

– интеграционная – вертикальная и горизонтальная интеграция предпринимательских структур с целью повышения оборота и товарности всей производственной цепочки, а также качества продукции за счет эффектов масштаба и синергии;

– мотивационная – основана на стремлении увеличения вклада каждым из пайщиков для увеличения своего участия в результатах хозяйственной деятельности [77];

– идеологическая – повышение гражданского самосознания, коллективизма, ответственности за общий результат.

В числе основных инструментов развития кооперативов, как формы социального предпринимательства следует отметить следующие:

– информационная открытость и прозрачность (понятная структура управления, формирования активов, ведения хозяйственной деятельности и

распределения ее результатов позволяют существенно повысить привлекательность кооперативов для их потенциальных пайщиков);

– деловая репутация и отсутствие внутренней конкуренции также существенно мотивируют потенциальных пайщиков;

– фактически внутреннее ценообразование является основным конкурентным преимуществом обслуживающих кооперативов. Закупка аутсорсинговых технологических процессов фактически осуществляется по цене их себестоимости;

– расширение номенклатуры производственных процессов и продукции позволяет существенно расширить ассортимент, углубить степень переработки сырья и повысить товарность производства с соответствующим ростом добавленной стоимости;

– снижение затрат достигается за счет снижения транзакционных издержек, которые становятся внутренними хозяйственными операциями кооператива.

В качестве примера практической реализации социального предпринимательства кооперативными структурами следует отметить деятельность Центросоюза Российской Федерации, а также входящих в его структуру потребительских кооперативов и их союзов (региональных подразделений Центросоюза). Наиболее характерным примером является реализация программы автолавок, которые осуществляют выездное торговое и сервисное обслуживание населения в малонаселенных отдаленных населенных пунктах. Данный вид сервиса не является высокорентабельным направлением бизнеса, что определяет его низкую привлекательность для коммерческих предпринимательских структур.

Центросоюз Российской Федерации выступил в качестве институционального субъекта, осуществив построение бизнес модели социальной предпринимательской деятельности и инфраструктуры ее развития путем объединения возможностей и усилий региональных властей, крупных бизнес-структур и потребительских кооперативов в регионах. На уровне отдельных

субъектов Российской Федерации Центросоюзу и его территориальным подразделениям удалось обеспечить принятие региональных программ поддержки развития социальных предпринимательских инициатив. В качестве примеров следует отметить Республики Татарстан и Хакасия, Нижегородскую, Калининградскую, Тульскую области и др. регионы страны. В данных регионах приняты региональные программы поддержки потребительской кооперации, выделяются субсидии и микрогранты на софинансирование приобретения новых автолавок.

Центросоюз организовал эффективное взаимодействие с автопроизводителями (ГАЗ, УАЗ, Форд-Соллерс), которые начали выпуск специальной техники для организации выездной торговли, заготовки сельскохозяйственного сырья и др. операций в рамках потребительской кооперации. Партнерство Центросоюза и Сбербанка России позволило расширить программу автолавок за счет предоставления услуг доступа населения к банкоматам. «Сбербанк лизинг» осуществляет финансирование операций по закупке автолавок потребительскими обществами в регионах. Помимо выгодных условий лизинга автолавок, Центросоюз обеспечивает получение существенных скидок со стороны производителей автотехники, а также способствует выделению региональных субсидий. Таким образом, Центросоюз создает максимально эффективные условия для масштабирования данной социальной предпринимательской инициативы в регионах Российской Федерации. К 2022 г. предполагается увеличить численность автолавок в региональных потребительских союзах до 1,5 тыс. ед., что позволит существенным образом расширить охват социальной торговли и обслуживания населения в малонаселенных и отдаленных населенных пунктах.

Данная концепция (участие потребкооперации в социальном обслуживании населения) в полной мере соответствует теоретическим основам, обоснованным в работах российских авторов [35; 65; 87; 89; 100].

Схема функционирования индивидуальных предпринимателей и других организационных форм МСП, как социальных предпринимательских структур

существенно отличается от деятельности кооперативов. Данная организационная форма социального предпринимательства, как и любой другой частный бизнес в большей мере чувствительна к внешней рыночной конъюнктуре и деловому климату на соответствующей территории [64; 67]. Как и любой другой малый и средний бизнес данная форма предпринимательства в большей мере свойственна крупным и относительно крупным муниципальным образованиям, где существует возможность функционирования рынка услуг, в котором чаще всего и сосредоточено социальное предпринимательство. Структурно-логическая схема функционирования индивидуальных предпринимателей и других организационных форм МСП, как социальных предпринимательских структур представлена на Рисунке 1.4.

Внутренняя среда такого рода предпринимательских структур имеет определенную специфику. Персонал – преимущественно социально-незащищенные слои населения. Это также специалисты с высоким уровнем гражданского самосознания [36; 85]. Производственный процесс сосредоточен на предоставлении социально-значимых услуг и/или мелкосерийном, штучном производстве, ориентированном на конкретные социальные группы населения [16; 43; 46; 69; 95; 100; 105]. Финансовая подсистема внутреннего экономического механизма социальных предпринимательских структур характеризуется отсутствием значительных резервов, незначительными объемами первоначальных вложений, низкой финансовой устойчивостью и кредитоспособностью. [29; 33; 81; 88; 101; 115; 118].

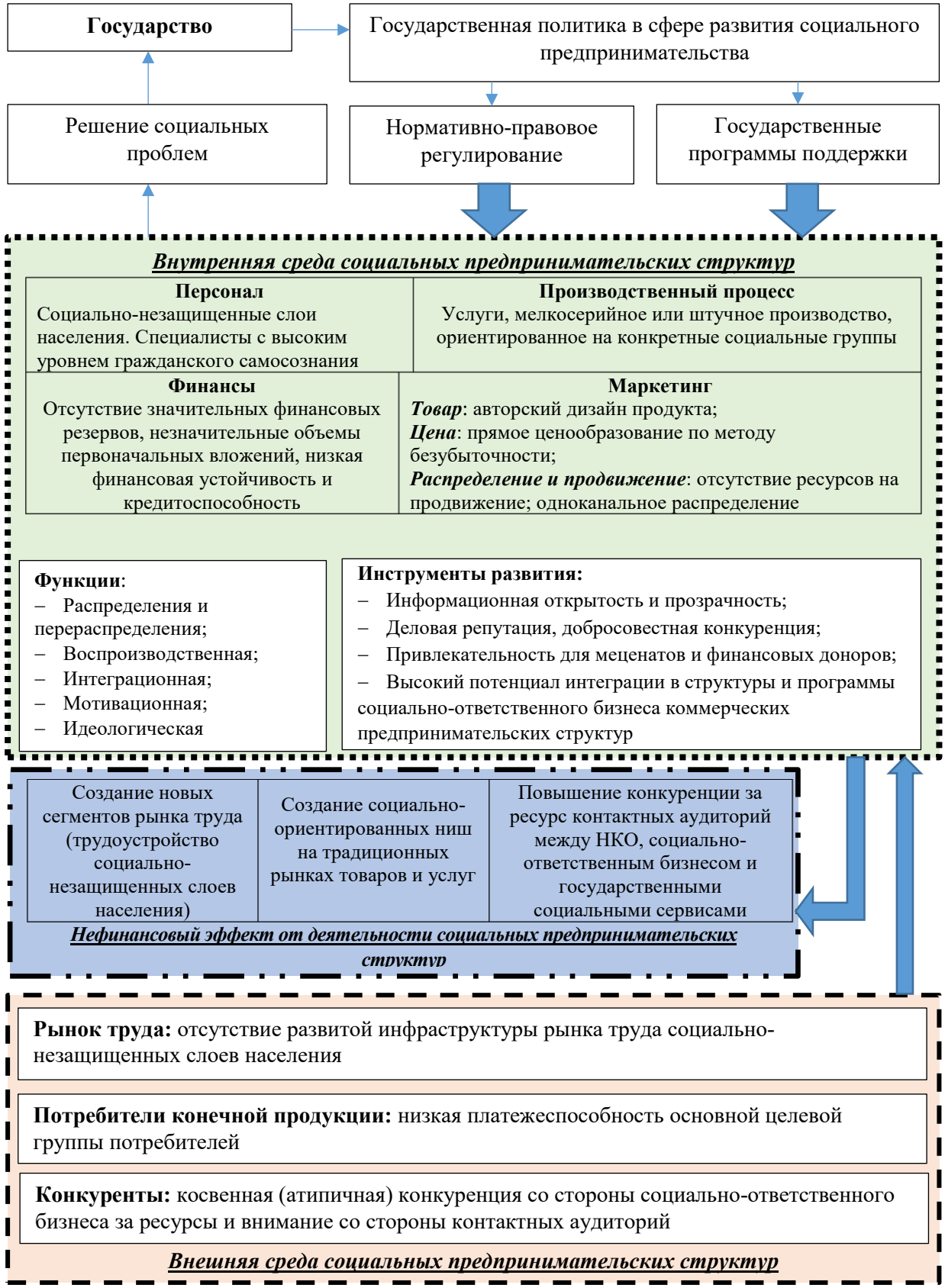


Рисунок 1.4 – Структурно-логическая схема функционирования индивидуальных предпринимателей и других организационных форм МСП, как социальных предпринимательских структур

Источник: разработано автором

Комплекс маркетинга социальных предпринимательских структур также имеет существенные особенности. Товар чаще всего представлен продукцией авторского дизайна или услугами с высокой степенью индивидуализации. Стоимость товаров/услуг формируется путем прямого ценообразование по методу безубыточности.

Уровень рентабельности определяется не состоянием конкурентной среды и/или эластичностью спроса, а требуемым объемом инвестиций для обеспечения воспроизводства и повышения доступности, а также качественных характеристик товаров/услуг. Социальные предпринимательские услуги не имеют достаточной рекламы по причине отсутствия финансовых и организационных ресурсов на продвижение их продукции на рынке.

Отметим также, что сама концепция социального предпринимательства не предполагает альтернативность реинвестиций затратам на рыночное продвижение, которые рассматриваются как нерациональное использование ресурсов в ущерб возможностям расширения и/или модернизации основных операционных процессов [108; 111; 119]. Распределение продукции – прямое, одноканальное. Товар переходит от производителя к потребителю без посредников и других рыночных агентов распределения.

Деятельность индивидуальных предпринимателей и других организационных форм МСП, как социальных предпринимательских структур направлена на выполнение тех же функций, что и у кооперативов. Однако, данные функции имеют другое содержание:

– распределение и перераспределение: распределение мобилизованных ресурсов и средств социального предприятия (активы, государственная поддержка, ресурсы меценатов и финансовых доноров) между бизнес-процессами производства социально-значимого блага и его последующее перераспределение между потребителями (социально-незащищенными гражданами);

– воспроизводственная – сохранение и воспроизводство социально-ориентированного капитала (экономического и человеческого) с целью расширения дальнейшей социальной предпринимательской деятельности, в т.ч. за

счет тиражирования и масштабирования позитивного опыта эффективных бизнес-моделей;

– интеграционная – объединение широкого круга контактных аудиторий и заинтересованных сторон вокруг социально-ориентированного бизнес-процесса;

– мотивационная – расширение практики социального предпринимательства и тиражирование позитивного опыта за счет успешной реализации проектов решения важных социальных проблем на основе бизнес-подхода;

– идеологическая – повышение гражданского самосознания, коллективизма, ответственности за общий результат всех контактных аудиторий и заинтересованных сторон, объединенных проектом социального предприятия.

В качестве основных нефинансовых результатов деятельности социальных предприятий следует отметить следующие [25; 44; 49; 90]:

– создание новых сегментов рынка труда (трудоустройство социально-незащищенных слоев населения);

– создание социально-ориентированных ниш на традиционных рынках товаров и услуг;

– повышение конкуренции за ресурс контактных аудиторий между НКО, социально-ответственным бизнесом и государственными социальными сервисами.

Таким образом, следует сформулировать вывод о том, что российский сектор социального предпринимательства представлен двумя типами форм организации хозяйственной деятельности – кооперативами (производственными и потребительскими), а также индивидуальными предпринимателями и другими организационными формами малого и среднего бизнеса. Другие организационные формы социального предпринимательства, которые так или иначе рассматриваются в научной литературе не обладают настолько полным набором характеристик, определяющим их как формы хозяйственной деятельности социальной направленности.

Отметим, что представленные структурно-логические схемы наглядно показывают, что данные организационные формы социального

предпринимательства не являются взаимоисключающими, а направлены на решение различных социальных проблем и выполняют разные функции. Учитывая то, что малые и средние предпринимательские структуры имеют законодательное определение критериев получения социального статуса, а также могут пользоваться ресурсами и возможностями государственных программ развития, актуальной, на наш взгляд, задачей является разработка аналитического инструментария оценки их деятельности, а также методических основ обеспечения эффективного развития сектора социального предпринимательства в российской экономике.

В тоже время, учитывая то, что кооперативы (как производственные так и потребительские) ни на уровне теории, ни на уровне практики (государственная политика в сфере поддержки предпринимательства, в т.ч. и социального) не рассматриваются как субъекты социального предпринимательства, на наш взгляд, актуальной задачей является разработка обоснованной критериальной базы предоставления статуса социального предприятия кооперативам, а также совершенствование инструментария развития кооперативов, как субъектов сектора социального предпринимательства в российской экономике.

1.3. Анализ существующих возможностей адаптации передового зарубежного опыта развития социального предпринимательства с учетом современных тенденций его развития в России

Социальное предпринимательство в современных условиях является одним из наиболее динамично развивающихся направлений бизнеса в мире. Актуальность и универсальность данной концепции позволяет эффективно использовать ее на практике, как в экономически развитых странах, так и в странах с переходной экономикой, а также развивающихся странах с низким уровнем национального дохода [47; 16; 62; 66].

Одним из перспективных направлений эффективного научно-методического обеспечения развития социального предпринимательства в Российской Федерации является анализ, систематизация и обобщение передового зарубежного опыта. Идентификация перспективных зарубежных моделей развития социального предпринимательства позволяет использовать их потенциал в различных отраслях народного хозяйства, а также учитывать региональную специфику, что позволяет более оперативно осуществлять внедрение зарубежных практик. Целый ряд зарубежных стран имеют значительно больший по сравнению с Россией опыт создания и развития института социального предпринимательства в их национальных экономиках.

Учитывая то, что концепция социального предпринимательства является достаточно новой в мировой практике, в нашей стране данная новация практически не применялась. Отсутствие достаточного опыта и апробированных моделей с высоким потенциалом эффективного тиражирования и масштабирования определяют актуальность вопроса анализа передового зарубежного опыта развития социального предпринимательства и выявления существующих возможностей его адаптации с учетом современных тенденций развития такого рода деловой активности в регионах Российской Федерации.

В развитых странах социальное предпринимательство выполняет прежде всего аллокационную функцию, перераспределяя избыточные ресурсы отдельных регионов, отраслей, слоев населения и индивидов в наиболее актуальные с точки зрения текущей социальной повестки направления. В развивающихся странах, которые в большинстве своем являются энергодефицитными, не имеют промышленного базиса, инфраструктуры и других основ современной экономики, социальное предпринимательство становится одной из немногих альтернатив создания новых рабочих мест и организации социального обслуживания населения.

Именно в странах с низким уровнем дохода социальное предпринимательство было впервые на практике внедрено (Рисунок 1.5). С учетом значительного потенциала данной формы организации деловой активности и практически отсутствующей социальной группы предпринимателей (как

общественной страты или класса) был получен наибольший социально-экономический эффект. Небольшие инвестиционные вложения, государственная поддержка и значительный эффект масштаба (в условиях практически полного делового вакуума) позволили достаточно быстро получить ощутимые результаты.

Рисунок 1.5 – Основные характеристики развития социального предпринимательства в странах с развивающейся экономикой

Источник: разработано автором

В странах с развивающейся экономикой развитие социального предпринимательства прежде всего ориентировано на решение вопросов занятости. В данной случае речь идет о традиционных видах экономической деятельности: розничная торговля, сервис, сельское хозяйство и др. Социальный

характер предпринимательства проявляется в снижении уровня социально-экономической депрессии за счет решения ключевого вопроса для стран с данным типом экономического развития – безработицы. Как следствие, инфраструктурное обеспечение и нормативно-правовое регулирование играют значительно-меньшую роль в развитии социального предпринимательства по сравнению с микрогрантами и кредитованием. Финансовый ресурс – приоритетное условие развития социального предпринимательства в странах с развивающейся экономикой.

В странах с развитой экономикой социальное предпринимательство – третий сектор экономики, удовлетворяющий спрос значительного количества агентов с высокой дифференциацией потребностей (Рисунок 1.6). Уровень экономического развития и национального дохода позволяет создавать новый сектор экономики, позволяющий на более высоком уровне (по сравнению с традиционными социальными институтами), дифференцированно решать социальные проблемы населения. Следует также учитывать и то, что социальная направленность – важное конкурентное преимущество для бизнеса, потребители товаров и услуг которого отдают предпочтение социально ответственным экономическим агентам.

Гипотеза данного этапа исследования состоит в предположении, что анализ, систематизация и обобщение передового зарубежного опыта развития социального предпринимательства позволит обозначить потенциально действенные направления развития законодательной базы обеспечения развития социального предпринимательства, выявить потенциально эффективные механизмы государственной поддержки социального предпринимательства, а также апробированные модели развития различных направлений социального предпринимательства на региональном и национальном уровнях.

Нами был проанализирован, систематизирован и обобщен опыт стран с развитой экономикой в сфере развития социального предпринимательства. В ходе анализа также учитывались модели и позитивная практика, используемые в деятельности международных организаций, институтов развития и частных фондов.

Рисунок 1.6 – Основные характеристики развития социального предпринимательства в странах с развитой экономикой

Источник: разработано автором

Информационной базой данного этапа исследования были работы российских и зарубежных авторов [12; 26; 32; 52; 53; 86; 103; 116], а также первичная информация из методической литературы и открытых информационных материалов свободного доступа национальных институтов развития социального

предпринимательства и специализированных международных организаций [128; 133; 145; 158].

В различных макрорегионах мира, а также на уровне международных организаций и институтов развития сложились различные модели социального предпринимательства, характеризующиеся определенными особенностями (Рисунок 1.7). Данные особенности прежде всего определяются принциапиальными отличиями в организации коммерческой предпринимательской деятельности, а также традиционными формами самоорганизации населения, социальными процессами и их динамикой.

США и Канада – страны с либеральной экономикой и сильными традициями самоорганизации населения. В этих странах целый ряд функций публичного управления (в сфере образования, здравоохранения, пенсионного обеспечения, охраны правопорядка и др.) изначально выполнялись общественными организациями и другими видами объединения граждан. В этих условиях социальное предпринимательство в большей мере является эфолюционировавшей формой общественной активности, чем этапом развития коммерческой деятельности.

В качестве примера следует привести ситуацию с инвестиционным фондом американской церкви Мармонов. В феврале 2020 г. в США получила значительный общественный резонанс ситуация, связанная с тем, что данный инвестиционный фонд накопил 100 млрд. долл. США, которые использовались для реализации ряда бизнес проектов в т.ч. в сферах недвижимости и реального сектора экономики.

Рисунок 1.7 – Модели социального предпринимательства стран Северной Америки и Британского Содружества, Европейского союза, а также международных организаций, институтов развития и частных фондов

Источник: разработано автором

В то время, как данные средства были выведены из под налогооблагаемой базы как активы благотворительного фонда церковной НКО [64]. В данном случае мы не пытаемся анализировать данный случай с точки зрения американского налогового законодательства. На наш взгляд, данный пример является удачным с точки зрения потенциала мобилизации активов для организации предпринимаиельской деятельности социальной направленности в США.

Сильные традиции частной собственности и частного бизнеса, а также корпоративной организационно-правовой формы ведения бизнеса с жестким

разделением собственности и менеджмента (с учетом всех позитивных и негативных аспектов агентской теории) не позволяют в полной мере говорить о возможностях дальнейшего эволюционирования американского бизнеса дальше реализации концепции социальной ответственности.

Европейские структуры социального бизнеса в большей мере являются рецепцией кооперативного движения, а также формой эволюционирования сложившегося предпринимательского сообщества с высоким уровнем дохода. Это форма реализации социальных инициатив, которая перешла из политической плоскости в практическую. Другими словами, это эволюционировавшая левая социалистическая идея, которая на практике реализуется не через выборы и победу прогрессивных левых партий, а через непосредственное участие социальных предпринимателей в решении общественных проблем путем направления своей деловой активности на наиболее острые социальные вопросы региональной или общенациональной повестки.

Отдельно следует отметить практику народных предприятий в Европейских странах. Социальное предпринимательство следует также определить и как эволюцию данной формы организации производственной деятельности. На этапе, когда были удовлетворены потребности в рабочих местах, условиях труда и уровне его оплаты, социальное предпринимательство пошло дальше и перешло к решению социальных проблем, которые не могут быть объектом деятельности предприятий, профсоюзных, муниципальных или государственных органов.

На международном уровне социальное предпринимательство – в большей мере основано на меценатстве и филантропии крупнейших транснациональных корпораций. Наиболее известным представителем международных институтов развития социального предпринимательства является Фонд «Ашока», созданный в 1980 г. бывшим консультантом по управлению бизнесом McKinsey & Company Биллом Дрейтоном. Данный фонд оказывает стипендиальную и грантовую поддержку инициативам в сфере социального предпринимательства по всему миру. Помимо этого осуществляются программы обучения и методической поддержки социальных предпринимателей. В 2018 г. активы фонда составляли 80 млрд. долл.

США. Начиная с 2020 г. стратегическим партнером и финансовым донором данного фонда стала корпорация Microsoft. Данная корпорация выбрала одним из новых направлений своей филантропической деятельности социальное предпринимательство, обозначив ее высокий потенциал для одновременного решения ряда глобальных проблем человечества. Отметим, что внимание глобальных структур на инициативы в сфере социального предпринимательства в значительной мере касаются развивающихся стран Африки, Азии и Латинской Америки.

На наш взгляд актуальным также является вопрос сравнительного исследования государственной политики в сфере поддержки и развития социального предпринимательства. С этой целью нами был проведен обзор и анализ зарубежной литературы. Анализ, обобщение и систематизация основных положения данных исследований позволил выявить ряд устоявшихся национальных моделей государственной политики в сфере поддержки и развития социального предпринимательства, которые могут быть в дальнейшем учтены и адаптированы к использованию в нашей стране.

Италия является одним из мировых лидеров в сфере развития социального предпринимательства. Накопленный опыт и достигнутые успехи в данной сфере позволили Италии институционализировать свое положение в международном кооперативном движении и в сфере развития социального предпринимательства.

Предпринимательские инициативы социальной направленности в Италии реализуются в организационно-правовой форме кооперативов. Законодательно данная форма хозяйственной деятельности (социальный кооператив) была регламентирована в 1991 г. Все социальные кооперативы были разделены на две категории. В категорию А вошли предприятия, осуществляющие деятельность в сфере социального обслуживания (уход за детьми, больными, людьми с ограниченными возможностями и зависимостями, а также людьми преклонного возраста). Социальные предприятия категории В были представлены производственными (сельское хозяйство, производство мебели и столярных изделий, ремесленные мастерские) и обслуживающими (информационные

технологии, прачечные, клининг и др.) кооперативами. Основной целью кооперативов группы А было оказание социально-значимых услуг. В свою очередь социальные кооперативы категории В выполняли функции снижения безработицы и преодоления ее негативных последствий. Согласно нормативных требований, волонтеры не могли превышать 50% персонала социальных кооперативов.

Бурный рост социального кооперативного движения институционализировался в создании Европейского исследовательского института кооперативных и социальных предприятий (EURICSE) [145], который расположен в г. Тренто (область Трентино), являющимся европейским центром развития социального кооперативного движения. Данная организация выполняет исследования в сфере развития социального предпринимательства и кооперации, а также осуществляет систематизацию, аналитическую обработку и распространение наиболее перспективного позитивного опыта в исследуемой сфере.

Отметим, что итальянская модель социального предпринимательства, основанная на деятельности кооперативов получила существенное развитие в Испании, Португалии, Франции, Греции, Бельгии и Польше. В качестве примера следует привести Мандрагонскую корпорацию кооперативов [152] в Испании, которая, будучи созданной в 1956 г. к 2017 г. объединяла более 90 тыс. чел., являющихся собственниками предприятий-субъектов корпорации. Оборот Мандрагонской кооперативной корпорации в 2015 г. составлял 12,1 млрд. евро, активы составляли 34 млрд. евро. Корпорация была сформирована 256 кооперативами, которые работали в финансовом секторе, торговле, промышленности, сфере услуг и других видах экономической деятельности.

В Федеративной республике Германия (далее – ФРГ) социальные предприятия имеют возможность получить специальный статус – (нем. Gemeinnützigkeit – общественная польза), который предоставляется предприятиям, осуществляющим деятельность в сфере создания общественных благ. Это могут быть предприятия, созданные в любой организационно-правовой форме (хозяйственные общества, кооперативы, благотворительные фонды, НКО).

Немецкие социальные предприятия с особым статусом ведут специальную отчетность, которая контролируется фискальными органами. Налоговые льготы предполагают освобождение от уплаты налога на прибыль и существенные льготы по налогу с оборота. В числе основных критериев предоставления статуса для немецких социальных предприятий определены следующие:

– деятельность в интересах повышения общественного благосостояния;

– широкий охват общественности в части предоставления общественных благ и пользы;

– полное реинвестирование всех средств, полученных в результате хозяйственной деятельности;

– активы предприятия должны полностью служить исключительно общественным интересам.

Институционализация деятельности немецких социальных предприятий помимо закрепления их специального статуса также достигнута за счет создания Ассоциации поддержки социального предпринимательства, которую с 2005 г. возглавляет Ангела Меркель.

Финский опыт развития социального предпринимательства в значительной степени связан с законодательным урегулированием их специального статуса в законе «О социальных предприятиях», принятом в 2003 г. Статус социального предприятия предоставлялся кооперативам, которые осуществляли трудоустройство безработных и лиц с ограниченной трудоспособностью. При этом, участники таких кооперативов не теряли государственных социальных выплат, льгот и гарантий при официальном трудоустройстве в таких кооперативах.

В Бельгии в 1996 г. были приняты законодательные новации, позволяющие оформление специального статуса предприятий с социальной миссией. В отличии от Финляндии и Италии, как и в ФРГ организационно-правовая форма кооператива для таких предприятий не является обязательной и может быть любой. Основным критерием предоставления социального статуса является отсутствие цели материального обогащения учредителей и других заинтересованных лиц.

Развитие социального предпринимательства в Великобритании существенно активизировалось, начиная с 2002 г., когда была принята правительственная программа развития, разработанная министерством торговли и промышленности. Законодательных требований к организационно-правовой форме не было определено. Отсутствуют также четко регламентированные налоговые льготы. В тоже время, широко применяются методы т.н. «зеленой корзины». В частности действует организация Social Enterprise UK [158], которая осуществляет консультационную и грантовую поддержку социальным инициативам. Отметим также деятельность такого института развития социального предпринимательства, как фонд Big society capital [128], который осуществляет финансирование различных проектов социального предпринимательства.

Заслуживает внимания также государственная программа «Buy Social» [133], в рамках которой предоставляется право использования специальной торговой марки, идентифицирующей ее владельца, как социального предпринимателя. Продвижение данного бренда направлено на косвенную поддержку производителей, использующих его в своей маркетинговой кампании.

Таким образом, в Великобритании в большей мере используются институциональные меры поддержки, а также широкий спектр форм неправительственного стимулирования социальной предпринимательской деятельности. Государственное регулирование и прямая поддержка являются минимальными.

Общей проблемой для стран Восточной Европы, на решение которой была прежде всего направлена деятельность социальных предприятий – безработица. В Словакии деятельность социальных предприятий была регламентирована законом от 01.04.2008 г., которым вносились изменения в законы № 5/2004 «О службе занятости» и № 599/2003 «О помощи в ситуации материальной нужны». Новый закон закрепил понятие социального предприятия, как юридического лица любой организационно-правовой формы, которое выполняет функции трудовой интеграции граждан (безработных и находящихся в тяжелом материальном положении), а также их временного трудоустройства и повышения потенциала их

полной интеграции в современные реалии рынка труда. Данный закон прежде всего был направлен на социальную поддержку сельского населения.

Первые попытки развития социального предпринимательства в современной Польше были, как и в Словакии направлены на повышение уровня занятости населения, которое ощущало острую проблему безработицы на фоне вступления страны в Европейский Союз. В 2004 г. был принят Закон «О содействии трудоустройству и учреждениях рынка труда». Как и словацкий аналог, данный закон был направлен на стимулирование процессов трудоустройства лиц, находящихся в тяжелом материальном положении. Социальной признавалась деятельность предприятий, активно трудоустраивавших данную категорию польских граждан. Данные меры, как и в Словакии, в Польше существенных позитивных результатов не принесли.

Активизация социального предпринимательства в Польше в значительной степени была связана с возрождением кооперативного движения, масштабы которого существенно уменьшились в 1990-е годы в процессе декоммунизации. 06.04.2006 г. был принят Закон «О социальных кооперативах», в котором была закреплена итальянская модель социального кооперативного предпринимательства. Законодательное закрепление статуса социальных кооперативов существенным образом позитивно сказалось на развитие социального предпринимательства в Польше. В 2007 г. в Польше функционировали 70 социальных кооперативов с персоналом 500 чел., а к 2011 г. их численность увеличилась на 470% и продолжает расти в 2020-е годы.

Социальные кооперативы в Польше регистрируются бесплатно, им предоставляются государственные микрогранты (до 4-х средних размеров оплаты труда для каждого члена кооператива), а также налоговые льготы. Основное условие получения и сохранения данного статуса – более 50% персонала кооператива должно иметь статус лица, находящегося в тяжелом материальном положении.

В США социальные предприятия функционируют в трех организационно-правовых формах:

1. НКО. Социальные предприятия, работающие в качестве НКО строго ограничены с точки зрения способов привлечения капитала. Согласно § 501 Кодекса законов США (US Code § 501) благотворительные некоммерческие организации не могут распределять прибыль. Данный запрет существенно ограничивает доступ к инвесторам и акционерному капиталу. НКО также в определенной мере ограничены с точки зрения получаемого дохода (например, от продажи товаров и услуг), который они могут получать. Любой доход, не связанный с миссией некоммерческой организации, облагается налогом на прибыль несвязанного бизнеса (Unrelated Business Income Tax – UBIT). Значительные суммы несвязанного дохода могут поставить под угрозу статус НКО, освобожденной от уплаты налогов.

НКО часто полагаются на пожертвования, но социальные предприятия в США могут столкнуться с тем, что пожертвования могут быть расценены как противоречащие их цели самообеспечения. Краудфандинг и инвестиции с эффектом воздействия, которые направлены как на социальную, так и на финансовую отдачу, лучше согласуются с социальным предпринимательством; однако и то, и другое (в соответствии с американским законодательством) является новыми источниками доходов [159; 163].

НКО в США обладают рядом преимуществ перед другими организационно-правовыми формами социального предпринимательства. Прежде всего речь идет о налоговых льготах, в частности – освобождение от налога на доходы корпораций, налоговые льготы финансовым донорам и возможность привлекать волонтерский персонал. Существенным преимуществом социальных предприятий в США является их репутация, которая обеспечивает их значительное преимущество перед коммерческими конкурентами.

2. Коммерческие социальные предприятия.

Социальные предприятия в США, которые выбирают коммерческую форму, сталкиваются со значительными проблемами в том, чтобы сделать социальную [117] или экологическую [9] цель своей основной миссией. В то время как предприятия могут включать широкую или конкретную социальную цель в свои

учредительные документы, невозможно гарантировать, что указанная в документах миссия будет иметь фактический приоритет над получением прибыли. Корпоративное законодательство в США технически не требует, чтобы менеджмент предприятий ставил своей целью максимизацию прибыли [127; 160]. На практике менеджмент, как правило, отдает приоритет поиску прибыли, поскольку они обязаны создавать дополнительную стоимость для акционеров. При этом акционеры имеют возможность отстранять и/или подавать в суд на директоров, которые не действуют в их интересах [131]. В некоторых штатах приняли законы, защищающие менеджмент от таких судебных исков. Однако это в значительной степени не привело к снижению внимания к максимизации прибыли [146]. Теоретически акционеры могут прийти к соглашению о приоритете социальной миссии, но в реальной практике это редкость.

В отличие от НКО, коммерческие предприятия в США не ограничены с точки зрения рыночного капитала. Они также имеют возможность быть публичными компаниями, что обеспечивает существенный потенциал роста. В тоже время предприятия с данной организационно-правовой формой несут полноценное налоговое бремя. Коммерческие предприятия не могут получать пожертвования, не облагаемые налогом, однако, они могут получить эффективные инвестиции.

3. Благотворительные корпорации, общества с ограниченной ответственностью и низкой прибылью

Отсутствие организационных альтернатив, доступных социальным предприятиям для регистрации, помогло создать новые организационно-правовые формы социального предпринимательства в США. Наибольшую популярность приобрели благотворительные корпорации и общества с ограниченной ответственностью и низкой прибылью (L3C).

Благотворительные корпорации похожи на традиционные корпорации, за исключением того, что они должны преследовать общественную выгоду – определяемую как «существенное положительное влияние на общество и окружающую среду» – и могут также преследовать конкретные общественные выгоды [134; 147]. Это создает тройной эффект одновременного получения прибыли, социального и экологического блага [151]. Благотворительные

корпорации, как правило, создаются на основе отдельного закона штата, а не поправки к корпоративному законодательству [129].

L3C является разновидностью общества с ограниченной ответственностью (далее – ООО). Штаты вносят поправки в законы об ООО для создания L3C [143]. L3C разделяет два доминирующих качества ООО: ограниченная ответственность владельцев и сквозной налоговый режим [161]. Основные различия между этими двумя организационно-правовыми формами заключаются в том, что в уставе L3C должна быть указана благотворительная или образовательная цель в соответствии с налоговым кодексом, а получение дохода и оценка имущества не могут быть значимыми целями, что устанавливает приоритет социальной цели над прибылью [130].

С 2008 г., когда L3C был впервые создан в Вермонте, семь штатов санкционировали создание L3C, а 32 штата нормативно урегулировали правовой статус благотворительных корпораций. В настоящее время в США существует примерно 3000 благотворительных корпораций и 1000 L3C [137].

Государственная поддержка социального предпринимательства в США, как и в Великобритании состоит в: стимулирующей государственной регуляторной политике, грантовой поддержке, льготном кредитовании, стимулировании государственно-частного партнерства и взаимодействия бизнеса с НКО. Американская практика стимулирования социального предпринимательства также предполагает предоставление государственных заказов в социальной сфере представителям третьего сектора экономики. Департамент социальных инноваций ежегодно распределяет фонд стимулирующих выплат социальным предприятиям в виде микрогрантов общим объемом в 2 млн. долл.

Анализ опыта и позитивной практики отдельных зарубежных стран позволяет определить основные характеристики их национальных моделей развития социального предпринимательства, а также выявить перспективные направления адаптации данного опыта в практику хозяйствования российских предпринимательских структур социальной направленности (Таблица 1.6). Прежде всего, на наш взгляд, следует учитывать опыт стран континентальной Европы, где социальное предпринимательство развивалось на основе существовавшей

инфраструктуры кооперативного сектора экономики. Именно данная форма продуктивной самоорганизации населения позволила в относительно короткий срок создать относительно новый сегмент социально-ориентированного бизнеса, который оперативно смог выполнять роль третьего сектора экономики и одновременно сохраняет значительный потенциал для дальнейшего развития.

Отдельно отметим, что формирование таких институтов развития социального предпринимательства, как Европейский исследовательский институт кооперативных и социальных предприятий (EURICSE), является длительным и эволюционным процессом. Однако, в Российской Федерации сохраняются другие не менее авторитетные центры компетенций, знания, авторитет и опыт которым имеют значительный потенциал для организации эффективного научно-методического обеспечения российского социального предпринимательства, развивающегося в рамках кооперативного сектора экономики.

Таблица 1.6 – Анализ передового опыта зарубежных стран в сфере развития социального предпринимательства и перспективные направления его адаптации к условиям применения в Российской Федерации

	Инструменты развития	**Сферы развития**	**Направления социального воздействия**	**Распространенные организационно-правовые формы**	***Перспективные возможности адаптации передового опыта в России***
1	2	3	4	5	6
Италия, Испания, Франция, Финляндия	Нормативно-правовое регулирование; налоговые льготы; научно-методическое и организационное обеспечение	Социальное обслуживание, мелкосерийное производство, сервис	Повышение занятости; обеспечение доступности более широкого ассортимента социальных услуг	Социальные кооперативы	Нормативно-правовое урегулирование отношений в сфере деятельности социальных кооперативов (определение их правового статуса, гарантий их развития и расширения спектра деятельности). Государственная поддержка научно-методической деятельности Центросоюза в сфере развития кооперативного движения в Российской Федерации. Налоговое и бюджетное стимулирование развития корпораций социальных кооперативов
ФРГ, Бельгия	Нормативно-правовое регулирование; налоговые льготы; организационное обеспечение	Любая деятельность в интересах повышения общественного благосостояния	Обеспечение доступности более широкого ассортимента социальных услуг	Предприятия любой организационно-правовой формы	Патронат объединения социальных предприятий (ассоциации или любой др. формы их организации) со стороны руководства страны. Широкий перечень налоговых льгот, предоставляемых на основании короткого перечня оснований, исключающих бюрократизацию процесса стимулирования
Великобритания	Грантовая поддержка; медийное и организационное обеспечение; государственные программы	Социальное обслуживание, мелкосерийное производство, сервис, экологические инициативы	Развитие внутреннего производства социальных товаров; Трудовая интеграция социально-незащищенных слоев населения	Предприятия любой организационно-правовой формы	Разработка и реализация государственной программы поддержки (медийной, консультационной, организационной) отечественных социальных предприятий, осуществляющих производство социальных товаров и услуг, а также трудовую интеграцию социально незащищенных слоев населения

Продолжение Таблицы 1.6

1	2	3	4	5	6
Польша, Словакия	Нормативно-правовое регулирование; микрогранты и программы льготного кредитования; налоговые льготы; Активное использование ранее накопленного опыта развития кооперативных структур в национальной экономике	Социальное обслуживание, мелкосерийное производство, сервис	Повышение занятости и трудовая интеграция социально-незащищенных слоев населения (преимущественно в сельской местности и деиндустри-ализированных регионах)	Социальные кооперативы	Активное использование инфраструктуры кооперативного сектора экономики, функционировавшего в рамках социалистической модели; Нормативное или программное обеспечение приоритетности кооперативного сектора экономики в качестве основного института развития сельских территорий
США	Нормативно-правовое регулирование; налоговые льготы; микрогранты и программы льготного кредитования; Активное использование накопленного опыта самоорганизации населения	Социальное обслуживание, экологические инициативы	Создание уникальной потребительской ценности, способной на более высоком уровне удовлетворять потребности населения	НКО, коммерческие социальные предприятия, благотворительные корпорации, общества с ограниченной ответственностью и низкой прибылью	Оперативная адаптация нормативно-правового регулирования (в т.ч. на уровне отдельных штатов) деятельности социальных предприятий; многообразие организационно-правовых форм социальных предприятий

Источник: разработано автором

Прежде всего речь идет о вузах системы Центросоюза, являющегося наиболее авторитетным объединением российских предприятий кооперативного сектора.

Следует также учитывать немецкий опыт определения специального налогового статуса социальных предприятий, а также их фискального стимулирования в части предоставления льгот и др. преференций. Отдельного внимания заслуживает также и немецкий опыт патронирования объединений социальных предприятий со стороны политического руководства страны. Британский опыт продвижения на внутреннем рынке продукции социальных предприятий может быть использован в т. ч. и в сфере государственных закупок в Российской Федерации. На наш взгляд, британский и американский опыт широкого использования комплексных мер поддержки из перечня «зеленой корзины» также открывает значительный потенциал роста привлекательности социального предпринимательства для желающих работать в рамках третьего сектора экономики.

Очевидно позитивной является практика оперативного нормативно-правового регулирования процессов создания гибридных организационно-правовых форм, наиболее подходящих для социального предпринимательства [2; 15; 19; 42; 54]. Данная практика, применяемая в США, в российских условиях может существенно снизить бюрократизацию процессов создания и развития социальных предприятий.

На Рисунке 1.8. представлена схема перспективных направлений, а также существующих возможностей и ресурсов адаптации отдельных зарубежных практик развития социального предпринимательства в Российской Федерации. На данной схеме графически изображены наиболее перспективные зарубежные практики с точки зрения оперативного получения эффекта развития социального предпринимательства в результате их распространения в нашей стране. Также обозначены существующие ресурсы и возможности, которые могут быть использованы для формирования конкурентных преимуществ третьего сектора экономики в Российской Федерации.

Рисунок 1.8. Схема перспективных направлений, а также существующих возможностей и ресурсов адаптации отдельных зарубежных практик развития социального предпринимательства в Российской Федерации

Источник: разработано автором

В числе ресурсов и возможностей, которые могут способствовать оперативной адаптации отдельных зарубежных позитивных практик развития социального предпринимательства в Российской Федерации следует отметить следующие. Прежде всего, это значительный опыт и традиции развития кооперативных производственных и сервисных структур в российской экономике. Кооперация получила существенное развитие еще в Российской Империи, а в советской экономике кооперативный сектор играл существенную роль в продовольственном обеспечении страны, а также в производстве широкого ассортимента товаров народного потребления. В процессе рыночных реформ кооперативный сектор российской экономики существенно сократился, однако остались элементы его инфраструктуры и значительный опыт, позволяющий реанимировать значительную часть его потенциала. В данном случае следует отметить систему образовательных организаций Центросоюза России, которые могут играть роль региональных центров компетенций в сфере развития кооперативного сектора экономики. Очевидно, что нецелесообразным является длительное ожидание развития гражданских институтов научно-образовательного обеспечения [108] социального предпринимательства (и тем более их искусственного создания).

Создание российского аналога Европейского исследовательского института кооперативных и социальных предприятий (EURICSE) при наличии успешно функционирующей региональной сети вузов Центросоюза России – нецелесообразно. Более перспективным является государственное финансирование научных исследований и методических разработок в сфере социального предпринимательства и развития социальных кооперативов. При этом, Центросоюз России и его территориальные подразделения, имеют потенциал стать организационной основой развития проектов социального предпринимательства в масштабах страны.

Следует также отметить значительный неиспользованный потенциал активизации участия руководителей крупных объединений кооперативов в общественно-политической жизни страны. В ситуации отсутствия существенного третьего сектора российской экономики невозможно осуществлять эффективную

защиту его интересов без возможностей эффективного лоббирования интересов социального предпринимательства. Руководство крупных объединений кооперативов может быть привлечено в общественные и консультативные советы, а также региональные отделения парламентских партий с целью повышения оперативности коммуникаций и выявления перспективных направлений законотворческой деятельности, направленной на принятие нормативных актов, обеспечивающих гарантии и условия развития социального предпринимательства.

Заслуживает также внимания существенный медиаресурс государственных телерадиокомпаний и их территориальных подразделений в субъектах Российской Федерации. Данные возможности могут быть активно использованы с целью продвижения товаров и услуг социальных предприятий, а также для популяризации и масштабирования успешных проектов социального предпринимательства, как в отдельных регионах, так и в масштабе всей страны.

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ПРОЦЕССОВ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА НАЦИОНАЛЬНОМ, РЕГИОНАЛЬНОМ И КОРПОРАТИВНОМ УРОВНЯХ

2.1. Современное состояние и перспективы развития российского социального предпринимательства

Аналитическое исследование процессов развития социального предпринимательства в Российской Федерации направлено на выявление особенностей и тенденций, определяющих существующие противоречия и проблемы, решение которых может способствовать распространению практики функционирования социальных предпринимательских структур в нашей стране.

Учитывая многообразие организационных форм социального предпринимательства в Российской Федерации (Таблица 1.5), в качестве объектов данного этапа исследования были определены:

– Субъекты МСП со статусом социальных предприятий;

– социально ориентированные НКО;

– сельскохозяйственные кооперативы (перерабатывающие, снабженческие, сбытовые, обслуживающие);

– организации, осуществляющие полустационарное социальное обслуживание, а также социальное обслуживание на дому;

– предприятия, учредителями которых являются Общероссийская общественная организация инвалидов «Всероссийское ордена Трудового Красного Знамени общество слепых» (далее – ВОС) и Общероссийская общественная организация «Всероссийское общество глухих» (далее – ВОГ).

Институционализация и нормативно-правовое определение социального предпринимательства в России связаны с принятием Закона о Социальном предпринимательстве в 2019 г. Статистический учет данного вида

предпринимательских структур ведется с 2020 г. и соответственно отсутствуют официальные данные о деятельности социальных предприятий в динамике.

Информационной базой для исследования современного состояния и перспектив развития российского социального предпринимательства являются данные Росстата, обнародованные в аналитическом вестнике Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации в 2021 г. [106] (далее – Аналитический вестник), а также сведения из Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства (далее – ЕРСМСП) на сайте Федеральной налоговой службы [37] (далее – ФНС). В Аналитическом вестнике были представлены данные о двух статистических наблюдениях (20.04.2020 г. и 10.08.2020 г.). Начиная с 2021 г. на сайте ФНС доступна вкладка ЕРСМСП, позволяющая в расширенном поиске отмечать наличие у субъекта предпринимательской деятельности статуса социального предприятия. Нами были собраны данные из ЕРСМСП по состоянию на 10.07.2021 г.

В качестве информационной базы данного этапа исследования нами также использовались данные интернет-портала Soindex.ru [107]. Данный ресурс является электронной площадкой, осуществляющей информационно-аналитическую поддержку социальных предпринимательских инициатив и финансируется Фондом региональных социальных программ «Наше будущее», основанным Вагитом Алекперовым.

В Таблице 2.1 представлены данные о количестве субъектов МСП со статусом социального предприятия в 2020-2021 г.г. Данные 2021 г. также отдельно учитывают количество социальных предприятий в организационно-правовой форме юридических лиц (хозяйственных обществ).

Таблица 2.1 – Количество субъектов малого и среднего предпринимательства со статусом социального предприятия в 2020-2021 г.г.

Субъекты Российской Федерации и федеральные округа	2020	2021		Субъекты Российской Федерации	2020	2021	
	Социальные предприятия	Социальные предприятия	в т.ч. юридические лица		Социальные предприятия	Социальные предприятия	в т.ч. юридические лица
1	2	3	4	5	6	7	8
Центральный федеральный округ	**839**	**1144**	**442**	Московская область	291	521	193
Белгородская область	17	32	14	Орловская область	14	25	5
Брянская область	57	0	0	Рязанская область	15	44	20
Владимирская область	36	79	36	Смоленская область	10	38	7
Воронежская область	26	59	26	Тамбовская область	7	3	2
Ивановская область	16	51	25	Тверская область	11	16	10
Калужская область	0	19	10	Тульская область	84	102	25
Костромская область	0	10	2	Ярославская область	16	50	29
Курская область	19	32	18	г. Москва	190	16	1
Липецкая область	30	47	19				
Северо-Западный федеральный округ	**370**	**675**	**252**	Ленинградская область	32	146	54
Республика Карелия	14	3	2	Мурманская область	40	47	16
Республика Коми	43	49	15	Новгородская область	24	58	16
Архангельская область	16	0	0	Псковская область	24	52	6
Вологодская область	65	162	72	г. Санкт-Петербург	72	102	55
Калининградская область	23	56	16	Ненецкий автономный округ	17	0	0
Южный федеральный округ	**157**	**375**	**97**	Астраханская область	36	58	15
Республика Адыгея (Адыгея)	1	11	4	Волгоградская область	40	91	28
Республика Калмыкия	0	13	8	Ростовская область	32	38	7
Республика Крым	35	117	22	г. Севастополь	2	0	0
Краснодарский край	11	47	13				
Северо-Кавказский федеральный округ	**24**	**102**	**35**	Карачаево-Черкесская Республика	0	8	1
Республика Дагестан	0	0	0	Республика Северная Осетия – Алания	0	10	6
Республика Ингушетия	0	**0**	**0**	Чеченская Республика	11	36	16
Кабардино-Балкарская Республика	0	13	4	Ставропольский край	13	35	8
Приволжский федеральный округ	**517**	**633**	**228**	Нижегородская область	161	0	0
Республика Башкортостан	193	0	0	Оренбургская область	12	44	15
Республика Марий Эл	5	22	7	Пензенская область	13	41	7

Продолжение Таблицы 2.1.

1	2	3	4	5	6	7	8
Республика Мордовия	0	10	4	Пермский край	46	79	26
Республика Татарстан (Татарстан)	12	103	36	Самарская область	23	132	53
Удмуртская Республика	12	74	25	Саратовская область	1	21	9
Чувашская Республика – Чувашия	1	31	14	Ульяновская область	0	2	0
Кировская область	38	74	32				
Уральский федеральный округ	**310**	**567**	**150**	Челябинская область	17	59	18
Курганская область	0	32	18	ХМАО – Югра	201	264	68
Свердловская область	34	75	20	Ямало-Ненецкий автономный округ	45	79	12
Тюменская область	13	58	14				
Сибирский федеральный округ	**321**	**509**	**198**	Иркутская область	7	2	1
Республика Алтай	5	15	5	Кемеровская область	74	79	36
Республика Тыва	0	2	2	Новосибирская область	11	55	18
Республика Хакасия	36	55	24	Омская область	81	129	28
Алтайский край	43	0	0	Томская область	61	148	75
Красноярский край	3	24	9				
Дальневосточный федеральный округ	**342**	**467**	**89**	Камчатский край	41	78	5
Республика Бурятия	9	0	0	Магаданская область	2	4	1
Республика Саха (Якутия)	52	111	40	Сахалинская область	11	20	5
Приморский край	74	0	0	Забайкальский край	39	70	8
Хабаровский край	42	72	15	Еврейская ОА	0	5	0
Амурская область	65	99	15	Чукотский автономный округ	7	8	0

Источник: разработано автором на основе [37]

Большая часть социальных предприятий в 2021 г. (25% от их общего количества) была сосредоточена в Центральном федеральном округе, при этом 45 % всех предприятий в округе были зарегистрированы в Московской области. Следует также отметить Тульскую область, в которой были зарегистрированы 102 предприятия. Таким образом, наблюдается существенная концентрация социальных предприятий, которые сосредотачиваются в высоко урбанизированных районах. В качестве исключения следует отметить Вологодскую область, которая является лидером по развитию социального предпринимательства в Северо-Западном федеральном округе (24% от общего количества).

В остальных федеральных округах также наблюдается неравномерность процессов развития социального предпринимательства. В каждом из округов наблюдаются 1-2 региона, которые существенно отличаются по количеству зарегистрированных социальных предприятий. Отличается также и динамика темпов регистрации предпринимательских структур. Отметим, что общая динамика численности зарегистрированных социальных предприятий в Российской Федерации свидетельствует о незначительном приросте их количества, при этом большая часть прироста (76% предприятий, зарегистрированных в 2021 г.) приходится на индивидуальных предпринимателей (Рисунок 2.1).

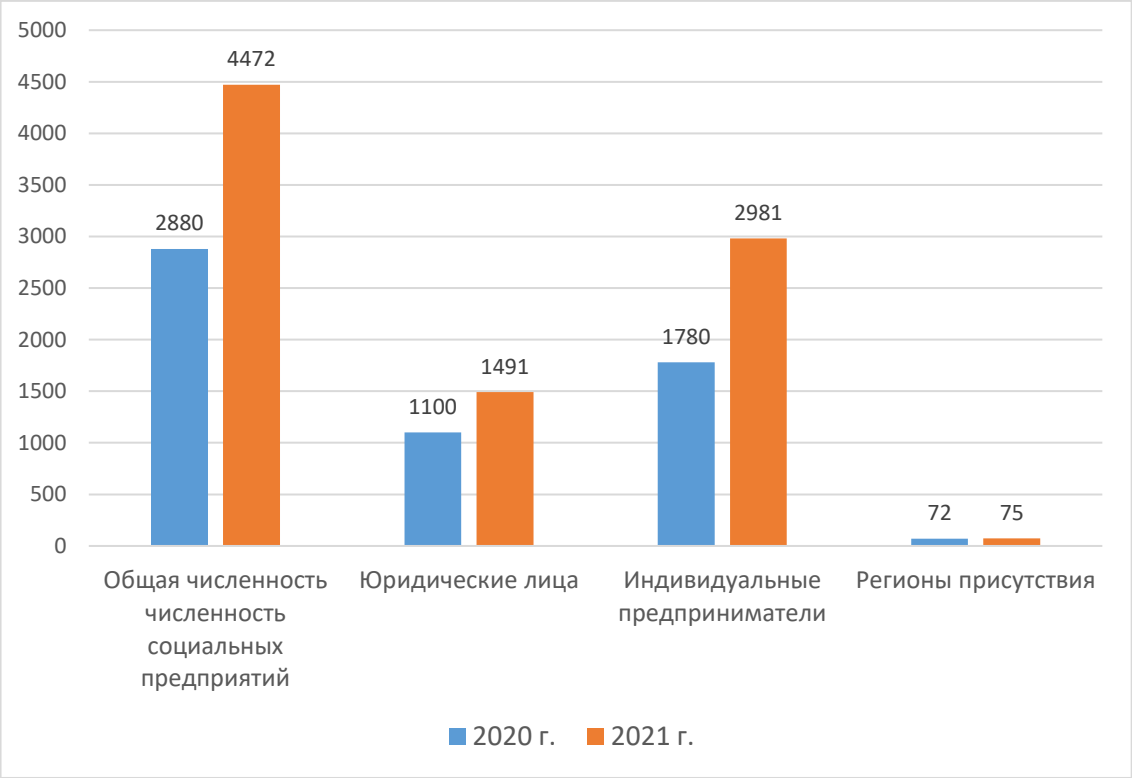


Рисунок 2.1 – Динамика численности социальных предприятий (2020 – 2021 г.г.)

Источник: разработано автором на основе [37]

На наш взгляд, позитивным в данном случае является лишь то, что мы фактически наблюдаем легализацию ранее существовавшей хозяйственной деятельности, которая осуществлялась гражданами без регистрации и уплаты налогов.

В условиях льготного налогообложения и предоставления других преференций социальным предприятиям выход из теневого сектора и легализация стали более выгодными с точки зрения:

– расширения возможностей привлекать кредиты, паевое и целевое финансирование, а также гранты и спонсорскую помощь;

– возможностей осуществлять рекламу и продвижение товаров и услуг в средствах массовой информации;

– расширения круга потребителей и других контактных аудиторий за пределы круга личного общения;

– других преимуществ хозяйственной деятельности зарегистрированных предпринимательских структур;

Согласно данным, представленным на рисунке 2.1 в 2021 г. незначительно увеличилась численность регионов присутствия социальных предприятий (+3 субъекта Российской Федерации). Однако, стоит отметить, что ряд регионов, в которых были зарегистрированы анализируемые предпринимательские структуры в 2020 г., в 2021 г., согласно данных ЕРСМСП, социальных предприятий на своей территории не имели (Приморский край, Алтайский край, Республика Башкортостан, Нижегородская область, Ненецкий автономный округ, Брянская область, г. Севастополь). Это может быть связанно со сбоем в работе ЕРСМСП в период сбора статистической информации на интернет-портале ФНС или с массовой отменой ранее предоставленного статуса социальных предприятий в данных регионах по причине невыполнения требований Закона о социальных предприятиях.

Наибольший абсолютный прирост количества социальных предприятий (Рисунок 2.2) наблюдался в Центральном и Приволжском федеральных округах (+305 предприятий), что подтверждает гипотезу о том, что данная форма социального предпринимательства в большей степени ориентирована на городское население и имеет наибольший потенциал развития в высоко урбанизированных территориях.

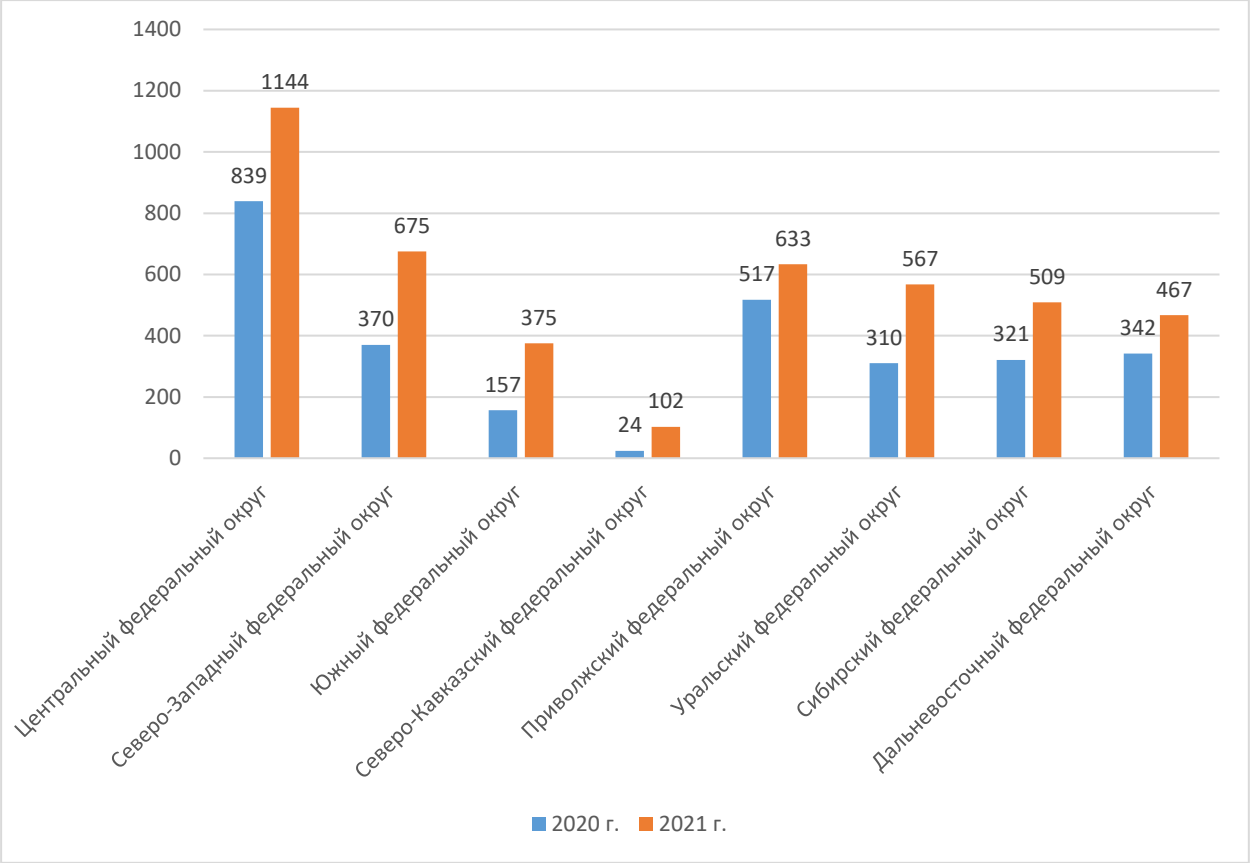


Рисунок 2.2 – Количество социальных предприятий в федеральных округах Российской Федерации в 2020 – 2021 г.г.

Источник: разработано автором на основе [37]

Выборочный анализ данных о видах хозяйственной деятельности, указанных в сведениях из ЕРСМСП о социальных предприятиях их Центрального и Приволжского федеральных округов показал, что наиболее часто социальные предприниматели указывали в качестве основных видов деятельности:

– 85.41 – Образование дополнительное детей и взрослых;
– 93.29 – Деятельность зрелищно-развлекательная прочая;
– 88.91 – Предоставление услуг по дневному уходу за детьми.

Данные виды деятельности в большей мере имеют спрос в крупных населенных пунктах и гораздо реже получают развитие в сельской местности и малонаселенных муниципальных образованиях с отрицательной динамикой численности населения. Следует также отметить, что повышенный спрос на услуги дневного ухода за детьми и дополнительного образования в крупных городах в значительной мере связан с перегруженностью социальной инфраструктуры

урбанизированных центров. Данное явление практически не наблюдается в населенных пунктах с низкой численностью населения.

Наивысшие значения относительного прироста количества социальных предприятий (Рисунок 2.3) были достигнуты в Северо-Кавказском (+325%) и Южном (+139%) федеральных округах, что в значительной степени было связано с наименьшей базой, относительно которой регистрировался рост количества предпринимательских структур.

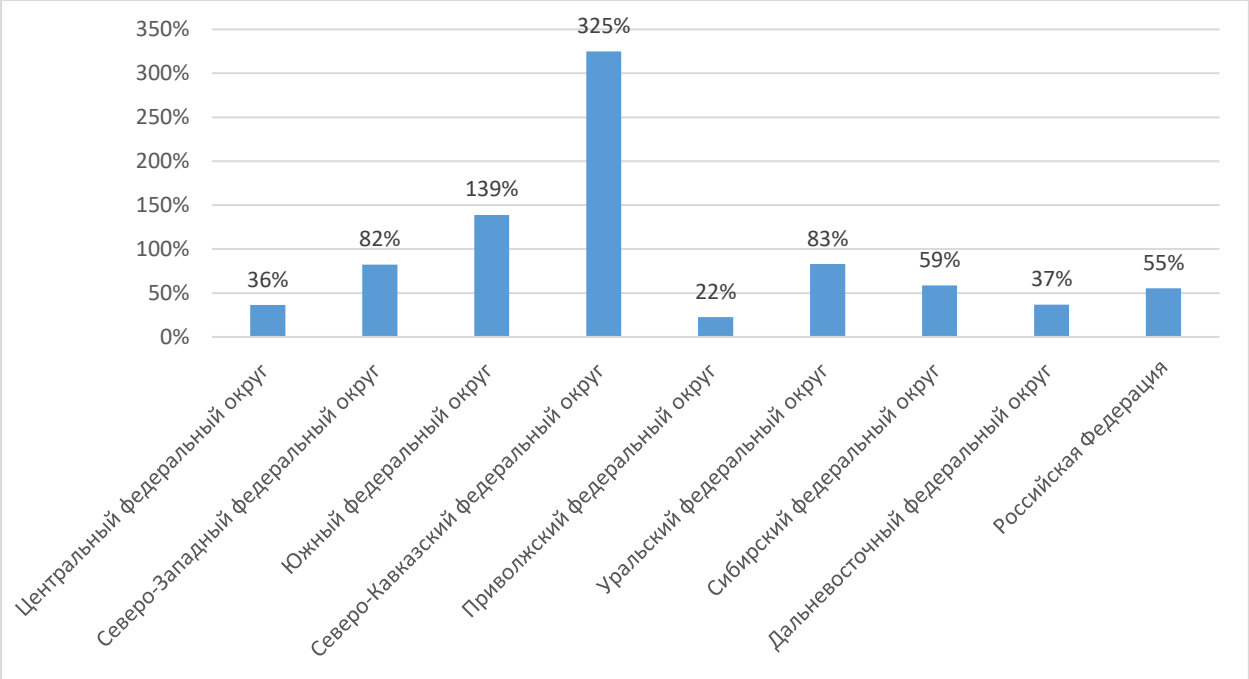


Рисунок 2.3 – Темп прироста численности социальных предприятий в федеральных округах Российской Федерации в 2021 г. к 2020 г.

Источник: разработано автором на основе [37]

В 2020 г. в пяти из семи регионов Северо-Кавказского федерального округа ни одного социального предприятия зарегистрировано не было. Значительные показатели прироста Северо-Западного федерального округа (+82%) в большей степени были связаны с позитивной динамикой, наблюдавшейся в Вологодской и Ленинградской областях.

Группировка регионов по численности социальных предприятий в реестре субъектов малого и среднего предпринимательства (Рисунок 2.4) свидетельствует об увеличении количества Субъектов Российской Федерации на территории

которых зарегистрирована численность социальных предприятий, находящаяся в интервале от 40 до 84 (+10 регионов). При этом, снижается количество регионов, где численность зарегистрированных социальных предприятий находится в интервалах от 10 до 39 и от 1 до 9 (-14 и -2 региона соответственно). Таким образом, следует сделать вывод о постепенном увеличении общего количества социальных предприятий, при этом распределение значений данной величины в процессе статистических наблюдений приобретает формы статистически нормального.

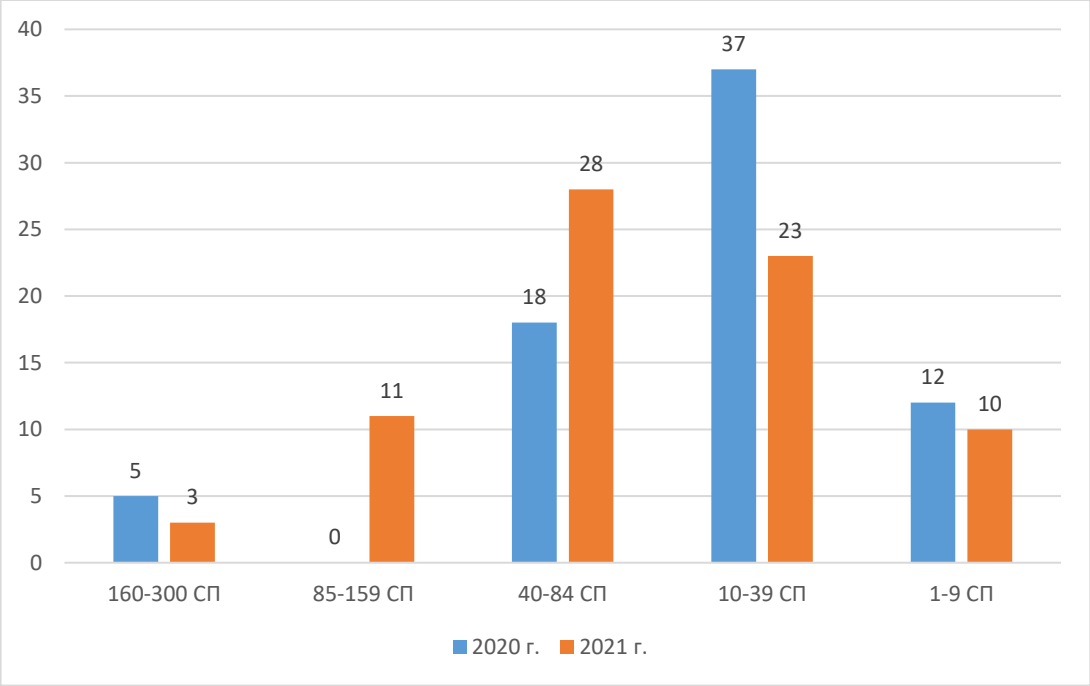


Рисунок 2.4 – Группировка регионов по численности социальных предприятий (СП) реестре субъектов малого и среднего предпринимательства (2020 – 2021 г.г.)

Источник: разработано автором на основе [37]

Отметим также, что наблюдается сокращение численности регионов с наивысшим интервалом количества зарегистрированных социальных предприятий (от 160 до 300). Это связано со значительным снижением численности анализируемых предприятий в г. Москва (-174 предприятия), а также с тем, что в Нижегородской области и в Республике Башкортостан, где в 2020 г. была зафиксирована высокая численность социальных предприятий, в 2021 г. согласно данных ЕРСМСП не было зарегистрировано ни одного предприятия

анализируемого типа (возможные причины данной ситуации были обоснованы выше).

В Таблице 2.2 представлены российские регионы-лидеры рейтинга по численности социальных предприятий (по состоянию на 10.07.2021 г с учетом данных статистических наблюдений 10.04.2020 г. и 10.08.2020 г.). При составлении данного рейтинга нами был определен критерий выборки – численность социальных предприятий по состоянию на 10.07.2021 г., превышающая 100 ед.

Таблица 2.2 – Регионы-лидеры рейтинга по численности социальных предприятий

Субъекты Российской Федерации	Дата наблюдения		
	10.04.2020 г.	10.08.2020 г.	10.07.2021 г.
Московская область	53	291	521
ХМАО – Югра	0	201	264
Вологодская область	45	65	162
Томская область	53	61	148
Ленинградская область	20	32	146
Самарская область	18	23	132
Омская область	49	81	129
Республика Крым	0	35	117
Республика Саха (Якутия)	15	52	111
Республика Татарстан (Татарстан)	0	12	103
г. Санкт-Петербург	32	72	102
Тульская область	80	84	102

Источник: разработано автором на основе [37]

На наш взгляд, следует отметить определенную равномерность распределения региональных центров социального предпринимательства по стране. Наибольшая численность таких центров сосредоточена в Северо-Западном федеральном округе (3 региона). В Центральном, Приволжском и Сибирском федеральных округах – по 2 региона. В Уральском, Дальневосточном и Южном федеральных округах по одному региональному центру социального предпринимательства с более 100 зарегистрированными предприятиями.

Организации, осуществляющие полустационарное социальное обслуживание, а также социальное обслуживание на дому в значительной мере

представлены государственными и муниципальными социальными учреждениями, которые осуществляют уставную деятельность (финансируемую из федерального, регионального или муниципального бюджета) по оказанию социальных услуг населению. Целевая аудитория данных учреждений – граждане, находящиеся в тяжелой жизненной ситуации, а также социально незащищенные слои населения (граждане преклонного возраста, граждане с ограниченными возможностями, алкогольной или наркотической зависимостью и др.). Отметим также, что помимо государственных и муниципальных учреждений социальные услуги населению данного типа оказывают также частные социальные предприятия и НКО, которые на конкурентных условиях получают государственное финансирование на оказание данных услуг, а также оказывают платные услуги населению. Несмотря на то, что ряд социальных предприятий и социально ориентированных НКО начинают осваивать данный сектор социального предпринимательства, в Российской Федерации он все еще остается преимущественно представленным государственными учреждениями.

К числу организаций, осуществляющих полустационарное социальное обслуживание относятся: социально-реабилитационные центры; центры помощи детям, оставшимся без попечения родителей; реабилитационные центры; кризисные центры помощи женщинам; центры психологической помощи населению; центры социальной адаптации (помощи), в т.ч.: для лиц без определенного места жительства, дома ночного пребывания, социальные приюты, социальные гостиницы; иные организации, осуществляющие полустационарное обслуживание. Сведения об организациях, осуществляющих полустационарное социальное обслуживание на территории Российской Федерации представлены в Таблице 2.3.

Таблица 2.3 – Сведения об организациях, осуществляющих полустационарное социальное обслуживание (2019 – 2020 г.г.)

	Число организаций				Численность получателей социальных услуг, чел.			
	2019		2020		2019		2020	
	Органы государственной власти субъектов РФ	Иные формы собственности	Органы государственной власти субъектов РФ	Иные формы собственности	Органы государственной власти субъектов РФ	Иные формы собственности	Органы государственной власти субъектов РФ	Иные формы собственности
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Всего организаций, в т.ч.:	1990	352	1933	486	6095957	86747	5552513	99559
социально-реабилитационные центры	390	3	354	4	441975	656	434596	576
центры помощи детям, оставшимся без попечения родителей	48	0	42	0	19665	0	12683	0
реабилитационные центры	180	26	213	37	163765	8543	162903	10999
Кризисные центры помощи женщинам	10	3	12	4	37008	1324	34235	789
Центры психологической помощи населению	11	1	8	2	74623	96	71950	115
Центры социальной адаптации (помощи), в т.ч.:								
Для лиц без определенного места жительства	40	8	37	14	41349	1699	37103	2264
Дома ночного пребывания	8	0	8	0	9576	0	8617	0
Социальные приюты	19	0	21	1	2558	0	2849	18
Социальные гостиницы	1	0	0	1	56	0	233	4

Источник: [106]

Отметим, что в 2020 г., несмотря на некоторое снижение численности получателей социальных услуг (-9%), которое очевидно следует связывать с длительными карантинными мерами при пандемии COVID-19, численность негосударственных организаций, осуществляющих полустационарное социальное

обслуживание, увеличилась на 38%. И если в 2019 г. негосударственные организации, осуществляющие социальное обслуживание населения составляли 15% от их общего количества, то в 2020 г., доля негосударственных организаций возросла до 20%.

Доля негосударственных организаций является наиболее существенной в общем количестве реабилитационных центров (14% и 17,3% в 2019 г и 2020 г. соответственно), а также в группе организаций, находящихся вне классификации учреждений, осуществляющие полустационарное обслуживание

В Таблице 2.4 представлены сведения об организациях, осуществляющих социальное обслуживание на дому в 2019 – 2020 г.г. Отметим, что на фоне пандемии Covid-19 социальное обслуживание на дому, в отличии от полустационарного обслуживания населения, практически не снизилось в 2020 г. Доля негосударственных организаций, осуществляющих социальное обслуживание на дому в 2020 г. выроста не значительно (14% и 16% соответственно в 2019 г. и 2020 г.) и была сопоставимой с долей государственного сектора в полустационарном обслуживании.

К числу организаций, осуществляющих социальное обслуживание на дому относятся: специализированные службы социально-медицинского обслуживания; центры социальной помощи; центры социального обслуживания населения; центры социального обслуживания, в т.ч. и для граждан пожилого возраста и инвалидов; Иные организации, осуществляющие социальное обслуживание на дому.

Таблица 2.4 – Сведения об организациях, осуществляющих социальное обслуживание на дому (2019 – 2020 г.г.)

	Число организаций				Численность получателей социальных услуг, чел.			
	2019		2020		2019		2020	
	Органы государственной власти субъектов РФ	Иные формы собственности	Органы государственной власти субъектов РФ	Иные формы собственности	Органы государственной власти субъектов РФ	Иные формы собственности	Органы государственной власти субъектов РФ	Иные формы собственности
Всего организаций, в т.ч.:	2718	468	2531	490	3719048	290398	3347008	289084
Специализированные службы социально-медицинского обслуживания	3	2	2	1	897	327	852	321
центры социальной помощи	76	2	76	2	71734	1152	50802	1057
центры социального обслуживания населения	282	97	269	88	426869	126596	434088	134860
центры социального обслуживания, в т.ч. и для граждан пожилого возраста и инвалидов	1481	17	1461	13	1809674	5429	1730343	2050
Иные организации, осуществляющие социальное обслуживание на дому	876	350	723	386	1409874	156894	1130923	150786

Источник: [106]

Социально ориентированные НКО – организации, которые фактически реализуют американскую и британскую модель социального предпринимательства в России [6; 13; 17; 104]. Не являясь предпринимательскими структурами с особым статусом, они в значительной мере сосредоточены на достижение социальных целей (преимущественно оказание социальных услуг) и действуют в относительно крупных населенных пунктах, пользуясь ресурсами крупных благотворительных фондов, государственными и муниципальными дотациями, а также ресурсами местной общины (граждан и предпринимателей).

Следует отметить, что в рамках концепции развития социального предпринимательства еще до принятия профильного закона (о социальных

предприятиях) в 2017 г. Правительством Российской Федерации был утвержден подготовленный Министерством экономического развития Комплекс мер, направленных на обеспечение поэтапного доступа социально ориентированных некоммерческих организаций, осуществляющих деятельность в социальной сфере, к бюджетным средствам, выделяемым на предоставление социальных услуг населению, на 2016-2020 г.г. [61] (далее – Комплекс мер). Данный комплекс мер направлен на выполнение поручений, озвученных Президентом В.В. Путиным в послании Федеральному Собранию от 03.12.2015 г. В соответствии с поручением Президента, разработанный Комплекс мер предполагает поэтапную передачу на конкурсной основе части государственного финансирования социальных услуг социально ориентированным НКО. Таким образом, достигается повышение конкуренции, формируется альтернативное предложение в данном секторе социальных услуг и осуществляется обеспечение повышения качества и доступности социальных сервисов для граждан.

Позитивные результаты реализации Комплекса мер на 2016 – 2020 г.г., позволило осуществить подготовку и принятие актуальной редакции Комплекса мер на 2021 – 2024 г.г. [60]. Начиная с 2018 г. в рамках мониторинга реализации комплекса мер осуществляется формирование рейтинга регионов России по итогам реализации программ в рамках которых осуществляется финансирование исполнения социальных услуг НКО и внедрения конкурентных способов их оказания. В Приложении Б представлены результаты рейтинга за 2017 г.

На Рисунке 2.5 представлены основные сведения о деятельности социально ориентированных НКО в Российской Федерации в 2014 – 2019 г.г. Эти же данные, а также количество организаций, имеющих нежилое помещение в собственности, и средняя численность добровольцев всех организаций конкретизированы по федеральным округам в Таблице 2.5

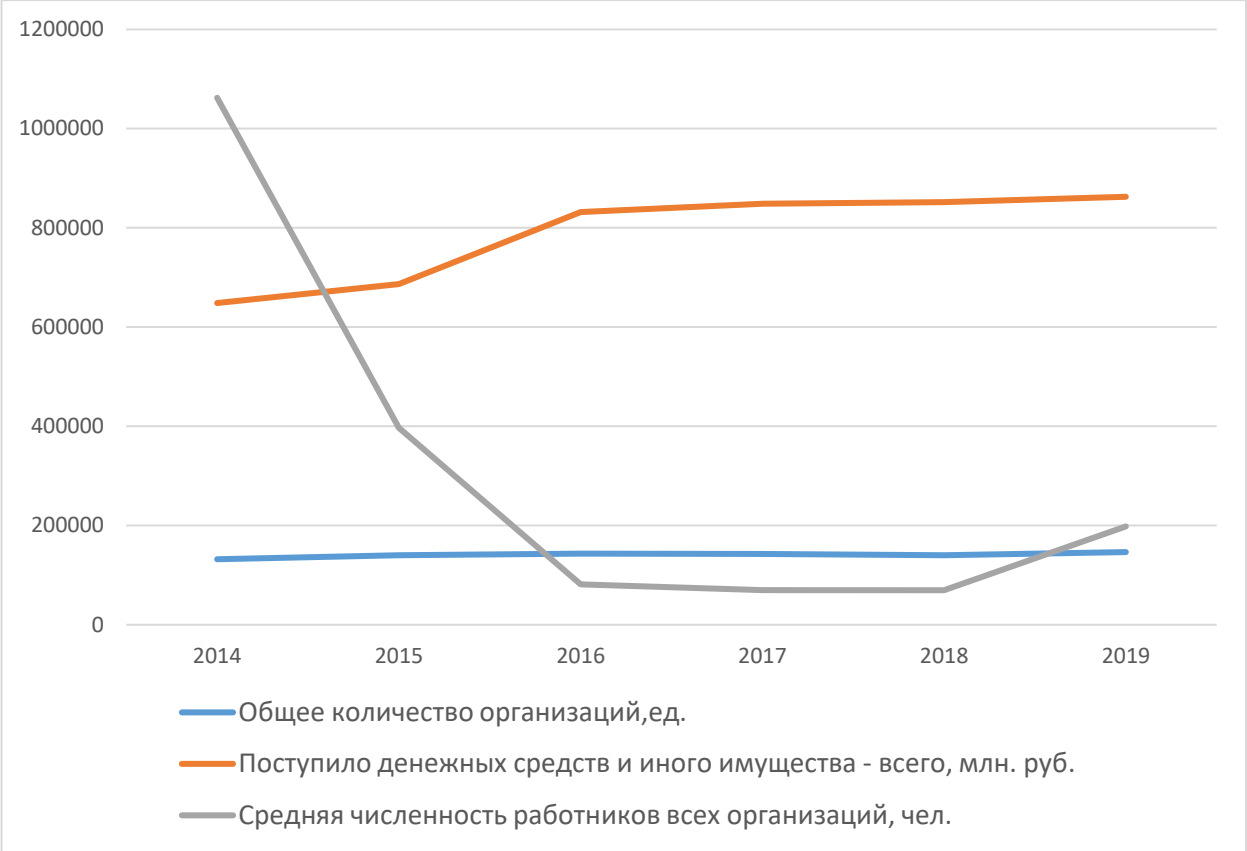


Рисунок 2.5 – Основные сведения о деятельности социально ориентированных НКО в Российской Федерации в 2014 – 2019 г.г.

Источник: [33]

Таблица 2.5 – Основные сведения о деятельности социально ориентированных НКО в Российской Федерации и федеральным округам в 2014 – 2019 г.г.

		Общее количество организаций,ед., в т.ч.:	организации,имеющие нежилое помещение в собственности,ед.	Поступило денежных средств и иного имущества - всего, тыс. руб.	Средняя численность работников всех организаций,чел.	Средняя численность добровольцев всех организаций, чел
1	2	3	4	5	6	7
2014	**Российская Федерация**	**132087**	**8987**	**648504497**	**1062252**	**2388184**
	Центральный федеральный округ	27234	1814	287393769	397049	417494
	Северо-Западный федеральный округ	12771	657	49161245	81594	191219
	Южный федеральный округ	12799	1025	33569663	70096	216316
	Северо-Кавказский федеральный округ	8241	1403	16187762	69569	119114
	Приволжский федеральный округ	32315	1627	101022087	198346	542375
	Уральский федеральный округ	8276	739	65157197	70151	147658
	Сибирский федеральный округ	20284	1066	56737946	115646	525516
	Дальневосточный федеральный округ	10167	656	39274829	59801	228492

Продолжение Таблицы 2.5

1	2	3	4	5	6	7
2015	**Российская Федерация**	**140031**	**8673**	**686860948**	**991081**	**2492974**
	Центральный федеральный округ	31961	1841	302880754	372088	563957
	Северо-Западный федеральный округ	14105	638	59257853	83654	224048
	Южный федеральный округ	12754	1001	32052273	69067	245561
	Северо-Кавказский федеральный округ	7683	1331	17709816	53177	123742
	Приволжский федеральный округ	31688	1558	109585815	174143	519536
	Уральский федеральный округ	9215	709	70783403	73566	148180
	Сибирский федеральный округ	20617	961	62697328	106062	435817
	Дальневосточный федеральный округ	10180	505	29143620	55675	214055
	Крымский федеральный округ	1828	129	2750086	3649	18078
2016	**Российская Федерация**	**143436**	**7521**	**831893977**	**708092**	**2376682**
	Центральный федеральный округ	32649	1628	381048063	227226	826731
	Северо-Западный федеральный округ	13792	540	54701946	67699	183466
	Южный федеральный округ	15642	1002	65742813	61587	236908
	Северо-Кавказский федеральный округ	7965	1284	17102057	42167	168281
	Приволжский федеральный округ	32004	1207	134596821	133886	370082
	Уральский федеральный округ	10664	581	89246244	56921	126234
	Сибирский федеральный округ	20880	881	59475720	84860	360446
	Дальневосточный федеральный округ	9840	398	29980313	33746	104534
2017	**Российская Федерация**	**142641**	**7544**	**848856806**	**630253**	**2731652**
	Центральный федеральный округ	32225	1563	441235451	210400	1187473
	Северо-Западный федеральный округ	13351	544	53226477	62719	162879
	Южный федеральный округ	16034	1056	52430362	54385	251491
	Северо-Кавказский федеральный округ	7961	1311	17811948	36981	176434
	Приволжский федеральный округ	31224	1185	152467946	116227	357266
	Уральский федеральный округ	11486	583	57625224	49586	137041
	Сибирский федеральный округ	20863	904	52101604	72523	357115
	Дальневосточный федеральный округ	9497	398	21957794	27432	101953
2018	**Российская Федерация**	**140247**	**7634**	**851687183**	**588590**	**2937318**
	Центральный федеральный округ	31647	1543	417049403	196269	1260352
	Северо-Западный федеральный округ	13483	536	61865422	57850	182373
	Южный федеральный округ	15872	1163	70818828	50513	249956
	Северо-Кавказский федеральный округ	7615	1203	20037019	32130	215625
	Приволжский федеральный округ	30867	1292	138927331	111367	404599
	Уральский федеральный округ	11355	617	60372839	48762	151134
	Сибирский федеральный округ	18298	750	50548927	59510	312742
	Дальневосточный федеральный округ	11110	530	32067414	32189	160537
2019	**Российская Федерация**	**146481**	**7849**	**862687841**	**589770**	**4056745**
	Центральный федеральный округ	33476	1572	429022706	196415	2461367
	Северо-Западный федеральный округ	14265	564	66546264	58310	201366
	Южный федеральный округ	17068	1231	60467927	53269	220766
	Северо-Кавказский федеральный округ	7579	1222	24450485	32286	205274
	Приволжский федеральный округ	32148	1360	135178728	111699	394156
	Уральский федеральный округ	11958	604	59678959	49521	150799
	Сибирский федеральный округ	18627	760	54375517	57513	287646
	Дальневосточный федеральный округ	11360	536	32967255	30757	135371

Источник: [33]

Представленные данные свидетельствуют о стабильном количестве социально ориентированных НКО в Российской Федерации. В тоже время в 2014 – 2016 г.г. наблюдалось существенное уменьшение численности работников данных организаций (-920%). Это в значительной степени было связано с ужесточением отечественного законодательства о деятельности иностранных агентов. В тоже время, в этот же период наблюдалось определенное увеличение денежных поступлений у социально ориентированных НКО (+28%), динамика которых в последующих периодах стабилизировалась. Заслуживает внимание распределение социально ориентированных НКО по видам деятельности в 2014 – 2019 г.г., представленное в Таблице 2.6. Несмотря на общий рост численности социально ориентированных НКО в Российской Федерации в анализируемом периоде (+10%), в рамках большинства из видов деятельности (21 из 32 видов деятельности НКО) их численность сократилась от 3% до 62%.

Таблица 2.6 – Распределение социально ориентированных НКО по видам деятельности (2014 – 2019 г.г.)

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
1	2	3	4	5	6	7
Всего социально ориентированных НКО, в т.ч.:	132087	140031	143436	142641	140247	146481
профилактика социально сиротства, поддержка материнства и детства	10231	8683	4476	4454	4630	5133
повышение качества жизни людей пожилого возраста	11030	9587	6073	6003	6086	6456
социальная адаптация инвалидов и их семей	11243	9818	6659	6651	6536	6776
другие виды социальной поддержки и защиты граждан	19692	18616	18269	17648	17000	16973
подготовка населения в области защиты от чрезвычайных ситуаций	3464	3284	2139	2156	2243	2367
оказание помощи пострадавшим в результате стихийных бедствий, экологических, техногенных или иных катастроф	5171	4742	2732	2620	2600	2576
охрана окружающей среды и защита животных	4041	4005	4776	4930	5025	5601
охрана и содержание объектов и территорий, имеющих историческое, культовое, культурное или природоохранное значение, и мест захоронений	2166	2109	1818	1792	1811	1955

Продолжение Таблицы 2.6

1	2	3	4	5	6	7
оказание юридической помощи на безвозмездной или на льготной основе гражданам, правовое просвещение населения, деятельность по защите прав и свобод человека и гражданина	7718	7504	9455	9098	8618	8563
оказание юридической помощи на безвозмездной или на льготной основе некоммерческим организациям	3997	3526	3295	3205	3075	2993
профилактика социально опасных форм поведения граждан, содействие такой деятельности	4608	4675	3428	3337	3301	3429
благотворительная деятельность	14856	15535	16245	15914	15581	16117
содействие благотворительной деятельности	10781	11194	9899	9617	9447	9758
деятельность в области добровольчества	9669	10194	9477	9209	9323	10015
деятельность в области образования, просвещения, науки, содействие такой деятельности	59399	59953	28401	27331	26231	26680
деятельность в области культуры и искусства, содействие такой деятельности	48919	48645	15588	14702	14169	14728
деятельность в области здравоохранения, профилактики и охраны здоровья граждан, пропаганды здорового образа жизни, содействие такой деятельности	48888	48627	15022	13894	13227	13271
содействие патриотическому, духовно-нравственному воспитанию детей и молодежи	46748	42372	18887	18069	17391	17582
деятельность в области улучшения морально-психологического состояния граждан и духовного развития личности	50858	50455	13160	13106	12627	12666
деятельность в области физической культуры и спорта, содействие такой деятельности	36568	42658	29998	29752	29420	30679
развитие межнационального сотрудничества, сохранение и защита самобытности, культуры, языка и традиций народов Российской Федерации	22459	22694	9496	9090	8454	8453
поддержка общественно значимых молодежных инициатив, проектов, детского и молодежного движения, детских и молодежных организаций	3764	4282	6475	6954	7299	7794
содействие деятельности по производству и (или) распространению социальной рекламы	622	766	1093	1098	1090	1179
проведение поисковой работы, направленной на выявление неизвестных воинских захоронений и непогребённых останков защитников Отечества, установление имён погибших и пропавших без вести при защите Отечества	---	---	1195	1143	1191	1273

Продолжение Таблицы 2.6

1	2	3	4	5	6	7
антикоррупционная деятельность, включая содействие формирования в обществе активного неприятия коррупции	18427	18344	3710	3044	2481	2260
участие в профилактике и (или) тушении пожаров и проведении аварийно-спасательных работ	---	---	685	752	775	885
социальная и культурная адаптация и интеграция мигрантов	---	---	556	675	743	891
мероприятия по медицинской реабилитации и социальной реабилитации, социальной и трудовой реинтеграции лиц, осуществляющих незаконное потребление наркотических средств или психотропных веществ	---	---	633	701	720	749
содействие повышению мобильности трудовых ресурсов	---	---	612	565	530	540
увековечивание памяти жертв политических репрессий	---	---	1673	1409	1212	1139
иные виды деятельности	55072	61889	41411	39466	36652	37109
оказание социальных услуг населению Российской Федерации в сферах деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций			9795	25129	27384	28482

Источник: [33]

Устойчивый рост количества демонстрировали НКО, которые осуществляли деятельность в следующих сферах: поддержка общественно значимых молодежных инициатив, проектов, детского и молодежного движения, детских и молодежных организаций (+107%), содействие деятельности по производству и (или) распространению социальной рекламы (+89,5%), охрана окружающей среды и защита животных (+38%). Однако наибольший рост количества наблюдался среди НКО, которые осуществляли деятельность по оказанию социальных услуг населению (+190,7% за 2016 – 2019 г.г.). Таким образом, наиболее существенное развитие получили социальные некоммерческие предприниматели, общая численность которых фактически утроилась за три года.

Результаты и формы работы социально ориентированных НКО в 2014 – 2019 г.г. представлены в Таблице 2.7 и Рисунке 2.6. Как видно из представленных данных, вплоть до начала пандемии Covid-19 количество граждан, которым оказывались социальные услуги со стороны НКО демонстрировало рост. В

анализируемом периоде, число потребителей социальных услуг НКО увеличилось практически втрое (+ 185%). Средний ежегодный темп прироста аудитории социально ориентированных НКО составил 23,9%, что свидетельствует о существенном повышении интереса граждан к услугам данных организаций.

В анализируемом периоде НКО практически удвоили численность потребителей их социальных услуг (+85%). Отметим, что существенный рост численности охвата населения социальными услугами НКО произошел в 2017 г. после начала реализации Комплекса мер. Наблюдался также устойчивый рост объемов благотворительной помощи в натуральной форме, что свидетельствует о повышении эффективности НКО, как институтов формирования и перераспределения общественных ресурсов благотворительной направленности. Снижение объемов благотворительной помощи в денежной форме объективно связано с ужесточением фискального законодательства.

Таблица 2.7 – Результаты и формы работы социально ориентированных НКО (2014 – 2019 г.г.)

Количество человек:	2014	2015	2016	2017	2018	2019
которым оказаны социальные услуги	23216	26318	31825	42022	60377	66289
получивших юридическую помощь на безвозмездной или льготной основе	5067	3120	2292	2813	2874	2389
получивших благотворительную помощь в натуральной форме, за исключением оказания социальных услуг и юридической помощи на безвозмездной или льготной основе	5654	5415	5643	6600	6898	7162
получивших благотворительную помощь в денежной форме	3197	2848	1623	1995	1937	1779

Источник: [33]

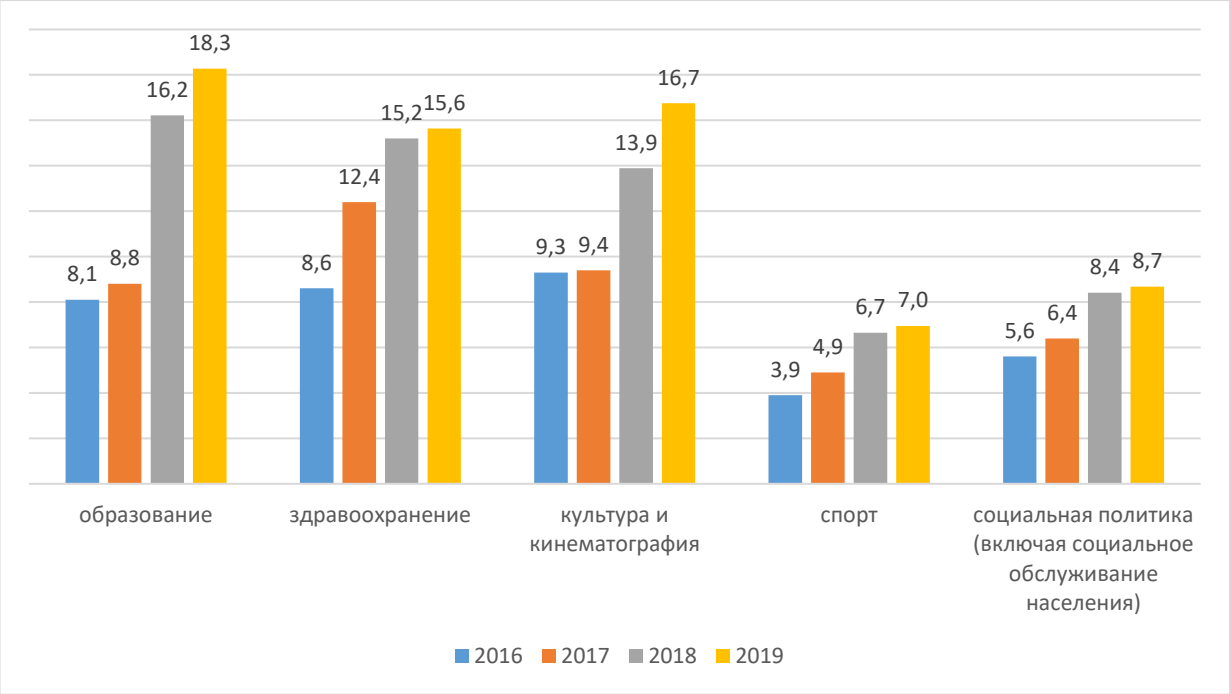


Рисунок 2.6 – Количество человек, которым оказаны социальные услуги в различных сферах, тыс. чел. (2016 – 2019 г.г.)

Источник: разработано автором на основе [33]

Более чем в 2 раза (+125%) увеличилась численность лиц, которым были оказаны социальные услуги в сфере образования. Существенным является также абсолютный и относительный (+81%) рост потребительской аудитории социальных услуг НКО в сфере здравоохранения, культуры и кинематографии (+79%), спорта (79%) и социального обслуживания населения (55%).

Одним из основных внешних ресурсных источников социально ориентированных НКО является бюджетное финансирование. В Таблице 2.8 представлена сводная информация о финансировании социально ориентированных НКО, которым передавались на исполнение услуги, предоставляемые за счет бюджета в рамках Комплекса мер в 2017 – 2019 г.г. Успешная практика предоставления социальных услуг населению работниками и добровольцами НКО на первых этапах реализации Комплекса мер обеспечила существенное увеличение объемов бюджетного финансирования и передачи частным (в т.ч. добровольческим) структурам на аутсорсинг значительных объемов государственных социальных сервисов.

Таблица 2.8 – Сводная информация о финансировании социально ориентированных НКО, которым передавались на исполнение услуги, предоставляемые за счет бюджета в рамках Комплекса мер в 2017 – 2019 г.г.

Отрасли социальной сферы	Количество организаций, которым передавались на исполнение услуги, предоставляемые за счет бюджета, ед. (по всем субъектам Российской Федерации)			Общий объем средств бюджетов субъектов Российской Федерации, фактически переданных организациям на оказание услуг, млн. руб.		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019
Социальная защита и социальное обслуживание	874	929	1381	5823,2	11212,4	13068,9
Образование	1297	1316	1910	7424,4	8117,1	9707,8
Культура	732	823	911	3853,2	2867,4	7943
Здравоохранение	95	123	144	644,7	353	416,5
Физкультура и массовый спорт	784	585	866	6310,9	7759,1	12045,5
Молодежная политика	329	654	614	596,9	1008,9	1361,7
Итого	4111	4430	5826	24653,3	31317,9	44543,4

Источник: [33]

Как следствие увеличилась численность социально ориентированных НКО во всех отраслях социальной сферы. Наибольший относительный рост количества организаций наблюдался в сферах социального обслуживания населения, образовании, молодежной политике. Успешная реализация Комплекса мер 2017-2020 г.г. определила дальнейший рост данного сектора социального предпринимательства за счет реализации утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации Комплекса мер 2021 – 2024 г.г. При увеличении общей численности финансируемых из бюджета социально ориентированных НКО на 40%, общий объем государственной поддержки (средства федерального и региональных бюджетов) вырос на 80%. Наибольший рост государственного финансирования наблюдался в отношении НКО, которые работали в сфере социальной защиты и обслуживании населения (+124% финансирования) и молодежной политики (+128% финансирования). Однако не везде данная практика была успешной. Социально ориентированным НКО, предоставляющим услуги в сфере здравоохранения финансирование было

уменьшено на 35% при том, что численность организаций, получавших такие дотации (в сфере здравоохранения) увеличилась на 50%. Более подробные данные о финансировании социально ориентированных НКО, а также об объектах недвижимости в которых они располагаются (распределение социально ориентированных НКО, по наличию помещения) представлены в Приложении В**.** Расходная часть социально ориентированных НКО (Таблица 2.9) в значительной мере представлена затратами на оплату труда и социальные взносы (31,6% и 32,7% всех расходов в 2018 г. и 2019 г. соответственно). Значительными также являются текущие затраты на содержание и обслуживание, однако их массовая доля сократилась в 2019 г. на 1,3%.

Таблица 2.9 – Использование денежных средств и иного имущества социально ориентированных НКО в 2018 – 2019 г.г., млн. руб.

	2018	2019
Текущие расходы, в т.ч.:	692810	722364
оплата труда и страховые взносы на обязательное социально страхование	219266	236037
налоги и иные платежи в бюджет	18850	18315
предоставление пожертвований, грантов некоммерческим организациям и физическим лицам, в т.ч.:	107253	121164
физическим лицам, в т.ч.:	24849	27791
в натуральной форме	6077	7763
текущие расходы на содержание и обслуживание организации (административные и общехозяйственные расходы)	168782	165828
Расходы на приобретение основных средств, земельных участков, строительств и реконструкцию зданий, строений, сооружений, в т.ч.:	44659	48128
на приобретение земельных участков	1144	343

Источник: [33]

Увеличение объемов предоставляемых пожертвований и грантов свидетельствует о росте доверия доноров данных организаций к ним, что соответственно обеспечивает увеличение объемов ресурсов, которые перераспределяются через данные НКО.

Перерабатывающие, снабженческие, сбытовые и обслуживающие сельскохозяйственные кооперативы являются неприбыльными организациями и

фактически представляют пример реализации европейской (итальянской) модели социального предпринимательства, выступая крупным (часто безальтернативным) работодателем в тех населенных пунктах, где они базируются. Кооперативы в сельской местности также способствуют укрупнению товарного производства, его интенсификации и формируют каналы продвижения материальных потоков (сырья, комплектующих, готовой продукции и др.) с отдаленными потребителями и поставщиками. В большинстве случаев сельскохозяйственные кооперативы выполняют роль физического сохранения малых населенных пунктов, на территории которых они функционируют [50; 58; 121].

Не смотря на высокую социальную значимость деятельность сельскохозяйственных кооперативов в экономике сельских территорий Российской Федерации, их общая численность сокращается (Таблица 2.10).

Таблица 2.10 – Динамика численности сельскохозяйственных кооперативов в Российской Федерации (2012 – 2016 г.г.)

	2012	2013	2014	2015	2016
Производственные кооперативы	10319	9076	8151	8313	8405
Сельскохозяйственные кооперативы	7314	6820	6429	6293	5839
Работающие сельскохозяйственные кооперативы	4616	4027	3795	3491	3750

Источник: [30]

Отметим также, что в статистике сельского хозяйства не учитывает кооперативы в качестве отдельного вида производителей при расчетах объемов производства отдельных видов продукции по категориям хозяйств. Очевидно, что это связано с незначительным вкладом производителей в данной организационно-правовой форме в общий фонд сельскохозяйственной продукции.

В Таблице 2.11. представлен рейтинг регионов Российской Федерации по численности зарегистрированных и реально действующих сельскохозяйственных кооперативов. В данный рейтинг по данным 2016 г. вошли 10 регионов. Остальные

регионы не были включены в рейтинг по причине полного отсутствия зарегистрированных на их территории сельскохозяйственных кооперативов или их крайней немногочисленности (1-2 зарегистрированных и фактически бездействующих кооперативов).

Таблица 2.11 – Рейтинг субъектов Российской Федерации по численности зарегистрированных и реально действующих сельскохозяйственных кооперативов (2016 г.)

Субъекты Российской Федерации	Работающие сельско-хозяйственные кооперативы	Всего сельско-хозяйственных кооперативов	Удельный вес работающих кооперативов, %
Липецкая область	711	846	84
Пензенская область	559	720	78
Республика Саха (Якутия)	159	391	41
Тюменская область	112	153	73
Волгоградская область	104	140	74
Забайкальский край	74	96	77
Красноярский край	73	81	90
Иркутская область	64	152	42
Краснодарский край	63	124	51
Республика Мордовия	55	146	38
Республика Татарстан	11	22	50
В остальных регионах работало 2 и менее сельскохозяйственных кооператива			

Источник: [30]

В числе передовых регионов по развитию сельскохозяйственной кооперации следует отметить Липецкую область, Республику Саха (Якутию) и Тюменскую область (Таблица 2.12). В данных регионах активно развиваются как кредитные, так и производственные кооперативы. В Липецкой области действуют 300 снабженческих и сбытовых кооперативов, обеспечивая эффективное распределение материальных потоков пайщиков (сельскохозяйственных производителей субъектов МСП и владельцев личных подсобных хозяйств).

Таблица 2.12 – Передовые регионы Российской Федерации по развитию сельскохозяйственной кооперации в 2016 г.

	Липецкая область	Республика Саха (Якутия)	Тюменская область
Сельскохозяйственные кооперативы, в т.ч.:	846	391	153
кредитные	319	144	25
перерабатывающие	81	78	14
снабженческие и сбытовые	300	17	38
обслуживающие	24	44	41

Источник: [30]

По данным Министерства сельского хозяйства Российской Федерации, основными факторами успеха развития сельскохозяйственной кооперации в передовых регионах Российской Федерации являются следующие: внедрение трехуровневой системы управления и информационной коммуникации; создание инфраструктуры развития кооперации; организация и развитие каналов рынка сбыта кооперативной продукции; укрепление материально-технической базы кооперативов (Рисунок 2.7).

Разработка, внедрение и развитие трехуровневой системы управления и информационной коммуникации предполагает эффективный информационный обмен между сельскохозяйственными кооперативами, районными и областными (республиканскими, краевыми) органами управления сельским хозяйством, что позволяет эффективно принимать решения и координировать действия всем участникам информационного обмена.

Рисунок 2.7 – Факторы успеха развития сельскохозяйственной кооперации в передовых регионах Российской Федерации

Источник: разработано автором на основе [30]

Построение региональной инфраструктуры развития кооперации предполагает создание сети фондов поддержки, центров компетенций, Сетей сельскохозяйственных потребительских и кредитных кооперативов. В качестве центров компетенции могут быть задействованы высшие и среднеспециальные учебные заведения, в которых осуществляется подготовка кадров для сельского хозяйства и пищевой промышленности.

Организация и развитие каналов рынка сбыта кооперативной продукции достигается за счет внедрения электронных торговых сервисов, регулярных ярмарочных мероприятий, развития розничных сетей малых форматов. Укрепление материально-технической базы кооперативов предполагает осуществление государственного субсидирования на модернизацию материально-

технической базы кооперативов, а также строительство сельскохозяйственных кооперативных рынков.

По состоянию на 01.01.2017 г. В Российской Федерации функционировало 5839 сельскохозяйственных кооперативов с общей численностью членов 392420 чел. Общий объем отгруженной продукции, выполненных услуг и работы российскими сельскохозяйственными кооперативами в 2016 г. Составил 22,8 млрд. руб. Структура действующих сельскохозяйственных кооперативов неоднородна (Таблица 2.13, Рисунок 2.8). Наибольшее количество кооперативов являются кредитными (24% от общего количества), однако данный тип кооперативов объединяет 73,8% граждан, участвующих в сельскохозяйственной кооперации. В тоже время, перерабатывающие кооперативы, членство в которых оформлено у 5,7% от общего количества граждан, участвующих в сельскохозяйственной кооперации, осуществляют производство 55% отгруженных товаров (в т.ч. выполненных работ и услуг).

Таблица 2.13 – Количество сельскохозяйственных кооперативов различных типов, численность их членов и объемы отгруженной продукции (работ, услуг) в 2016 г.

Типы сельско-хозяйственных кооперативов	Количество кооперативов по типам, ед.	Численность членов кооперативов, чел.	Сумма отгруженных товаров, выполненных работ и услуг, млрд. руб.
Кредитные	1381	289935	2,8
Перерабатывающие	1032	22712	12,6
Снабженческие	425	46162	5,1
Сбытовые	985		
Прочие	1203	н/д	н/д
Обслуживающие	813	33681	2,3

Источник: [30]

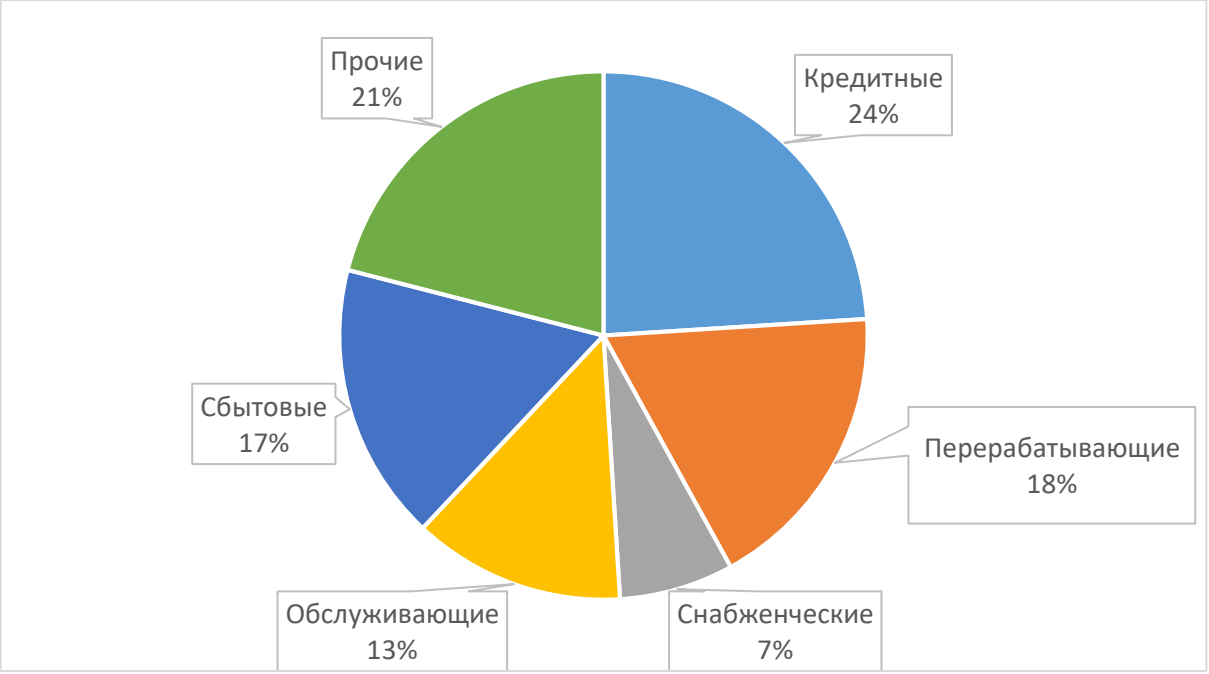


Рисунок 2.8 – Структура сельскохозяйственных кооперативов (2016 г.)

Источник: [30]

Несмотря на значительные относительные значения доли перерабатывающих кооперативов в валовом производстве товаров и услуг, их абсолютные показатели (как и показатели всей сельскохозяйственной кооперации) являются незначительными. В масштабе национального сельского хозяйства (без учета перерабатывающих предприятий агропромышленного комплекса) 22,8 млрд. руб. валовой продукции сельскохозяйственной кооперации и 12,6 млрд. руб. перерабатывающих кооперативов являются малозначительными и несущественными величинами. В Приложении Г представлен топ-20 сельскохозяйственных кооперативов по объемам выручки от продаж за 2015 г. В 2015 – 2016 г.г. финансовые меры государственной поддержки сельскохозяйственной кооперации были реализованы через гранты на развитие материально-технической базы кооперативов (Рисунок 2.9).

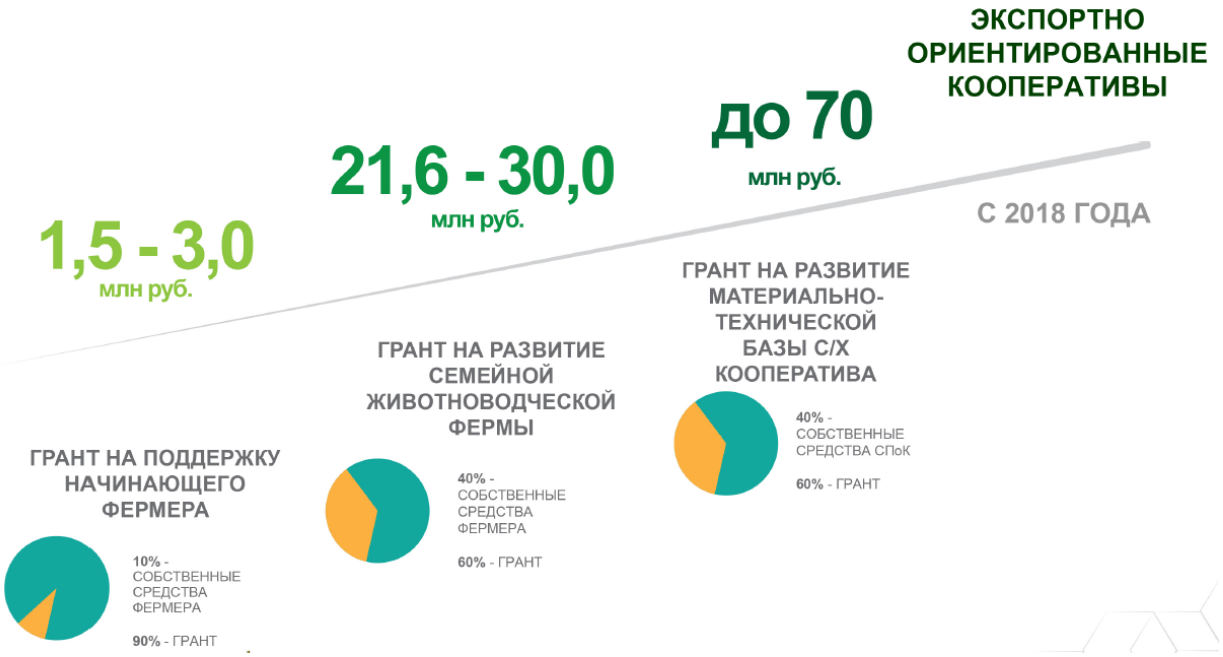


Рисунок 2.9 – Программы грантовой поддержки сельскохозяйственных кооперативов со стороны Министерства сельского хозяйства Российской Федерации в 2016 г.

Источник: [30]

На данные цели было направлено 1,3 млрд. руб. из федерального бюджета, 548 млн. руб. из региональных бюджетов. Были мобилизованы средства собственные средства кооперативов в объеме 1,3 млрд. руб. Средний размер гранта, выделенного одному сельскохозяйственному кооперативу составил 7,3 млн. руб. Общая численность грантополучателей составила 252 кооператива. Структура получателей грантовой поддержки сельскохозяйственным кооперативам в разрезе направлений их деятельности в 2016 г. представлена на Рисунке 2.10.

Становление и развитие социального предпринимательства в Российской Федерации сопровождается рядом тенденций и характеристик, которыми являются следующие:

1. Наблюдается рост количества зарегистрированных субъектов МСП, оформляющих статус социального предприятия. В определенной мере данный рост связан с легализацией части ранее не оформленных индивидуальных предпринимателей.

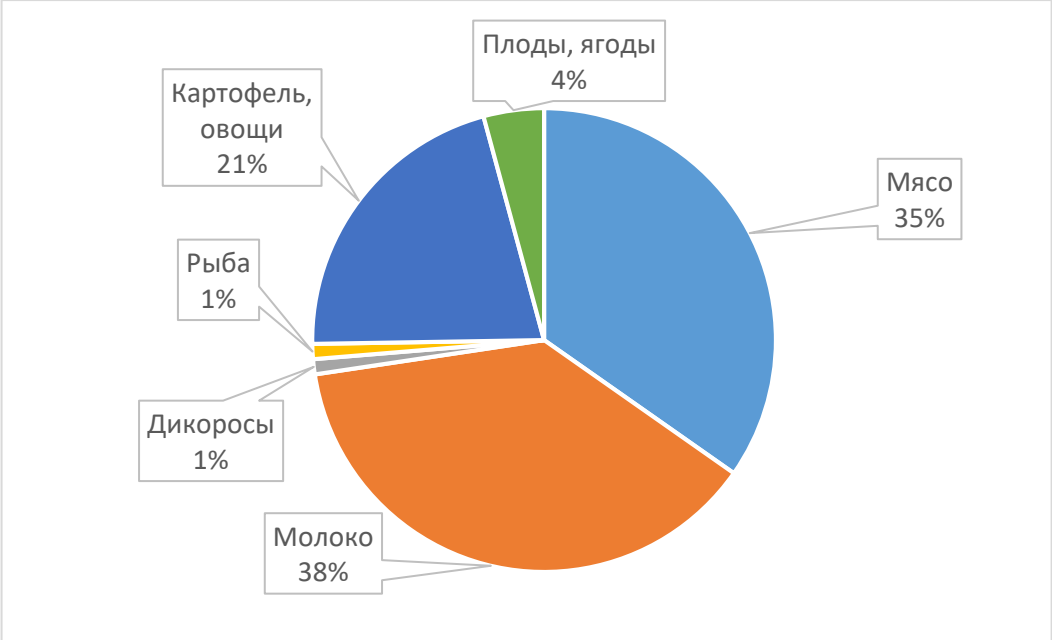


Рисунок 2.10 – Структура получателей грантовой поддержки сельскохозяйственных кооперативов по видам выпускаемой продукции в 2016 г.
Источник: [30]

1. Большая часть социальных предприятий (67%) представлена микробизнесом (индивидуальными предпринимателями) и осуществляет деятельность в сфере дополнительного образования (преимущественно детей), дневного ухода за детьми, а также развлекательной деятельности. Данная группа предпринимательских структур чаще всего оформляет статус социальных предприятий в крупных городах и высокоурбанизированных регионах страны, что связано с дефицитом социальной инфраструктуры, возникающем в процессе роста крупных населенных пунктов. Отметим, что формируется группа региональных центров социального предпринимательства (субъекты Российской Федерации с более 100 зарегистрированными социальными предприятиями), которые относительно равномерно распределены между федеральными округами, что свидетельствует о том, что основным фактором развития социального бизнеса в регионах страны являются объективные условия (количество и плотность населения), а также региональная политика в сфере развития социальных предпринимательских структур.

2. Государственные и муниципальные организации, осуществляющие полустационарное социальное обслуживание, а также социальное обслуживание на дому, теряют монополию на предоставление социальных услуг. Разработка и принятие Комплекса мер на 2017 – 2020 г.г. упростило доступ социально ориентированных НКО к получению государственного финансирования. В этих условиях наблюдается увеличение охвата населения социальными сервисами, а также общее количество оказанных социальных услуг населению.

3. Обеспечение социально ориентированных НКО государственными ресурсами улучшило их материальную базу и позволило сформировать новый сектор рынка труда, осуществляющий найм социальных работников с общим объемом фонда оплаты труда, составившим 236 млрд. руб. в 2019 г. Отметим, что российские социально ориентированные НКО следует в полном объеме учитывать как сектор социального предпринимательства, что в значительной мере определяется результатами их хозяйственной деятельности и ресурсными источниками их активов. Более 34% финансовых поступлений российских социально ориентированных НКО в 2019 г. составляли доходы (выручка) от реализации товаров, работ, услуг, имущественных прав без учета доходов от целевого капитала. Абсолютное значение доходов составило 294,4 млрд. руб. Дотации из бюджетов всех уровней составили 109 млрд. руб. (12,6% от общих поступлений). Последующее увеличение объемов перераспределяемых через социально ориентированные НКО общественных ресурсов (пожертвования граждан и юридических лиц), а также расширение присутствия на рынке социальных сервисов позволят в дальнейшем укрепить данный сектор социального предпринимательства в нашей стране.

4. Наиболее сложное положение из всех секторов социального предпринимательства в России наблюдается в деятельности сельскохозяйственных кооперативов. Все проанализированные выше типы организационных структур социального предпринимательства сосредоточены в городах. В сельской наблюдается сжатие сектора социального предпринимательства, которое сопровождается сокращением численности сельскохозяйственных кооперативов.

Только в десяти субъектах Российской Федерации сохранился институт сельскохозяйственной кооперации. Объем отгруженных товаров, работ и услуг сельскохозяйственной кооперации более чем в 12 раз уступает масштабам хозяйственной деятельности социально ориентированных НКО. Несмотря на давние традиции сельскохозяйственной кооперации в нашей стране, данный сектор социального предпринимательства фактически необходимо воссоздавать заново. Отметим, что социальный характер деятельности сельскохозяйственных кооперативов не получил соответствующего отражения в программных и нормативных документах российского правительства (ни на федеральном ни на региональном уровнях).

Учитывая опыт и позитивные результаты реализации Комплекса мер на 2017 – 2020 г., развитие сельскохозяйственной кооперации и повышение роли данного сектора социального предпринимательства в экономике нашей страны требуют разработки соответствующих мер государственной поддержки и стимулирования развития, что позволит существенным образом распространить практику социального предпринимательства в сельской местности.

2.2. Оценка параметров развития социального предпринимательства на региональном уровне (на примере Республики Татарстан)

Учитывая высокую государственную важность и актуальность проблематики развития социального предпринимательства в нашей стране, Министерство экономического развития Российской Федерации (ответственное за разработку государственной политики и реализацию мер поддержки социального предпринимательства) разработало методику рейтинговой оценки субъектов Российской Федерации по уровню развития социального предпринимательства (далее – методика рейтинговой оценки регионов по уровню развития социального предпринимательства).

Данная методика направлена на оценку реализации комплекса мер 2017 – 2020 г.г., направлена на количественную идентификацию параметров развития

социального предпринимательства в регионах и влияния государственных мер поддержки на деятельность социальных предпринимательских структур.

На основе применения методики рейтинговой оценки регионов по уровню развития социального предпринимательства рассчитывается рейтинг субъектов Российской Федерации по итогам реализации механизмов поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций и социального предпринимательства, обеспечения доступа негосударственных организаций к предоставлению услуг в социальной сфере и внедрения конкурентных способов оказания государственных (муниципальных) услуг в социальной сфере (далее – рейтинг) [91]. Расчет значений рейтинга осуществляется на основе показателей, представленных в Таблице 2.14

Таблица 2.14 – Показатели методики рейтинговой оценки регионов по уровню развития социального предпринимательства

Условное обозначение показателя	Название показателя
x_1	Количество СО НКО на 10 тыс. населения
x_2	Средняя доля работников в негосударственных организациях в общей численности работников, занятых в социальной сфере (%)
x_3	Удельный вес численности детей частных дошкольных образовательных организаций в общей численности детей дошкольных образовательных организаций
x_4	Доля выпадающих доходов в связи с применением налоговых льгот для СО НКО от налоговых доходов субъекта РФ
x_5	Доля выпадающих доходов в связи с применением налоговых льгот для жертвователей от налоговых доходов субъекта РФ
x_6	Доля муниципальных районов и городских округов, реализующих муниципальные программы по поддержке СО НКО, в общем количестве муниципальных районов и городских округов в субъекте Российской Федерации (%)
x_7	Доля муниципальных районов и городских округов, реализующих меры по поддержке социального предпринимательства в рамках муниципальных программ по поддержке малого и среднего предпринимательства, в общем количестве муниципальных районов и городских округов в субъекте Российской Федерации, утвердивших муниципальные программы по поддержке малого и среднего предпринимательства (%)

Продолжение Таблицы 2.14

x_8	Доля бюджетных ассигнований, направляемых на предоставление субсидий на реализацию мероприятий по формированию инфраструктуры поддержки СО НКО, включая центры инноваций социальной сферы (без учета ассигнований, предоставленных из федерального бюджета бюджету субъекта РФ на реализацию соответствующих мероприятий), в общем объеме расходов субъекта Российской Федерации (%)
x_9	Доля негосударственных (немуниципальных) медицинских организаций, участвующих в реализации территориальной программы ОМС, в общем количестве медицинских организаций, участвующих в реализации территориальной программы ОМС
x_{10}	Удельный вес негосударственных организаций социального обслуживания, в общем количестве организаций социального обслуживания всех форм собственности, включенных в реестр поставщиков социальных услуг субъекта Российской Федерации (%)

Источник: [91]

Расчет интегрального показателя рейтинга осуществляется в соответствии со следующей последовательностью аналитических операций [39]:

1. Рассчитываются нормированные значения каждого ***i***-го (***i***=10) показателя (x_i) для каждого региона. Нормирование осуществляется по Формуле 2.1 относительно значения соответствующего показателя у региона-лидера.

$$x_i = \frac{x_i^{\text{объект}}}{x_i^{\text{лидер}}}, \qquad (2.1)$$

где: $x_i^{\text{объект}}$ – абсолютное значение ***i***-го показателя региона – объекта рейтинговой оценки;

$x_i^{\text{лидер}}$ – абсолютное значение ***i***-го показателя региона-лидера.

1. Рассчитывается среднее арифметическое значение нормированных показателей (x_i). (Формула 2.2).

$$X = \frac{\sum_{i=1}^{10} x_i}{10}, \qquad (2.2)$$

где: ***X*** – итоговое значение рейтинговой оценки для анализируемого региона.

На наш взгляд, данная методика имеет ряд недостатков и может быть в определенной мере усовершенствована. Отметим, что данные недостатки связаны

в значительной степени с высокой динамикой общественных отношений в сфере социального предпринимательства. На момент разработки методики отсутствовало законодательно закреплённое определение социального предпринимательства и критерии предоставления данного статуса (соответственно и реестр данных субъектов МСП). В тоже время, некоторые недостатки связаны с тем, что сельскохозяйственная кооперация вплоть до 2021 г. не рассматривается в качестве социального предпринимательства и никак не учитывается в процессе оценивания. К числу недостатков методики рейтинговой оценки регионов по уровню развития социального предпринимательства следует отнести следующие:

– показатели, используемые в методике не учитывают уровень развития социального предпринимательства в регионе;

– никак не учитывается потенциал социально ориентированных НКО осуществлять генерацию денежных потоков от хозяйственной деятельности, а также мобилизовать финансовые и человеческие ресурсы для развития своей деятельности;

– методика не учитывает особенности развития социального предпринимательства в сельских районах российских регионов, в т.ч. деятельность наиболее органично соответствующих социальным параметрам предпринимательства организаций – кооперативов.

На наш взгляд, целесообразно дополнить данную методику следующими показателями (Таблица 2.15). Использование данных индикаторов позволит устранить представленные выше недостатки и сделать итоговый показатель рейтинговой оценки более информативным с точки зрения формализованного расчета текущего уровня развития всех форм социального предпринимательства в отдельном регионе. Расчет дополнительных показателей методики рейтинговой оценки регионов по уровню развития социального предпринимательства осуществляется по Формулам 2.3 – 2.8:

3. Количество социальных предприятий на 10 тыс. населения (Формула 2.3);

$$x_{11} = \frac{\text{КСП}}{\text{НР}/_{1000}}, \quad (2.3)$$

где: ***КСП*** – количество зарегистрированных субъектов МСП со статусом социального предприятия в регионе, ед.,

НР – население региона, чел.

4. Поступило денежных средств и иного имущества в расчете на 1 социально ориентированное НКО. (Формула 2.4);

$$x_{12} = \frac{\text{ПДС}}{\text{КСОНКО}}, \quad (2.4)$$

где: ***ПДС*** – объем поступления денежных средств и иного имущества на баланс социально ориентированных НКО региона, тыс. руб.;

КСНКО – количество социально ориентированных НКО региона, ед.

Таблица 2.15 – Дополнительные показатели методики рейтинговой оценки регионов по уровню развития социального предпринимательства

Условное обозначение показателя	Название показателя	Экономическая сущность показателя
x_{11}	Количество социальных предприятий на 10 тыс. населения	Показатель количественно характеризует уровень развития социального предпринимательства в регионе относительно численности его населения, что позволяет более объективно оценивать общее количество и динамику численности социальных предприятий в отдельных регионах
x_{12}	Поступило денежных средств и иного имущества в расчете на 1 социально ориентированное НКО	Показатель оценивает потенциал социально ориентированных НКО региона осуществлять мобилизацию общественных ресурсов (граждан и корпоративных структур) и формирования доходов от хозяйственной деятельности. В данном случае мы учитываем то, что суммарные дотации из бюджетов всех уровней, направляемые на финансирование социально ориентированных НКО составляют 12,6%, соответственно большая часть финансовых ресурсов мобилизуется организациями самостоятельно, однако потенциал ресурсного обеспечения организаций различных регионов отличается
x_{13}	Доля добровольцев в общей численности задействованных в деятельности социально ориентированных НКО человеческих ресурсов	Показатель оценивает потенциал социально ориентированных НКО региона осуществлять мобилизацию человеческих ресурсов. Оценивается уровень вовлеченности представителей общины к решению общественно значимых проблем, что в итоге дает возможность получить формализованный индикатор общественного доверия к социально ориентированным НКО региона
x_{14}	Численность членов сельскохозяйственных кооперативов на 10 тыс. чел. сельского населения региона	Показатель количественно характеризует уровень развития социального предпринимательства в сельских районах региона относительно численности проживающего там населения, что позволяет более объективно оценивать общее количество и динамику численности членов сельскохозяйственных кооперативов в отдельных регионах, а также распространение среди сельского населения кооперативной формы организации производства
x_{15}	Средняя выработка продукции работниками потребительских кооперативов (производителей продовольственных товаров)	Показатель оценивает достигнутый уровень производительности труда потребительских кооперативов в регионе и конкурентоспособность производства

Источник: разработано автором

5. Доля добровольцев в общей численности задействованных в деятельности социально ориентированных НКО человеческих ресурсов. (Формула 2.5).

$$x_{13} = \frac{\text{ЧД}_{\text{сонко}}}{\text{ЧД}_{\text{сонко}} + \text{ЧР}_{\text{сонко}}}, \quad (2.5)$$

где: ***ЧДснко*** – Средняя численность добровольцев всех социально ориентированных НКО региона, чел.;

ЧРснко – Средняя численность работников всех социально ориентированных НКО региона, ед.

6. Численность членов сельскохозяйственных кооперативов на 10 тыс. чел. сельского населения региона. (Формула 2.6).

$$x_{14} = \frac{\text{КСК}}{\text{СНР}/_{1000}}, \quad (2.6)$$

где: ***КСК*** – Количество зарегистрированных сельскохозяйственных кооперативов в регионе, ед.;

СНР – сельское население региона, чел.

7. Численность членов сельскохозяйственных кооперативов на 10 тыс. чел. сельского населения региона. (Формула 2.7).

$$x_{14} = \frac{\text{КСК}}{\text{СНР}/_{10000}}, \quad (2.7)$$

где: ***КСК*** – Количество членов сельскохозяйственных кооперативов, чел.;

СНР – Средняя численность сельского населения региона в анализируемом году, чел.

8. Средняя выработка продукции работниками потребительских кооперативов (производителей продовольственных товаров). (Формула 2.8)

$$x_{15} = \frac{\text{ПТПК}}{\text{СЧРПК}}, \quad (2.8)$$

где: ***ПТПК*** – Произведено продовольственных товаров потребительскими кооперативами в регионе, млн. руб.;

СЧРПК – Средняя численность работников потребительских кооперативов (производителей продовольственных товаров) в регионе, чел.;

Отметим, что дополненная методика рейтинговой оценки регионов по уровню развития социального предпринимательства может также быть использована на уровне отдельных субъектов Российской Федерации с целью рейтинговой оценки районов, что позволит осуществлять более эффективное государственное управление процессами развития социального предпринимательства на региональном уровне.

Рейтинговая оценка Республики Татарстан в 2017 – 2019 г.г. по уровню развития социального предпринимательства, в т.ч. с использованием дополнительных показателей (Рисунок 2.11), рассчитана на основе данных представленных в Таблице 2.16.

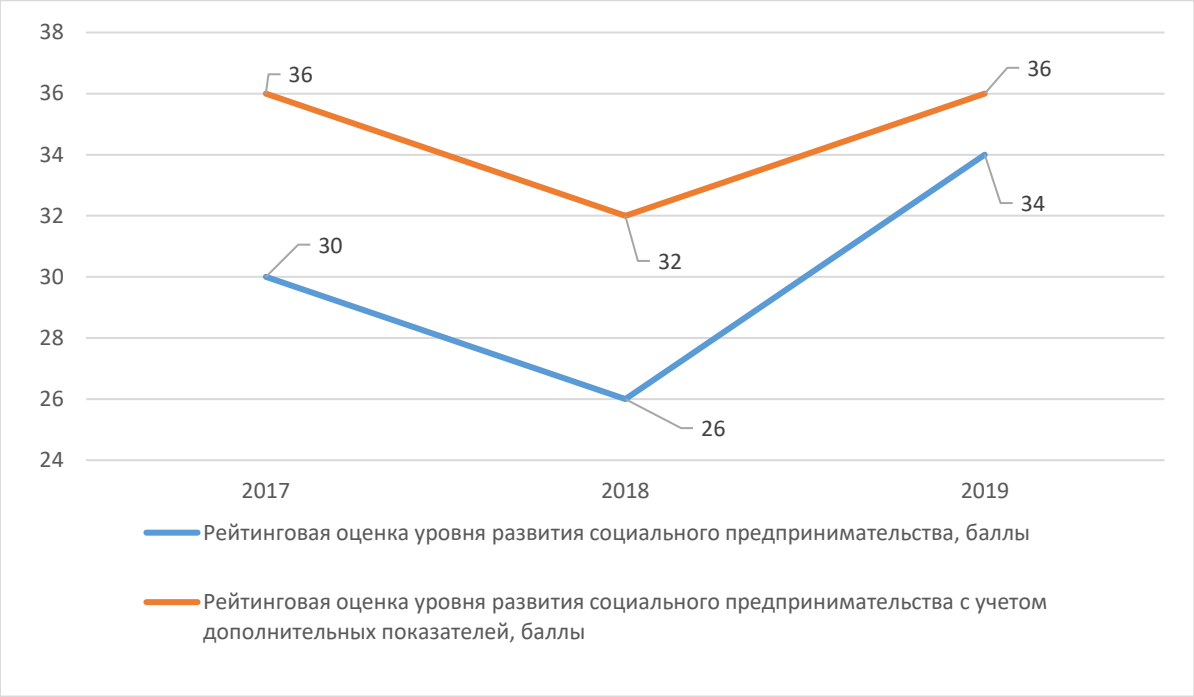


Рисунок 2.11 – Рейтинговая оценка Республики Татарстан по уровню развития социального предпринимательства, в т.ч. с использованием дополнительных показателей (2017 – 2019 г.г.)

Источник: разработано автором с использованием данных [91]

Таблица 2.16 – Показатели для расчета рейтинговой оценки Республики Татарстан по уровню развития социального предпринимательства (2017 – 2019 г.г.).

Показатели рейтинговой оценки	2017			2018			2019		
	Республика Татарстан (x_i)	Регион-лидер		Республика Татарстан (x_i)	Регион-лидер		Республика Татарстан (x_i)	Регион-лидер	
		(x_i)	Субъект Федерации		(x_i)	Субъект Федерации		(x_i)	Субъект Федерации
x_1	13,3	35	Ненецкий АО	13,4	34	Ненецкий АО	13,6	34,5	Ненецкий АО
x_2	9,1%	18,2%	Пермский край	14,4%	20,8%	г. Москва	6,96 %	20,24 %	Г. Москва
x_3	1,1%	12,7%	Самарская обл.	1,1%	12,9%	Самарская обл.	1%	12,6	Самарская обл.
x_4	0	0,07%	Омская обл.	0,00046%	0,034%	Новгородская обл.	0,000219 %	0,022%	Омская обл.
x_5	0	0,85%	Нижегородская обл.	0	0,476%	Нижегородская обл.	0	1,0060%	Пермский край
x_6	100%	100%	Республика Татарстан	40%	100%	ХМАО-Югра	88,89 %	100%	ХМАО-Югра
x_7	13,64%	100%	ХМАО-Югра	13,33%	100%	ХМАО-Югра	60%	100%	ХМАО-Югра
x_8	0,0032%	0,09%	Липецкая обл.	0,004%	0,1373%	Алтайский край	0,05062 %	0,12589 %	Ярославская обл.
x_9	36,06%	48,89%	Ленинградская обл.	41,89%	60%	Еврейская автономная обл.	41,86 %	82,17 %	Астраханская обл.
x_{10}	9,70%	77,11%	Республика Башкортостан	13,7%	77,8%	Республика Башкортостан	16,90 %	78,33 %	ХМАО-Югра
x_{11}	н/д	н/д	---	н/д	н/д	---	0,03	3,8[7]	Ненецкий АО
x_{12}	16037,13	59591,94	г. Москва	11509,04	51788,1	г. Москва	10108	48785,6	г. Москва
x_{13}	0,725%	0,979%	Республика Алтай	0,671%	0,967%	Республика Алтай	0,684%	0,966%	Еврейская АО
x_{14}	0,88	520,41	Липецкая обл.	0,93	581,97	Липецкая обл.	12,26	519,11	Липецкая обл.
x_{15}	3,63	3,63	Республика Татарстан	3,97	3,97	Республика Татарстан	1,83	1,83	Республика Татарстан

Источник: рассчитано автором с использованием данных [91]

Расчеты рейтинговой оценки в 2017 – 2018 г.г. с использованием дополнительных показателей осуществлялись без учета индикатора количества социальных предприятий на 10 тыс. населения (x_{11}) по причине того, что в данных годах статистического наблюдения отсутствовали данные о зарегистрированных субъектах МСП со статусом социальных предприятий. Для расчета интегрального показателя в 2019 г. использовались значения индикатора x_{11} за 2020 г., т.к. данные статистического наблюдения от 20.04.2020 г. с определенными допущениями, на наш взгляд, могут в определенной мере отражать реальную ситуацию на конец 2019 г.

Анализ динамики показателей позволяет сформулировать вывод, что использование дополнительных показателей при расчетах существенным образом скорректировало результаты рейтинга в 2017 – 2019 г.г., когда использовались дополнительные индикаторы. Рост интегрального рейтингового показателя на 2 единицы повысил место Республики Татарстан в итоговом рейтинге регионов на 3 позиции. Расширение количества показателей до пятнадцати за счет использования пяти предложенных нами дополнительных индикаторов позволяет получать более точные оценки, позволяющие более качественно оценивать уровень развития социального предпринимательства в субъектах Российской Федерации.

Существенное снижение рейтингового показателя Республики Татарстан в 2018 г. по сравнению с 2017 г. объясняется рядом факторов. Прежде всего, произошло сильное снижение доли муниципальных районов и городских округов, реализующих муниципальные программы по поддержке социально ориентированных НКО, в общем количестве муниципальных районов и городских округов в республике со 100% в 2017 г. до 40% в 2018 г. Отметим также некоторое снижение и ряда дополнительных индикаторов. В частности, в 2018 г. снизился на 4,528 млн. руб. средний объем поступлений денежных средств и иного имущества в расчете на 1 социально ориентированное НКО Республики Татарстан. При этом, данная тенденция сохранилась и в 2019 г., когда средний размер поступлений сократился до уровня 10,1 млн. руб. Заслуживает также внимания и снижение доли добровольцев в общей численности задействованных в деятельности социально

ориентированных НКО республики человеческих ресурсов в 2018 г., а также фактическое отсутствие существенной позитивной динамики по данному показателю в 2019 г.

В тоже время, наблюдалась позитивная динамика в увеличении численности членов сельскохозяйственных кооперативов и соответствующий рост их части в сельском населении республики. Численность членов сельскохозяйственных кооперативов в 2019 г. увеличилась до 12,26 чел. на 10000 сельского населения по сравнению с 0,88 чел. двумя годами ранее. Отметим также снижение объемов производительности труда в потребительских кооперативах республики в 2019 г., однако данное изменение не оказало существенного влияния на рейтинговые показатели региона в данном году наблюдений.

Реализация ряда федеральных и региональных программ оказала существенное влияние на результаты оценки уровня развития социального предпринимательства в Республике Татарстан в 2017 – 2019 г.г. (оценка на основе методики Министерства экономического развития Российской Федерации, в т.ч. с применением ее модифицированного нами вида (за счет дополнительных показателей)). Ряда отдельных статистических наблюдений о деятельности социальных предприятий в 2020 – 2021 г.г. позволяют сформулировать вывод о наличии ряда позитивных результатов и наличии существенных сдвигов. Следует также отметить, что использование индикаторов, характеризующих деятельность кооперативов, как субъектов социального предпринимательства в регионах, позволяет получать более точные рейтинговые оценки, которые дают возможность формулировать более существенные выводы и рекомендации.

Это является важным обстоятельством при учете того, что социальное предпринимательство является сектором российской экономики, который находится на этапе своего становления и с точки зрения его жизненного цикла может быть охарактеризован, как сектор, находящийся в стадии первоначального развития. Таким образом, в соответствии с положениями теории жизненного цикла, с учетом низкой (фактически нулевой) базы, большинство первоначальных результатов в виде относительных показателей роста должны демонстрировать

высокие темпы роста. Однако такого рода динамика наблюдается по отдельным индикаторам в отдельных периодах статистических наблюдений.

Данная ситуация характерна не только для Республики Татарстан, но и для подавляющего большинства Субъектов Российской Федерации. Регионы демонстрируют совершенно различную динамику индикаторов, наиболее успешные регионы демонстрируют результаты, имеющие вид статистических выбросов и не формируют соответствующую позитивную картину в своих федеральных округах, не говоря о каком-либо значительном влиянии на общенациональные результаты.

В тоже время, существенным обстоятельством является также и относительной короткий период статистических наблюдений, который практически не дает возможности учитывать данные о развитии социальных предприятий и отдельных характеристик их хозяйственной деятельности, что существенным образом снижает объективность и релевантность оценок.

В этих условиях актуальной становится задача оценки и экономического анализа показателей, характеризующих хозяйственную деятельность конкретных социальных предприятий региона, которая позволит оценить уровень выполнения социальных функций данными предприятиями, а также даст возможность сопоставить социальные результаты социальных предприятий с показателями их коммерческой эффективности.

2.3. Оценка экономических показателей деятельности социальных предприятий

Определение актуальности вопроса оценки и экономического анализа показателей, характеризующих хозяйственную деятельность конкретных социальных предприятий региона объясняется тем, что выборочное исследование предприятий позволяет выявить узкие места и направления совершенствования

региональной, а также федеральной политики в сфере развития социального предпринимательства.

Учитывая то, что подавляющее большинство социальных предприятий относятся к категории микро- субъектов МСП, а также зарегистрированы относительно недавно (в качестве социальных предприятий), ретроспективный анализ их хозяйственной деятельности осуществить невозможно (отсутствие подробной финансовой отчетности у микропредприятий СМП) или затруднительно (относительно короткий период функционирования для проведения качественного ретроспективного экономического анализа хозяйственной деятельности предприятия).

Таким образом, было принято решение осуществить анализ хозяйственной деятельности двух типов социальных предприятий:

1. Предприятия, учредителями которых являются всероссийские общественные организации инвалидов и/или их региональные подразделения (в т.ч. ВОС и ВОГ).

2. Сельскохозяйственные кооперативы.

Данные структуры объединяет конкретная социальная направленность, коммерческий характер деятельности, подразумевающий самоокупаемость и получение прибыли, а также коллективный (общественный) характер собственности и экономических интересов, сконцентрированных в деятельности данных предпринимательских структур. Отдельно стоит отметить также и то, что социальные предпринимательские структуры данных типов представлены в большинстве регионов, многие из функционирующих в настоящее время имеют достаточный срок функционирования для проведения ретроспективного анализа на основе открытых данных финансовой отчетности.

Осуществление оценки экономических показателей деятельности социальных предприятий Республики Татарстан позволит существенно дополнить те результаты, которые были получены в ходе оценки параметров развития социального предпринимательства на региональном уровне.

Предприятия, учредителями которых являются всероссийские общественные организации инвалидов и/или их региональные подразделения (в т.ч. ВОС и ВОГ)

– отдельная категория социальных предпринимательских структур, которые в диссертации ранее не анализировались. Данные структуры чаще действуют в организационно-правовой форме ООО и являются субъектами МСП, однако статуса социальных предприятий еще не получили (по состоянию на июль 2021 г.).

Как и в случае с инфраструктурой кооперативного движения, которая осталась со времен СССР, сеть предприятий, учрежденных всероссийскими обществами инвалидов и их региональными подразделениями – не вновь создаваемый сектор экономики, а длительно действующая система, успешно выполнявшая функции социального предпринимательства задолго до принятия профильных законов и государственных программ.

В соответствии с поправками в Закон «О социальной защите инвалидов в РФ» с 01.01.2020 г. данная категория предприятий получила право оформления статуса субъекта МСП и соответственно – социального предприятия. Начиная с 2016 г., когда был создан реестр субъектов МСП, предприятия, учрежденные ВОГ и ВОС (а также другие предприятия, осуществляющие трудоустройство и трудовую реабилитацию инвалидов) не могли претендовать на получение данного статуса по причине коллизий и пробелов в законодательстве. При соблюдении требований в отношении численности персонала и объема выручки, предприятия ВОГ и ВОС не соответствовали критериям состава учредителей (не более 49% доли участников, не являющихся субъектами МСП), т.к. ВОС и ВОГ были их единственными (100% собственности) учредителями. Таким образом, после устранения данной коллизии, данный тип предпринимательских структур получил возможность не только оформить статус субъектов МСП, но и статус социальных предприятий.

Цель оценки – определить уровень соответствия параметров хозяйственной деятельности предприятий основным экономическим критериям и характеристикам социальных предпринимательских структур:

- социальная эффективность;
- экономическая эффективность и самоокупаемость;
- приоритетность социального эффекта над экономическим;

– наличие потенциала к дальнейшему развитию и возможности тиражирования данного опыта;

Таким образом, была сформулированы задачи оценить следующие параметры хозяйственной деятельности предприятий:

– уровень приоритетности социальных целей над коммерческими;

– перспективность дальнейшего развития с учетом социальной нагрузки на предприятия;

– социальный эффект в виде трудоустройства определенных категорий граждан;

– уровень выполнения социальных обязательств перед персоналом относительно установленных государством минимальных параметров оплаты труда и отраслевыми показателями в регионе;

Для достижения поставленной цели и задач оценки параметров хозяйственной деятельности социальных предприятий была разработана система показателей (Таблица 2.17).

Таблица 2.17 – Система оценки параметров хозяйственной деятельности социальных предприятий

Показатель	Способ расчета	Экономическая сущность показателя
1	2	3
y_1	$y_1 = \frac{CapX+ЗП+Н}{EBITDA}$, где: ***CapX*** – затраты на приобретение, создание, модернизацию, реконструкцию и подготовку к использованию внеоборотных активов; ***ЗП*** – затраты на оплату труда; ***Н*** – налог на прибыль; $EBITDA = ЧП + Н + А + ПЗ$, где: ***ЧП*** – чистая прибыль; ***А*** – амортизация; ***ПЗ*** – проценты по долговым обязательствам;	Оценка экономической устойчивости хозяйственной деятельности путем расчета соотношения капитальных затрат (затрат на развитие), затрат на оплату труда, обязательных выплат в бюджет с прибылью до налогов, процентов и амортизации. Рост данного показателя свидетельствует о приоритете социальных обязательств и инвестиций в развитие предприятия над процессами формирования денежного потока для заинтересованных лиц;

Продолжение Таблицы 2.17

1	2	3
y_2	$y_2 = \frac{CapX+ЗП+Н}{C}$, где: ***С*** – себестоимость;	Оценка экономической устойчивости и перспектив развития предприятия путем определения массовой доли заработной платы, налоговых платежей и капитальных инвестиций в себестоимости продукции;
y_3	$y_3 = \frac{CapX+ЗП+\Delta ОА}{ЧП}$; $\Delta ОА = ОА_1 - ОА_1$, где: ***ОА₁*** – Оборотные активы в отчетном периоде; ***ОА₀*** – Оборотные активы в предыдущем периоде.	Оценка соотношения затрат на оплату труда и развитие хозяйственной деятельности с объемом чистой прибыли
y_4	$y_4 = \frac{ЗП}{ЧП}$;	Оценка соотношения затрат на оплату труда с объемом чистой прибыли
y_5	$y_5 = \frac{СЗП}{ПМ}$, где: ***СЗП*** – среднемесячная заработная плата на предприятии; ***ПМ*** – прожиточный минимум трудоспособного населения;	Оценка соотношения среднемесячной заработной платы работников предприятия с уровнем прожиточного минимума трудоспособного населения
y_6	$y_6 = \frac{СЗП}{СЗПпОР}$, где: ***СЗПпОР*** – среднемесячная заработная плата работников по отрасли в регионе;	Оценка соотношения среднемесячной заработной платы работников предприятия с уровнем среднемесячной заработной платы работников по отрасли в регионе
y_7	$y_7 = \frac{СЗП}{МРОТ}$, где: ***МРОТ*** – минимальный размер оплаты труда;	Оценка соотношения среднемесячной заработной платы работников предприятия с уровнем минимального размера оплаты труда
y_8	$y_8 = \frac{ЧПП}{ЧНМУ}$, где: ***ЧНМУ*** – численность лиц, проживающих в населенном пункте в котором расположен сельскохозяйственный кооператив.	Показатель оценивает уровень выполнения предприятием социальной функции трудоустройства граждан, проживающих в населенном пункте
y_9	$y_9 = \frac{ЧПП}{ЧИПЗ}$, где: ***ЧПП*** – среднесписочная численность персонала предприятия; ***ЧИПЗ*** – численность лиц в регионе в возрасте 18 лет и старше, впервые признаны инвалидами, по причине болезней глаза и его придаточного аппарата	Показатель оценивает уровень выполнения предприятием социальной функции трудоустройства инвалидов по зрению в регионе;

Источник: разработано автором

Данная система содержит общие и специфические показатели. Показатели y_1 – y_7 – являются общими для всех социальных предприятий вне зависимости от отраслевой принадлежности и категорий социально незащищенного населения на трудоустройство которых они ориентированы.

Показатели y_8 и y_9 – специфические и предполагаются к использованию в отношении сельскохозяйственных кооперативов и предприятий ВОС соответственно. Отметим, что показатель y_9 является универсальным и при минимальной адаптации может быть использован для любых предприятий, учрежденных всероссийскими и региональными общественными организациями инвалидов.

В качестве объектов исследования были определены предприятия, зарегистрированные и функционирующие в Республике Татарстан, которые отвечают следующим критериям:

1. Учреждены ВОС, ведут хозяйственную деятельность последние 7 лет, осуществляют трудоустройство инвалидов;

2. Являются сельскохозяйственным производственным кооперативом со статусом среднего предприятия и ведут хозяйственную деятельность последние 7 лет.

По данным, полученным из ЕРСМСП, а также данным, предоставленным ВОС данным критериям соответствуют следующие предприятия (Таблица 2.18).

Таблица 2.18 – Социальные предприятия – объекты аналитического исследования

Название предприятия	Местонахождение предприятия
1	2
Общероссийская общественная организация инвалидов «Всероссийское ордена Трудового Красного Знамени общество слепых»	
ООО «Елабужское предприятие укупорочных и пластмассовых изделий»	Республика Татарстан, г. Елабуга
ООО «Альметьевское реабилитационно-производственное предприятие «Юго-Восток»	Республика Татарстан, г. Альметьевск

Продолжение таблицы 2.18

1	2
ООО «Казанское предприятие «Электроконтакт»	Республика Татарстан, г. Казань
ООО Чистопольское учебно-производственное предприятие «Реглан»	Республика Татарстан, г. Чистополь
Сельскохозяйственные производственные кооперативы	
Сельскохозяйственный производственный кооператив племенной завод имени Ленина	Республика Татарстан, Атнинский р-н., с. Нижняя Береске
Сельскохозяйственный производственный кооператив имени Файзи Галиева	Республика Татарстан, Атнинский р-н., с. Кунгер
Сельскохозяйственный производственный кооператив «Тан»	Республика Татарстан, Атнинский р-н., с. Новые Шаши
Сельскохозяйственный производственный кооператив «Менгер»	Республика Татарстан, Атнинский р-н., с. Большой Менгер
Сельскохозяйственный производственный кооператив «Кызыл Юл»	Республика Татарстан, Балтасинский р-н, с. Чутай
Сельскохозяйственный производственный кооператив «Кушар»	Республика Татарстан, Атнинский р-н., с. Кошар
Сельскохозяйственный производственный кооператив «Кама»	Республика Татарстан, Балтасинский р-н, с. Пижмар
Сельскохозяйственный производственный кооператив «Активист»	Республика Татарстан, Балтасинский р-н, д. Дурга
Сельскохозяйственный производственный кооператив «Агрофирма рассвет»	Республика Татарстан, Кукморский р-н, с. Олуяз

Источник: разработано автором на основе [37]

Отметим, что представленная в таблице 2.18 совокупность не является выборкой. Данные предприятия – являются генеральной совокупностью предпринимательских структур Республики Татарстан, соответствующих представленным выше критериям. В Приложении Д и Таблице 2.19 представлены исходные данные для расчета показателей системы оценки параметров хозяйственной деятельности социальных предприятий Республики Татарстан. В Таблицах 2.20 – 2.21 представлены результаты оценки показателей y_1 – y_4 в 2015 – 2020 г.г.

Таблица 2.19 – Исходные данные для расчета показателей ($y_5 - y_9$) системы оценки параметров хозяйственной деятельности сельскохозяйственных кооперативов и предприятий ВОС (2017 – 2020 г.г.)

	2017	2018	2019	2020
Прожиточный минимум трудоспособного населения	10573	11069	11510	12273
Минимальный размер оплаты труда	7800	9489	11280	12792
Средняя заработная плата в сельском, лесном хозяйстве, охоте, рыболовстве и рыбоводстве в Республике Татарстан	19495	21831	24137	27285
Средняя заработная плата в обрабатывающем производстве Республике Татарстан	36061	38228	41694	44426
Численность лиц в Республике Татарстан в возрасте 18 лет и старше, впервые признаны инвалидами, по причине болезней глаза и его придаточного аппарата	440	373	457	---

Источник: [109]

Таблица 2.20 – Оценка параметров хозяйственной деятельности сельскохозяйственных кооперативов по показателям $y_1 - y_4$ (2015 – 2020 г.г.)

1	2	3	4	5	6	7	8
Сельскохозяйственный производственный кооператив племенной завод имени Ленина		2015	2016	2017	2018	2019	2020
	y_1	142,3%	82,7%	127,7%	111,4%	84,2%	186,6%
	y_2	45,7%	284,3%	55,1%	52,3%	62,5%	73,8%
	y_3	238,2%	163,1%	206,6%	236,6%	202,4%	215,5%
	y_4	101,7%	9,8%	81,9%	88,6%	64,7%	53,5%
Сельскохозяйственный производственный кооператив имени Файзи Галиева		2015	2016	2017	2018	2019	2020
	y_1	42,0%	28,1%	23,6%	42,4%	36,4%	43,4%
	y_2	209,2%	189,7%	117,1%	147,8%	119,9%	155,4%
	y_3	51,1%	39,4%	43,6%	-45,9%	140,9%	53,9%
	y_4	34,4%	26,3%	26,3%	24,0%	24,9%	22,9%
Сельскохозяйственный производственный кооператив «Тан»		2015	2016	2017	2018	2019	2020
	y_1	114,2%	72,5%	61,3%	-21,3%	102,6%	12,1%
	y_2	45,0%	57,2%	99,8%	22,5%	56,2%	220,3%
	y_3	173,7%	155,4%	401,4%	70,2%	-32,8%	48,0%
	y_4	66,8%	48,8%	71,7%	6,6%	41,1%	35,1%
Сельскохозяйственный производственный кооператив «Менгер»		2015	2016	2017	2018	2019	2020
	y_1	156,4%	132,3%	131,8%	221,6%	167,3%	99,3%
	y_2	40,3%	403,4%	47,3%	46,1%	27,2%	41,3%
	y_3	182,4%	199,2%	205,6%	232,2%	360,5%	229,9%
	y_4	98,5%	96,2%	86,7%	112,6%	159,2%	90,3%
Сельскохозяйственный производственный кооператив «Кызыл Юл»		2015	2016	2017	2018	2019	2020
	y_1	77,7%	107,9%	118,5%	308,0%	51,7%	112,2%
	y_2	127,4%	135,6%	167,6%	331,2%	72,9%	124,2%

Продолжение Таблицы 2.20

1	2	3	4	5	6	7	8
	y_3	173,0%	205,5%	180,9%	302,1%	167,3%	169,8%
	y_4	54,9%	44,9%	67,8%	69,7%	45,1%	25,0%
Сельскохозяйственный производственный кооператив «Кушар»		2015	2016	2017	2018	2019	2020
	y_1	45,0%	20,9%	14,7%	13,1%	25,1%	16,2%
	y_2	222,6%	108,2%	131,3%	171,4%	107,3%	70,5%
	y_3	85,8%	69,0%	32,3%	26,3%	44,2%	17,4%
	y_4	37,6%	21,5%	16,8%	17,6%	16,4%	16,0%
Сельскохозяйственный производственный кооператив «КАМА»		2015	2016	2017	2018	2019	2020
	y_1	77,8%	91,0%	65,2%	118,6%	88,0%	97,9%
	y_2	42,2%	33,7%	28,0%	50,2%	54,7%	62,3%
	y_3	143,4%	132,0%	101,5%	314,8%	305,0%	265,8%
	y_4	50,2%	76,2%	97,1%	108,2%	83,0%	76,6%
Сельскохозяйственный производственный кооператив «Активист»		2015	2016	2017	2018	2019	2020
	y_1	87,8%	204,7%	169,4%	139,3%	121,8%	134,6%
	y_2	30,7%	24,4%	52,9%	46,7%	55,3%	55,0%
	y_3	162,0%	306,3%	546,6%	405,8%	280,5%	318,7%
	y_4	105,5%	240,4%	233,4%	200,1%	98,3%	117,2%
Сельскохозяйственный производственный кооператив «Агрофирма рассвет»		2015	2016	2017	2018	2019	2020
	y_1	42,9%	37,5%	62,8%	67,5%	84,0%	92,6%
	y_2	26,8%	17,2%	26,2%	28,8%	339,3%	1030,8%
	y_3	133,7%	106,3%	157,9%	170,3%	154,5%	195,5%
	y_4	45,7%	43,1%	56,7%	46,8%	42,9%	3,3%

Источник: рассчитано автором

Таблица 2.21 – Оценка параметров хозяйственной деятельности предприятий ВОС по показателям $y_1 – y_4$ (2015 – 2020 г.г.)

1	2	3	4	5	6	7	8
ООО «Елабужское предприятие укупорочных и пластмассовых изделий»		2015	2016	2017	2018	2019	2020
	y_1	635%	521%	417%	437%	316%	467%
	y_2	17%	13%	16%	23%	20%	17%
	y_3	882%	698%	504%	578%	3225%	188%
	y_4	495%	726%	511%	408%	161%	104%
ООО «Альметьевское реабилитационно-производственное предприятие «Юго-Восток»		2015	2016	2017	2018	2019	2020
	y_1	312%	264%	368%	563%	467%	-717%
	y_2	34%	31%	31%	29%	43%	44%
	y_3	265%	108%	337%	173%	146%	-
	y_4	542%	503%	904%	1091%	1060%	-364%

Продолжение Таблицы 2.21

1	2	3	4	5	6	7	8
ООО «Казанское предприятие «Электроконтакт»		2015	2016	2017	2018	2019	2020
	y_1	322%	280%	519%	101%	378%	209%
	y_2	25%	20%	23%	4%	21%	40%
	y_3	997%	886%	3361%	610%	3996%	-82%
	y_4	763%	711%	3454%	169%	2236%	228%
ООО Чистопольское учебно-производственное предприятие «Реглан»		2015	2016	2017	2018	2019	2020
	y_1	464%	688%	934%	164%	250%	170%
	y_2	50%	54%	55%	44%	61%	51%
	y_3	1053%	1025%	3324%	1519%	361%	311%
	y_4	846%	1153%	3162%	1659%	268%	166%

Источник: рассчитано автором

Как видно из представленных данных, лидером по оценке экономической устойчивости хозяйственной деятельности в части соотношения капитальных затрат (затрат на развитие), затрат на оплату труда, обязательных выплат в бюджет с прибылью до налогов, процентов и амортизации (y_1) является кооператив «Менгер». Несмотря на отсутствие устойчивой позитивной динамики данного показателя, его среднее значение в анализируемом периоде у данного предприятия является наивысшим, что свидетельствует о наиболее полном соблюдении приоритетности социальных обязательств и инвестиций в развитие данного кооператива над процессами формирования прибыли и денежных потоков для стейкхолдеров.

Лидером по уровню массовой доли заработной платы, налоговых платежей и капитальных инвестиций в себестоимости продукции (y_2) в анализируемом периоде является кооператив «Кызыл Юл». Среднее значение данного показателя в 2015 – 2020 г.г. составило 159,82%. Наиболее соответствующее характеристикам социального предприятия соотношение затрат на оплату труда и развитие хозяйственной деятельности с объемом чистой прибыли продемонстрировал кооперативы «Кама» и «Племенной завод имени Ленина» ($\overline{y_3} = 210\%$). В свою очередь наиболее социальное соотношение затрат на оплату труда с объемом чистой прибыли наблюдалось у кооператива «Менгер» ($\overline{y_4} = 107{,}2\%$).

Результаты предприятий ВОС по показателю (y_1) существенно превышают аналогичные результаты сельскохозяйственных кооперативов. Наивысшее среднее значение данного показателя было зафиксировано у ООО «Елабужское предприятие укупорочных и пластмассовых изделий», которое составляло 465 %, что более чем в три раза превышало аналогичное значение кооператива «Менгер». Показатель уровня массовой доли заработной платы, налоговых платежей и капитальных инвестиций в себестоимости продукции (y_2) – единственный из показателей предприятий ВОС, по которому они существенно уступали сельскохозяйственным кооперативам. Значение (y_2) у лидера предприятий ВОС было на уровне значения аутсайдера группы сельскохозяйственных кооперативов (52% и 45% соответственно). По показателям соотношения затрат на оплату труда и развитие хозяйственной деятельности с объемом чистой прибыли (y_3), а также затрат на оплату труда и прибыли (y_4) предприятия ВОС также кратно опережали сельскохозяйственные кооперативы. В частности, лидером по этим индикаторам является ООО «Казанское предприятие «Электроконтакт» ($\overline{y_3} = 1628\%; \overline{y_4} = 1260$).

В Таблицах 2.22 – 2.23 представлены результаты оценки параметров хозяйственной деятельности сельскохозяйственных кооперативов и предприятий ВОС по показателям y_5 – y_8 (2015 – 2020 г.г.).

Таблица 2.22 – Оценка параметров хозяйственной деятельности сельскохозяйственных кооперативов по показателям y_5 – y_8 (2017 – 2020 г.г.)

1	2	3	4	5	6
Сельскохозяйственный производственный кооператив племенной завод имени Ленина		2017	2018	2019	2020
	y_5	212%	230%	208%	196%
	y_6	115%	117%	99%	88%
	y_7	288%	268%	213%	188%
	СЗП	22433,96	25459,12	23996,86	23996,86
	ЧНМУ				880
	Численность персонала				265
	y_8				30%

Продолжение Таблицы 2.22

1	2	3	4	5	6
Сельскохозяйственный производственный кооператив имени Файзи Галиева		2017	2018	2019	2020
	y5	127%	128%	135%	145%
	y6	69%	65%	64%	65%
	y7	172%	149%	137%	140%
	СЗП	13386,52	14143,03	15502,36	17848,7
	ЧНМУ				421
	Численность персонала				141
	y8				33%
Сельскохозяйственный производственный кооператив «Тан»		2017	2018	2019	2020
	y5	152%	160%	164%	181%
	y6	82%	80%	78%	81%
	y7	206%	190%	167%	173%
	СЗП	16078,01	1758,865	18826,24	22180,85
	ЧНМУ				861
	Численность персонала				235
	y8				27%
Сельскохозяйственный производственный кооператив «Менгер»		2017	2018	2019	2020
	y5	169%	161%	162%	189%
	y6	92%	82%	77%	85%
	y7	230%	188%	165%	181%
	СЗП	17911,32	17857,91	18648,5	23141,03
	ЧНМУ				707
	Численность персонала				156
	y8				22%
Сельскохозяйственный производственный кооператив «Кызыл Юл»		2017	2018	2019	2020
	y5	242%	242%	272%	271%
	y6	131%	123%	130%	122%
	y7	328%	282%	278%	260%
	СЗП	25610,56	26773,93	31344,88	33250,83
	ЧНМУ				481
	Численность персонала				101
	y8				21%
Сельскохозяйственный производственный кооператив «Кушар»		2017	2018	2019	2020
	y5	219%	209%	226%	235%
	y6	119%	106%	108%	106%
	y7	297%	244%	230%	226%
	СЗП	23175,85	23129,92	25990,81	28871,39
	ЧНМУ				635
	Численность персонала				127
	y8				20%

Продолжение Таблицы 2.22

1	2	3	4	5	6
Сельскохозяйственный производственный кооператив «КАМА»		2017	2018	2019	2020
	y5	128,90%	108,73%	118,45%	132,88%
	y6	69,91%	55,13%	56,49%	59,77%
	y7	174,73%	126,84%	120,87%	127,49%
	СЗП	13628,69	12035,86	13633,97	16308,02
	ЧНМУ				403
	Численность персонала				158
	y8				39%
Сельскохозяйственный производственный кооператив «Активист»		2017	2018	2019	2020
	y5	102%	105%	115%	126%
	y6	55%	53%	55%	56%
	y7	138%	123%	117%	120%
	СЗП	10801,49	11671,97	13184,71	15403,4
	ЧНМУ				303
	Численность персонала				157
	y8				52%
Сельскохозяйственный производственный кооператив «Агрофирма		2017	2018	2019	2020
	y5	137%	135%	152%	16%
	y6	74%	68%	72%	7%
	y7	185%	157%	155%	150%
	СЗП	14437,06	14915,78	17491,13	19148,94
	ЧНМУ				874
	Численность персонала				188
	y8				22%

Источник: рассчитано автором

Таблица 2.23 – Оценка параметров хозяйственной деятельности предприятий ВОС по показателям $y_5 – y_9$ (2017 – 2020 г.г.)

ООО «Елабужское предприятие укупорочных и пластмассовых изделий» ООО «Альметьевское	Показатели	2017	2018	2019	2020
	y5	152%	147%	157%	168%
	y6	45%	43%	43%	46%
	y7	206%	172%	160%	161%
	СЗП	16073,73	16275,72	18067,56	20593,28
	Численность персонала, в т.ч.:	486			
	инвалиды	250			
	y9	57%	67%	55%	---
ООО «Казанское предприятие «Электроконтакт»		2017	2018	2019	2020
	y5	179%	244%	255%	224%
	y6	52%	71%	70%	62%
	y7	242%	285%	260%	215%
	СЗП	18896,4	27027,03	29369,37	27477,48

Продолжение Таблицы 2.23

1	*2*	3	4	5	6
	Численность персонала, в т.ч.:	37			
	инвалиды	24			
	y_9	5%	6%	5%	---
ООО «Альметьевское реабилитационно-производственное предприятие «Юго-Восток»		2017	2018	2019	2020
	y_5	154%	14%	148%	149%
	y_6	45%	40%	41%	41%
	y_7	208%	17%	151%	143%
	СЗП	16237,86	1569,579	17006,47	18260,52
	Численность персонала, в т.ч.:	103			
	инвалиды	60			
	y_9	14%	16%	13%	---
ООО Чистопольское учебно-производственное предприятие «Реглан»		2017	2018	2019	2020
	y_5	102%	102%	85%	87%
	y_6	30%	29%	24%	24%
	y_7	139%	119%	87%	83%
	СЗП	10833,33	11250	9814,815	10625
	Численность персонала, в т.ч.:	36			
	инвалиды	24			
	y_9	5%	6%	5%	---

Источник: рассчитано автором

Лидером по размеру средней заработной платы в анализируемом периоде был кооператив «Кызыл Юл», где средняя заработная плата работников составила 29245 тыс. руб., а в 2020 г. значение данного показателя достигло 33250 руб. Отметим, что еще у трех кооперативов в 2020 г. средняя заработная плата превышала 20 тыс. руб. Подобный уровень заработной платы наблюдался только у одного предприятия ВОС - ООО «Казанское предприятие «Электроконтакт». Остальные предприятия не достигли среднего значения заработной платы, превышавшего 20 тыс. руб. При этом, ООО «Альметьевское реабилитационно-производственное предприятие «Юго-Восток» и ООО Чистопольское учебно-производственное предприятие «Реглан» не достигли данного показателя и к 2020 г., что в целом свидетельствует о более низком уровне оплаты труда в предприятиях ВОС по сравнению с сельскохозяйственными кооперативами.

Менее половины (4 из 9) кооперативов-объектов исследования выплачивали заработную плату меньшую по сравнению со средней по отрасли в регионе. Это кооперативы «имени Файзи Галиева», «Тан», «Менгер», «Активист». При этом из

данной группы только кооператив «имени Файзи Галиева» осуществлял относительно масштабные по объему инвестиции. В тоже время, все предприятия ВОС не достигли уровня средней по региону заработной платы в обрабатывающей промышленности. Отметим, что в данной отрасли уровень заработных плат кратно выше чем в сельском хозяйстве, а также то, что предприятия ВОС не являются высокотехнологичными или сверхприбыльными производствами. Все это определяет относительно более низкий уровень оплаты труда по сравнению с другими предприятиями промышленности. Все анализируемые предприятия выплачивали заработную плату, превышавшую федеральные социальные стандарты.

Заслуживает внимания уровень выполнения предприятиями социальной функции трудоустройства отдельных категорий населения (жителей сельской местности и инвалидов).

На Рисунке 2.12 представлены результаты оценки уровня выполнения сельскохозяйственными производственными кооперативами социальной функции трудоустройства граждан, проживающих в сельских населенных пунктах.

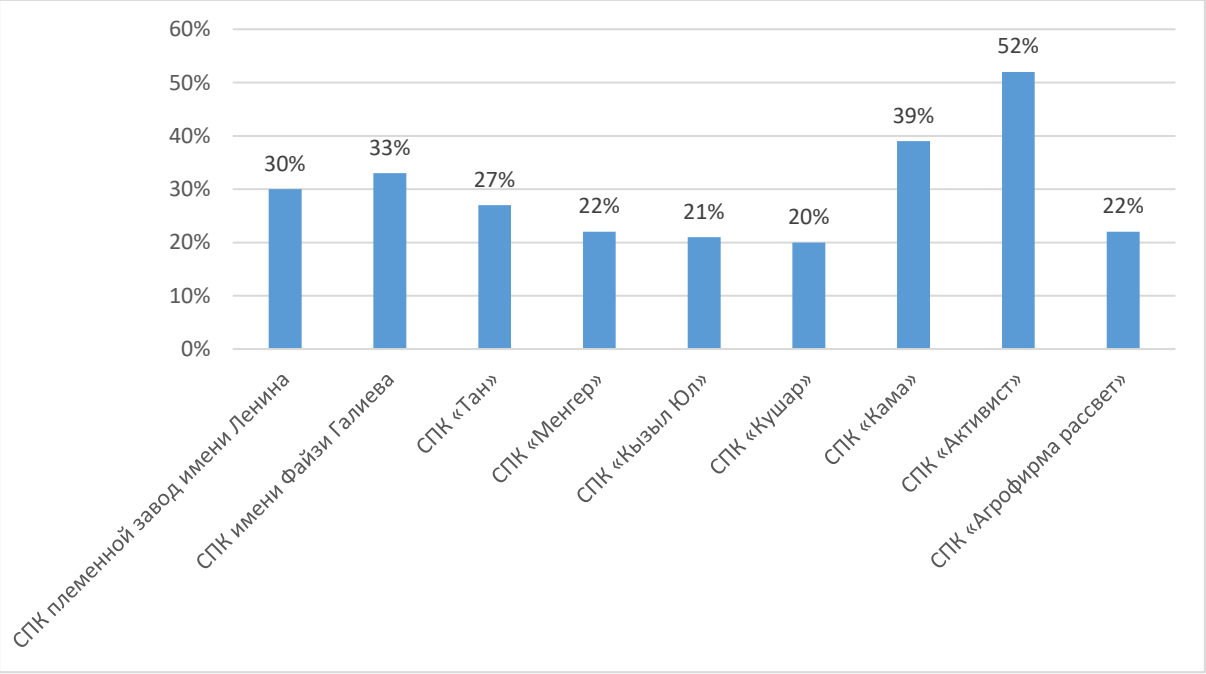
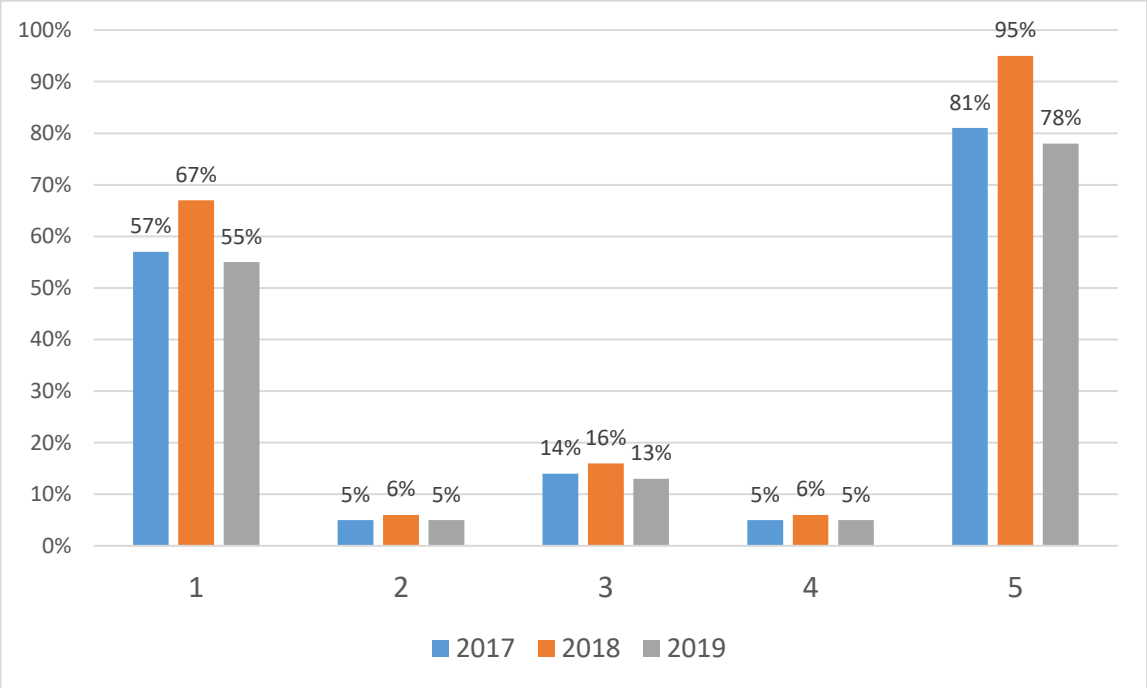


Рисунок 2.12 – Доля членов сельскохозяйственных кооперативов в общей численности проживающих в населенном пункте граждан.

Источник: разработано автором

На Рисунке 2.13. представлены результаты оценки уровня выполнения предприятиями ВОС социальной функции трудоустройства инвалидов по зрению в регионе. Данные, представленные на диаграммах свидетельствуют о высоком уровне социальной значимости и соответствующем выполнении функции трудоустройства отдельных категорий населения анализируемыми предприятиями.



1	ООО «Елабужское предприятие укупорочных и пластмассовых изделий»
2	ООО «Казанское предприятие «Электроконтакт»
3	ООО «Альметьевское реабилитационно-производственное предприятие «Юго-Восток»
4	ООО Чистопольское учебно-производственное предприятие «Реглан»
5	Уровень трудоустройства инвалидов по зрению на предприятиях ВОС Республики Татарстан

Рисунок 2.13 – Доля работников предприятий ВОС с инвалидностью в общей численности инвалидов по зрению в Республике Татарстан (2017 – 2019 г.г.).

Источник: разработано автором

Отметим также и рост средней заработной платы на предприятиях ВОС региона. Несмотря на то, что она в анализируемом периоде на 40-50% ниже среднеотраслевой, с учетом выполнения социальной функции трудовой адаптации и интеграции лиц с ограниченными возможностями, данные показатели следует оценивать, как позитивные.

Следует также отметить позитивную динамику роста заработных плат у работников сельскохозяйственных кооперативов и у работников предприятий ВОС в Республике Татарстан (Рисунок 2.14). В тоже время, заслуживает внимания негативная тенденция увеличения разрыва между средней заработной платой в сельском хозяйстве республики и у персонала производственных кооперативов.

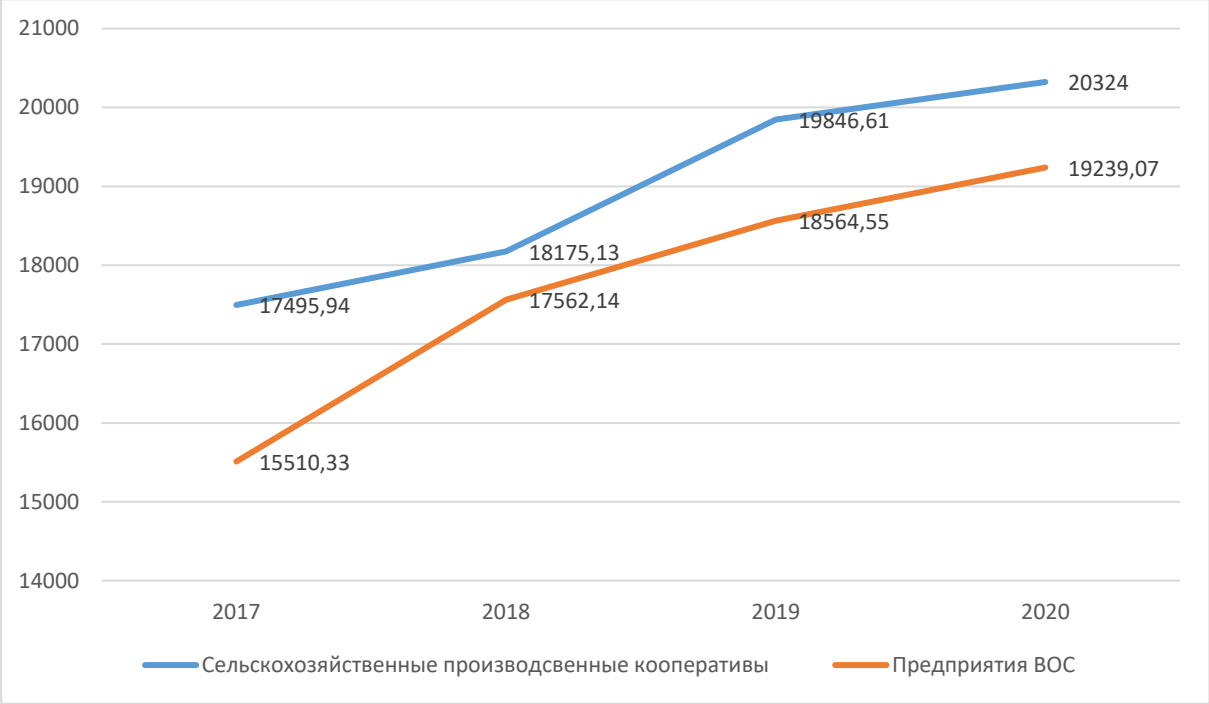


Рисунок 2.14 – Динамика средней заработной платы у работников сельскохозяйственных кооперативов и предприятий ВОС Республики Татарстан (2017 – 2020 г.).

Источник: разработано автором

Так, в 2017 – 2018 г.г., заработная плата в кооперативах была на 20% меньше средней по отрасли в регионе. В 2019 г. уже на 24%, а в 2020 г. была ниже на 30%. Наблюдаемый рост разрыва в уровне оплаты труда следует определить, как угрозу для сельскохозяйственных кооперативов, которая требует существенного внимания и принятия мер в сфере повышения производительности труда работников.

Сельскохозяйственные производственные кооперативы являются основными работодателями своих населенных пунктах. От 20% до 52% населения в данных сельских населенных пунктах являются совладельцами сельскохозяйственных

предприятий, на которых они трудоустроены. На наш взгляд это является важным обстоятельством, определяющим объединение общин в решении наиболее острых экономических и социальных вопросов. Данный способ организации производства обеспечивает высокую заинтересованность трудящихся в развитии предприятий, мотивацию их труда и дальнейшее расширение практики объединения усилий в решении наиболее острых проблем.

Именно такого рода сельскохозяйственные предприятия, которые в полной мере отвечают всем теоретическим положениям о сущности социального предпринимательства (были обоснованы нами в первой главе), являются наиболее перспективными объектами государственной поддержи. Это высоко привлекательные в инвестиционном плане структуры, которые следует определить, как опору для федеральных и региональных властей в сфере развития социального предпринимательства в сельской местности. Следует выделить следующие характеристики сельскохозяйственных производственных кооперативов:

– стабильность экономических параметров развития;

– выполнение всех социальных функций в сфере трудоустройства и формирования доходов граждан на уровне федеральных социальных и региональных отраслевых стандартов;

– активная инвестиционная политика за счет высокого уровня реинвестирования и мобилизации ресурсов пайщиков, непосредственно занятых на предприятии в качестве производственного персонала;

– мотивация к труду и обеспечению развития предприятия, формирование основы для реализации других инициатив в социальной сфере с максимальным вовлечением всех граждан, проживающих в населенном пункте (развитие современных традиций самоорганизации населения).

К числу основных характеристик предприятий ВОС, следует отнести их высокую значимость в сфере социальной и трудовой интеграции лиц с ограниченными возможностями по зрению. Значительная численность (в среднем 78-95%) проживающих в Республике Татарстан инвалидов по зрению имеют

возможность трудоустройства и улучшения своего материального положения за счет трудовой деятельности. Отметим, что очевидным является тот факт, что не все из инвалидов, трудоустроенных на предприятиях ВОС имеют проблемы со зрением. И реальные цифры общего уровня трудоустройства инвалидов по зрению несколько ниже представленных на диаграмме. Но, очевидно также, что это снижение не является существенным, а общий уровень решения проблем трудоустройства и социальной адаптации людей с ограничениями по здоровью в республике является высоким. Следует также учитывать, что анализ хозяйственной деятельности предприятий ВОС показывает достаточно стабильный характер их развития, полное выполнение всех федеральных стандартов в сфере оплаты труда и формирования доходов граждан.

ГЛАВА 3 СИСТЕМЫ И МЕХАНИЗМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

3.1 Механизм развития социального предпринимательства в экономике Российской Федерации

Анализ показателей динамики развития социального предпринимательства в нашей стране свидетельствует о достаточно низких темпах его развития. Наблюдаются резкие колебания численности субъектов МСП со статусом социальных в отдельных регионах, что свидетельствует о первоначальном значительном интересе к данной форме ведения бизнеса и практически полной утрате интереса к работе в данном направлении в течении года.

Ситуация в сельской местности также характеризуется как неоднозначная. Единственно реально действующая организационная форма социального предпринимательства – сельскохозяйственная кооперация, развивается в отдельных регионах, при этом темпы роста численности субъектов сельскохозяйственной кооперации, а также численности членов кооперативов не могут быть оценены, как удовлетворительные [51]. В отдельных регионах страны кооперативная форма организации сельскохозяйственного производства до сих пор фактически никак не представлена.

В числе проблемных вопросов, сдерживающих развитие социального предпринимательства следует отметить незаконченный характер реформ и государственных программ, направленных на его активизацию в экономике Российской Федерации. Данные обстоятельства проявляются в следующем:

1. Закон о Социальном предпринимательстве не содержит никаких дополнительных налоговых или др. льгот для социальных предприятий. Данная категория хозяйствующих субъектов работает в налоговом режиме предприятий МСП, численность которых на фоне пандемии COVID-19 и последовавшей

рецессии – снижается [48]. Очевидно, что в условиях, когда сектор коммерческого малого бизнеса сжимается, ожидать существенных результатов в развитии социального бизнеса не имеет никакого смысла. Субъектам Федерации дано право самостоятельно устанавливать льготные налоговые режимы и региональные меры поддержки для социальных предприятий, однако, данные возможности являются ограниченными и в большей степени касаются мероприятий зеленой корзины (консультации в Центрах социальных инноваций, льготы по аренде регионального и муниципального имущества и др.). Как следствие никаких фискальных послабления социальное МСП по состоянию на 2021 г. не имеет.

2. Доступ к микрокредитам и другим формам государственного финансирования у социальных предприятий, а также условия такого рода поддержки ничем не отличается от аналогичных мер для субъектов МСП. Как следствие предприятия фактически не имеют никаких стимулов для оформления статуса социального.

3. Фактически проблематика развития социального предпринимательства в городской среде [96; 97] и сельской местности [98; 99] разделена между двумя органами исполнительной власти. Сельскохозяйственная кооперация, не имеющая статуса социального предпринимательства – находится в сфере интересов Министерства сельского хозяйства, а развитие социальных предприятий – полномочия Министерства экономического развития. Таким образом, социальные предприятия и социально ориентированные НКО – находятся в сфере ведения Министерства экономического развития, а сельскохозяйственная кооперация (с учетом всего комплекса социальных вопросов, которые она решает), оставаясь в ведении Министерства сельского хозяйства продолжает рассматриваться исключительно как одна из перспективных (в т.ч. альтернативных) организационных форм производства продовольствия.

4. Практически отсутствует инфраструктура консультационной, маркетинговой и организационно-методической поддержки социальных предприятий. Созданные Агентством стратегических инициатив (далее – АСИ) в каждом из регионов центры инноваций социальной сферы не сотрудничают с

местными вузами и другими центрами компетенций по тематике социального предпринимательства. Сотрудничество развивается в плоскости поддержки инновационных проектов вузов в рамках консультаций и ознакомлений с отработанными в АСИ алгоритмами.

Отметим, что развитие социального предпринимательства очевидно не связано с получением какого-либо фискального эффекта. В современных условиях цифровизации расчетно-кассового обслуживания, использовании компьютерных и телекоммуникационных технологий в налоговом администрировании, учетных и контрольных процедур, – остается незначительный коридор возможностей для налоговых оптимизаций недобросовестными субъектами МСП.

В тоже время, федеральные фискальные льготы и гарантии для социальных предприятий являются потенциально важным условием для дальнейшего развития социального предпринимательства не в отдельных регионах, а в масштабе всей страны. Именно федеральные льготы и гарантии являются базой для эффективного тиражирования позитивного опыта разработки и внедрения социальных предпринимательских инициатив, а также формирования сетей социальных предприятий и межрегиональных кластеров (в т.ч. и в виде социальных кооперативов).

Отметим, что активизация социального предпринимательства требует принятия ряда системных решений и реализации комплекса мероприятий. Данные решения и мероприятия следует синхронизировать на всех уровнях национальной экономики (федеральном, региональном, микроуровне (уровне конкретных социальных предприятий)), а также сформировать систему ресурсного обеспечения их реализации. На Рисунке 3.1. представлен механизм развития социального предпринимательства в экономике.

Рисунок 3.1. Механизм развития социального предпринимательства в экономике Российской Федерации

Источник: разработано автором

Данный механизм направлен на решение проблем и противоречий в социальной сфере, определяющих актуальность развития социального предпринимательства. При этом данные проблемы и противоречия рассматриваются как двухуровневая система факторов (федеральных и региональных). В рамках механизма также учитываются факторы влияния на микроуровне (уровне отдельных социальных предприятий и др. субъектов МСП с потенциалом перехода в статус социальных).

На федеральном уровне предполагается отдельное решение проблем урбанизированных и сельских территорий, которые сталкиваются с принципиально отличающимся характером проблем. В крупных городах ряда регионов наблюдается дисбаланс в обеспечении населения объектами социального обслуживания, а также снижение доступа населения к социальным услугам. В сельской местности происходит депопуляция населения, связанная с безработицей и отсутствием системы социального обслуживания, что в итоге приводит к окончательной утрате многих населенных пунктов и выведению значительной части земель из сельскохозяйственного оборота. Как следствие, наблюдается рост численности социально незащищенных лиц и их групп, не охваченных государственными социальными сервисами.

На региональном уровне отсутствует мотивация к развитию социального предпринимательства, по причине ориентации руководства регионов на достижение приемлемых значений по выполнению минимальных федеральных социальных стандартов [21; 70]. Следует также учитывать и дефицит ресурсов для предоставления социальных услуг непредусмотренных минимальными федеральными стандартами. Существенной для многих регионов также является проблема высокого уровня износа социальной инфраструктуры, модернизация которой также осуществляется преимущественно за счет средств федерального бюджета.

К числу текущих организационных и экономических условий развития социального предпринимательства (факторы микроуровня) следует прежде всего отнести отсутствие стимулов и мотивации социализации предпринимательской

деятельности субъектов МСП, что в значительной степени объясняется отсутствием действенных фискальных стимулов и льгот. Многие начинающие социальные предприниматели сталкиваются также с отсутствием опыта и знаний в сфере предпринимательства, а также с дефицитом собственных ресурсов реализации их предпринимательской инициативы.

Основным элементом системы управления развитием социального предпринимательства является ее субъект который представлен федеральными и региональными органами власти. Федеральные органы исполнительной власти, осуществляющие государственное управление в сфере развития социального предпринимательства представлены Министерством экономического развития и Министерством сельского хозяйства. Министерство экономического развития, будучи основным государственным регулятором сектора МСП, также ответственно за социальное предпринимательство, а также за деятельность социально ориентированных НКО. Несмотря на то, что социально ориентированные НКО выполняют ряд функций, подведомственных Министерству труда и социальной защиты, передача административно-распорядительных функций экономическому министерству оправдана по причине того, что в его функционале концентрируется весь сектор социального предпринимательства.

Сельскохозяйственные кооперативы не рассматриваются на правительственном уровне как субъекты социального предпринимательства, соответственно их государственная поддержка и регулирование данного сектора аграрного рынка осуществляется по линии Министерства сельского хозяйства. Как уже ранее отмечалось в работе, на наш взгляд, деятельность сельскохозяйственных кооперативов всех типов (кроме кредитных) следует отнести к социальному предпринимательству и в части касающейся институционального обеспечения их развития, целесообразно передать их в подведомственность Министерства экономического развития.

К числу важных элементов системы управления развитием социального предпринимательства следует отнести подсистему инфраструктурного

обеспечения, представленную государственными и частными институтами развития, бизнес-сообществом, научно-образовательными центрами (федеральными и региональными). Государственными институтами развития социального предпринимательства являются АСИ, региональные ЦИСС, Внешэкономбанк, Федеральная Корпорация по развитию МСП, ОАО «Российская венчурная компания», Фонд развития промышленности, ОАО «Российский сельскохозяйственный банк», ОАО «Росагролизинг», ОАО «Российский фонд информационно-коммуникационных технологий», Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере и т. д. В качестве примера частного института развития частного социального бизнеса следует привести Фонд региональных социальных программ «Наше будущее», с 2007 г. специализирующийся на развитии социального предпринимательства в России.

Представители бизнес-сообщества в качестве обеспечивающего элемента системы управления развитием социального предпринимательства рассматриваются в части реализации ими программ корпоративной социальной ответственности, связанных с развитием социального предпринимательства на федеральном и региональном уровнях, а также поддержки социальных инициатив в близкой им бизнес-среде.

Научно-образовательные центры являются важнейшими субъектами, выполняющими функции координации и организационно-методической поддержки. Именно вузы и другие региональные центры компетенций имеют наибольший потенциал стать ядром сетевых структур, обеспечивающих взаимодействие коммерческого бизнеса, региональных властей и социальных предпринимателей. В рамках вузовской науки разрабатывается ряд перспективных направлений развития предпринимательства, осуществляется подготовка кадров и их переквалификация. Все это играет существенное значение для начинающих социальных предпринимателей, которые могут получить существенную инфраструктурную поддержку.

Управляющая подсистема и подсистема инфраструктурной поддержки осуществляют ряд видов обеспечения, которое следует рассматривать в качестве

набора инструментов, используемых в процессе регулирования процессов развития социального предпринимательства. Основными видами обеспечения, которые на федеральном и региональном уровне могут использоваться в качестве инструментов активизации социального предпринимательства являются гарантии и льготы (федеральные и региональные), ресурсное обеспечение, а также координация и организационно-методическая поддержка. В Таблице 3.1 все вышеперечисленное было обобщено, структурировано и представлено в виде матрицы инструментов и методов активизации социального предпринимательства на федеральном, региональном и микро- (уровне отдельных социальных предприятий) уровнях

Федеральные гарантии и льготы, имеющие потенциал активизации социального предпринимательства, прежде всего находятся в плоскости фискальных рычагов. Это налоговые льготы, которые очевидно не снизят собираемость налогов и сборов по причини отсутствия данного сектора МСП в Российской экономике и соответствующего отсутствия той части налогов которая в настоящее время собиралась бы с данных субъектов МСП. Получение статуса социальных предприятий действующими субъектами МСП существенно не снизит собираемость налогов, что показало аналитическое исследование деятельности предприятий ВОС и сельскохозяйственных производственных кооперативов в Республике Татарстан.

Таблица 3.1 – Матрица инструментов и методов активизации социального предпринимательства

	Гарантии и льготы	**Ресурсное обеспечение**	**Координация и организационно-методическая поддержка**
1	2	3	4
Федеральный уровень	1. Налоговые льготы для социальных предприятий 2. Включение сельскохозяйственных производственных, перерабатывающих, обслуживающих и сбытовых кооперативов в перечень социальных предприятий 3. Преференции в государственных и муниципальных закупках для социальных предприятий	1. Расширение программ государственного кредитования для социальных предприятий с высоким уровнем социальных показателей деятельности ($y_1 - y_9$) 2. Инфраструктурные инвестиции в сельской местности для населенных пунктов с развитой производственной самоорганизацией и позитивной динамикой численности населения	1. Разработка федеральной программы развития социального предпринимательства 2. Развитие кластерных форм взаимодействия государственных корпораций и крупного бизнеса с социальными предприятиями
Региональный уровень	1. Введение максимально льготного налогового режима для социальных предприятий 2. Налоговое стимулирование продуктивного взаимодействия крупного бизнеса и социальных предприятий в рамках программ корпоративной социальной ответственности	1. Ревизия регионального и муниципального недвижимого имущества, которое потенциально может быть предоставлено в пользование социальным предприятиям 2. Формирование реестра и конкурсных процедур предоставление в пользование недвижимого имущества 3. Обеспечение прозрачности конкурсных процедур по аренде региональной и муниципальной собственности социальными предприятиями	1. Создание организационной инфраструктуры развития региональных и территориальных кластеров социального предпринимательства на основе вузов (в т.ч. системы Центросоюза) и др. центов компетенций 2. Создание каналов прямой коммуникации социальных предприятий с ответственными руководителями на уровне правительства региона и муниципального руководства
Микроуровень	Максимизация использования ресурсов и возможностей федеральных и региональных программ, а также гарантий и льгот	Балансирование источников ресурсного обеспечения, с приоритетом на собственные средства и доходы от предпринимательской деятельности. Учет мер федеральной и государственной поддержки в качестве антикризисных	Использование ресурсов научно-методического обеспечения, повышения квалификации и обучения персонала, потенциала аутсорсинга в сфере маркетинга, технологий, финансового консультирования со стороны региональных систем научно-методической поддержки

Источник: разработано автором

Включение сельскохозяйственных производственных, перерабатывающих, обслуживающих и сбытовых кооперативов в перечень социальных предприятий существенно облегчит им возможность получения микрокредитов помимо программ развития сельского хозяйства в регионах. Данные субъекты предпринимательства выполняют не только функции производства сельскохозяйственной продукции, но и социальные функции в сельской местности, соответственно получение микрофинансирования еще и по линии социального предпринимательства может положительно влиять на данный сектор аграрной экономики Российской Федерации. Преференции в государственных и муниципальных закупках для социальных предприятий являются действенным механизмом для предприятий, осуществляющих импортозамещение товаров для инвалидов и лиц с тяжелыми хроническими заболеваниями. В особенности данная мера будет эффективной для предприятий, учрежденных ВОС, ВОГ и другими всероссийскими и региональными организациями инвалидов.

Дальнейшее расширение программ государственного кредитования для социальных предприятий на наш взгляд целесообразно осуществлять с учетом значений оценок системы параметров хозяйственной деятельности социальных предприятий ($y_1 - y_9$). Приоритетность финансирования предприятия с высоким уровнем социальных показателей деятельности повысит эффективность такого рода государственных затрат. Инфраструктурные инвестиции в сельской местности для населенных пунктов с развитой производственной самоорганизацией и позитивной динамикой численности населения также следует рассматривать как способ софинансирования инвестиций, мотивирующий к активизации социального предпринимательства в отдельных территориях.

Координация и организационно-методическая поддержка на федеральном уровне осуществляется прежде всего через разработку отсутствующей на сегодняшний день федеральной программы развития социального предпринимательства. Отметим также важность развития кластерных форм взаимодействия государственных корпораций и крупного бизнеса с социальными предприятиями.

К числу региональных гарантий и льгот, имеющих потенциал активизировать социальное предпринимательство следует отнести введение максимально льготного налогового режима для социальных предприятий, а также налоговое стимулирование продуктивного взаимодействия крупного бизнеса и социальных предприятий в рамках программ корпоративной социальной ответственности.

Ресурсное обеспечение на региональном уровне в значительной степени связано с имеющимися объектами недвижимости в собственности у региональных сластей, а также муниципалитетов. В данном случае актуальной является ревизия регионального и муниципального недвижимого имущества, которое потенциально может быть предоставлено в пользование социальным предприятиям. В дальнейшем может быть сформирован реестр и конкурсные процедуры предоставления в пользование недвижимого имущества, а также обеспечена прозрачность конкурсных процедур по аренде региональной и муниципальной собственности социальными предприятиями.

Координация и организационно-методическая поддержка на региональном уровне осуществляется через создание организационной инфраструктуры развития региональных и территориальных кластеров социального предпринимательства на основе вузов (в т.ч. системы Центросоюза) и др. центов компетенций. Следует также использовать возможности создания каналов прямой коммуникации социальных предприятий с ответственными руководителями на уровне правительства региона и муниципального руководства.

На уровне отдельных социальных предприятий важным является максимизация использования ресурсов и возможностей федеральных и региональных программ, а также гарантий и льгот. Социальным предпринимателям следует осуществлять балансирование источников ресурсного обеспечения, с приоритетом на собственные средства и доходы от предпринимательской деятельности. Важно учитывать меры федеральной и государственной поддержки в качестве антикризисных ресурсов и не рассматривать их в качестве регулярной дотации заведомо убыточного бизнеса. Следует в полной мере использовать все ресурсы научно-методического

обеспечения, повышения квалификации и обучения персонала, потенциала аутсорсинга в сфере маркетинга, технологий, финансового консультирования со стороны региональных систем научно-методической поддержки.

3.2. Методика активизации развития социальных предпринимательских структур

Результаты аналитического исследования процессов развития социального предпринимательства на национальном, региональном и корпоративном уровнях в Российской Федерации дают возможность сформулировать вывод о достаточно низком уровне развития третьего сектора российской экономики. Институт социального предпринимательства (предприятия МСП со специальным статусом) находится на этапе зарождения. Деятельность социально ориентированных НКО после 2014 – 2016 г.г. получила совершенно новую динамику после принятия законодательства об иноагентах, а также начала реализации Комплекса мер на 2016 – 2020 г.г. Кооперативный сектор сельского хозяйства практически отсутствует в целом ряде регионов страны, а в остальных субъектах федерации занимает долю в валовом аграрном производстве на уровне статистической погрешности.

В тоже время, следует отметить неравномерность развития секторов социального предпринимательства в отдельных регионах страны. Каждый из типов организационных структур социального предпринимательства в отдельных регионах демонстрирует высокие показатели развития. В тоже время, отдельные территории характеризуются низким уровнем деловой активности в сфере социального предпринимательства (как в разрезе отдельных типов организационных структур, так и в разрезе основных видов экономической деятельности). Все это указывает на низкий уровень влияния природно-климатических, демографичеких, культурных и других объективных факторов, являющихся свойственными для отдельных регионов. В условиях фактического

отсутствия сектора социального предпринимательства в регионе требуется обосновать универсальные управленческие механизмы, инструменты, алгоритмы, методики, практическое применение которых может быть использовано в качестве методического обеспечения предпринимательской деятельности в новых условиях. Следует говорить о необходимости разработки универсального инструментария управления развитием социальных предпринимательских структур, направленного на решение задач создания экономически устойчивых предприятий, способных эффективно осуществлять хозяйственную деятельность, обеспечивать активное собственное развитие и расширение масштаба социально ориентированной деятельности.

Представленные выше обстоятельства определяют потребность в разработке специальной методики, практическое применение которой способно обеспечить экономически эффективное производство товаров, работ, услуг, с учетом ряда социальных параметров данной хозяйственной деятельности в условиях взаимодействия с широким перечнем факторов и агентов, формирующих внешнюю среду социального предприятия. Такого рода методика должна быть направлена на одновременное решение ряда экономических и организационных задач.

Решение организационной группы задач методики направлено на согласование интересов всех контактных аудиторий и заинтересованных сторон. С точки зрения положений современной теории фирмы [101; 102] любая хозяйственная структура является совокупностью контрактов, опосредующих взаимоотношения группы заинтересованных в деятельности предприятия сторон. Данные взгляды были в значительной мере обоснованы в работе К. Шваба [156]. Данная концепция получила название stakeholder capitalism. Однако, данные концептуальные идеи, сформулированные для субъектов традиционного коммерческого бизнеса, гораздо боле актуальны именно для социальных предприятий. Именно социальные предприятия (независимо от организационной формы в которой они созданы и функционируют) являются по сути кооперативами, объединяющими и гармонизирующими интересы значительного числа заинтересованных сторон. Не будучи финансово и коммерчески эффективными

структурами, они создаются, развиваются и функционируют исключительно как субъекты, объединяющие интересы контактных аудиторий. При этом, если в концепции stakeholder capitalism, каждая из групп заинтересованных сторон преследует свои интересы, которые так или иначе состоят в получении прибыли или любой другой форме увеличения своих экономических выгод. То основная цель заинтересованных сторон социальных предприятий состоит в том, чтобы данные предприятия функционировали, а определенная группа индивидов имела доступ к тем благам, которые создаются в рамках данной социально ориентированной предпринимательской деятельности.

Таким образом, организационная группа задач методики активизации развития социальных предпринимательских структур направлена на то, чтобы обеспечить объединение интересов как можно большего количества заинтересованных сторон, что в итоге направлено на расширение контактных аудиторий предприятий, повышение спроса на их продукцию и расширение ресурсных источников их развития.

Экономическая группа задач методики активизации развития социальных предпринимательских структур предполагает эффективное согласование императивов самофинансирования и самоокупаемости, достигаемых через получение прибыли и максимизации рентабельности, и социальных параметров хозяйственной деятельности, значение которых находится в обратной зависимости от уровня экономической эффективности. Таким образом, возникает потребность поиска компенсирующих факторов, способных обеспечить гармонизацию социальных и экономических параметров. В данном случае следует говорить о диверсификации источников ресурсного обеспечения, балансирования экономических интересов заинтересованных сторон и комплекса др. экономических задач. Значительное количество факторов влияния на социальное предпринимательство, как сектор экономики, который находится на этапе формирования, а также многогранность проблемных вопросов, которые были выявлены в ходе аналитического исследования современных характеристик развития социального предпринимательства, определяет потребность разработки

специфической методики. Разрабатываемая методика практически применяться в соответствии с принципами согласованности, комплексности, эффективности, системности и гибкости. На Рисунке 3.2. схематически представлена разработанная нами методика активизации развития социальных предпринимательских структур. Графическое изображение данной методики направлено на представление структуры и характера взаимосвязи факторов внешней и внутренней среды, под воздействием которых осуществляется решение экономической и организационной групп задач.

В рамках экономической и организационной групп задач на основе сформулированных принципов и методов решается ряд вопросов, направленных на достижение цели практического применения данной методики: максимизации социального результата деятельности при условии полного удовлетворения потребностей в обеспечении воспроизводства ресурсов предприятия и его развития в части расширения масштабов хозяйствования и доступности социальных благ для заинтересованных лиц. К числу принципов практического применения методики относятся: системность; согласованность; комплексность; гибкость; эффективность.

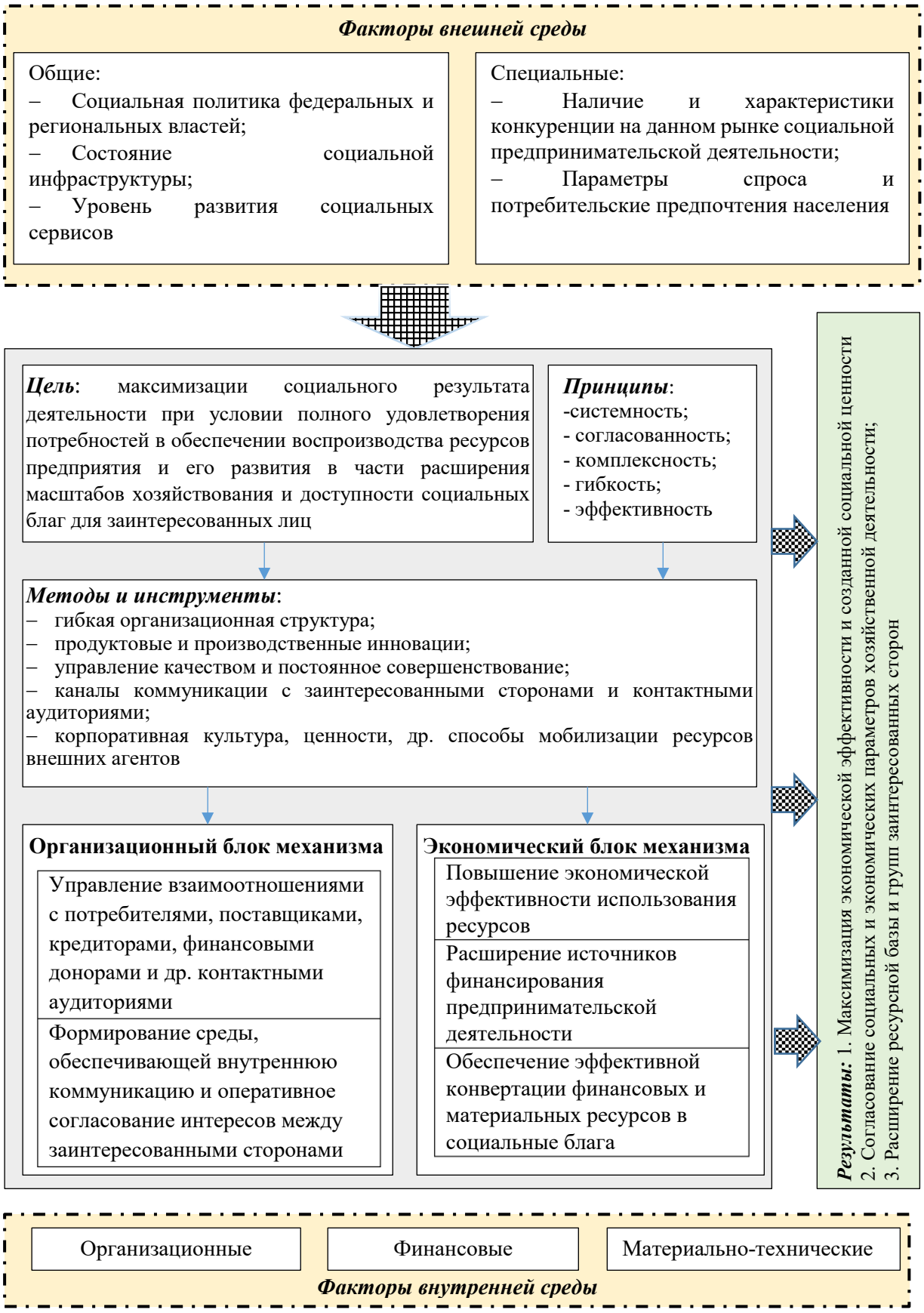


Рисунок 3.2 – Методика активизации развития социальных предпринимательских структур.

Источник: разработано автором

В соответствии с данными принципами применяется группа специфических методов и инструментов управления социальными предприятиями:

– формирование гибкой организационной структуры и ее постоянное развитие;

– продуктовые и производственные инновации, основанные на поисковой работе, постоянном усовершенствовании и организацией взаимодействия с потенциальными партнерами для обеспечения эффективного трансфера технологий и ноу-хау;

– управление качеством и постоянное совершенствование операционных процессов;

– формирование и развитие каналов коммуникации с заинтересованными сторонами и контактными аудиториями;

– формирование корпоративной культуры и специфичных для предприятия ценностей, а также другие способы мобилизации ресурсов внешних агентов путем их интеграции в роли заинтересованных сторон.

Факторы внешней среды воздействия на внутреннюю среду социального предприятия сгруппированы по уровню связи с его базовым потребительским рынком. К числу общих факторов отнесены: социальная политика федеральных и региональных властей; состояние социальной инфраструктуры; уровень развития социальных сервисов. К числу специальных (связанных с базовым потребительским рынком) факторов отнесены: наличие и характеристики конкуренции на данном рынке социальной предпринимательской деятельности; параметры спроса и потребительские предпочтения населения.

В свою очередь факторы внутренней среды представлены тремя группами, сформированными по функциональному признаку: организационные (структура учредителей, организационная структура предприятия, персонал и кадровый резерв в виде волонтеров и добровольцев), финансовые (капитал и активы учредителей, внешнее долговое финансирование, государственная и частная финансовая поддержка), материально-технические (наличие и условия использования объектов недвижимости; оснащенность основными средствами,

уровень их износа и текущих затрат на обслуживание; доступ к поставкам сырья и других ресурсов).

Основными организационными задачами, которые решаются с целью активизации развития социальных предпринимательских структур являются следующие: управление взаимоотношениями с потребителями, поставщиками, кредиторами, финансовыми донорами и др. контактными аудиториями, а также формирование среды, обеспечивающей внутреннюю коммуникацию и оперативное согласование интересов между заинтересованными сторонами. Решение данных задач позволяет осуществлять мобилизацию финансовых и материальных ресурсов для формирования активов предприятия и осуществления социальной хозяйственной деятельности. Отметим, что данные виды деятельности предполагают выстраивание долговременных отношений, основанных на личных контактах их участников, их деловой репутации и доверии со стороны потенциальных контрагентов. Развитие внутренней коммуникации позволяет сформировать широкую сеть взаимодействующих агентов, объединенных интересами данного социального предприятия.

Основными экономическими задачами, которые решаются с целью активизации развития социальных предпринимательских структур являются следующие: повышение экономической эффективности использования ресурсов, расширение источников финансирования предпринимательской деятельности, обеспечение эффективной конвертации финансовых и материальных ресурсов в социальные блага. Решение данных экономических задач позволяет обеспечить финансовую и рыночную стабильность социального предприятия, а также сформировать внутреннюю ресурсную основу его развития за счет расширенного воспроизводства его активов в рамках хозяйственной деятельности с заданными параметрами операционного цикла.

На Рисунке 3.3 представлена схема решения организационной группы задач активизации развития социальных предпринимательских структур, в рамках которой осуществляется гармонизация экономических и социальных результатов

хозяйственной деятельности предприятий, а также интересов их контактных аудиторий.

К числу контактных аудиторий социального предприятия относятся государственные органы власти, институты развития, кредиторы, финансовые доноры, контрагенты, а также потребители его продукции (товаров, работ, услуг). Приемлемые экономические результаты хозяйственной деятельности социального предприятия определяются эффективностью его операционных процессов и коммерческим управлением. Контактные аудитории в данном случае позитивно реагируют путем передачи ресурсов для их дальнейшего расширенного воспроизводства на предприятии и роста создаваемой на нем социальной и общественной ценности.

Достижение показателей социальной эффективности способствует также формированию отношений с потребителями товаров, работ, услуг социального предприятия. Создание новых объемов продукции с потребительской ценностью формирует условия для роста привлекательности как объекта поддержки со стороны власти и общества, а также расширению потребительской аудитории. Это может проявляться в передаче части государственных услуг предприятию для оказания их населению, в государственном заказе на товары, работы, услуги, а также различных вариантах финансирования деятельности как со стороны государственных органов, так и со стороны общества в лице представителей делового сообщества и отдельных граждан.

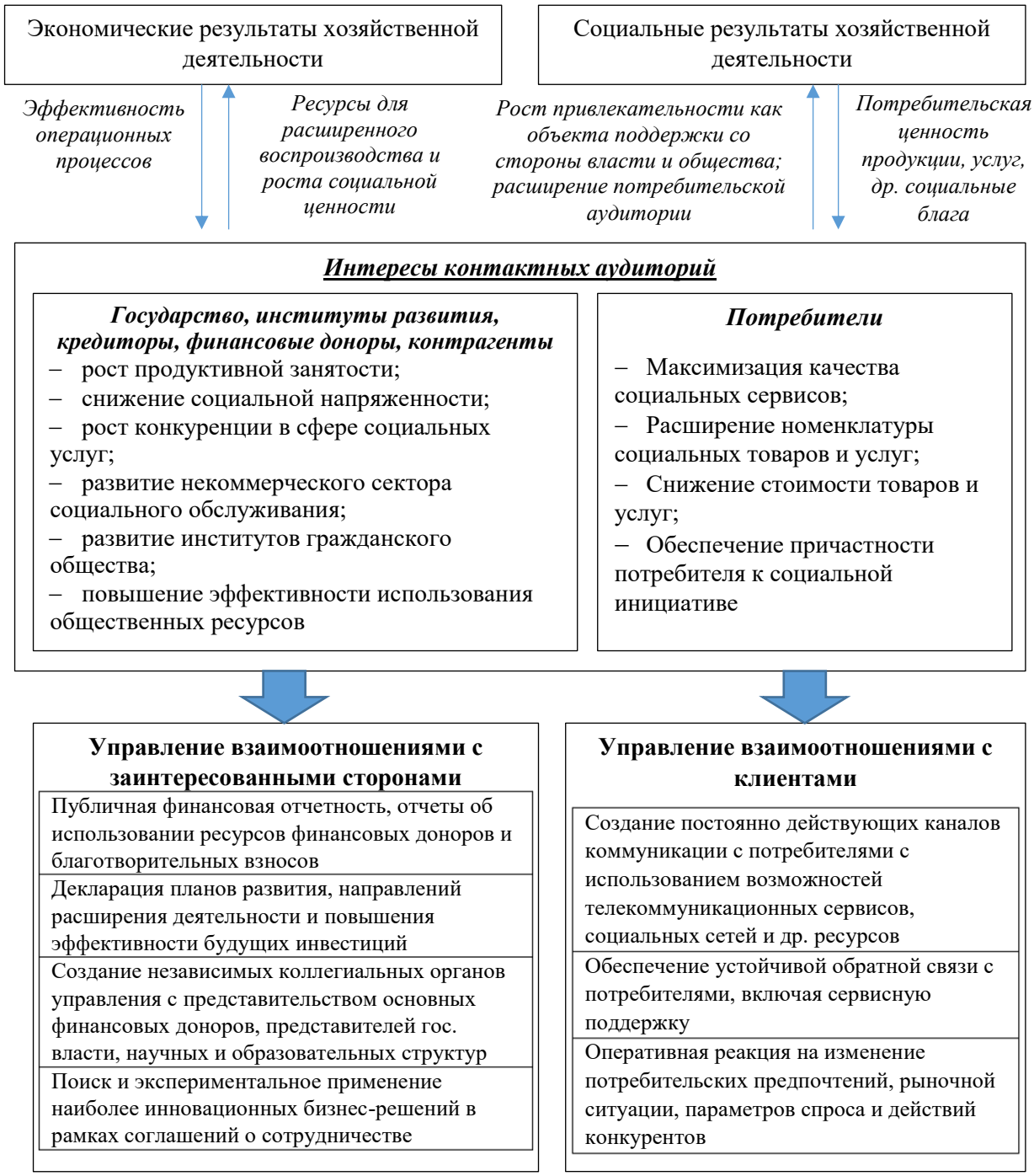


Рисунок 3.3 – Схема решения организационной группы задач активизации развития социальных предпринимательских структур.

Источник: разработано автором

К числу факторов, определяющих интерес к развитию социального предприятия со стороны государственных органов власти, институтов развития, кредиторов, финансовых доноров и других контрагентов, относятся следующие:

– рост продуктивной занятости населения (или его отдельных категорий) в определенном населенном пункте и/или территории;

– снижение социальной напряженности;

– рост конкуренции в сфере социальных услуг, а также их качества и доступности;

– развитие некоммерческого сектора социального обслуживания, который может сформировать альтернативное предложение и сформировать рыночную среду;

– развитие институтов гражданского общества через стимулирование самоорганизации населения;

– повышение эффективности использования общественных ресурсов путем организации общественного контроля за их использованием в рамках организаций с широким представительством людей с активной гражданской позицией.

Интересы потребителей товаров, работ, услуг социальных предприятий состоят в:

– максимизации качества социальных сервисов (в результате функционирования конкурентных механизмов и наличия альтернативного диверсифицированного предложения на вновь сформированном рынке);

– расширении номенклатуры социальных товаров и услуг (за счет увеличения численности субъектов рынка, каждый из которых стремиться дифференцировать и индивидуализировать свое предложение);

– снижении стоимости товаров и услуг (как результат конкуренции);

– обеспечении причастности потребителя к социальной инициативе, которое достигается путем реинвестирования в социальные проекты всей прибыли, полученной в рамках хозяйственной деятельности социального предприятия.

Максимальное соответствие деятельности социального предприятия интересам заинтересованных сторон, а также формирование устойчивой коммуникации с ними определяется результатами деятельности по управлению

взаимоотношениями с государственными органами власти, институтами развития, кредиторами, финансовыми донорами, контрагентами, а также потребителями. Существует ряд управленческих технологий и инструментов, которые могут быть эффективно использованы в данном случае. Прежде всего следует отметить важность составления публичной финансовой отчетности и отчетов об использовании ресурсов финансовых доноров и благотворительных взносов. Большинство из социальных предприятий являются субъектами МСП и ведут упрощенную отчетность, которая не находится в общем доступе в сети Интернет. Раскрытие отчетности на своем интернет сайте или с использованием любых других технологий позволяет своевременно информировать заинтересованные стороны и повышает уровень доверия к социальному предприятию, как объекту вложения средств.

Обнародование и/или декларирование планов развития, направлений расширения деятельности и повышения эффективности будущих инвестиций направлено на формирование понимания у заинтересованных сторон в том куда и каким образом будут в дальнейшем инвестированы их средства и ресурсы.

Создание независимых коллегиальных органов управления (попечительского или наблюдательного совета) с представительством основных финансовых доноров, представителей гос. власти, научных и образовательных структур повышает уровень открытости и прозрачности всех решений. Обеспечивает непосредственное участие заинтересованных сторон в управлении переданными социальным предприятиям активами. Поиск и экспериментальное применение наиболее инновационных бизнес-решений в рамках соглашений о сотрудничестве достигается за счет наличия широкого круга партнеров и контрагентов, рассматривающих социальное предприятие как площадку для апробации своих новых технологий и продуктов.

Формирование устойчивых взаимоотношений с клиентами достигается путем системной реализации комплекса мероприятий. Прежде всего речь идет о создании постоянно действующих каналов коммуникации с потребителями путем использования возможностей телекоммуникационных сервисов, социальных сетей

и др. ресурсов. Устойчивая связь повышает лояльность потребителей и позволяет доносить до них информацию, актуальную с точки зрения продвижения товаров и услуг социального предприятия, ограниченного в возможностях осуществлять рекламные кампании и другие акции, направленные на продвижение своих продуктов. Обеспечение устойчивой обратной связи с потребителями, включая сервисную поддержку основывается на использовании готовых каналов коммуникации и предполагает повышение лояльности потребителей. Оперативная реакция на изменение потребительских предпочтений, рыночной ситуации, параметров спроса и действий конкурентов направлена на обеспечение предприятия соответствию принципа гибкости и адаптивности к изменению внешнего рыночного окружения.

На Рисунке 3.4 представлена схема решения экономической группы задач активизации развития социальных предпринимательских структур в рамках которой осуществляется повышение эффективности хозяйственной деятельности предприятий с учетом требований к максимизации социального эффекта от их функционирования.

Решение экономической группы задач предполагает системную работу по повышению эффективности бизнес-процессов предприятий, а также аналогичной динамики в использовании их основных фондов и управлении задействованными человеческими ресурсами.

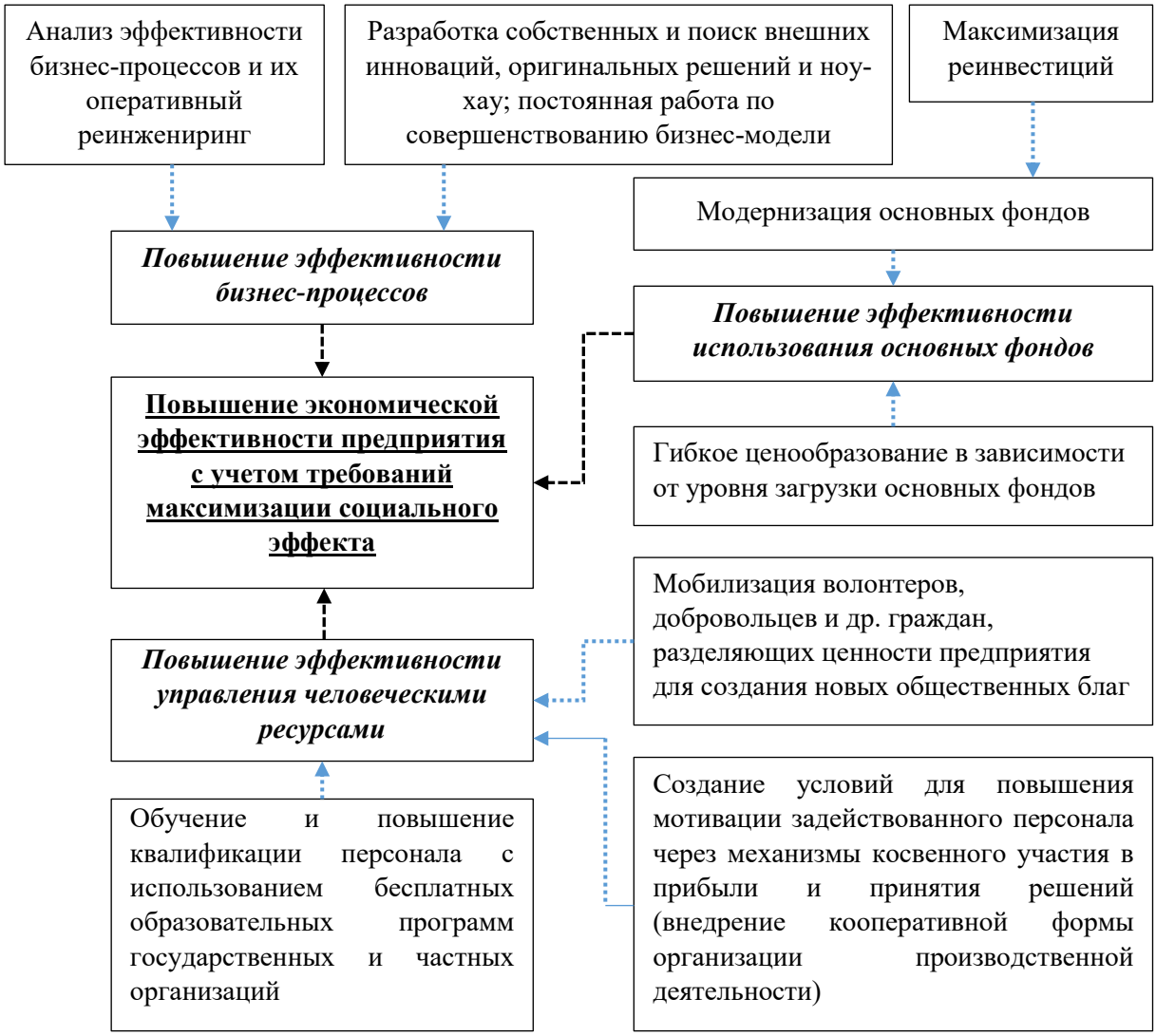


Рисунок 3.4 – Схема решения экономической группы задач активизации развития социальных предпринимательских структур.

Источник: разработано автором

Повышение эффективности всех бизнес-процессов на предприятии достигается путем их постоянного мониторинга и анализа, а также оперативного реинжениринга в качестве корректирующего и предупреждающего воздействия при выявлении любых существенных несоответствий. Важной также является разработка собственных и поиск внешних инноваций, оригинальных решений и ноу-хау. Таким образом осуществляется постоянная работа по совершенствованию существующей бизнес-модели. Отметим, что все вышеперечисленные мероприятия полностью соответствуют экономическим характеристикам

социального предприятия в числе которых следует отметить инновационность и оригинальность идей которые лежат в основе используемой бизнес-модели. Инновационность социального предпринимательства требует постоянной генерации нововведений, не ограничиваясь первичным этапом создания предприятия. Отметим также, что в данном случае наиболее продуктивным будет использование методологии тотального управления качеством (англ. Total quality management), в рамках которой вся операционная деятельность разбивается на отдельные бизнес процессы со своими критериями оценки эффективности. На этой основе осуществляется постоянный мониторинг бизнес-потоков, а также направлений повышения качества продукции предприятия.

Максимизация реинвестиций, которая также является одной из основных характеристик социального предпринимательства, позволяет быстрее осуществлять модернизацию основных фондов и их обновление, что существенно сказывается на повышении эффективности их работы. Важным является гибкое ценообразование, которое может изменяться в зависимости от уровня загрузки основных фондов. В традиционном коммерческом предпринимательстве, ориентируясь на рыночные значения цены, предприятия часто используют косвенное ценообразование. Социальные предприятия избавлены от такой необходимости и в рамках прямого ценообразования могут снижать стоимость реализации продукции при более высоких значениях загрузки основных фондов в результате снижения удельных постоянных затрат. Такого рода гибкое ценообразование имеет позитивное влияние на спрос и повышает эффективность (в т.ч. и общественную) использования основных фондов предприятия и других его ресурсов.

Достижение более высоких показателей эффективности управления человеческими ресурсами, задействованными в хозяйственной деятельности социальных предприятий, осуществляется путем создания условий для повышения мотивации задействованного персонала через механизмы косвенного участия в прибыли и принятия решений. Фактически через внедрение кооперативной формы организации производственной деятельности, когда вместо получения доли в

прибыли предприятия, задействованный в создании потребительской ценности персонал получает возможность без коммерческой наценки осуществлять закупку произведенных товаров, работ или услуг.

Таким образом увеличивается оборачиваемость активов и повышаются все остальные показатели деловой активности социального предприятия, расширяются масштабы его хозяйственной деятельности и снижаются издержки на производство продукции. Создание условий для мобилизации волонтеров, добровольцев и др. граждан с активной гражданской позицией, разделяющих ценности предприятия, для создания новых общественных благ – является существенным резервом увеличения валового производства и повышения уровня доступности товаров и услуг для населения.

В числе существенных и часто недооцененных факторов развития социальных предпринимательских структур следует отметить возможности обучения и повышения квалификации персонала с использованием бесплатных образовательных программ государственных и частных организаций. В теоретической части работы ранее упоминалось о значительном потенциале создания региональных интегрированных научно-образовательных структур, способных осуществлять подготовку кадров, исследования и трансфер актуальных технологий социального предпринимательства.

Наиболее подходящей в данный момент для реализации такого рода интегрированной поддержки является инфраструктура образовательных организаций Центросоюза Российской Федерации, которые имеют значительный опыт и традиции научно-образовательного сопровождения кооперативов и их объединений.

3.3. Инструментарий обеспечения экономической устойчивости социальной предпринимательской деятельности сельскохозяйственных кооперативов

Сельскохозяйственная производственная и перерабатывающая кооперация – одна из наименее развитых организационных форм хозяйствования в российской аграрной отрасли. Существенные показатели роста в современных условиях демонстрируются крупными агрохолдингами, обрабатывающими значительный банк сельскохозяйственных земель. Такого рода крупнотоварные производства являются вертикально интегрированными с замкнутым технологическим циклом, при этом используются передовые технологии растениеводства и животноводства, обеспечивающие высокий уровень производительности труда.

Снижение трудоемкости аграрного труда в крупных вертикально интегрированных структурах привело к масштабному сокращению численности рабочих мест в сельской местности. В тоже время, наиболее крупные игроки аграрного рынка обрабатывают наиболее привлекательные с точки зрения растениеводства земли юга европейской части нашей страны. Значительная численность жителей малых населенных пунктов в сельской местности Центрального Черноземья, Поволжья, Северо-Запада нашей страны оказались в ситуации, когда отсутствуют крупные производители, осуществляющие найм на свои предприятия, при этом других вариантов трудоустройства нет. Земли в данных районах длительное время не возделываются и фактически выводятся из сельскохозяйственного оборота.

Кооперативная форма организации производства позволяет осуществлять интеграцию личных подсобных хозяйств, формировать общий фонд основных средств для обработки земель и переработки сельскохозяйственного сырья, а также хранения и транспортировки готовой продукции. Анализ зарубежного опыта (Таблица 1.6), особенно стран Восточной Европы свидетельствует о том, что развитие социального предпринимательства в данных странах в первую очередь

было связано с проблематикой трудоустройства значительной численности сельского населения после либеральных реформ и декоммунизации. Решительный отказ от всех форм хозяйствования, получивших развитие в рамках социалистической модели экономики, в дальнейшем привел к возврату к кооперации в сельскохозяйственном производстве, где не смогла достаточно быстро развиться концепция американского и западноевропейского фермерства.

Аналогичная ситуация наблюдается в российском аграрном производстве, где все вышеперечисленные обстоятельства многократно усложняются географическими, природно-климатическими и культурными особенностями. Многие из ныне существующих отделенных от региональных центров сельские населенные пункты (даже в европейской части России) практически не имеют постоянных местных жителей. Фактически наблюдается депопуляция ряда сельских районов.

В этой ситуации производственная самоорганизация населения позволяет решать вопросы занятости и экономического развития в территориально распределенных населенных пунктах нашей страны, не привлекая существенных бюджетных ассигнований. При этом, в данном случае используется в полной мере все характеристики социального предпринимательства (инновационность, особый характер задействованных предпринимательских способностей, самоорганизация населения, тиражируемость передового опыта).

Отметим, что тиражирование передового опыта – возможно на этапе первичного роста сельскохозяйственной кооперации, когда сформируется группа средних и крупных производственных и перерабатывающих кооперативов в ряде регионов страны. После этого будет возможность обобщения и систематизации данного опыта и его масштабирование. В нынешних условиях мы можем наблюдать единичные случаи успешной кооперации в некоторых из регионов страны. При этом в данных немногочисленных кооперативах ситуация также не является однозначно оптимистической. По результатам анализа девяти сельскохозяйственных производственных кооперативов из Республики Татарстан было выявлено, что в анализируемом периоде наблюдалось увеличение разрыва

между средней заработной платой в сельском хозяйстве республики и средней заработной платой в данных кооперативах. Таким образом, зафиксированная динамика производительности и размера оплаты труда работников в сельскохозяйственной кооперации свидетельствовала о потребности обеспечения экономической устойчивости их социальной предпринимательской деятельности.

В качестве актуальной задачи в данном направлении следует определить потребность разработки универсального методического инструментария, внедрение и тиражирование которого позволило бы управлять затратами сельскохозяйственных кооперативов, а также реализовывать все элементы комплекса маркетинга на их производстве. С этой целью была разработана универсальная система управления затратами сельскохозяйственного кооператива, представленная на Рисунке 3.5 [92].

Экономическая устойчивость социальной предпринимательской деятельности сельскохозяйственных кооперативов в значительной степени зависит от уровня конкурентоспособности их продукции. Это определяется параметрами качества и цены продовольственных товаров, которые в дальнейшем реализуются потребителям. Расширение объемов производства и гарантированное присутствие на рынке во многом определяется возможностью производить соответствующий стандартам и потребительским предпочтениям продукт по ценам, соответствующим среднерыночным диапазонам.

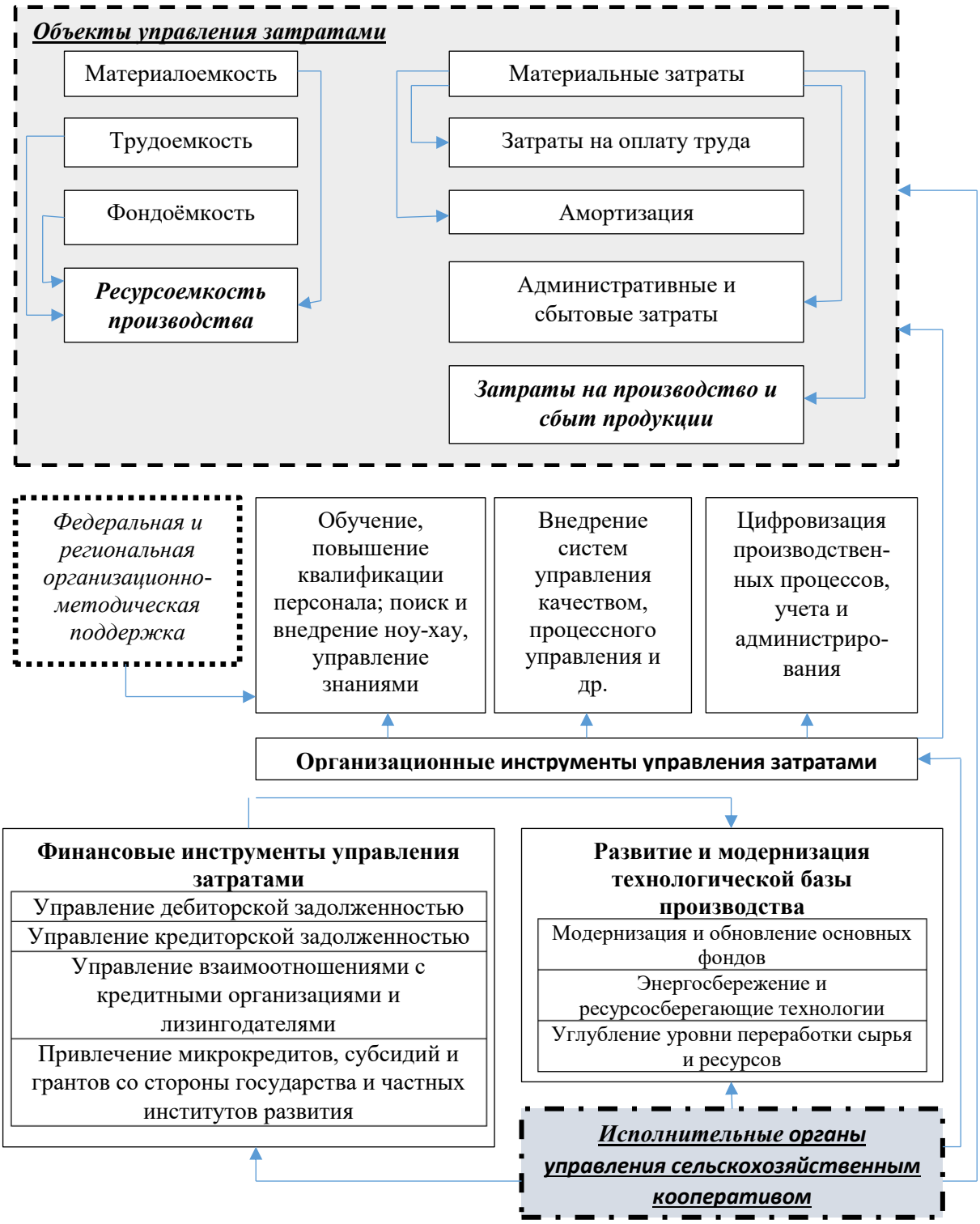


Рисунок 3.5 – Система управления затратами сельскохозяйственного кооператива.

Источник: разработано автором

Важным является снижение себестоимости, обеспечивающее более высокую норму прибыли, позволяющую наращивать инвестиции в производство, повышать производительность труда, расширять ассортимент продукции и повышать ее

качество. Отметим также, что разработка, внедрение и тиражирование системы управления затратами сельскохозяйственных производственных и перерабатывающих кооперативов позволяет за счет снижения себестоимости повысить уровень социальных затрат на предприятиях, в частности – затрат на оплату труда. Следует также учитывать и тот факт, что сельскохозяйственные кооперативы на сегодняшний день занимают не более 1% в розничном товарообороте регионов с наиболее развитой сельскохозяйственной кооперацией. Соответственно выход на рынок требует существенного запаса прочности, определяемого соотношением уровня себестоимости и текущих рыночных цен.

Наиболее перспективными направлениями снижения себестоимости продукции сельскохозяйственных кооперативов является увеличение отдачи от задействованных в производстве факторов. Иными словами, речь идет о снижении ресурсоемкости, фондоемкости и трудоемкости продукции. Учитывая то, что в числе ресурсов значительную часть занимает сырье личных подсобных хозяйств, а основные трудовые затраты осуществляются самими членами кооператива, следует говорить о достаточно высокой мотивации более эффективного использования данных факторов производства. Отметим также, что основные фонды являются объектом коллективной собственности и их эффективное использование также находится в числе интересов пайщиков.

Основными показателями эффективности процессов сельскохозяйственного производства, определяющими значения себестоимости, являются индикаторы урожайности возделываемых культур и продуктивности животноводства. В данном направлении актуальной задачей является повышение эффективности технологических процессов, использование передовых сортов растений, наиболее продуктивных пород животных и птицы. Следует осуществлять поиск, приобретение и внедрение инноваций во всей цепочке формирования стоимости (от личного подсобного хозяйства до цеха упаковки, склада хранения и сбытовой логистики).

Учитывая коллективный характер собственности и управления, который не подразумевает применения инструментария, традиционного для корпоративных

организационных формирования, управление затратами также имеет существенное значение с точки зрения внутренних имущественно-управленческих отношений. Учет и контроль в рамках процедур управления стоимостью позволяет выделять центры затрат и центры прибыли, осуществлять поиск затратоемких процессов, оценку деятельности отдельных членов кооператива в рамках доверенных им технологических процессов.

Социальный характер предпринимательской деятельности сельскохозяйственных кооперативов основывается на обеспечении продуктивной занятости сельского населения или производстве органической пищевой продукции с высокими потребительскими свойствами. Стабильное выполнение двух вышеперечисленных условий во многом определяется рентабельностью данной хозяйственной деятельности, достижение которой невозможно без доступа к потребительским рынкам. Решение данной задачи в значительной степени зависит от эффективности маркетинговой деятельности предприятий. На Рисунке 3.6 представлена система маркетингового управления сельскохозяйственным кооперативом.

В рамках маркетинговой деятельности сельскохозяйственных кооперативов осуществляется сбор и обработка информации о состоянии рынков готовой продукции с целью регулирования процессов ресурсообеспечения технологических, логистических и сбытовых процессов для достижения наиболее конкурентоспособных позиций. Управление комплексом маркетинга сельскохозяйственных кооперативов прежде всего следует рассматривать как систему, регулирующую и согласующую отдельные процессы в рамках внутренней среды предприятия с объективно существующими факторами внешней среды.

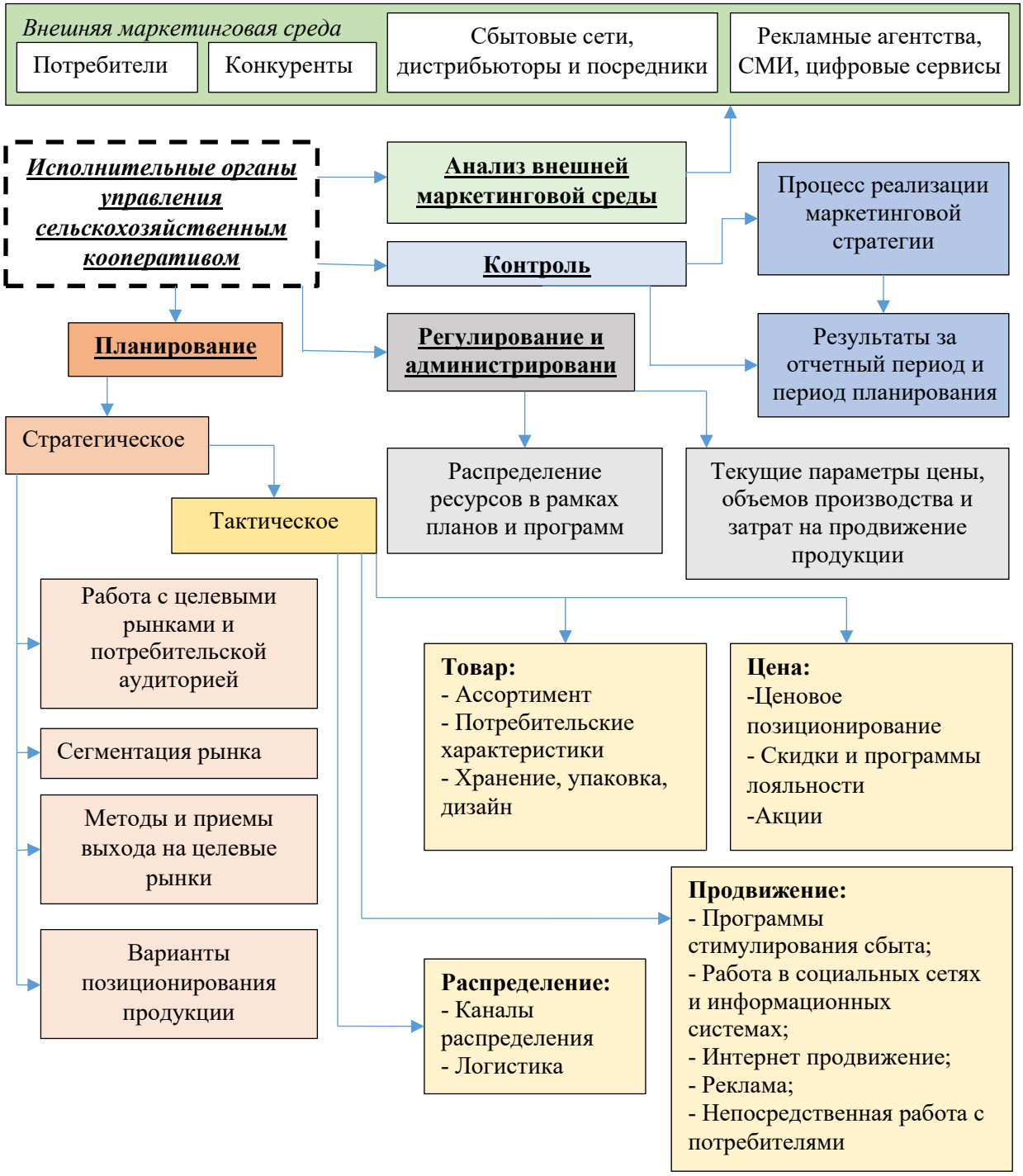


Рисунок 3.6 – Система маркетингового управления сельскохозяйственным кооперативом.

Источник: разработано автором

Недостаточно эффективная деятельность системы управления элементами комплекса маркетинга приводит к нецелевым (неперспективным) затратам ресурсов, определяющим снижение экономических выгод кооператива без

соответствующей их компенсации в рамках горизонта планирования. Таким образом не используются сложившиеся рыночные возможности и несвоевременно принимаются предупреждающие меры в отношении возникших угроз. В этих условиях функционирование системы управления элементами комплекса маркетинга сельскохозяйственного кооператива направлено на решения следующих задач:

1. Разработка продукта с потребительскими свойствами, позволяющими отделить товарное предложение кооператива от аналогичных вариантов продукции крупных предприятий пищевой промышленности, вертикально интегрированных агрохолдингов и конкурентов из сегмента МСП.

2. Формирование наиболее привлекательного с точки зрения рентабельности и объемов реализации ценового предложения, основанного на текущей и перспективной конъюнктуре рынка, а также объективных оценках продукции кооператива со стороны потребителей.

3. Разработка не капиталоёмкой стратегии продвижения товарного предложения с использованием всех возможных сервисов поддержки социального предпринимательства, социальных сетей, интернет-площадок и других форматов коммуникации с потребителями. Долгосрочные планы продвижения следует формировать с учетом возможностей саморазвивающейся информационной сети, ядром которой являются лояльные потребители, заинтересованные стороны и контактные аудитории.

4. Формирование эффективной сети распределения продукции с минимальной численностью уровней распределения и посредников, позволяющей обеспечить прямую коммуникацию с потребителями при одновременной минимизации затрат на логистику от производства до потребителя.

Актуальные концепции маркетинга основываются на двух подходах к организации бизнеса: B2B (англ. business to business) и B2C (англ. business to customer). Первый подход предполагает ориентацию на взаимодействие с контрагентами в лице корпоративных структур (потребителей сырья или дистрибьюторов готовой продукции). В рамках второго подхода коммерческая

деятельность строится на основе непосредственного взаимодействия с потребителем продукции. Сельскохозяйственным кооперативам, создаваемым изначально с целью углубления уровня переработки сырья своих учредителей и производства конечной продукции с высокой степенью переработки, наиболее подходящим будет применение подхода B2C. Направления практической реализации данного подхода в маркетинговой деятельности сельскохозяйственных кооперативов имеют существенный потенциал к повышению эффективности сбытовых процессов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Результаты исследования комплекса теоретических, методических и практических аспектов обеспечения развития основных организационных форм социального предпринимательства в экономике Российской Федерации позволяют сформулировать следующие обобщающие выводы:

1. На основе анализа предпосылок и объективных противоречий в развитии социального сектора экономики выявлен комплекс проблем, определяющих актуальность вопросов развития третьего сектора экономики, представленного негосударственными и некоммерческими хозяйствующими субъектами. Проанализированы трактовки и подходы к обоснованию экономической сущности социального предпринимательства в российской и зарубежной научной литературе, выявлены его наиболее цитируемые характеристики, а также характерные особенности, определяющие российский и зарубежный научные взгляды на анализируемое явление. По результатам теоретического анализа обоснованы научные положения, направленные на дополнение современной теории социального предпринимательства в части определения его сущностных характеристик, которые наиболее точно учитывают все особенности его развития как отдельного сектора российской экономики

2. По результатам анализа действующего российского законодательства были систематизированы нормативные требования признания предпринимательской деятельности социальной в нашей стране, а также ее основные организационно-правовые формы. С целью выявления наиболее полных характеристик современного российского социального предпринимательства было осуществлено сопоставление его основных организационно-правовых форм и теоретических положений, определяющих его экономическую сущность. Это позволило определить, что кооперативы и субъекты МСП со статусом социального предприятия – наиболее полно соответствуют сущностным характеристикам российского социального предпринимательства. Обоснованы структурно-

логические схемы функционирования кооперативов и субъектов МСП как основных организационно-правовых форм социального предпринимательства в Российской Федерации.

На основе анализа и систематизации зарубежного опыта развития социального предпринимательства были обоснованы и графически представлены в виде схем основные характеристики развития социального предпринимательства в странах с развитой и развивающейся экономикой. Определены основные характеристики и отличительные черты моделей социального предпринимательства стран Северной Америки и Британского Содружества, Европейского союза, а также международных организаций, институтов развития и частных фондов. Выявлены перспективные направления и возможности адаптации передового зарубежного опыта развития социального предпринимательства к условиям его применения в Российской Федерации

3. Динамика численности социальных предприятий в российской экономике свидетельствует о недостаточно высокой активности развития данного сектора экономики. Не наблюдается существенного роста численности субъектов МСП со статусом социального предприятия. Отметим также, что в отдельных регионах в течении 2020 – 2021 г.г. регистрировалось более 100 социальных предприятий, которые в последствии утратили данный статус. Большая часть социальных предприятий зарегистрированы в крупных городах со значительной численностью населения. Динамика численности, распределение социальных предприятий по регионам и федеральным округам, а также видам деятельности свидетельствует об отсутствии специфических тенденций или региональных особенностей развития социального предпринимательства в России. В большей мере развитие данного сектора экономики зависит от наличия платежеспособного спроса в высокоурбанизированных районах и административно-организационной поддержки на уровне региональной власти.

Использование усовершенствованной методики рейтинговой оценки регионов по уровню развития социального предпринимательства существенным образом скорректировало результаты рейтинга Республики Татарстан в 2017 – 2019

г.г. Рост интегрального рейтингового показателя в 2019 г. на 2 единицы повысил место Республики Татарстан в итоговом рейтинге регионов на 3 позиции. Увеличение количества используемых в методике показателей позволяет более точно и качественно оценивать уровень развития социального предпринимательства в субъектах Российской Федерации.

4. Оценка параметров хозяйственной деятельности социальных предприятий направлена на определение количественных характеристик ее уровня соответствия основным экономическим критериям и характеристикам социальных предпринимательских структур. К числу данных критериев отнесены: социальная эффективность; экономическая эффективность и самоокупаемость; приоритетность социального эффекта над экономическим; наличие потенциала к дальнейшему развитию и возможности тиражирования данного опыта.

Практическое применение разработанной системы показателей оценки параметров хозяйственной деятельности социальных предприятий на материалах отчетности предприятий ВОС и производственных сельскохозяйственных кооперативов Республики Татарстан показало ее информативность и возможность ее дальнейшего использования для определения целесообразности и объемов поддержки социальных предприятий исходя из уровня соответствия их хозяйственной деятельности критериям и сущностным характеристикам социального предпринимательства.

5. Доказано, что активизация социального предпринимательства в российской экономике требует принятия ряда системных решений и реализации комплекса мероприятий, синхронизированных на всех уровнях национальной экономики (федеральном, региональном, микроуровне (уровне конкретных социальных предприятий). Для решения данной задачи разработан механизм активизации социального предпринимательства в экономике Российской Федерации. Данный механизм направлен на решение двухуровневой системы проблем и противоречий в социальной сфере (федеральных и региональных), определяющих актуальность развития социального предпринимательства.

Основным элементом системы управления развитием социального предпринимательства является ее субъект, который представлен федеральными и региональными органами власти. Подсистема инфраструктурного обеспечения представлена государственными и частными институтами развития, бизнес-сообществом, научно-образовательными центрами (федеральными и региональными). Основными видами обеспечения, которые могут использоваться в качестве инструментов активизации социального предпринимательства являются гарантии и льготы, ресурсное обеспечение, а также координация и организационно-методическая поддержка. Разработана матрица инструментов и методов активизации социального предпринимательства на макро-, мезо- и микро-уровнях российской экономики.

6. Разработана методика активизации развития социальных предпринимательских структур, практическое применение которой направленно на решение задач обеспечения эффективности социально ориентированной хозяйственной деятельности и расширения ее масштабов. Решение организационной группы задач активизации развития социальных предпринимательских структур направлено на то, чтобы обеспечить объединение интересов как можно большего количества заинтересованных сторон, что в итоге направлено на расширение контактных аудиторий предприятия, повышение спроса на его продукцию и расширение ресурсных источников его развития. Решение экономической группы задач активизации развития социальных предпринимательских структур направлено на эффективное согласование императивов самофинансирования и самоокупаемости (достигаемых через получение прибыли и максимизацию рентабельности) с одной стороны, и социальных параметров хозяйственной деятельности (значение которых находится в обратной зависимости от уровня экономической эффективности) с другой.

Усовершенствован инструментарий обеспечения экономической устойчивости социальной предпринимательской деятельности сельскохозяйственных кооперативов. Предложена специфическая система управления затратами, направленная на решение проблем эффективности

хозяйственной деятельности, которые были выявлены в ходе аналитического исследования сельскохозяйственных кооперативов Республики Татарстан. Предложенная система маркетингового управления сельскохозяйственными производственными кооперативами является универсальным управленческим инструментом с высоким потенциалом адаптации к конкретным условиям его практического применения. Данная система направлена на улучшение доступа кооперативов к потребительским рынкам с целью повышения их рентабельности в условиях социально ориентированного трудоустройства сельского населения и производства органической пищевой продукции.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абчук, В.А. Менеджмент: учебник / В.А. Абчук. – Санкт-Петербург: Союз, 2002. – 463 с.

2. Автономов, А.С. Оценка в социальном проектировании. Методическое пособие / А.С. Автономов, Н.Л. Хананашвили. – М.: Национальная Ассоциация благотворительных организаций, 2010. – 150 с.

3. Албутова, А.И. Социальное предпринимательство в России: ключевые игроки и потенциал формирования / А.И. Албутова // Экономическая социология. – 2013. – Т.14. - №3. – С.109-132.

4. Андросова, И.В. О роли интернет-предпринимательства в развитии экономики России / И.В. Андросова, А.Ю. Анисимов // Копирайт. Вестник Российской академии интеллектуальной собственности и Российского авторского общества. – 2019. – № 2. – С. 33-43.

5. Андросова, И.В. Развитие социального предпринимательства на основе формирования системной модели социального партнёрства / И.В. Андросова, Ю.С. Положенцева // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право. – 2020. – № 12. – С. 17-21.

6. Анфимова, А.Ю. Управление развитием социальных функций малых и средних предприятий в экономике московского региона: монография / Анфимова А.Ю. – М.: ЦНТБ пищевой промышленности, 2010. – 206 с.

7. Анциферова, О.Ю. Распределение прибыли в сельскохозяйственном производственном кооперативе / О.Ю. Анциферова // Экономика сельского хозяйства России. – 2010. – № 3. – С. 47-52.

8. Архипова, Н.И. Организационное управление / Н.И. Архипова, В.В. Кульба, С.А. Косяченко. – Москва: ПРИОР, 1998. – 448 с.

9. Атанасова, А. Социальное предпринимательство в природоохранной деятельности: «Что есть такого в человечестве, что стоит сохранить?» / А.

Атанасова, М.Д. Георгиев // Society and Security Insights. – 2019. – Т. 2. – № 3. – С. 203-213.

10. Ахинов, Г.А. Социальная функция государства в условиях рыночной экономики вопросы теории и практики: монография / Г.А. Ахинов, Д.А. Камилов. – Москва: Инфра-М, 2006. – 280 с.

11. Басов, В.М. Социально-экологические проблемы фермерства и предпринимательства на селе: монография / В.М. Басов. – Елец: ГОУ ВПО «Елецкий гос. ун-т им. И.А. Бунина», 2007. – 123 с.

12. Баталина, М. Обзор опыта и концепций социального предпринимательства с учетом возможностей его применения в современной России [Электронный ресурс] / М. Баталина, А. Московская, Л. Тарадина. - М.: ГУ ВШЭ, 2008. – 84 с. – Режим доступа: http://www.hse.ru/data/266/351/1237/.pdf (обращения: 17.10.2019).

13. Белоусов, В.М. Социальная ответственность предпринимательства в регионе как фактор социальной политики / В.М. Белоусов, Н.Н. Фирсова // Инженерный вестник Дона. – 2012. – № 2 (20). – С. 706-711.

14. Белый, Е.М. Оценка социального воздействия проектов в сфере социального предпринимательства / Е.М. Белый, Л.Р. Мингачева // Финансовая экономика. – 2019. – № 1. – С. 428-430.

15. Бергер, П. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / П. Бергер, Т. Лукман. – М.: «Медиум», 1995. –. 323с.

16. Берендеева, А.Б. Социальные свойства экономики: теоретико-методологические аспекты: монография / А.Б. Берендеева. – Иваново: Иван. гос. ун-т, 2006. – 300 с.

17. Благов, Ю. Социальное предпринимательство: проблемы типологии / Ю. Благов, Ю. Арай // Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика – 2010. – №2 (13). – С. 109-114.

18. Блинова, М.Г. Роль социального предпринимательства в повышении качества жизни граждан и решении их социальных проблем / М.Г. Блинова // Apriori. Серия: Гуманитарные науки. – 2016. – № 4. – С. 16.

19. Богомолов, О.Н. Социальная направленность инвестиций в постиндустриальной экономике: монография / О.Н. Богомолов; Под ред. В.В. Герасимовой. – Саратов: Поволж. акад. гос. службы им. П.А. Столыпина, 2003. – 47 с.

20. Большаков, А.С. Современный менеджмент: теория и практика / А.С. Большаков, В.И. Михайлов. – Санкт-Петербург: Питер, 2002. – 416 с.

21. Бояркина, С. Аспекты институционального функционирования социального предпринимательства / С. Бояркина, М. Кучина// Телескоп. – 2014. – № 4 (106). – С. 29–36.

22. Бродский, В.А. Анализ процессов развития социального предпринимательства в Российской Федерации [Электронный ресурс] / А.В. Бродский // Russian journal of management. – 2021. – № 2. – С. 131 – 135. - Режим доступа: https://riorpub.com/ru/nauka/article/45670/view (дата обращения: 17.10.2021).

23. Бродский, В.А. Разработка механизма активизации социального предпринимательства / А.В. Бродский // Финансовая экономика. – 2021. – № 8. – С. 126 – 130.

24. Букреев, В.В. Роль социального предпринимательства в обеспечении социально-экономической безопасности России / В.В. Букреев, Э.Н. Рудык // Противодействие терроризму. Проблемы XXI века - Counter-terrorism. – 2019. – № 1. – С. 77-85.

25. Бурдина, Е.Н. От социально ориентированных некоммерческих организаций к социальному предпринимательству / Е.Н. Бурдина, О.В. Пчелина // Инженерные кадры - будущее инновационной экономики России. – 2016. – № 7. – С. 5-8.

26. Ванкевич, Е.В. Социальное предпринимательство: социально-экономическая основа и направления развития в Республике Беларусь / Е.В. Ванкевич, К.И. Краенкова // Белорусский экономический журнал. –2020. – № 4 (93). – С. 52-65.

27. Вахитов, А.Б. Социальное предпринимательство как инструмент решения социальных и политических проблем в современной России / А.Б. Вахитов // Nauka.me. – 2018. – № 5. – С. 13.

28. Ветрова, Е.А. Социальное предпринимательство как фактор социально-экономического развития общества / Е.А. Ветрова // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2015. –№ 1 (141). – С. 1–4.

29. Гафарова, Д.А. Возможности развития социального предпринимательства в системе оказания социальных услуг населению / Д.А. Гафарова // Социальное развитие современного российского общества: достижения, проблемы, перспективы. – 2014. – № 6. – С. 98-111.

30. Государственная поддержка малых форм хозяйствования и сельскохозяйственной кооперации в Российской Федерации [Электронный ресурс]. - Министерство сельского хозяйства Российской Федерации. – 2020. - Режим доступа: https://mcx.gov.ru/ministry/departments/departament-razvitiya-selskikh-territoriy/industry-information/info-razvitie-malykh-form-khozyaystvovaniya/ (дата обращения 17.10.2020).

31. Григорьев, Ю.А. Малые формы социального предпринимательства и их роль в социально-экономическом развитии муниципальных образований / Ю.А. Григорьев // Вестник Коми республиканской академии государственной службы и управления. Теория и практика управления. – 2017. – № 18 (23). – С. 126-130.

32. Гришина, Я.С. Британская компания общественных интересов (community interest company) как оптимальная модель социального предприятия / Я.С. Гришина // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 5: Юриспруденция. – 2015. – № 3. – С. 187–192.

33. Данные НКО [Электронный ресурс]. – АНО «Информационная культура». – 2020. - Режим доступа: https://ngodata.ru/bg/dataset/sonko-data-raw/resource/c5b01fdb-8cdc-4ead-98f9-54615354a4b7?inner_span=True (дата обращения 17.10.2020).

34. Дегтярева, С.В. Социальное предпринимательство как источник

социальных изменений в современной экономике: системный подход / С. В. Дегтярева, Т. О. Дегтярёва // Вестник Омского университета. Серия: Экономика. – 2019. – Т. 17. – № 2. – С. 99-111.

35. Дембицкий, С.Г. Формирование социально ориентированной рыночной экономики в российской федерации (макроэкономический анализ): монография / С.Г. Дембицкий. – Москва: МГОУ, 2003. – 175 с.

36. Демичева, Т.Н. Формирование социально ориентированной экономики: теория и практика: монография / Т.Н. Демичева. – Н. Новгород: Нижегорская академия МВД РФ, 2005. – 144 с.

37. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства. [Электронный ресурс]. – Федеральная налоговая служба. – 2020. - Режим доступа: https://ofd.nalog.ru/search.html?mode=extended# (дата обращения 17.10.2020).

38. Ершов, А.Н. Доверие как социальный фактор развития малого предпринимательства: монография / А.Н. Ершов, Л.В. Халикова. – Казань: Акад. гос. и муниципального упр. при Президенте Респ. Татарстан, 2009. –186 с.

39. Ефимова, О.В. Разработка индикативных моделей экспериментальной экономики для анализа и планирования деятельности сложных социально-экономических систем: монография / О.В. Ефимова. – М.: Московский гос. ун-т путей сообщ. (МИИТ), 2009. – 68 с.

40. Жохова, В.В. Социальное предпринимательство: концепция, сущность и значение / В.В. Жохова // Современная конкуренция. –2015. – Т.9. – №4(52). – С. 77 - 99.

41. Жохова, В.В. Социальное предпринимательство: сущность и понятие / В.В. Жохова // Известия Дальневосточного федерального университета. Экономика и управление. – 2015. – № 1 (73). – С. 85–98.

42. Зуева, Е.Л. Возможности развития института социального предпринимательства в России / Е.Л. Зуева, С.Ю. Ховаев // Ars Administrandi. – 2015. – № 3. – С. 46–59.

43. Зверева, Н.И. Создание успешного социального предприятия. / Н.И. Зверева. – М.: Фонд региональных социальных программ «Наше будущее», 2017. – 260 с.

44. Зверева, Н.И. Модель развития социального предпринимательства и социального инвестирования в России / Н.И. Зверева, Н.Ю. Сурова, М.С. Мельников // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2019. – Т. 9. – № 2-1. – С. 66-75.

45. Инфографика технологических укладов [Электронный ресурс]. – Технопром. Международный форум технологического развития. – 2021. - Режим доступа: http://forumtechnoprom.com/archive/2013/infografika/?1 (дата обращения 22.03.2021)

46. Исаев, А. Социальное предпринимательство в России / А. Исаев. – М.: Аналитический центр ОАО «МСП Банк», 2013. – 58 с.

47. Кадол, Н.Ф. Социально-производственные комплексы как инновационная форма развития социального предпринимательства / Н.Ф. Кадол // Вестник экономической интеграции. – 2009. – № 11-12. – С. 81-85.

48. Календжян, С.О. Развитие социального предпринимательства и социальных инициатив в условиях пандемии Covid-19 / С.О. Календжян, Н.Ф. Кадол // Креативная экономика. – 2021. – Т. 15. – № 3. – С. 929-942.

49. Камзабаева, М.С. Стратегия социальной ответственности предприятий в рыночной экономике: монография / М.С. Камзабаева. - Горно-Алтайск: Горно-Алтайский гос. ун-т., 2004. – 154 с.

50. Караулов, С.С. Функционирование и развитие сельскохозяйственных кооперативов: усиление роли имущественных фондов в условиях экономического кризиса / С.С. Караулов // Банковские услуги. – 2010. – № 1. С. 35-38.

51. Карпова, Н.В. Развитие сельскохозяйственных кооперативов в поддержку мелких сельскохозяйственных предприятий / Н.В. Карпова, Д.А. Мусташкина, Н.Ю. Гарафутдинова // Ученые записки Российской Академии предпринимательства. - 2019. - Т. 18. - № 1. - С. 136-143.

52. Катунина, И.В. В поисках совершенства в управлении социально-предпринимательскими проектами: опыт и стандарты Европейского Союза / И.В.

Катунина, Ю.А. Фомина // Стратегические решения и риск-менеджмент. – 2021. – Т. 12. – № 1. – С. 92-101.

53. Катунина, И.В. Европейский опыт управления проектами в социальном предпринимательстве: кейс-стади итальянских социальных кооперативов / И.В. Катунина, Ю.А. Фомина // Вестник Омского университета. Серия: Экономика. – 2021. – Т. 19. – № 1. – С. 78-89.

54. Клюев, А.В. Инновационные технологии как метод оптимизации управления отраслями социальной сферы / А.В. Клюев // Вопросы управления. – 2016. – № 2 (39). – С. 199-205.

55. Клюев, А.В. Социальное предпринимательство в системе социальной защиты населения / А.В. Клюев // Здоровье - основа человеческого потенциала: проблемы и пути их решения. – 2016. – Т. 11. – № 2. – С. 921-923.

56. Коваленко, С.Б. Деятельность сельскохозяйственных кооперативов в условиях финансового кризиса / С.Б. Коваленко, Н.А. Кузнецова // Банковские услуги. – 2010. – № 3. – С. 12-16.

57. Кожаев, Ю.П. Развитие предпринимательства в Азербайджане в период проведения социально-экономических реформ: монография / Ю.П. Кожаев. – Санкт-Петербург: Ленинградский гос. ун-т им. А.С. Пушкина, 2010. – 171 с.

58. Колесникова, Е.Н. Формирование системы контроля в сельскохозяйственном производственном кооперативе / Е.Н. Колесникова // Экономика сельского хозяйства России. – 2010. – № 9. – С. 52-54.

59. Колесникова, О.Н. Организация социального предпринимательства как инновация для социальной работы / О.Н. Колесникова, С.Г. Чудова // Социология в современном мире: наука, образование, творчество. – 2018. – № 10. – С. 177-180.

60. Комплекс мер по обеспечению поэтапного доступа негосударственных организаций, осуществляющих деятельность в социальной сфере, к бюджетным средствам, выделяемым на предоставление социальных услуг населению, на 2021-2024 г.г. [Электронный ресурс]. – Министерство экономического развития Российской Федерации. – 2021. - Режим доступа:

https://www.economy.gov.ru/material/file/494616a508a634b6bd01a19d3196cd50/kompleks_mer.pdf (дата обращения 29.10.2021)

61. Комплекс мер, направленных на обеспечение поэтапного доступа социально ориентированных некоммерческих организаций, осуществляющих деятельность в социальной сфере, к бюджетным средствам, выделяемым на предоставление социальных услуг населению, на 2016-2020 г.г. [Электронный ресурс]. - Министерство экономического развития Российской Федерации. – 2020. - Режим доступа: https://www.economy.gov.ru/material/file/126367430a2e623cd0504093c32dd9e3/kompleks_mer.pdf (дата обращения 12.12.2020)

62. Краенкова, К.И. Предпосылки и факторы развития социального предпринимательства в Республике Беларусь / К.И. Краенкова, Е.В. Ванкевич // Вестник Витебского государственного технологического университета. – 2018. – № 1 (34). – С. 164– 178.

63. Кузнецова, С.В. Проблемы распределения «зон» ответственности между государством и реальными социальными предпринимателями за развитие предпринимательства в социальной сфере / С.В. Кузнецова // Экономика и предпринимательство. – 2020. – № 12 (125). – С. 1487-1491.

64. Кулькова, В.Ю. Социальное предпринимательство в оказании услуг социальной сферы / В.Ю. Кулькова, Я.Ш. Дадаева // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. – 2017. – № 12 (59). – С. 694-696.

65. Ларионов, И.К. Социальная теория: Общие основы и особенности России: учеб. пособие / И.К. Ларионов. – М.: Дашков и Ко, 2001. – 242 с.

66. Ларионова, Н.И. Рынок социальных услуг в общественном секторе экономики сельских территорий: монография / Н. И. Ларионова, Е. В. Моспанова. – Йошкар-Ола: Марийский гос. технический ун-т, 2009. – 183 с.

67. Лебедева, Т.И. Основы формирования стратегии социально-экономического развития региона в условиях рыночной экономики: монография / Т.И. Лебедева. – Екатеринбург: Ин-т экономики урал. отд-ние. РАН, 2004. – 190 с.

68. Лисевич, А.В. Базовые аспекты оценки воздействия социального предпринимательства на социально-экономическую систему региона / А.В. Лисевич, Н.Ф. Огнева // Вестник Марийского государственного университета. Серия: Сельскохозяйственные науки. Экономические науки. – 2018. – Т. 4. – № 3 (15). – С. 98-105.

69. Лопатина, Р.Ф. Социальное предпринимательство и проблемы формирования мотивации студентов на открытие социального бизнеса / Р.Ф. Лопатина // Вестник Казанского государственного университета культуры и искусств. – 2012. – № 2. – С. 95-98.

70. Лубашев, Е.А. Социально-экономическое развитие российских регионов: экономика, управление, организация: монография / Е.А. Лубашев. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский гос. ун-т сервиса и экономики, 2009. – 151 с.

71. Макаревич, А.Н. Сущность и специфика социального предпринимательства в России / А.Н. Макаревич, Т.Ю. Сазонова // Российское предпринимательство. – 2012. – № 24. – С. 52–56.

72. Макарченко, М.А. Понятие социального предпринимательства и отличительные особенности социальных предпринимателей / М.А. Макарченко, А.А. Антонов // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия: Экономика и экологический менеджмент. – 2015. – № 2. – С. 35-42.

73. Миндель, А.Я. Социальное предпринимательство в сфере детско-юношеского туризма (в порядке ликбеза для начинающего социального предпринимателя) / А.Я. Миндель// Актуальные вопросы экономики, управления и права: сборник научных трудов (ежегодник). – 2014. – № S. – С. 219-222.

74. Москвина, А.Ю. Участие людей старшего возраста в социальном предпринимательстве на примере социального акселератора (Санкт-петербург) / А.Ю. Москвина, Д.В. Должикова // Журнал исследований социальной политики. – 2018. – Т. 16. – № 1. – С. 169-176.

75. Московская, А.А. Социальное предпринимательство в России и мире: практика и исследования / (Московская А. А. и др.); отв. ред. А. А. Московская ;

Высш. шк. экономики, нац. исслед. ун-т. - Москва: Изд. дом Высш. шк. экономики, 2011. - 282. – М.: Изд. дом ВШЭ, 2011. – 108 с.

76. Московская, А.А. Социальное предпринимательство в системе социальной политики: мировой опыт и перспективы России / А.А. Московская, И.В. Соболева // Проблемы прогнозирования. – 2016. – № 6 (159). – С. 103-111.

77. Хайруллина, Ю.Р. Мотивация труда и качество жизни предпринимательского сообщества (на материалах Республики Татарстан) Монография / Ю.Р. Хайруллина [и др.]. – Москва: ИП Коновалов, 2020. – 110 с.

78. Мохаммад Юнус, Алан Жоли Создавая мир без бедности: социальный бизнес и будущее капитализма / Алан Жоли Мухаммад Юнус; [пер. И. В. Савельева]. - Москва: Альпина Паблишерз, 2010. - 306 с.

79. Мухин, А.В. Эволюция понятия социального предпринимательства. Основные функции социального предпринимательства / А.В. Мухин // Новые технологии. – 2011. – № 2. – С. 103-106.

80. Негруль, С.В. Проблема конструирования социального предпринимательства как перформативного феномена: конкуренция смыслов и ценностей в дискурсе ключевых стейкхолдеров / С.В. Негруль, В.В. Кашпур, А.А. Барышев // Вестник Томского государственного университета. – 2018. – № 429. – С. 5-13.

81. Негруль, С.В. Репрезентации социального предпринимательства: от бизнеса в социальной сфере к общественному участию / С.В. Негруль // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. – 2018. – Т. 4. – № 3. – С. 22-42.

82. Николаева, Е.Е. Распределительные отношения и их деформации в условиях современной российской экономики: аспект политической экономии: монография / Е.Е. Николаева. – М.: МЭСИ, 2011. – 455 с.

83. Никулина, И.Ю. Роль социального предпринимательства в социально-экономическом развитии территории / И.Ю. Никулина // Вестник экспертного совета. – 2018. – № 4 (15). – С. 36-43.

84. Омарова, К.А. Социальное предпринимательство как инновационный инструмент решения социальных проблем / К.А. Омарова, М.А. Джахмаева, М.Х. Гаджиева // Региональные проблемы преобразования экономики. – 2020. – № 9 (119). – С. 148-157.

85. Орешин, В.П. Модернизации российской экономики / В.П. Орешин. – М.: РИОР ИНФРА-М, 2017. – 244 с.

86. Орлова, Л.В. Конвергентное развитие социального предпринимательства в меняющихся социально-экономических условиях России и Казахстана / Л.В. Орлова // Парадигма. – 2021. – № 1. – С. 55-61.

87. Пахомова, О.А. Социальное предпринимательство как эффективный способ решения социальных проблем / О.А. Пахомова // Вестник научных конференций. – 2015. – № 2-4 (2). – С. 111-112.

88. Поаншваль, Н.С. Социальное предпринимательство как инновационный инструмент решения социальных проблем в рыночной экономике / Н.С. Поаншваль // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. – 2014. – № 25. – С. 170-176.

89. Попова, И.В. Социально-экономическая сущность и роль малых форм хозяйствования в формировании многоукладной экономики: монография / И.В. Попова. – Иркутск: ФГБОУ ВПО Иркутская гос. с.-х. акад., 2012. – 131 с.

90. Рассказова, Н.В. Теоретические аспекты малого предпринимательства в контексте устойчивого развития социально-экономической системы: монография / Н. В. Рассказова. – Москва: Теоретическая экономика, 2009. – 219 с.

91. Рейтинг субъектов Российской Федерации по итогам реализации механизмов поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций и социального предпринимательства, обеспечения доступа негосударственных организаций к предоставлению услуг в социальной сфере и внедрения конкурентных способов оказания государственных (муниципальных) услуг в социальной сфере [Электронный ресурс]. – Министерство экономического развития Российской Федерации.– 2021. - Режим доступа: https://www.economy.gov.ru/material/file/6bd6ea6dfed00d673dfe8e6f9911504d/rezultaty_

reytinga_za_2018.pdf (дата обращения 12.03.2021).

92. Родионов, А.В. Методические основы и практические рекомендации по обеспечению экономической устойчивости социальной предпринимательской деятельности сельскохозяйственных производственных кооперативов / А.В. Родионов, В.А. Бродский // Финансовый бизнес. – 2021. – № 8. – С. 143 – 147

93. Рожкова, Е.В. Услуги социальной сферы как объект социального предпринимательства / Е.В. Рожкова, Л.Р. Мингачева // Экономика устойчивого развития. – 2019. – № 1 (37). – С. 217-220.

94. Романова, М.В. Социальная защита, жилищная проблема и...ТСЖ развитие предпринимательства при осуществлении социальной защиты по обеспечению жильем населения / М.В. Романова // Российское предпринимательство. – 2009. – № 8-2. – С. 95-99.

95. Романова, Т.Ф. Социальное предпринимательство как новое социально-экономическое явление / Т.Ф. Романова, О.В. Андреева // Экономические науки. – 2018. – № 165. – С. 125-129.

96. Рощупкина, В.В. Социально ориентированные некоммерческие организации как субъекты социального предпринимательства: проблемы и механизм их решения / В.В. Рощупкина // Экономика и предпринимательство. – 2019. – № 6 (107). – С. 608-612.

97. Сабирова, З.Э. Социальное предпринимательство как драйвер социальной и экономической активности общества / З.Э. Сабирова // Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия: Экономика. – 2018. – № 4 (26). – С. 100-106.

98. Савельев, П.И. Социально-трудовые отношения в аграрном секторе экономики муниципального района: монография / П.И. Савельев. – Самара: Сам. муницип. ин-т упр., 2003. – 208 с.

99. Бабаев, Б. Д. Село и социальная инфраструктура: место в концепции устойчивого развития старопромышленного региона: монография / Бабаев Б. Д. и др. ; науч. ред. А. Б. Берендеева, А. И. Новиков. - Иваново: Ивановский гос. ун-т, 2011. – 279 с.

100. Семёнова, Д.А. Социальное предпринимательство: формирование нового механизма социального развития / Д. А. Семёнова // Вестник Московского финансово-юридического университета. – 2016. – № 4.– С. 102-108.

101. Сенченко, И.Н. Предприниматель и предпринимательство: социально-структурная позиция и логика социальной трансформации: монография / И.Н. Сенченко. – Ростов-на-Дону: Издательство Южного федерального университета, 2017. – С. 126

102. Симанавичене, Ж.И. Экономический механизм функционирования малого и среднего предпринимательства в социальной сфере Литвы: монография / Ж.И. Симанавичене. – М.: Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова, 2005. – 148 с.

103. Ситников, А.П. Социальное и политическое предпринимательство: современные формы соединения хозяйственной и общественной деятельности / А. П. Ситников. - Москва: Консалтинговая группа «Имидж-Контакт», 2009. – 205 с.

104. Андреева, О. Р. Социальная сфера и доступность социальных благ в регионе: монография / О.Р. Андреева и др. - Иваново: Ивановский гос. ун-т, 2010. - 486 с.

105. Сухарева, О.С. Социальная экономика: теоретические и практические проблемы развития: монография / под ред. О.С. Сухарева, В.Д. Симоненко. – М.: Издательский дом «Экономическая литература», 2004. – 283 с.

106. Социальное предпринимательство – новый вектор развития социальной сферы в регионах [Электронный ресурс]. – Совет Федерации Федерального Собрания Российской Федерации. – 2020. – Режим доступа http://council.gov.ru/activity/analytics/analytical_bulletins/123957/ (дата обращения 25.11.2020).

107. Социальное предпринимательство России [Электронный ресурс]. - Каталог предприятий, товаров и услуг социальных предпринимателей. - 2020. - Режим доступа: https://soindex.ru/ (дата обращения 25.11.2020).

108. Сурова, Н.Ю. Проектирование управления интеграционными процессами в образовании для создания класса социальных предпринимателей как

стратегические ориентиры развития экономики России / Н.Ю. Сурова // Вестник Академии. – 2017. – № 2 (52). – С. 29-35.

109. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по республике Татарстан [Электронный ресурс]. - Статистические сборники. – 2020. - Режим доступа: https://tatstat.gks.ru/publication_collection (дата обращения 25.11.2020).

110. Успехи и неудачи в выполнении 17 Целей [Электронный ресурс]. – ООН. – 2020. – Режим доступа: https://news.un.org/ru/story/2019/09/1363572 (дата обращения 25.11.2020).

111. Ушакова, Э.Т. Социальная ответственность экономических субъектов в модели социально ориентированной рыночной экономики: монография / Э.Т. Ушакова, Е.А. Фролова. –Томск: ФГБОУ ВПО «Томский гос. пед. ун-т» (ТГПУ), 2012. – 131 с.

112. Федеральный закон от 24.07.2007 N 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [Электронный ресурс]. – СПС «Консультант плюс». – 2007. - Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/ (дата обращения 25.11.2020).

113. Федеральный закон от 26.07.2019 г. N 245-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» в части закрепления понятий «социальное предпринимательство», «социальное предприятие» [Электронный ресурс]. – СПС «Консультант плюс». – 2019. - Режим доступа: https://rg.ru/2019/07/31/sozialnoe-predprinimatelstvo-dok.html (дата обращения 25.11.2020).

114. Фонд региональных социальных программ «Наше Будущее» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.nb-fund.ru/ (дата обращения 25.11.2020).

115. Фокин, В.А. Социальное предпринимательство: опыт России в контексте глобализации социальной работы / В.А. Фокин, Ж. Урбаева // СОТИС - социальные технологии, исследования. – 2016. – № 5 (79). – С. 57-66.

116. Фомина, Ю.А. Мотивы социального предпринимательства в сфере образования и просвещения Европейского Союза / Ю.А. Фомина, И.В. Катунина // Вестник Томского государственного университета. Экономика. – 2021. – № 54. – С. 255-272.

117. Фукуяма, Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию: пер. с англ. / Ф. Фукуяма. – М.: АСТ: НПП «Ермак», 2004. – 730с.

118. Шаманина, Э.А. Социальное предпринимательство и инклюзивный бизнес: социальное направление развития частного сектора / Э.А. Шаманина // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2019. – Т. 2. – № 4. – С. 11-21.

119. Шеяненко, Д.О. Инновационные формы оказания социальных услуг: социальное предпринимательство / Д.О. Шеяненко, Т.Н. Мартынова // Управление инновациями: теория, методология, практика. – 2014. – № 11. – С. 111-119.

120. Шимановская, Я.В. Социальное предпринимательство в сфере оказания социальных услуг / Я.В. Шимановская // Отечественный журнал социальной работы. – 2018. – № 4 (75). – С. 35-45.

121. Шифрин, И.О. Оценка эффективности сельскохозяйственного производства сельскохозяйственных предприятий и сельскохозяйственных кооперативов Пензенской области / И.О. Шифрин // Московский экономический журнал. – 2020. – № 6. – С. 76.

122. Шопенко, А.Д. Управление развитием социальной сферы региона в условиях реформирования экономики России (социологический анализ): монография / А.Д. Шопенко. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный инженерно-экономический университет, 2007. – 161 с.

123. Экономическое здоровье российских регионов: прогноз позитивный [Электронный ресурс]. – Эксперт РА. – 2020. - Режим доступа: https://www.raexpert.ru/researches/regions/economic_health_regions_2020/ (дата обращения 25.11.2020).

124. Adomaviciute, E. The Profile of Social Entrepreneurs Working for Non-Governmental Organizations / E. Adomaviciute, B. Janiunaite, E. Stuopyte // Social Sciences. – 2012. – №. 77. – P. 17-29.

125. Alter, S.K. Social Enterprise Typology / S.K. Alter // Virtue Ventures LLC. – 2007. - № 27. – P. 35-40.

126. Austin, J. Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both? / J. Austin, H. Stevenson, Wei-Skillern J. // Revista de AdministraçãoJuly. – 2012. – Vol. 47. – № 3. – P. 370-384.

127. Bainbridge, S. M. Interpreting Nonshareholder Constituency Statutes/ S. M. Bainbridge // Pepperdine Law Review. – 1991. – Vol.19. – P. 971-1025.

128. Bauhr, M. Lights on the shadows of public procurement: Transparency as an antidote to corruption / M. Bauhr, Á., Czibik, J., de Fine Licht, M. Fazekas // Governance. - 2020. - № 3. - P. 495–523.

129. Brakman, Reiser D. Benefit Corporations: A Sustainable Form of Organization/ Reiser D. Brakman // Wake Forest Law Review. – 2011. – Vol. 46. – P. 591-624.

130. Brakman, Reiser D. Theorizing Forms for Social Enterprise/ Reiser D. Brakman // Emory Law Journal. – 2013. – Vol. 62. – P. 681-96.

131. Barney, J.B. Gaining and Sustaining Competitive Advantage / J.B.Barney. – Reading, MA : Addison-Wesley, 1997. – 481 p.

132. Burt, R.S. Structural Holes: The Social Structure of Competition / R.S. Burt. – Cambridge, MA: Harvard University Press, 1992. – 324 p.

133. Dianov, D.V. Statistical toolkit for assessing the financial security of regions / D.V. Dianov, A.E. Suglobov, E.I. Kuznetsova, A.V. Rusavskaya, A.V. Minakov // International journal of engineering and technology (UAE). – 2018. – Vol. 7. – № 3.15. – P. 230-232.

134. Callison, J.W. Putting New Sheets on a Procrustean Bed: How Benefit Corporations Address Fiduciary Duties, the Dangers Created, and Suggestions for Change/J.W. Callison // American University Business Law Review. – 2012. – Vol. 2. – P. 85-114.

135. Certo, S. Social Entrepreneurship: Key Issues and Concept / S. Certo, T. Miller// Business Horizons. – 2008. – Vol. 51. – P. 267-271.

136. Chell, E. Social entrepreneurship and enterprise: international and innovation perspectives/ E. Chell, K. Nicolopoulou, M. Karatas-Ozkan// Entrepreneurship & regional development. – 2010. – Vol. 22. – P. 485-493.

137. Cooney, K. Benefit Corporation and L3C Adoption: A Survey [Electronic resource] / K. Cooney, J. Koushyar, M. Lee, H. Murray// Stanford Social Innovation Review. - 2014. – Access mode: https://ssir.org/articles/entry/benefit_corporation_and_l3c_adoption_a_survey (Access date: 20.04.2020).

138. Costantino, N. Balancing the additional costs of purchasing and the vendor set dimension to reduce public procurement costs / N. Costantino, M. Dotoli, M. Falagario, F. Sciancalepore // Journal of Purchasing and Supply Management. - 2012. - № 3. - P. 189–198.

139. Datta, P.B. Exploring the evolution of a social innovation: A case study from India/ P.B. Datta // International Journal Of Technology Management & Sustainable Development. – 2011. – Vol. 10. – P. 55-75.

140. Dees, J.G., Economy P. Strategic Tools for Social Entrepreneurs: Enhancing the Performance of Your Enterprising Nonprofitю [Electronic resource] / J.G. Dees, J. Emerson// New York: John Wiley & Sons, Inc. – 2002. – 360 p. Access mode: http://www.wiley.com (Access date: 23.11.2020).

141. Doherty, N.F. Institutional responses to electronic procurement in the public sector / N.F. Doherty, D.J. McConnell, F. Ellis-Chadwick // International Journal of Public Sector Management. - 2013. - № 6. - P. 495–515.

142. Dees, J.G. The Meaning of «Social Entrepreneurship» [Electronic resource] / Dees J.G.// Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership and Graduate School of Business. Stanford University. - 1998. - №10. - P. 1-6. Access mode: https://centers.fuqua.duke.edu/ (Access date: 23.11.2020).

143. Esposito, R.T. The Social Enterprise Revolution in Corporate Law: A Primer on Emerging Corporate Entities in Europe and the United States and the Case for the Benefit Corporation / R.T. Esposito // William and Mary Business Law Review. –2012. – Vol. 4. – P. 639-714.

144. Estrin, S. Human capital in social and commercial entrepreneurship / S. Estrin, T. Mickiewicz, U. Stephan// Journal of Business Venturing. – 2016. - № 31. –P. 449–467.

145. European Research Institute for Cooperative and Social Enterprises [Electronic resource]. - Access mode: https://www.euricse.eu/ (Access date: 20.04.2020).

146. Gottesman, M.D. From Cobblestones to Pavement: The Legal Road Forward for the Creation of Hybrid Social Organizations/ M.D. Gottesman// Yale Law & Policy Review. –2007. – Vol. 26. – Issue. 1. – P. 345–358.

147. Lab B. Model Benefit Corporation Legislation. Accessed September. [Electronic resource]. – Benefit Corporation.- 2020.- Access mode: http://benefitcorp.net/attorneys/model-legislation. (Access date: 20.04.2020).

148. Lauzikas, M. The model of Social innovations in the Emerging market of Lithuania/M. Lauzikas, M. Cernikovaite // Intelektine eckonomika. –2011. – Vol. 5. – № 3. – P. 36-44.

149. Mair, J. Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight/ J. Mair, M. Ignasi // Journal of World Business. – 2006. – Vol 41. – P. 36-44.

150. Mair, J., Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight/ J. Mair, I. Marty // Journal of World Business. – 2006. – Vol. 41. – P. 36-44.

151. Mickels, A. Beyond Corporate Social Responsibility: Reconciling the Ideals of a For-Benefit Corporation with Director Fiduciary Duties in the U.S. And Europe/ A. Mickels// Hastings International and Comparative Law Review. – 2009. – Vol. 32. – № 1. – P. 271-304.

152. Mondragon corporation [Electronic resource]. – Access mode: https://www.mondragon-corporation.com/en/about-us/ (Access date: 20.04.2020).

153. Oana, G. Does civil society create social entrepreneurs? / G.Oana, H. Shahrazad// Annals Of The University Of Oradea: Economic Science Series. – 2013. – Vol. 22. – P. 650-657.

154. Rodionov, A.V. Foreign experience in the development of social entrepreneurship / A.V. Rodionov, V.A. Brodsky // International Conference «Process management and scientific development» (Birmingham, 14 november 2019 г.). – Birmingham: Scientific publishing house Infinity, 2019. - P. 9-14. (168 p.)

155. Rodionov, A.V. The essence and economic content of social entrepreneurship/ A.V. Rodionov, V.A. Brodsky // XL International scientific conference «European Scientific Conference» (Анапа, 28 августа 2021 г.). – Анапа: Изд-во «НИЦ ЭСП» в ЮФО, 2021. – С. 46-51. (86 с).

156. Schwab, K., Stakeholder Capitalism / K. Schwab, P. Vanham: monograph. New Jersey : John Wiley and Sons, 2021. – 304 p.

157. Seelos, C. Social Entrepreneurship: Creating New Business Model to Serve The Poor/ C. Seelos, J. Mair // Business Horizons. – 2005. – Vol. 48. – P. 241-246.

158. Social Enterprise UK [Electronic resource]. – Access mode: https://www.socialenterprise.org.uk (Access date: 20.04.2020).

159. Social Impact Investment Taskforce. 2014. Impact Investment: The Invisible Heart of Markets [Electronic resource]. – Glossary. – 2020. – Access mode: http://www.ietp.com/sites/default/files/Impact%20Investment%20Report%20FINAL.pdf (Access date: 20.04.2020).

160. Stout, L. A. The Shareholder Value Myth: How Putting Shareholders First Harms Investors, Corporations, and the Public / L. A. Stout. – San Francisco: Berrett Koehler Publishers, 2012. – 286 p.

161. Thompson, J. The world of the social entrepreneur /J. Thompson// International Journal of Public Sector Management. – 2002. – Vol. 15. – № 5. – P. 412-431.

162. Thompson, G. Markets, Hierarchies and Networks. The Coordination of Social Life / G. Thompson et al. – London : Sage Publications, 1993. – 306 p.

163. World Bank. 2013. Crowdfunding’s Potential for the Developing World. [Electronic resource]. – ResearchGate GmbH. – 2020. – Access mode: http://www.infodev.org/sites/default/files/infodev_crowdfunding_study_0.pdf. (Access date: 20.04.2020).

164. Zadek, S. Send in the social entrepreneurs / S. Zadek, S. Thake // New Statesman. – 1997. – Vol. 26. – P. 31-44.

165. Zappalà, G. From «Charity» to «Social Enterprise»: Managing Volunteers in Public Serving Nonprofits/G. Zappalà// Australian Journal on Volunteering. – 2001. – Vol. 6. – № 1. – P. 41-48.

ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ А – ТРАКТОВКИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СУЩНОСТИ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В НАУЧНОЙ ЛИТЕРАТУРЕ

Таблица А 1 – Трактовки экономической сущности социального предпринимательства в научной литературе

1	2
Авторы	Трактовки
Alter S.K. [125]	Наиболее полно, на наш взгляд, отражающему англо-американскую традицию, «социальным предприятием является любое венчурное предприятие, созданное с социальной целью, т.е. для смягчения какой-либо социальной проблемы или для компенсации провалов рынка, функционирующее на основе финансовой дисциплины, инноваций и порядка ведения бизнеса, принятого в частном секторе
Московская А.А., Соболева И.В. [75; 76]	Критериальные признаки социального предприятия: 1. Главной целью его деятельности является не извлечение экономической выгоды, а удовлетворение социальной потребности или решение (уменьшение остроты) конкретной социальной проблемы. 2. Его деятельность экономически устойчива, т.е. бóльшая часть дохода приобретается за счет продажи товаров или услуг, а не донорских средств. 3. Инновационный подход: предлагается качественно новый продукт (услуга) или качественно новая модель его предоставления
Клюев А.В. [55]	Социальное предпринимательство выполняет те социальное функции, которые не в состоянии выполнить государство из-за недостатка финансовых средств. В связи с этим многие социальные проблемы решаются с помощью гражданской активности и инициатив. Функции социальных предприятий способствуют нейтрализации проблем незащищенных слоёв населения. Основными принципами их функционирования является умение решать социальные проблемы за счёт доходов, получаемых от собственной деятельности, а также способности специалистов по социальному предпринимательству аккумулировать ресурсы для разработки и реализации инновационных социальных решений. Социальное предпринимательство основывается в большей степени на социальной инициативе, а не на экономическом доходе. … оно является одной из альтернативных форм социального обслуживания и защиты населения.
Негруль С. В., Кашпур В. В., Барышев А. А. [81]	формы социально-экономической ценности, которые производят социальные предприниматели. а) стоимость, создаваемая совместно с потребителем (вовлечение потребителей, интерактивность в процессе создания ценности); б) стоимость, генерируемая потребителем (полезные эффекты в процессе потребления благ (раздельный сбор мусора и пр.); в) распределенная ценность (преобразование маргинальных сообществ, включение их в коллаборацию с более высоким технологическим укладом;); г) ценность социально-преобразующего воздействия (решение экзистенциальных проблем, связанных с возрастом, одиночеством, болезнями, новые стили жизни и пр.)»

Продолжение Таблицы А1

1	2
Макаревич А.Н., Сазонова Т.Ю. [71]	Социальное предпринимательство – это новый вид предпринимательской деятельности, который имеет такие особенности, как: – социальная цель организации, то есть социальный эффект, является предварительно намеченным и ожидаемым результатом, а не побочным, как имеет место в обычном коммерческом предпринимательстве; – предпринимательские инновации, которые могут быть осуществлены при помощи новой идеи или новой совокупности ресурсов (включая и не очень привлекательных с точки зрения рынка), чтобы решить ту или иную социальную проблему; – достижение стабильной самоокупаемости благодаря получению финансовых выгод от реализации результатов коммерческой деятельности (продукции/услуг), а также за счет грантов и благотворительных пожертвований
Шимановская Я.В. [120]	социальному предпринимательству присуще четыре основные составляющие: – привнесение социального блага в общество; – экономическая устойчивость, достигаемая за счет использования рентабельной бизнес-модели, поддержки со стороны самого общества (инвестиции) или государства (субсидирование, налоговые льготы, имущественная, инфраструктурная поддержка); – возможность интеграции опыта с целью достижения положительного эффекта в рамках региона, страны, мира; – использование инновационных подходов в процессе удовлетворения социальных потребностей граждан.
Рожкова Е.В., Мингачева Л.Р. [93]	суть феномена социального предпринимательства – в участии предпринимателей в решении социальных проблем. Иными словами, субъект предпринимательства, сохраняя свои характерные особенности (организационную самостоятельность, рисковый, но легальный характер деятельности, систематичность получения прибыли), направляет усилия на ликвидацию социальных проблем, стоящих перед обществом.
Сурова Н.Ю. [108]	Социальным предприятиям, благотворительным и волонтерским организациям отводится роль субъекта, решающего задачи: 1) более гибкого реагирования на локальные особенности социальной проблематики, т.е. помощи государству в получении запроса о социальной проблеме от общества и анализа этого запроса; 2) выработки более гибких и инновационных механизмов решения социальной проблемы, их тестирования и пилотирования для дальнейшего выбора государством и негосударственными организациями лучших практик и тиражирования их на территории всей страны; 3) формирования социальной инфраструктуры в отдаленных, малонаселенных или иных муниципальных образованиях, в которых государству экономически выгодно передавать выполнение своих социальных обязательств на аутсорсинг негосударственным организациям; 4) удовлетворения дополнительных социальных потребностей, которые не входят в спектр социальных обязательств государства, но в которых нуждаются граждане и за которые они готовы платить непосредственно социальным предприятиям.

Продолжение Таблицы А1

1	2
Дегтярева С.В., Дегтярёва Т.О. [34]	социальное предпринимательство – это формирующаяся система взаимодействия экономических субъектов – государства, социальных предпринимателей и социально незащищенных слоев населения (как потребителей и участников), – вовлеченных в социально направленную предпринимательскую деятельность по поводу создания и потребления ценности, экономической и социальной. Ведущая цель социального предпринимательства – это коммерческая выгода при наличии положительного социального эффекта: принятия на себя необходимости создания социальных благ, стремления к уменьшению социальных проблем.
Макарченко М.А., Антонов А.А. [72]	Социальный предприниматель – это индивид, ставящий в приоритет достижение определенной общественной миссии, выполнение которой благоприятно повлияет на нуждающуюся в решении проблемы часть населения. Для реализации этой миссии используется предпринимательский подход как возможность осуществлять экономическую деятельность в рамках финансово-независимой и финансово-устойчивой, экономически-эффективной инновационной компании. Из определения следует, что отличительными особенностями социального предпринимательства от других форм предпринимательства является: 1. Ориентация на выполнении определенной социальной миссии. Деятельность направлена на удовлетворение социальных потребностей в тех областях, где это необходимо 2. Деятельность осуществляется в компаниях, которые имеют сильную культуру в области инноваций и деятельность которых достаточно прозрачна. 3. Соединение экономической и социально-ориентированной деятельности. Организация должна функционировать эффективно для того, чтобы быть финансово-устойчивой и независимой.
Блинова М.Г. [18]	Социальное предпринимательство – это деятельность, нацеленная на смягчение или решение социальных проблем, характеризующаяся следующими основными признаками: социальное воздействие, инновационность, самоокупаемость и финансовая устойчивость, тиражируемость, предпринимательский подход, т.е. способность социального предпринимателя видеть провалы рынка, находить возможности, аккумулировать ресурсы, разрабатывать новые решения, оказывающие долгосрочное позитивное влияние на общество в целом.
Мухин А.В. [79]	Функции, присущие социальному предпринимательству как общественно значимому явлению: – принятие на себя миссии поддержания социально уязвимых категорий граждан; – выявление и использование новых возможностей для реализации выбранной миссии; – осуществление непрерывного процесса инноваций, адаптации и обучения; – решительность действий, не ограничиваемая располагаемыми ресурсами; – высокая ответственность предпринимателя за результаты своей деятельности – как перед непосредственными клиентами, так и перед обществом.

Продолжение Таблицы А1

1	2
Григорьев Ю.А. [31]	Отличительные признаки социального предпринимательства: обязательная ориентация организации (позиционирующей себя в качестве структуры сферы социального предпринимательства) на решение или смягчающее воздействие тех или иных видов социальных проблем; инновационный характер деятельности организации сферы социального предпринимательства; - возможность использовать финансовые средства (собственные или полученные из целевых фондов) для выполнения своих функций; - способность организаций сферы социального предпринимательства к обобщению собственного опыта, его тиражированию и передаче другим организациям (как российским, так и зарубежным).
Жохова В. В. [40; 41]	Социальным предприятием является предприятие, не имеющее в качестве главной цели своей хозяйственной деятельности извлечение прибыли; не распределяющее полученную прибыль между собственниками его имущества; основанное на демократической системе отправления хозяйственной власти; обладающее широкой автономией в управлении и поставленное под общественный контроль. В понятии социального предпринимательства основными направлениями определены: миссия в создании социальных ценностей, новые возможности и инновации с ограниченным использованием ресурсов, социальные стратегии — в виде пожертвований денежных средств, решение экологических проблем, при этом благотворительная деятельность в организациях должна по-прежнему отражать экономические реалии, экономическая деятельность должна порождать социальную ценность. Социальное предпринимательство должно охватывать деятельность и процессы, определяющие и использующие возможности для создания новых предприятий
Глоссарий портала фонда региональных социальных программ «Наше Будущее» [114]	Социальное предпринимательство – предпринимательская деятельность, нацеленная на смягчение или решение социальных проблем, характеризующуюся возможностью социального воздействия, наличием инновационности, масштабируемости и тиражируемости, предпринимательского подхода
Dees J.G., Emerson, J. & Economy, P. 2001 [141]	Social entrepreneurship is taking on the mission of creating and maintaining a social good
Mair, J. [149; 150]	social entrepreneurship is a social activity in the format of a business or a business focused on solving a social problem, and not on profit

Продолжение Таблицы А1

1	2
Estrin S., Mickiewicz T., Stephan U. [144]	Social entrepreneurs create value, but not in the same way as commercial entrepreneurs; they provide goods and services thatare neither supplied on the market nor addressed by the government. In so doing, they create social welfare while thefinancialviability of their venture is their key constraint. In contrast, commercial entrepreneurs maximise private welfare and capture theresidual for themselves. Some of the value that social entrepreneurs create is therefore not incorporated in market transactionsdirectly: instead their objective is to generate positive external effects for the community from their activities. Because socialand commercial entrepreneurs differ in their goals and in the way that value is created, some of the necessary skills are commonbut other skills and abilities may need to be different to succeed in social and commercial entrepreneurship respectively. Hencethe two types of entrepreneur may not be drawn from exactly the same pool of talent, which has implications for the relationshipbetween education, human capital and the choice of social as against commercial entrepreneurship as well as the context in which the new venture creation occurs. These issues have not been systematically tackled in the literature and it is our intentionto address this gap
Brock D.D., Steiner S. [132]	social entrepreneurship is the creation of social impact by developing and implementing a sustainable business model which draws on innovative solutions that benefit the disadvantaged and, ultimately, society at large. Social impact should involve and prosper community or stakeholders. Accordingly, social entrepreneurs have roles in terms of shaping social value in society and creating social value in a complex system of humanity. These are several goals of creating social value; reducing the amount of poverty, improving health care, and experiencing through climate change. Social entrepreneurship practice covers most of the basic principle of entrepreneurship, however social entrepreneurship more focus on searching and recognizing process of opportunity and pursuing opportunity to create social value
Dees J.G., Haas M. [142]	Social entrepreneurs slightly different with entrepreneurs in general, they aware and responsive to generate profit and intent to achieve and sustain their mission, yet profit is not their end goal
	It involves a wide span of actions, such as profit making ventures carried out by not-for-profits, community economic development, social responsibility projects and cross-sector partnerships
Zappalà G. [165]	Profit is not the gauge of value creation; nor is customer satisfaction; social impact is the gauge whereby “mission-related impact becomes the central criterion, not wealth creation.” Social entrepreneurship consequently is the act of marshaling resources to develop a social enterprise.
	Social entrepreneurship is the act of carrying out community interests using entrepreneurial approaches
Crofts P., Gray M. [138]	Social enterprises encompass the notion that business expertise can be employed to a public cause in order to relocate economic and social resources to disadvantaged groups and people

Продолжение Таблицы А1

1	2
Certo S., Miller T. [135]	There are three ways to look at in social entrepreneurship. First, from the overall mission, social entrepreneurship has a mission to social value creation with profit as an indirect effect. Second, performance measurement is difficult to do because the difficulty of social value measurement. Third, resource utilization, that social entrepreneurship utilizes the resources voluntarily.
Seelos C., Mair J. [157]	First, socio-entrepreneurship organization runs activities effectively and efficiently about human needs fulfilment that market and other institution failed to provide. Second, socio-entrepreneurship is the ability of entrepreneurship to change society. Third, socio-entrepreneurship proposes a strategy that is stable and socially acceptable. Fourth, socio-entrepreneurship runs its activity based on moral and ethical for self achievement. Fifth, socio-entrepreneurship can be studied from its process and behaviour.
Thompson J. [161]	social entrepreneurship typically refers to the phenomenon of applying business expertise and market--based skills in the nonprofit sector such as when nonprofit organizations develop innovative approaches to earn income
Zadek S., Thake S. [164]	the underlying drive for social entrepreneurship is to create social value, rather than personal and shareholder wealth and that the activity is characterized by innovation, or the creation of something new rather than simply the replication of existing enterprises or practices.
Lauzikas M., Cernikovaite M.E. [148]	Social entrepreneurship is beneficial for society as it is as one kind of social innovation and might bring benefits to various stakeholders: for business -rise in incomes and profits, customer's volume, loyalty and satisfaction, business reputation; for the social targeted groups: reduction of unemployment and social exclusion of social targeted groups; for the state: favourable public opinion, reduced pollution and the state's image"
Chell E., Nicolopoulou K., Karatas-Ozkan M. [136]	Social entrepreneurship development, the emergence of it internationally is influenced by the three main factors –the demand (public desire for social services/products, as customer or user), the supply (social entrepreneurs) and third –because of the environment and institutional factor that influence the previous two factors
Adomaviciute E., Janiunaite B., Stuopyte E. [124]; Oana G., Shahrazad H. [153]; Datta P.B. [139]	Social entrepreneurship initiatives development is a process, where social entrepreneurs as main actors, with certain skills are seeking to create social value. They are influenced by the environment that enhance and stimulate social entrepreneurs to take initiatives and innovations, that play one of the crucial role in the social entrepreneurship and its initiatives
Austin J., Stevenson H., Wei-Skillern, J. [126]	We define social entrepreneurship as innovative, social value creating activity that can occur within or across the nonprofit, business, or government sec-tors. However, most definitions of social entrepreneurship in popular discourse, as well as in the academic literature, focus primarily on social entrepreneurship within and across the nonprofit and business sectors. To build on previous work and for the purposes of this article, we will limit our discussion to these two sectors as well. To approach the comparative analysis more specifically, we offer the following series of theoretical propositions focusing on four different variables to guide the comparison: ● Market failure. One theory behind

Продолжение Таблицы А1

	the existence of social--purpose organizations is that they emerge when there is social-market failure, i.e., commercial market forces do not meet a social need, such as in public goods (Weisbrod, 1975, 1977) or in contract failure (Nelson & Krashinsky, 1973). This is often due to the inability of those needing the services to pay for them(1). A problem for the commercial entrepreneur is an opportunity for the social entrepreneur. Our proposition here is: Market failure will create differing entrepreneurial opportunities for social and commercial entrepreneurship. ● Mission. The fundamental purpose of social entrepreneur-ship is creating social value for the public good, whereas commercial entrepreneurship aims at creating profitable operations resulting in private gain. This contrast is, of course, overstated. Commercial entrepreneurship does ben-efit society in the form of new and valuable goods, services, and jobs, and can have transformative social impacts. Such transformations can even be a driving motivation for some commercial entrepreneurs. Nonetheless, the differences in purpose and reward are useful for our comparative analysis. Our proposition is: Differences in mission will be a funda-mental distinguishing feature between social and commercial entrepreneurship that will manifest itself in multiple areas of enterprise management and personnel motivation. Com-mercial and social dimensions within the enterprise may be a source of tension. ● Resource mobilization. The nondistributive restriction on surpluses generated by nonprofit organizations and the embedded social purpose of for-profit or hybrid forms of social enterprise limits social entrepreneurs from tapping into the same capital markets as commercial entrepreneurs. Ad-ditionally, the economics of a social entrepreneurial venture often make it difficult to compensate staff as competitively as in commercial markets. In fact, many employees in social entrepreneurial organizations place considerable value on nonpecuniary compensation from their work. Our proposi-tion is: Human and financial resource mobilization will be a prevailing difference and will lead to fundamentally different approaches in managing financial and human resources. ● Performance measurement. The social purpose of the social entrepreneur creates greater challenges for measur-ing performance than the commercial entrepreneur who can rely on relatively tangible and quantifiable measures of performance such as financial indicators, market share, customer satisfaction, and quality. Additionally, the various financial and nonfinancial stakeholders to which a social entrepreneurial organization are readily accountable to are greater in number and more varied, resulting in greater com-plexity in managing these relationships (Kanter & Summers, 1987). The challenge of measuring social change is great due to nonquantifiability, multicausality, temporal dimensions, and perceptive differences of the social impact created. Our proposition is: Performance measurement of social impact will remain a fundamental differentiator, complicating ac-countability and stakeholder relations.

Источник: разработано автором

ПРИЛОЖЕНИЕ Б – РЕЙТИНГ СУБЪЕКТОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ПО ИТОГАМ РЕАЛИЗАЦИИ МЕХАНИЗМОВ ПОДДЕРЖКИ СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННЫХ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ И СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Таблица Б1 – Результаты рейтинга субъектов Российской Федерации по итогам реализации механизмов поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций и социального предпринимательства, обеспечения доступа негосударственных (немуниципальных) поставщиков к предоставлению услуг в социальной сфере и внедрения конкурентных способов оказания государственных (муниципальных) услуг в социальной сфере за 2017 г.

Место в рейтинге	**Субъект Российской Федерации**	**Итоговое количество рейтинговых баллов**
Регионы - лидеры		
1	2	3
1.	Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	42,84
2.	Хабаровский край	37,24
3.	Саха (Якутия) (Республика)	35,23
4.	Самарская область	34,67
5.	Пермский край	32,72
6.	Липецкая область	32,06
7.	Новгородская область	31,42
8.	Башкортостан (Республика)	31,20
9.	Москва (город федерального значения)	30,53
10.	Ямало-Ненецкий автономный округ	30,35
11.	Татарстан (Республика)	30,04
12.	Омская область	29,33
13.	Севастополь (город федерального значения)	28,65
14.	Ярославская область	28,04
Регионы – кандидаты на лидерство		
15.	Ненецкий автономный округ	26,86
16.	Ульяновская область	25,85
17.	Архангельская область	25,31
18.	Новосибирская область	25,29
19.	Санкт-Петербург (город федерального значения)	25,08
20.	Нижегородская область	24,57
21.	Ленинградская область	23,62
22.	Чувашская Республика	23,24
23.	Костромская область	22,97
24.	Белгородская область	22,75
25.	Томская область	22,62
26.	Тамбовская область	22,38

Продолжение Таблицы Б1

27.	Рязанская область	22,30
28.	Пензенская область	22,10
29.	Калининградская область	21,74
30.	Мурманская область	21,50
31.	Оренбургская область	21,10
Регионы со средним уровнем		
32.	Тюменская область	20,03
33.	Бурятия (Республика)	19,76
34.	Воронежская область	19,74
35.	Свердловская область	19,50
36.	Коми (Республика)	19,38
37.	Ингушетия (Республика)	19,36
38.	Орловская область	19,33
39.	Волгоградская область	19,25
40.	Тульская область	19,20
41.	Приморский край	19,19
42.	Астраханская область	18,92
43.	Крым (Республика)	18,70
44.	Еврейская автономная область	18,58
45.	Ставропольский край	18,57
46.	Мордовия (Республика)	18,41
47.	Камчатский край	18,37
48.	Карелия (Республика)	18,24
49.	Владимирская область	17,71
50.	Псковская область	17,71
51.	Смоленская область	17,64
52.	Удмуртия (Республика)	17,53
53.	Вологодская область	17,48
54.	Иркутская область	17,35
55.	Московская область	17,28
56.	Сахалинская область	17,00
57.	Амурская область	16,84
58.	Хакасия (Республика)	16,67
59.	Ростовская область	16,66
60.	Магаданская область	16,62
Регионы, делающие первые шаги к успеху		
61.	Адыгея (Республика)	15,73
62.	Краснодарский край	15,33
63.	Красноярский край	15,32
64.	Ивановская область	15,24
65.	Алтай (Республика)	15,19
66.	Алтайский край	15,18
67.	Кабардино-Балкарская Республика	15,16
68.	Кемеровская область	14,91
69.	Калужская область	14,46

Продолжение Таблицы Б1

70.	Дагестан (Республика)	14,26
71.	Забайкальский край	14,21
72.	Кировская область	14,13
73.	Курская область	14,04
74.	Чеченская Республика	12,56
75.	Тверская область	12,37
76.	Челябинская область	12,33
77.	Брянская область	11,93
Регионы с наибольшим потенциалом роста		
78.	Северная Осетия – Алания (Республика)	11,50
79.	Карачаево-Черкесская Республика	11,35
80.	Курганская область	10,39
81.	Саратовская область	10,24
82.	Тыва (Республика)	9,33
83.	Калмыкия (Республика)	8,93
84.	Марий Эл (Республика)	8,01
85.	Чукотский автономный округ	3,28

Источник: [33]

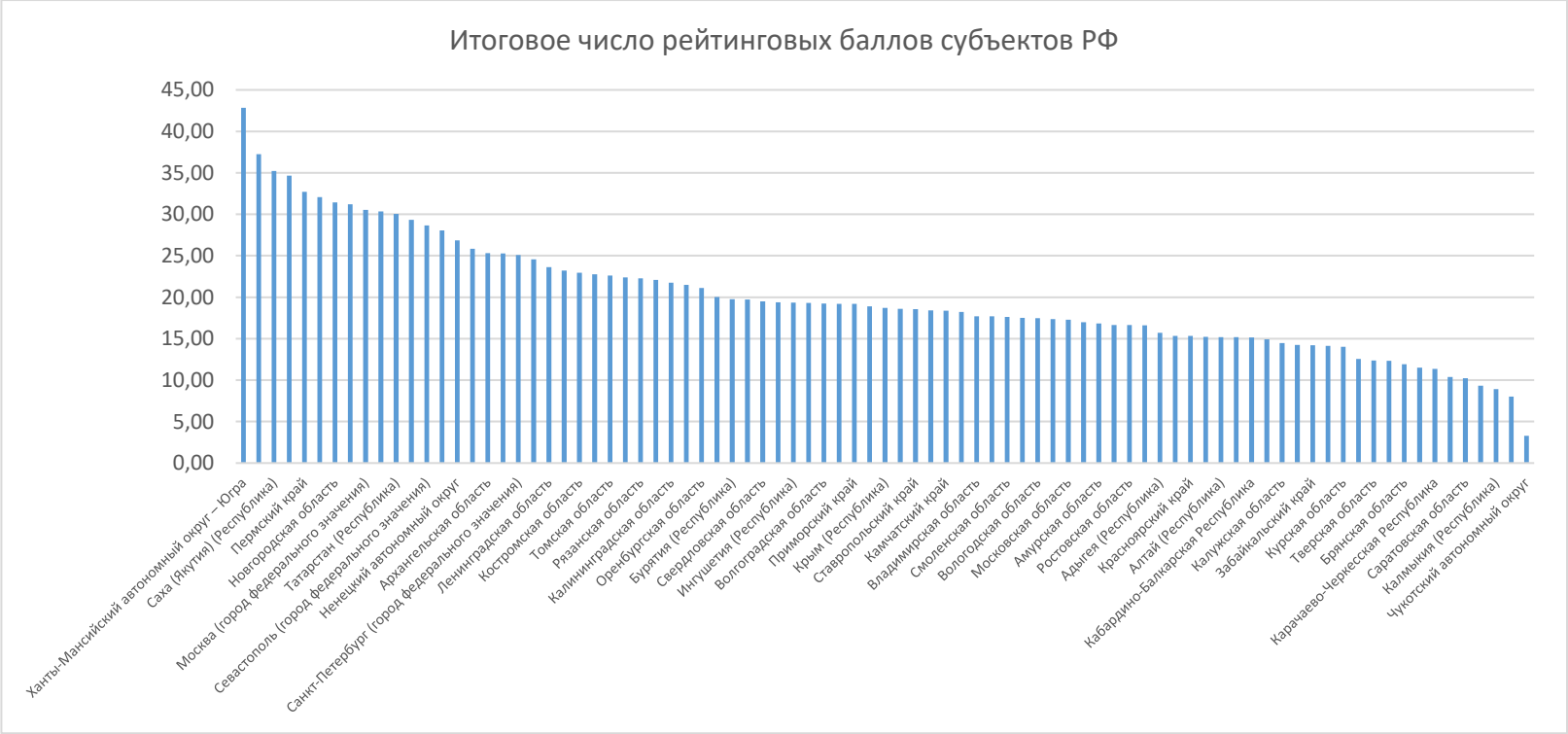


Рисунок Б 1 – Результаты рейтинга субъектов Российской Федерации по итогам реализации механизмов поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций и социального предпринимательства, обеспечения доступа негосударственных (немуниципальных) поставщиков к предоставлению услуг в социальной сфере и внедрения конкурентных способов оказания государственных (муниципальных) услуг в социальной сфере за 2017 г.

Источник: [33]

Таблица Б 2 – Количество социально-ориентированных некоммерческих организаций на 10 тыс. населения.

№	Субъект Российской Федерации	Количество СО НКО на 10 тыс. населения
1	2	3
Регионы – лидеры		
1	Ненецкий автономный округ	35,0
2	Камчатский край	25,2
3	Сахалинская область	19,5
4	Магаданская область	19,0
5	Саха (Якутия) (Республика)	19,0
6	Алтай (Республика)	18,3
7	Карелия (Республика)	18,3
Регионы – кандидаты на лидерство		
8	Мордовия (Республика)	16,3
9	Хабаровский край	15,6
10	Новосибирская область	15,3
11	Калужская область	15,2
12	Ямало-Ненецкий автономный округ	15,1
13	Ярославская область	14,3
14	Псковская область	14,2
15	Севастополь (город федерального значения)	14,0
16	Карачаево-Черкесская Республика	13,7
17	Костромская область	13,6
18	Томская область	13,4
19	Татарстан (Республика)	13,3
20	Самарская область	13,2
21	Приморский край	13,2
22	Бурятия (Республика)	12,9
23	Иркутская область	12,9
24	Тверская область	12,9
25	Мурманская область	12,8
26	Коми (Республика)	12,8
Регионы со средним уровнем		
27	Новгородская область	12,6
28	Крым (Республика)	12,6
29	Вологодская область	12,4
30	Смоленская область	12,3

Продолжение Таблицы Б 2

31	Удмуртия (Республика)	12,3
32	Омская область	12,1
33	Архангельская область	12,1
34	Ивановская область	11,9
35	Свердловская область	11,8
36	Пермский край	11,7
37	Владимирская область	11,7
38	Оренбургская область	11,6
39	Еврейская автономная область	11,6
40	Чукотский автономный округ	11,5
41	Воронежская область	11,2
42	Тюменская область	11,2
43	Башкортостан (Республика)	11,2
44	Ульяновская область	11,1
45	Краснодарский край	11,1
46	Волгоградская область	10,8
47	Адыгея (Республика)	10,7
48	Орловская область	10,7
49	Кабардино-Балкарская Республика	10,4
Регионы, делающие первые шаги к успеху		
50	Белгородская область	10,2
51	Липецкая область	10,1
52	Амурская область	10,0
53	Хакасия (Республика)	10,0
54	Ставропольский край	10,0
55	Тамбовская область	9,6
56	Астраханская область	9,4
57	Алтайский край	9,3
58	Северная Осетия – Алания (Республика)	9,3
59	Тульская область	9,1
60	Рязанская область	9,0
61	Саратовская область	8,9
62	Чувашская Республика	8,9
63	Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	8,8
64	Калмыкия (Республика)	8,7
65	Кировская область	8,6
66	Калининградская область	8,6
67	Забайкальский край	8,1
68	Красноярский край	8,0
69	Марий Эл (Республика)	7,6
70	Дагестан (Республика)	7,5
Регионы с наибольшим потенциалом роста		
71	Брянская область	7,3
72	Курганская область	7,3

Продолжение Таблицы Б 2

73	Кемеровская область	7,3
74	Санкт-Петербург (город федерального значения)	7,1
75	Московская область	6,7
76	Курская область	6,6
77	Пензенская область	6,6
78	Ростовская область	5,7
79	Ингушетия (Республика)	5,6
80	Челябинская область	5,2
81	Москва (город федерального значения)	5,0
82	Ленинградская область	4,9
83	Нижегородская область	4,7
84	Тыва (Республика)	4,1
85	Чеченская Республика	2,8

Источник: [33]

Таблица Б 3 – Средняя доля работников в негосударственных организациях в общей численности работников, занятых в социальной сфере (%)

№	Субъект Российской Федерации	Средняя доля работников в негосударственных организациях в общей численности работников, занятых в социальной сфере (%)
1	2	3
Регионы – лидеры		
1	Пермский край	18,2%
2	Москва (город федерального значения)	18,2%
3	Башкортостан (Республика)	15,0%
Регионы – кандидаты на лидерство		
4	Самарская область	11,9%
5	Калининградская область	10,8%
6	Санкт-Петербург (город федерального значения)	10,6%
7	Оренбургская область	10,1%
8	Кировская область	10,0%
9	Алтайский край	9,9%
10	Севастополь (город федерального значения)	9,6%
11	Новгородская область	9,5%
12	Приморский край	9,5%
13	Новосибирская область	9,5%
14	Ярославская область	9,3%
15	Татарстан (Республика)	9,1%
16	Хабаровский край	9,1%
17	Московская область	8,8%
Регионы со средним уровнем		
18	Челябинская область	7,4%
19	Ставропольский край	7,2%
20	Свердловская область	7,2%
21	Смоленская область	7,2%
22	Томская область	7,1%
23	Мордовия (Республика)	6,9%

Продолжение Таблицы Б 3

24	Тульская область	6,9%
25	Кемеровская область	6,8%
26	Амурская область	6,8%
27	Крым (Республика)	6,7%
28	Тюменская область	6,6%
29	Омская область	6,5%
30	Краснодарский край	6,4%
31	Нижегородская область	6,1%
32	Иркутская область	6,0%
33	Ленинградская область	5,9%
34	Алтай (Республика)	5,9%
35	Калужская область	5,9%
36	Тверская область	5,8%
37	Ростовская область	5,8%
38	Ульяновская область	5,6%
39	Рязанская область	5,6%
40	Псковская область	5,5%
41	Волгоградская область	5,5%
42	Костромская область	5,5%
43	Ивановская область	5,5%
44	Саха (Якутия) (Республика)	5,3%
45	Владимирская область	5,2%
46	Курская область	5,2%
47	Вологодская область	5,1%
48	Саратовская область	5,1%
49	Орловская область	5,0%
50	Липецкая область	4,9%
51	Красноярский край	4,8%
52	Астраханская область	4,8%
Регионы, делающие первые шаги к успеху		
53	Карелия (Республика)	4,3%
54	Коми (Республика)	4,1%
55	Мурманская область	4,0%
56	Белгородская область	3,9%
57	Воронежская область	3,8%
58	Брянская область	3,8%
59	Архангельская область	3,8%
60	Чувашская Республика	3,8%
61	Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	3,6%
62	Адыгея (Республика)	3,6%
63	Сахалинская область	3,6%
64	Удмуртия (Республика)	3,5%
65	Бурятия (Республика)	3,2%
66	Тамбовская область	3,2%

Продолжение Таблицы Б 3

67	Пензенская область	3,2%
68	Забайкальский край	3,2%
69	Еврейская автономная область	2,9%
70	Дагестан (Республика)	2,9%
71	Хакасия (Республика)	2,7%
72	Марий Эл (Республика)	2,7%
73	Курганская область	2,7%
Регионы с наибольшим потенциалом роста		
74	Чеченская Республика	2,2%
75	Ямало-Ненецкий автономный округ	2,1%
76	Северная Осетия – Алания (Республика)	2,0%
77	Карачаево-Черкесская Республика	1,7%
78	Магаданская область	1,7%
79	Кабардино-Балкарская Республика	1,6%
80	Ненецкий автономный округ	1,1%
81	Калмыкия (Республика)	0,9%
82	Камчатский край	0,8%
83	Ингушетия (Республика)	0,4%
84	Тыва (Республика)	0,3%
85	Чукотский автономный округ	0,0%

Источник: [33]

Таблица Б 4 - Удельный вес численности детей частных дошкольных образовательных организаций в общей численности детей дошкольных образовательных организаций

№	Субъект Российской Федерации	Удельный вес численности детей частных дошкольных образовательных организаций в общей численности детей дошкольных образовательных организаций
1	2	3
Регионы – лидеры		
1	Самарская область	12,70%
2	Саха (Якутия) (Республика)	7,20%
Регионы – кандидаты на лидерство		
3	Бурятия (Республика)	4,10%
4	Хабаровский край	4,00%
5	Ямало-Ненецкий автономный округ	4,00%
6	Томская область	3,90%
7	Омская область	2,90%
Регионы со средним уровнем		
8	Хакасия (Республика)	2,60%
9	Московская область	2,40%
10	Пермский край	2,20%
11	Свердловская область	2,20%
12	Иркутская область	2,00%
13	Дагестан (Республика)	2,00%
14	Астраханская область	1,90%
15	Карелия (Республика)	1,90%
16	Ингушетия (Республика)	1,90%
17	Новосибирская область	1,80%
18	Еврейская автономная область	1,80%
19	Москва (город федерального значения)	1,60%
20	Приморский край	1,60%
21	Ярославская область	1,60%
22	Забайкальский край	1,60%

Продолжение Таблицы Б 4

23	Псковская область	1,40%
24	Костромская область	1,40%
25	Воронежская область	1,40%
26	Северная Осетия – Алания (Республика)	1,40%
Регионы, делающие первые шаги к успеху		
27	Калининградская область	1,30%
28	Рязанская область	1,30%
29	Липецкая область	1,30%
30	Смоленская область	1,20%
31	Вологодская область	1,20%
32	Брянская область	1,20%
33	Алтайский край	1,10%
34	Татарстан (Республика)	1,10%
35	Амурская область	1,10%
36	Красноярский край	1,10%
37	Кировская область	1,00%
38	Кемеровская область	1,00%
39	Тюменская область	1,00%
40	Крым (Республика)	0,90%
41	Волгоградская область	0,90%
42	Курская область	0,90%
43	Саратовская область	0,90%
44	Белгородская область	0,90%
45	Санкт-Петербург (город федерального значения)	0,80%
46	Челябинская область	0,80%
47	Ростовская область	0,80%
48	Ивановская область	0,80%
49	Курганская область	0,80%
50	Карачаево-Черкесская Республика	0,80%
51	Калмыкия (Республика)	0,80%
52	Краснодарский край	0,70%
53	Ленинградская область	0,70%
54	Башкортостан (Республика)	0,60%
55	Орловская область	0,60%
56	Чувашская Республика	0,60%
57	Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	0,60%
Регионы с наибольшим потенциалом роста		
58	Оренбургская область	0,50%
59	Мордовия (Республика)	0,50%
60	Чеченская Республика	0,50%
61	Тверская область	0,40%
62	Ульяновская область	0,40%
63	Владимирская область	0,40%

Продолжение Таблицы Б 4

64	Тамбовская область	0,40%
65	Ненецкий автономный округ	0,40%
66	Ставропольский край	0,30%
67	Тульская область	0,30%
68	Нижегородская область	0,30%
69	Кабардино-Балкарская Республика	0,30%
70	Новгородская область	0,20%
71	Мурманская область	0,20%
72	Архангельская область	0,20%
73	Пензенская область	0,20%
74	Марий Эл (Республика)	0,20%
75	Тыва (Республика)	0,20%
76	Севастополь (город федерального значения)	0,10%
77	Калужская область	0,10%
78	Коми (Республика)	0,10%
79	Алтай (Республика)	0,00%
80	Адыгея (Республика)	0,00%
81	Сахалинская область	0,00%
82	Удмуртия (Республика)	0,00%
83	Магаданская область	0,00%
84	Камчатский край	0,00%
85	Чукотский автономный округ	0,00%

Источник: [33]

Таблица Б 5 – Доля выпадающих доходов в связи с применением налоговых льгот для СО НКО от налоговых доходов субъектов РФ в 2016 г.

№	Субъект Российской Федерации	Доля выпадающих доходов в связи с применением налоговых льгот для СО НКО от налоговых доходов субъекта РФ в 2016 г.
Регионы – лидеры		
1	Омская область	0,06960%
2	Новгородская область	0,03611%
Регионы – кандидаты на лидерство		
3	Костромская область	0,00772%
Регионы со средним уровнем		
4	Новосибирская область	0,00092%
Регионы, делающие первые шаги к успеху		
5	Башкортостан (Республика)	0,00031%
6	Тверская область	0,00020%
7	Ленинградская область	0,00015%
8	Москва (город федерального значения)	0,00013%
9	Оренбургская область	0,00009%
Регионы с наибольшим потенциалом роста		
10	Архангельская область	0,00003%
11	Ярославская область	0,00001%
12	Самарская область	0,00001%

Источник: [33]

Таблица Б 6 – Доля выпадающих доходов в связи с применением налоговых льгот для жертвователей от налоговых доходов субъектов РФ в 2016 г.

№	Субъект Российской Федерации	Доля выпадающих доходов в связи с применением налоговых льгот для жертвователей от налоговых доходов субъекта РФ в 2016 г.
Регионы – лидеры		
1	Нижегородская область	0,85%
Регионы – кандидаты на лидерство		
2	Новгородская область	0,40%
3	Ярославская область	0,15%
Регионы, делающие первые шаги к успеху		
4	Самарская область	0,03%
5	Челябинская область	0,02%
Регионы с наибольшим потенциалом роста		
6	Пермский край	0,01%

Источник: [33]

Таблица Б 7 - Доля муниципальных районов и городских округов, реализующих в 2017 г. муниципальные программы по поддержке СО НКО, в общем количестве муниципальных районов и городских округов в субъекте Российской Федерации (%)

№	Субъект Российской Федерации	Доля муниципальных районов и городских округов, реализующих в 2017 г. муниципальные программы по поддержке СО НКО, в общем количестве муниципальных районов и городских округов в субъекте Российской Федерации (%)
1	2	3
Регионы – лидеры		
1	Татарстан (Республика)	100,00%
2	Ямало-Ненецкий автономный округ	100,00%
3	Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	100,00%
4	Чувашская Республика	96,15%
5	Белгородская область	81,82%
6	Ульяновская область	75,00%
7	Пензенская область	73,33%
Регионы – кандидаты на лидерство		
8	Хабаровский край	68,42%
9	Ярославская область	65,00%
10	Саха (Якутия) (Республика)	63,89%
11	Архангельская область	61,54%
12	Воронежская область	55,88%
13	Липецкая область	55,00%
14	Орловская область	51,85%
15	Еврейская автономная область	50,00%

Продолжение Таблицы Б 7

1	2	3
16	Краснодарский край	50,00%
17	Ненецкий автономный округ	50,00%
18	Кабардино-Балкарская Республика	46,15%
19	Новосибирская область	45,71%
20	Рязанская область	44,83%
21	Адыгея (Республика)	44,44%
22	Камчатский край	42,86%
Регионы со средним уровнем		
23	Коми (Республика)	40,00%
24	Астраханская область	38,46%
25	Ростовская область	36,36%
26	Самарская область	35,14%
27	Тамбовская область	33,33%
28	Смоленская область	33,33%
29	Волгоградская область	31,58%
30	Амурская область	31,03%
31	Хакасия (Республика)	30,77%
32	Омская область	30,30%
33	Мурманская область	29,41%
34	Пермский край	29,17%
35	Иркутская область	28,57%
36	Удмуртия (Республика)	26,67%
Регионы, делающие первые шаги к успеху		
37	Тульская область	23,08%
38	Забайкальский край	22,86%
39	Магаданская область	22,22%
40	Красноярский край	21,31%
41	Крым (Республика)	20,00%
42	Новгородская область	18,18%
43	Кировская область	17,78%
44	Приморский край	17,65%
45	Костромская область	16,67%
46	Ленинградская область	16,67%
47	Свердловская область	16,44%
48	Тюменская область	15,38%
49	Калининградская область	13,64%
50	Нижегородская область	13,46%
51	Тверская область	11,63%
52	Ивановская область	11,11%
53	Томская область	10,00%
54	Владимирская область	9,52%
55	Ставропольский край	9,09%
56	Алтай (Республика)	9,09%
Регионы с наибольшим потенциалом роста		

Продолжение Таблицы Б 7

1	2	3
57	Марий Эл (Республика)	5,88%
58	Сахалинская область	5,56%
59	Саратовская область	4,76%
60	Челябинская область	4,65%
61	Бурятия (Республика)	4,35%
62	Псковская область	3,85%
63	Брянская область	3,03%
64	Московская область	2,99%
65	Кемеровская область	2,94%
66	Оренбургская область	2,38%
67	Башкортостан (Республика)	1,59%
68	Москва (город федерального значения)	0,00%
69	Дагестан (Республика)	0,00%
70	Карелия (Республика)	0,00%
71	Ингушетия (Республика)	0,00%
72	Северная Осетия – Алания (Республика)	0,00%
73	Вологодская область	0,00%
74	Алтайский край	0,00%
75	Курская область	0,00%
76	Санкт-Петербург (город федерального значения)	0,00%
77	Курганская область	0,00%
78	Карачаево-Черкесская Республика	0,00%
79	Калмыкия (Республика)	0,00%
80	Мордовия (Республика)	0,00%
81	Чеченская Республика	0,00%
82	Тыва (Республика)	0,00%
83	Севастополь (город федерального значения)	0,00%
84	Калужская область	0,00%
85	Чукотский автономный округ	0,00%

Источник: [33]

Таблица Б 8 – Доля муниципальных районов и городских округов, реализующих меры по поддержке социального предпринимательства в рамках муниципальных программ по поддержке малого и среднего предпринимательства, в общем количестве муниципальных районов и городских округов в субъекте Российской Федерации, утвердивших муниципальные программы по поддержке малого и среднего предпринимательства (%)

№	Субъект Российской Федерации	Доля муниципальных районов и городских округов, реализующих меры по поддержке социального предпринимательства в рамках муниципальных программ по поддержке малого и среднего предпринимательства, в общем количестве муниципальных районов и городских округов в субъекте Российской Федерации, утвердивших муниципальные программы по поддержке малого и среднего предпринимательства (%)
1	2	3
Регионы – лидеры		
1	Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	100,00%
2	Ингушетия (Республика)	100,00%
3	Тамбовская область	63,33%
4	Хабаровский край	57,89%
Регионы – кандидаты на лидерство		
5	Архангельская область	32,00%
6	Свердловская область	25,81%
7	Башкортостан (Республика)	22,73%
8	Саха (Якутия) (Республика)	21,43%
Регионы со средним уровнем		
9	Астраханская область	16,67%
10	Московская область	16,42%
11	Кемеровская область	14,71%
12	Татарстан (Республика)	13,64%
13	Оренбургская область	13,04%
14	Ростовская область	12,73%
15	Мурманская область	11,76%
16	Новгородская область	11,11%
17	Ленинградская область	11,11%
18	Ярославская область	10,00%
Регионы, делающие первые шаги к успеху		
19	Челябинская область	9,30%
20	Крым (Республика)	9,09%
21	Кировская область	9,09%
22	Тульская область	7,69%
23	Псковская область	7,69%
24	Курганская область	7,69%
25	Ульяновская область	7,14%

Продолжение Таблицы Б 8

26	Удмуртия (Республика)	7,14%
27	Пензенская область	6,67%
28	Омская область	6,25%
29	Алтайский край	5,80%
30	Волгоградская область	5,26%
31	Пермский край	5,26%
32	Коми (Республика)	5,00%
33	Красноярский край	4,92%
34	Белгородская область	4,55%
35	Бурятия (Республика)	4,35%
36	Вологодская область	3,57%
37	Рязанская область	3,45%
Регионы с наибольшим потенциалом роста		
38	Приморский край	3,03%
39	Ставропольский край	3,03%
40	Брянская область	3,03%
41	Самарская область	2,70%
42	Саратовская область	2,38%
43	Ямало-Ненецкий автономный округ	0,00%
44	Чувашская Республика	0,00%
45	Воронежская область	0,00%
46	Липецкая область	0,00%
47	Орловская область	0,00%
48	Еврейская автономная область	0,00%
49	Краснодарский край	0,00%
50	Ненецкий автономный округ	0,00%
51	Кабардино-Балкарская Республика	0,00%
52	Новосибирская область	0,00%
53	Адыгея (Республика)	0,00%
54	Камчатский край	0,00%
55	Смоленская область	0,00%
56	Амурская область	0,00%
57	Хакасия (Республика)	0,00%
58	Иркутская область	0,00%
59	Забайкальский край	0,00%
60	Магаданская область	0,00%
61	Костромская область	0,00%
62	Тюменская область	0,00%
63	Калининградская область	0,00%
64	Нижегородская область	0,00%
65	Тверская область	0,00%
66	Ивановская область	0,00%
67	Томская область	0,00%
68	Владимирская область	0,00%

Продолжение Таблицы Б 8

69	Алтай (Республика)	0,00%
70	Марий Эл (Республика)	0,00%
71	Сахалинская область	0,00%
72	Москва (город федерального значения)	0,00%
73	Дагестан (Республика)	0,00%
74	Карелия (Республика)	0,00%
75	Северная Осетия – Алания (Республика)	0,00%
76	Курская область	0,00%
77	Санкт-Петербург (город федерального значения)	0,00%
78	Карачаево-Черкесская Республика	0,00%
79	Калмыкия (Республика)	0,00%
80	Мордовия (Республика)	0,00%
81	Чеченская Республика	0,00%
82	Тыва (Республика)	0,00%
83	Севастополь (город федерального значения)	0,00%
84	Калужская область	0,00%
85	Чукотский автономный округ	0,00%

Источник: [33]

Таблица Б 9 – Доля бюджетных ассигнований, направляемых на предоставление субсидий на реализацию мероприятий по формированию инфраструктуры поддержки СО НКО, включая центры инноваций социальной сферы (без учета ассигнований, предоставленных из федерального бюджета бюджету субъекта РФ на реализацию соответствующих мероприятий), в общем объеме расходов субъекта Российской Федерации (%)

№	Субъект Российской Федерации	Доля бюджетных ассигнований, направляемых на предоставление субсидий на реализацию мероприятий по формированию инфраструктуры поддержки СО НКО, включая центры инноваций социальной сферы (без учета ассигнований, предоставленных из федерального бюджета бюджету субъекта РФ на реализацию соответствующих мероприятий), в общем объеме расходов субъекта Российской Федерации (%)
1	2	3
Регионы – лидеры		
1	Липецкая область	0,0855%
Регионы – кандидаты на лидерство		
2	Воронежская область	0,0238%
3	Москва (город федерального значения)	0,0223%
4	Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	0,0206%
5	Рязанская область	0,0168%
6	Вологодская область	0,0166%
Регионы со средним уровнем		
7	Новгородская область	0,0100%
8	Тюменская область	0,0084%
9	Ямало-Ненецкий автономный округ	0,0068%
10	Тыва (Республика)	0,0066%
11	Псковская область	0,0059%
12	Хабаровский край	0,0056%
13	Костромская область	0,0054%
14	Магаданская область	0,0050%
Регионы, делающие первые шаги к успеху		
15	Красноярский край	0,0047%

Продолжение Таблицы Б 9

16	Владимирская область	0,0046%
17	Мордовия (Республика)	0,0043%
18	Ненецкий автономный округ	0,0043%
19	Омская область	0,0041%
20	Саха (Якутия) (Республика)	0,0038%
21	Нижегородская область	0,0038%
22	Тульская область	0,0036%
23	Новосибирская область	0,0034%
24	Пермский край	0,0033%
25	Камчатский край	0,0032%
26	Татарстан (Республика)	0,0032%
27	Пензенская область	0,0030%
28	Брянская область	0,0030%
29	Курганская область	0,0029%
30	Ярославская область	0,0027%
31	Коми (Республика)	0,0027%
32	Севастополь (город федерального значения)	0,0024%
33	Тамбовская область	0,0023%
34	Алтай (Республика)	0,0020%
35	Ивановская область	0,0018%
Регионы с наибольшим потенциалом роста		
36	Томская область	0,0017%
37	Орловская область	0,0016%
38	Московская область	0,0014%
39	Сахалинская область	0,0011%
40	Свердловская область	0,0009%
41	Амурская область	0,0008%
42	Кемеровская область	0,0007%
43	Башкортостан (Республика)	0,0007%
44	Мурманская область	0,0006%
45	Ульяновская область	0,0005%
46	Ленинградская область	0,0004%
47	Санкт-Петербург (город федерального значения)	0,0004%
48	Чувашская Республика	0,0004%
49	Белгородская область	0,0004%
50	Дагестан (Республика)	0,0003%
51	Приморский край	0,0003%
52	Волгоградская область	0,0003%
53	Краснодарский край	0,0003%
54	Тверская область	0,0003%
55	Ростовская область	0,0003%
56	Самарская область	0,0001%
57	Калининградская область	0,0001%

Продолжение Таблицы Б 9

58	Ингушетия (Республика)	0,0000%
59	Архангельская область	0,0000%
60	Астраханская область	0,0000%
61	Оренбургская область	0,0000%
62	Челябинская область	0,0000%
63	Крым (Республика)	0,0000%
64	Кировская область	0,0000%
65	Удмуртия (Республика)	0,0000%
66	Алтайский край	0,0000%
67	Бурятия (Республика)	0,0000%
68	Ставропольский край	0,0000%
69	Саратовская область	0,0000%
70	Еврейская автономная область	0,0000%
71	Кабардино-Балкарская Республика	0,0000%
72	Адыгея (Республика)	0,0000%
73	Смоленская область	0,0000%
74	Хакасия (Республика)	0,0000%
75	Иркутская область	0,0000%
76	Забайкальский край	0,0000%
77	Марий Эл (Республика)	0,0000%
78	Карелия (Республика)	0,0000%
79	Северная Осетия – Алания (Республика)	0,0000%
80	Курская область	0,0000%
81	Карачаево-Черкесская Республика	0,0000%
82	Калмыкия (Республика)	0,0000%
83	Чеченская Республика	0,0000%
84	Калужская область	0,0000%
85	Чукотский автономный округ	0,0000%

Источник: [33]

Таблица Б 10 – Доля негосударственных (немуниципальных) медицинских организаций, участвующих в реализации территориальной программы ОМС, в общем количестве медицинских организаций

№	Субъект Российской Федерации	Доля негосударственных (немуниципальных) медицинских организаций, участвующих в реализации территориальной программы ОМС, в общем количестве медицинских организаций, участвующих в реализации территориальной программы ОМС
1	2	3
Регионы – лидеры		
1	Ленинградская область	48,89%
2	Костромская область	45,45%
3	Чеченская Республика	44,80%
4	Оренбургская область	42,45%
5	Томская область	42,34%
6	Калининградская область	41,23%
7	Саха (Якутия) (Республика)	39,83%
8	Ульяновская область	39,72%
9	Санкт-Петербург (город федерального значения)	39,34%
10	Дагестан (Республика)	38,36%
11	Пензенская область	38,16%
12	Липецкая область	37,62%
13	Архангельская область	37,61%
14	Рязанская область	37,50%
15	Тюменская область	37,27%
16	Удмуртия (Республика)	36,92%
17	Бурятия (Республика)	36,46%
18	Самарская область	36,36%
19	Ярославская область	36,26%
20	Севастополь (город федерального значения)	36,11%
21	Татарстан (Республика)	36,06%
Регионы – кандидаты на лидерство		
22	Белгородская область	35,66%
23	Тульская область	35,62%
24	Владимирская область	34,86%

Продолжение Таблицы Б 10

25	Хабаровский край	34,43%
26	Чувашская Республика	34,21%
27	Орловская область	33,85%
28	Карелия (Республика)	33,77%
29	Сахалинская область	33,33%
30	Нижегородская область	33,20%
31	Башкортостан (Республика)	32,84%
32	Северная Осетия – Алания (Республика)	32,43%
33	Ямало-Ненецкий автономный округ	32,35%
34	Новгородская область	32,14%
35	Москва (город федерального значения)	32,11%
36	Курская область	31,96%
37	Ставропольский край	31,85%
38	Вологодская область	31,54%
39	Мурманская область	31,15%
40	Псковская область	30,43%
41	Тыва (Республика)	30,23%
42	Ивановская область	30,14%
43	Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	30,07%
44	Ненецкий автономный округ	30,00%
45	Магаданская область	29,79%
Регионы со средним уровнем		
46	Приморский край	29,17%
47	Коми (Республика)	29,07%
48	Пермский край	29,00%
49	Кемеровская область	28,36%
50	Московская область	28,21%
51	Ростовская область	27,34%
52	Алтай (Республика)	27,27%
53	Красноярский край	26,59%
54	Калужская область	26,56%
55	Волгоградская область	26,51%
56	Крым (Республика)	26,26%
57	Кабардино-Балкарская Республика	26,25%
58	Иркутская область	26,17%
59	Астраханская область	26,09%
60	Тамбовская область	25,81%
61	Новосибирская область	25,69%

Продолжение Таблицы Б 10

62	Амурская область	25,68%
63	Мордовия (Республика)	25,42%
64	Хакасия (Республика)	25,37%
Регионы, делающие первые шаги к успеху		
65	Адыгея (Республика)	23,53%
66	Калмыкия (Республика)	23,53%
67	Свердловская область	23,00%
68	Смоленская область	22,78%
69	Забайкальский край	22,35%
70	Курганская область	20,29%
71	Челябинская область	19,84%
72	Воронежская область	19,80%
73	Карачаево-Черкесская Республика	19,61%
74	Алтайский край	18,22%
Регионы с наибольшим потенциалом роста		
75	Брянская область	16,44%
76	Камчатский край	16,42%
77	Марий Эл (Республика)	16,28%
78	Омская область	16,06%
79	Тверская область	15,38%
80	Краснодарский край	13,53%
81	Саратовская область	13,51%
82	Кировская область	11,69%
83	Еврейская автономная область	9,09%
84	Ингушетия (Республика)	8,57%
85	Чукотский автономный округ	0,00%

Источник: [33]

Таблица Б 11 - Удельный вес негосударственных организаций социального обслуживания, в общем количестве организаций социального обслуживания всех форм собственности, включенных в реестр поставщиков социальных услуг субъекта Российской Федерации (%)

№	Субъект Российской Федерации	Удельный вес негосударственных организаций социального обслуживания, в общем количестве организаций социального обслуживания всех форм собственности, включенных в реестр поставщиков социальных услуг субъекта Российской Федерации (%)
1	2	3
Регионы – лидеры		
1	Башкортостан (Республика)	77,11%
2	Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	71,81%
3	Пермский край	60,00%
Регионы – кандидаты на лидерство		
4	Севастополь (город федерального значения)	45,45%
5	Ленинградская область	42,86%
6	Еврейская автономная область	41,67%
7	Мурманская область	37,84%
8	Хабаровский край	33,33%
9	Ямало-Ненецкий автономный округ	33,33%
10	Ненецкий автономный округ	33,33%
11	Ингушетия (Республика)	33,33%
12	Саха (Якутия) (Республика)	31,54%
13	Новосибирская область	30,16%
14	Мордовия (Республика)	30,00%
15	Ставропольский край	29,13%

Продолжение Таблицы Б 11

16	Санкт-Петербург (город федерального значения)	26,76%
Регионы со средним уровнем		
17	Волгоградская область	25,24%
18	Ульяновская область	22,22%
19	Самарская область	21,88%
20	Бурятия (Республика)	21,28%
21	Камчатский край	20,83%
22	Коми (Республика)	20,27%
23	Омская область	20,00%
24	Москва (город федерального значения)	19,75%
25	Владимирская область	19,72%
26	Архангельская область	19,70%
27	Калининградская область	19,12%
28	Брянская область	18,99%
29	Крым (Республика)	18,75%
30	Тамбовская область	18,18%
31	Липецкая область	17,65%
32	Тюменская область	17,54%
33	Карелия (Республика)	17,39%
34	Костромская область	17,19%
35	Пензенская область	16,67%
36	Курская область	15,79%
37	Забайкальский край	15,79%
38	Хакасия (Республика)	15,38%
39	Сахалинская область	15,15%
40	Томская область	14,93%
41	Алтайский край	14,68%
42	Карачаево-Черкесская Республика	14,29%
43	Новгородская область	13,95%
44	Тульская область	13,79%
Регионы, делающие первые шаги к успеху		
45	Оренбургская область	12,50%
46	Чувашская Республика	11,36%
47	Вологодская область	11,11%
48	Псковская область	11,11%
49	Адыгея (Республика)	11,11%
50	Свердловская область	10,87%
51	Калужская область	10,61%
52	Магаданская область	10,53%
53	Астраханская область	9,76%
54	Татарстан (Республика)	9,70%
55	Смоленская область	9,68%

Продолжение Таблицы Б 11

56	Рязанская область	9,09%
57	Удмуртия (Республика)	8,96%
58	Дагестан (Республика)	8,33%
59	Кабардино-Балкарская Республика	8,33%
60	Нижегородская область	8,25%
61	Белгородская область	7,81%
62	Чеченская Республика	7,69%
63	Амурская область	7,14%
64	Курганская область	7,14%
65	Красноярский край	6,88%
66	Воронежская область	6,84%
67	Тыва (Республика)	6,67%
68	Приморский край	6,67%
69	Тверская область	6,32%
70	Московская область	6,08%
71	Орловская область	6,06%
Регионы с наибольшим потенциалом роста		
72	Саратовская область	5,43%
73	Ивановская область	5,41%
74	Ростовская область	5,13%
75	Ярославская область	4,92%
76	Кемеровская область	4,80%
77	Иркутская область	4,44%
78	Калмыкия (Республика)	4,17%
79	Челябинская область	3,45%
80	Краснодарский край	2,53%
81	Кировская область	2,33%
82	Марий Эл (Республика)	2,08%
83	Северная Осетия – Алания (Республика)	0,00%
84	Алтай (Республика)	0,00%
85	Чукотский автономный округ	0,00%

Источник: [33]

ПРИЛОЖЕНИЕ В – ДАННЫЕ О ФИНАНСИРОВАНИИ СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННЫХ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ, А ТАКЖЕ ОБ ОБЪЕКТАХ НЕДВИЖИМОСТИ В КОТОРЫХ ОНИ РАСПОЛАГАЮТСЯ

Таблица В 1 – Распределение социально ориентированных НКО по источникам объема денежных средств и иного имущества (2014 – 2019 г.г.)

Источники и объемы формирования денежных средств и иного имущества организации	2014		2015		2016		2017		2018		2019	
	млн. рублей	в % к итогу	млн. рублей	в % к итогу	млн. рублей	в % к итогу	млн. рублей	в % к итогу	млн. рублей	в % к итогу	млн. рублей	в % к итогу
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Всего поступило, в т.ч.:	648504	100	686861	100	831894	100	848857	100	851687	100	862688	100
поступления из федерального бюджета	49670	7,7	45762	6,7	28416	3,4	43668	5,1	57088	6,7	56426	6,5
гранты от некоммерческих неправительственных организаций, участвующих в развитии институтов гражданского общества (предоставленные за счет субсидий из федерального бюджета)	2232	0,3	1965	0,3	2913	0,4	3258	0,4	6360	0,7	5698	0,6
поступления из бюджетов субъектов Российской Федерации	35282	5,4	34494	5	49299	5,9	38794	4,6	38833	4,6	43871	5,1
поступления из муниципальных (местных) бюджетов	9488	1,4	9945	1,5	10267	1,2	6939	0,8	7940	0,9	9203	1,1
поступления из бюджетов государственных внебюджетных фондов	4369	0,7	5450	0,8	6346	0,8	5629	0,7	7440	0,9	6883	0,8

Продолжение Таблицы В 1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
поступления (включая пожертвования), гранты от российских физических лиц, за исключением денежных средств и иного имущества, полученного по завещанию в порядке наследования	84703	13,1	96783	14,1	131333	15,8	113432	13,4	120558	14,2	122262	14,2
денежные средства и иное имущество, полученное по завещанию в порядке наследования	2035	0,3	1515	0,2	317	0,01	319	0,0	26	0,0	15	0,0
поступления (включая пожертвования), гранты от российских НКО, за исключением грантов от некоммерческих неправительственных организаций, участвующих в развитии институтов гражданского общества	35778	5,5	34257	5,0	80211	9,7	94279	11,1	77366	9,1	69615	8,1
поступления (включая пожертвования) от российских коммерческих организаций, за исключением дохода от целевого капитала	122977	19	125400	18,3	174102	20,9	199612	23,5	175828	20,6	159257	18,5
поступления от иностранных государств, их государственных органов, международных и иностранных организаций	13432	2,1	17242	2,5	16306	2,0	15765	1,9	17046	2,0	19619	2,3
поступления от иностранных граждан и лиц без гражданства	552	0,1	527	0,1	777	0,1	519	0,1	1848	0,2	4015	0,5

Продолжение Таблицы В 1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
доход от целевого капитала	6377	1	3329	0,5	3374	0,4	1904	0,2	1606	0,2	2793	0,3
доходы (выручка) от реализации товаров, работ, услуг, имущественных прав (кроме доходов от целевого капитала)	211453	32,6	226128	32,9	254869	30,6	261849	30,9	274334	32,2	294402	34,1
внереализационные доходы (кроме доходов от целевого капитала)	15013	2,3	24504	3,6	26149	3,2	20588	2,4	24685	2,9	25755	3,0
денежные средства и иное имущество, полученное безвозмездно от хозяйственных обществ, учрежденных организацией, за исключением денежных средств, недвижимого имущества, ценных бумаг, полученных на формирование или пополнения целевого капитала	2287	0,3	2335	0,3	3640	0,4	2872	0,3	1670	0,2	7412	0,8
иные поступления	52856	8,2	57226	8,3	43575	5,2	39430	4,6	39059	4,6	35462	4,1

Источник: [33]

Таблица В 2 – Сводная информация о финансировании социально ориентированных НКО в 2016-2019 гг. на федеральном уровне

Государственный орган Российской Федерации, оказывающий финансовую поддержку НКО	Объем государственной финансовой поддержки (тыс.руб.)				в т.ч. на конкурсной основе (тыс.руб.)				Количество организаций, получивших финансовую поддержку			
	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019
Управление делами Президента Российской Федерации (Фонд президентских грантов)	4228200	6653841	7800000	7700000	4228200	6653841	7800000	7700000	1377	3213	3573	3772
Минтруд России	1140778	1319184	2294184,2	2086713	-	-	-	-	25	25	29	33
МЧС России	90000	90000	88200	90000	90000	90000	88200	90000	19	6	9	12
Минобрнауки России	718292	1430274	7664740	13550293,6	34192	30896	-	25211,12	30	34	1	8
Минкультуры России	2753183	3310327	2483345,5	9906000	81339	3124427	1418727,8	5124000	227	176	184	357
МИД России	-	-	174646,3	246359,1	-	-	-	74803	-	-	2	15
Роспечать	-	107,2			-	-			-	138		
Росмолодежь	153200	113500	-	-	153200	113500	-	-	90	96	-	-
ФАДН России	-	-	1282949,1	1055000,0	-	-	1282949,1	1055000	-	-	28	33
Всего	9083654	12917233	21788065,1	34721946,1	4586931	10012664	10589876,9	14156594,52	1768	3688	3826	4248

Источник: [33]

Таблица В 3 – Распределение социально ориентированных НКО, по наличию помещения (2014 – 2019 г.г.)

Наличие помещения	Количество организаций, ед.					
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Всего, в т.ч.:	132087	140031	143436	142641	140247	146481
есть нежилое помещение (здание) в собственности	8987	8673	7521	7544	7634	7849
аренда нежилого помещения (здания), находящегося в государственной или муниципальной собственности	10322	11015	10480	9840	9201	9271
аренда нежилого помещения (здания), находящегося в частной или иной собственности	14152	15764	16691	16738	16576	17207
безвозмездное пользование нежилым помещением (зданием), находящимся в государственной или муниципальной собственности	17044	18980	18785	18699	18500	19211
безвозмездное пользование нежилым помещением (зданием), находящимся в частной или иной собственности	10867	12103	12947	13298	12987	13366
фактическое пользование нежилым помещением (зданием) без оформления права на него	2591	2963	2683	2750	2769	2757
фактически располагается в жилом помещении	2651	3298	4192	4224	4195	4428
нет помещения	68466	70373	73999	72576	71489	75600

Источник: [33]

ПРИЛОЖЕНИЕ Г – ТОП-20 СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ КООПЕРАТИВОВ ПО ОБЪЕМАМ ВЫРУЧКИ ОТ ПРОДАЖ ЗА 2015 Г.

НАИМЕНОВАНИЕ	СУБЪЕКТ РФ	ВИД ДЕЯТЕЛЬНОСТИ / ОТРАСЛЬ	ВЫРУЧКА ОТ ПРОДАЖИ, ТЫС. РУБ.
ЭКОПТИЦА, СПССПК	Липецкая область	Производство и консервирование мяса птицы	5 215 019,00
ОБЪЕДИНЕННЫЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ МОЛОКА, СПКСС	Липецкая область	Торговля оптовая сельскохозяйственным сырьем, не включенным в другие группировки	929 200,00
МОЛОЧНЫЙ СОЮЗ, СПССК	Саратовская область	Торговля оптовая молочными продуктами	848 076,00
СЕЛЬХОЗПРОД, СПСК	Пензенская область	Торговля оптовая удобрениями и агрохимическими продуктами	632 388,00
МОЛЦЕНТР, СССППК	Чувашская Республика	Торговля оптовая молочными продуктами	492 344,00
КУБАНЬ, ССПК ККЗ	Краснодарский край	Предоставление услуг в области растениеводства	484 978,00
ДОНАГРОКУРОРТ, СХК	Ростовская область	Деятельность санаторно-курортных организаций	482 331,00
МОЛОЧНЫЙ ДВОР-КАНАШ, СПСК	Чувашская Республика	Производство молочной продукции	467 343,00
МОЛОЧНЫЙ МИР, СПСК	Ярославская область	Торговля оптовая молочными продуктами	465 207,00
МОЛОЧНЫЙ ДОМ, СПССК	Саратовская область	Производство молока (кроме сырого) и молочной продукции	402 117,00
НУР, СППК	Чувашская Республика	Производство молока (кроме сырого) и молочной продукции	400 230,00
САГААН ГОЛ, СЗСППК	Иркутская область	Торговля оптовая сельскохозяйственным сырьем и живыми животными	398 850,00
РОССЕЛЬХОЗКООПЕРАЦИЯ, СППК	Свердловская область	Производство молока (кроме сырого) и молочной продукции	368 144,00
МОЛОЧНЫЙ, СПССК	Удмуртская Республика	Торговля оптовая молочными продуктами, яйцами и пищевыми маслами и жирами	348 400,00
ГРАНУС, СПСК	Калининградская область	Предоставление услуг в области растениеводства	338 633,00
АГРОМИР, СПССК	Волгоградская область	Торговля оптовая молочными продуктами	328 181,00
УСПЕХ, СПК (СМЕШАННОГО ТИПА)	Красноярский край	Торговля оптовая зерном, необработанным табаком, семенами и кормами для сельскохозяйственных животных	323 010,00
МОЛОКО ПАРМЫ, СХПК	Пермский край	Торговля оптовая молочными продуктами	280 029,00
ЧУРАПЧА, СХПК	Республика Саха (Якутия)	Производство молочной продукции	266 854,00
НИКА, СПССК	Самарская область	Торговля оптовая зерном	242 926,00

Рисунок Г 1 – ТОП-20 Сельскохозяйственных кооперативов по объемам выручки от продаж за 2015 г.
Источник: [30]

ПРИЛОЖЕНИЕ Д – ИСХОДНЫЕ ДАННЫЕ ДЛЯ РАСЧЕТА ПОКАЗАТЕЛЕЙ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ ПАРАМЕТРОВ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОЦИАЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН

Таблица Д 1 – Исходные данные для расчета показателей ($y_1 - y_4$) системы оценки параметров хозяйственной деятельности сельскохозяйственных кооперативов (2015 – 2020 г.г.)

		2015	2016	2017	2018	2019	2020
1	2	3	4	5	6	7	8
Сельскохозяйственный производственный кооператив племенной завод имени Ленина	Внеоборотные активы	223530	268870	316510	344910	342200	545560
	Оборотные активы	215010	249270	282430	323040	326110	337690
	ЗП	58640	6680	71340	80960	76310	76310
	Н	0	0	0	0	0	0
	Реализация внеоборотных активов	0	0	0	0	0	0
	СарХ	48800	70210	75440	94740	159230	219160
	ПЗ	0	0	0	0	0	0
	ЧП	57650	68150	87110	91420	117890	142510
	С	235140	27050	266240	335750	377040	400290
	А	17860	24870	27800	66340	161940	15800
	EBITDA	75510	93020	114910	157760	279830	158310
Сельскохозяйственный производственный кооператив имени Файзи Галиева		2015	2016	2017	2018	2019	2020
	Внеоборотные активы	57480	57460	62810	81680	93630	118520
	Оборотные активы	69690	78250	96020	10550	128170	140510
	ЗП	19630	21460	22650	23930	26230	30200
	Н	0	0	0	0	0	0
	Реализация внеоборотных активов	0	0	0	0	0	0
	СарХ	12610	2160	690	17440	17340	28380
	ПЗ	0	0	0	0	0	0
	ЧП	74590	81730	94310	96130	114410	131470
	С	15410	12450	19940	27990	36350	37690
	А	2140	2180	4660	1430	5390	3490
	EBITDA	76730	83910	98970	97560	119800	134960

Продолжение Таблицы Д 1

1	2	3	4	5	6	7	8
Сельскохозяйственный производственный кооператив «Тан»		2015	2016	2017	2018	2019	2020
	Внеоборотные активы	172770	176070	41130	437890	518180	63030
	Оборотные активы	208230	235650	247240	243080	26820	33570
	ЗП	40580	44890	45340	4960	53090	62550
	Н	0	0	0	0	0	0
	Реализация внеоборотных активов	0	0	0	0	0	0
	СарХ	40310	70790	197050	52230	120860	16230
	ПЗ	0	0	0	0	0	0
	ЧП	60720	92060	63270	75490	129030	178020
	С	179580	202400	242830	253980	309260	35760
	А	10100	67490	331990	-344530	40570	471380
	EBITDA	70820	159550	395260	-269040	169600	649400
Сельскохозяйственный производственный кооператив «Ментер»		2015	2016	2017	2018	2019	2020
	Внеоборотные активы	73880	96540	117840	151410	161530	165500
	Оборотные активы	107870	121890	134430	135420	157030	176690
	ЗП	26790	29630	33530	33430	34910	43320
	Н	0	0	0	0	0	0
	Реализация внеоборотных активов	0	0	0	0	0	0
	СарХ	15930	17690	33440	34540	22530	47240
	ПЗ	0	0	0	0	0	0
	ЧП	27190	30790	38680	29700	21930	47950
	С	105880	11730	141610	147310	211330	219120
	А	120	4970	12140	970	12410	43270
	EBITDA	27310	35760	50820	30670	34340	91220
Сельскохозяйственный производственный кооператив «Кызыл Юл»		2015	2016	2017	2018	2019	2020
	Внеоборотные активы	125370	140720	159690	163200	197740	524260
	Оборотные активы	121970	163760	169820	156290	235790	309320
	ЗП	24340	26850	31040	32450	37990	40300
	Н	0	0	0	0	0	0
	Реализация внеоборотных активов	0	0	0	0	0	0
	СарХ	32180	54230	45650	121780	23384	160010
	ПЗ	0	0	0	0	0	0
	ЧП	44350	59780	45750	46570	84200	161310
	С	10390	107080	153080	157360	174270	234050
	А	28420	15350	18970	3510	34540	17200
	EBITDA	72770	75130	64720	50080	118740	178510

Продолжение Таблицы Д 1

1	2	3	4	5	6	7	8
Сельскохозяйственный производственный кооператив «Кушар»		2015	2016	2017	2018	2019	2020
	Внеоборотные активы	54170	142170	20240	228910	241750	312870
	Оборотные активы	107840	172690	189440	190650	233860	227300
	ЗП	36500	35940	35320	35250	39610	44000
	Н	0	0	0	0	0	0
	Реализация внеоборотных активов	0	0	0	0	0	0
	СарХ	17630	14360	15840	16180	24030	10430
	ПЗ	0	0	0	0	0	0
	ЧП	97010	166930	210530	200510	241920	275570
	С	24320	46480	38970	30010	59310	77260
	А	23370	73640	137770	192490	11190	60690
	EBITDA	120380	240570	348300	393000	253110	336260
Сельскохозяйственный производственный кооператив «Кама»		2015	2016	2017	2018	2019	2020
	Внеоборотные активы	110460	131370	157170	163980	161160	168900
	Оборотные активы	120570	125230	121380	133510	168990	197880
	ЗП	21250	23170	25840	22820	25850	30920
	Н	0	0	0	0	0	0
	Реализация внеоборотных активов	0	0	0	0	0	0
	СарХ	13110	12320	5030	31470	33720	47540
	ПЗ	0	0	0	0	0	0
	ЧП	42330	30410	26610	21100	31160	40380
	С	81470	105200	110370	108190	108920	125920
	А	1860	8590	20770	24660	36540	39800
	EBITDA	44190	39000	47380	45760	67700	80180
Сельскохозяйственный производственный кооператив «Активист»		2015	2016	2017	2018	2019	2020
	Внеоборотные активы	54890	58700	64790	65370	75570	87930
	Оборотные активы	70360	73960	78350	81890	98190	112520
	ЗП	18480	19090	20350	21990	24840	29020
	Н	0	0	0	0	0	0
	Реализация внеоборотных активов	0	0	0	0	0	0
	СарХ	1680	1630	22920	19070	29740	35580
	ПЗ	0	0	0	0	0	0
	ЧП	17520	7940	8720	10990	25270	24770
	С	65720	84980	81730	87950	98770	117440
	А	5430	2180	16830	18490	19540	23220
	EBITDA	22950	10120	25550	29480	44810	47990

Продолжение Таблицы Д 1

1	2	3	4	5	6	7	8
сельскохозяйственный производственный кооператив «Агрофирма рассвет»		2015	2016	2017	2018	2019	2020
	Внеоборотные активы	69780	80930	138530	147740	205780	587990
	Оборотные активы	244750	291830	325650	387640	443220	451130
	ЗП	37490	32110	32570	33650	39460	4320
	Н	0	0	0	0	0	0
	Реализация внеоборотных активов	0	0	0	0	0	0
	СарХ	0	0	24410	26830	47040	244730
	ПЗ	0	0	0	0	0	0
	ЧП	82020	74510	57490	71920	91960	131410
	С	139790	186550	217660	210330	25490	24160
	А	5340	11150	33190	17620	11000	137480
	EBITDA	87360	85660	90680	89540	102960	268890

Источник: рассчитано автором

Таблица Д 2 – Исходные данные для расчета показателей системы оценки параметров хозяйственной деятельности предприятий ВОС (2015 – 2020 г.г.)

		2015	2016	2017	2018	2019	2020
1	2	3	4	5	6	7	8
ООО «Елабужское предприятие укупорочных и пластмассовых изделий»	Внеоборотные активы	89590	91248	92950	127480	112480	105870
	Оборотные активы	386650	375641	367570	367550	463460	543420
	ЗП	90620	91254	93742	94920	105370	120100
	Н	430	589	953	2820	6310	5960
	Реализация внеоборотных активов	2460	0	0	292	0	0
	СарХ	32	7523	6742	39450	10910	16920
	ПЗ	902	32	0	705	0	0
	ЧП	18300	12570	18340	23240	6580	11500
	С	541580	792286	652970	607100	604913	821716
	А	11182	5865	5040	4628	25910	23530
	EBITDA	14344	19056	24333	31393	38800	30640
ООО «Альметьевское реабилитационн		2015	2016	2017	2018	2019	2020
	Внеоборотные активы	5620	5790	4770	4390	3790	3070
	Оборотные активы	6910	9780	11450	13590	15380	16460
	ЗП	0	9490	10760	8390	12000	13040
	Н	0	387	835	341	410	360
	Реализация внеоборотных активов	0	0	0	0	0	0
	СарХ	0	1770	634	989	115	715
	ПЗ	0	0	0	0	0	0
	ЧП	1920	1750	2140	928	1100	1230
	С	29270	34550	39960	31330	43290	32940
	А	1600	1654	1369	715	1435	1223
	EBITDA	3737	4629	2638	2225	3025	-1822
ООО «Казанское предприятие «Электроконтакт		2015	2016	2017	2018	2019	2020
	Внеоборотные активы	17500	13580	13740	11890	9880	18150
	Оборотные активы	31660	37060	32860	35770	49920	5150
	ЗП	20220	21900	20070	1940	21020	22570
	Н	916	1610	643	381	1730	3520

Продолжение Таблицы Д 2

	Реализация внеоборотных активов	1100	200	30	1090	420	0
	СарХ	3580	0	3660	2160	2390	14080
	ПЗ	0	0	0	0	0	0
	ЧП	2650	3080	581	1150	940	9920
	С	99100	115160	103860	110940	121760	101110
	А	4100	3720	3470	2920	3980	5810
	EBITDA	7666	8410	4694	4451	6650	19250
ООО Чистопольское учебно-производственное предприятие «Реглан»		2015	2016	2017	2018	2019	2020
	Внеоборотные активы	1530	1280	927	980	862	959
	Оборотные активы	2210	1590	1830	1360	2820	6710
	ЗП	4010	5570	4680	4860	4240	4590
	Н	76	90	0	0	0	0
	Реализация внеоборотных активов	0	0	0	0	0	0
	СарХ	0	0	0	60	0	102
	ПЗ	0	0	0	0	0	0
	ЧП	474	483	148	293	1580	2760
	С	8230	10430	8480	11260	6930	9190
	А	330	250	353	7	118	5
	EBITDA	880	823	501	300	1698	2765

Источник: рассчитано автором