

## ОТРАСЛЕВАЯ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

Н. П. Иващенко<sup>1</sup>,

МГУ имени М. В. Ломоносова (Москва, Россия)

Н. И. Булыгина<sup>2</sup>,

МГУ имени М. В. Ломоносова (Москва, Россия)

### К ВОПРОСУ ОБ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПОДДЕРЖКИ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ

*Данная работа ставит целью проанализировать текущее развитие социального предпринимательства в России, выявить характерные особенности, сопровождающие развитие феномена, а также проанализировать финансовую устойчивость современных российских социальных предприятий. Для этой цели используется сравнительный анализ совокупности социальных предприятий, поддержанных специализированным фондом поддержки социальных инициатив, в 2015 г. с применением возможностей базы данных «Спарк». В рамках исследования анализируется состав, направленность и срок жизни социально-предпринимательских проектов. Проведение исследования показало, что на текущий момент анализ деятельности многих социальных предприятий существенно затруднен из-за выбранной ими организационно-правовой формы деятельности, многие предприятия являются нестабильными или прекратили свою деятельность. Данный результат позволяет сделать вывод о необходимости комплексной и продолжительной поддержки социально-предпринимательских проектов.*

**Ключевые слова:** социальное предпринимательство, инновация, инновационное развитие, социальная проблема.

Цитировать статью: Иващенко Н. П., Булыгина Н. И. (2019). К вопросу об эффективности поддержки социального предпринимательства в России // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. — 2019. — № 3. — С. 128–154.

### ON THE EFFECTIVENESS OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP SUPPORT IN RUSSIA

*This work aims to analyze the current development of social entrepreneurship in Russia, identify the characteristic features that accompany the development of the phenomenon,*

---

<sup>1</sup> Иващенко Наталия Павловна, д.э.н., профессор экономического факультета; e-mail: nivashenko@mail.ru

<sup>2</sup> Булыгина Наталия Ивановна, аспирант экономического факультета; e-mail: ni.bulygina@yandex.ru

*and analyze the financial sustainability of modern Russian social enterprises. For this purpose, a comparative analysis of the aggregate of social enterprises, supported by a specialized fund in 2015 is used (data provided by SPARK database). Within the framework of the research, the composition, direction and term of life of social and entrepreneurial projects are analyzed. The study showed that at the current time the analysis of the activities of many social enterprises is significantly hampered by their chosen organizational and legal form of activity, many enterprises are unstable or have ceased operations. This result allows us to conclude that there is a need for comprehensive and long-term support of social and entrepreneurial projects.*

**Key words:** social entrepreneurship, innovation, innovative development, social problem

To cite this document: *Ivaschenko N. P., Bulygina N. I. (2019). On the Effectiveness of Social Entrepreneurship Support in Russia. Moscow University Economis Bulletin, (3), 128–154.*

Социальное предпринимательство в экономической науке представляет собой перспективную и высоко проблематизированную область — как в плане практического исследования, так и в разрезе теоретических изысканий. Сама концепция социального предпринимательства для России достаточно нова — в ее современном виде ей не более 20 лет. Отчасти она была заимствована из-за рубежа, и, несмотря на всю практическую значимость социального предпринимательства, по-прежнему существуют достаточно серьезные разногласия в части терминологии феномена. Так, в процессе исследования обнаружено множество критериев и определений социального предпринимательства, из которых лишь одно в России является официальным — но и оно имеет свою серьезную специфику, приспособлено для целей конкретного законодательного акта и не охватывает всего многообразия социального предпринимательства. Кроме того, существует множество явлений, близких к концепции социального предпринимательства, — это прежде всего такие понятия, как «социальный активизм» и «социальный бизнес», а также понятие «предприятие социальной сферы».

Отсутствие единого и общепринятого определения социального предпринимательства вызывает разногласия не только среди исследователей. Среди тех, кто не занимается непосредственно тематикой социального предпринимательства или не сталкивался с явлением лично, распространен ряд заблуждений и предубеждений. Так, социальное предпринимательство путают с благотворительностью, отождествляют с формой некоммерческих организаций или совмещают с понятием «социальная ответственность бизнеса» или «корпоративная социальная ответственность». Обозначенное словосочетание, по данным проведенного среди студенческого и профессорско-преподавательского состава университетов авторского опроса, может вызывать длинные ассоциативные цепочки, вплоть до негативно окрашенных, что само по себе является достаточно

серьезной проблемой на пути развития социального предпринимательства в России, поскольку подрывает один из его важнейших ресурсов — доверие к нему.

В научной и научно-популярной зарубежной литературе прослеживается множественность подходов при определении социального предпринимательства. Так, например, Ю. Н. Арай [Арай, 2013] предлагает разделять все определения, данные зарубежными авторами на две большие группы — определения социального предпринимательства в узком и широком смыслах. К первой группе относятся определения, характеризующие социальное предпринимательство как применение некоммерческими организациями инновационных подходов с целью получения дохода. К определениям социального предпринимательства в широком смысле относятся делающие акцент на его более общих признаках: социальное предпринимательство «понимается как социально ориентированная инновационная деятельность как в коммерческом (социально ориентированные коммерческие компании, корпоративное социальное предпринимательство), так и в некоммерческом секторе либо на стыке — в организациях смешанного типа» [Арай, 2013, с. 113]. Стоит сразу заметить, что для целей исследования не подойдет ни первая, ни вторая группа определений, поскольку все эти определения делают акцент на организационно-правовой форме предприятия и не уделяют достаточно внимания качественным характеристикам, т.е. не являются достаточно полными. Конечно, существуют и другие подходы к характеристике социального предпринимательства. В частности, рядом исследователей были предприняты попытки определить социальное предпринимательство исходя из его различий с традиционным, коммерческим предпринимательством, в частности, такой подход использовали Дж. Остин, Г. Стивенсон и Дж. Вэй-Скиллерн. Так, они отмечают, что социальное предпринимательство в отличие от коммерческого направлено на «создание социальной ценности для блага общества, в то время как коммерческое предпринимательство направлено на поддержание прибыльных операций в личных целях» [Остин и др., 2010]. Однако, как отмечают в том числе сами авторы, различие между социальным и коммерческим предпринимательством сильно преувеличивается: ведь коммерческое предпринимательство также может решать довольно серьезные социальные проблемы, например, коммерческий предприниматель может выступать поставщиком рабочих мест, товаров и услуг (в том числе социального назначения) — но это не является основной целью и мотивом его деятельности. То есть решение проблемы происходит параллельно с достижением предприятием своей основной цели — максимизации прибыли, коммерческого успеха продукта и компании в целом. Некоторые исследователи выделяют социальное предпринимательство как один из видов предпринимательства

в целом [Dees, 2016]. Все определения социального предпринимательства можно также разделить на определения в рамках европейского и англо-американского подходов [Московская, 2011].

В российской научной литературе существует множество статей, посвященных социальному предпринимательству, однако большая часть из них рассматривает конкретные аспекты феномена, и в том случае, если и затрагивает определение социального предпринимательства, то, как правило, останавливается на обзоре [Калугина, 2012] различных зарубежных подходов к определению [Бобина, Матюшенко, 2013] социального предпринимательства, не формулируя новых и не уточняя ни одно из уже имеющихся [Кучмий, Кандина, 2015] определений [Блаженкова, Поаншаль, 2014]. Вероятнее всего, это связано с относительной новизной феномена для России, и если в Европе определение формулировалось на основе обширной практической базы, то для России характерно скорее обратное движение: несмотря на то что социальное предпринимательство как таковое в стране есть, оно существует в некотором отрыве от теории, большей частью заимствованной из-за рубежа. По этой простой причине большая часть определений в научной литературе содержит критерии и особенности, характерные для одного из зарубежных подходов.

Наиболее полно явление социального предпринимательства раскрывается одной из ведущих исследователей социального предпринимательства в России, А. А. Московской, которая использует [Московская, 2011, с. 288] несколько скорректированный подход англо-американской традиции, о чем прямо говорится в тексте ее работ [Московская, 2011, с. 107]. Определение, которое использует А. А. Московская, базируется на определении социального предпринимательства, данного Ким Алтер, и звучит следующим образом: «Социальное предпринимательство — это новый способ социально-экономической деятельности, в котором соединяется социальное назначение организации с предпринимательским новаторством и достижением устойчивой самоокупаемости» [Московская, 2011, с. 15]. В качестве существенных черт социального предпринимательства приводятся следующие характеристики: преобладание социальной миссии над коммерческой, т.е. целенаправленное решение социальных проблем; самоокупаемость и финансовая независимость предприятий (хотя гранты и прочие источники финансирования допускаются в качестве дополнительных источников финансирования); инновационный, предпринимательский подход к решению проблем; этическая безупречность лидера и культуры организации.

Тем не менее есть и другие подходы. Так, Ю. Н. Арай в своей статье «Социальное предпринимательство в начале XXI века: основные понятия и страновые особенности» формулирует следующее определение социального предпринимательства: «Это безубыточная предприниматель-

ская деятельность, движимая основной миссией компании — созданием социальной ценности — и направленная на решение проблем общества» [Арай, 2013, с. 118]. Стоит отметить, что в данном определении важным критерием выступает самоокупаемость, что действительно важно в российских условиях. А. А. Московская также делает акцент на самоокупаемости социального предпринимательства [Московская, 2011, с. 22], подчеркивая различие в подходах к определению социального предпринимательства с фондом Ashoka: данным фондом было признано множество проектов, частично или полностью опирающихся на благотворительность. Однако в России благотворительность не настолько развита, и в случае нехватки средств от нее есть риск возникновения зависимости проекта от государственных источников финансирования, что представляет собой не решение проблемы, а усугубление ее, ведь социальное предпринимательство возникает именно там, где государство и бизнес не решают или недостаточно эффективно решают социальные проблемы. Таким образом, критерий преемственного производства товаров и предоставления услуг, а также самоокупаемости проекта на этой основе представляет особую важность для отнесения предпринимательских проектов в категорию социального предпринимательства.

Интересно обратиться также к практикам российского социального предпринимательства, ведь для данной области определение и критерии отнесения к социальному предпринимательству представляют не только научный, но и практический интерес.

Центр социального предпринимательства и социальных инноваций при НИУ «Высшая школа экономики» дает обзор зарубежных определений и наравне с ними использует следующие критерии социального предпринимательства: «Социальное предприятие как субъект социального предпринимательства отличается тремя важными свойствами, которые присутствуют в нем одновременно: оно создано специально для решения социальной проблемы или уменьшения ее остроты; оно предлагает качественно новый продукт (услугу) или качественно новую модель его представления; его деятельность экономически устойчива, т.е. большая часть дохода приобретается за счет продажи товаров или услуг, а не грантов, пожертвований и прочих донорских средств»<sup>1</sup>.

Фонд региональных социальных программ «Наше будущее» дает собственное определение социального предпринимательства и несколько более развернутые критерии, хотя суть их остается довольно близкой к примерам, рассмотренным ранее: «Социальное предпринимательство — это новаторская деятельность, изначально направленная на решение или смягчение социальных проблем общества на условиях само-

<sup>1</sup> Определение социального предпринимательства / НИУ ВШЭ. 1993–2016. URL: [https://socentr.hse.ru/opredelenie\\_socialnogo\\_predprinimatelstva](https://socentr.hse.ru/opredelenie_socialnogo_predprinimatelstva) (дата обращения: 18.03.2018).

окупаемости и устойчивости»<sup>1</sup>. При этом предприятие может быть отнесено к категории социального предпринимательства, если оно удовлетворяет одновременно следующим критериям: предприятие существует ради воплощения в жизнь его социальной миссии; практикует предпринимательский подход; является инновационным (новаторство в решении социальной проблемы является важным требованием, здесь оно понимается как использование новой комбинации ресурсов или разработка нового товара или услуги для региона, и данный критерий обращен в сторону шумпетерианского подхода к определению социального предпринимательства); обладает свойством тиражируемости, самоокупаемости и при этом устойчиво в финансовом плане. Интересно, что данное определение практически в неизменном виде порой встречается и в теоретических работах [Мухин, 2011].

На наш взгляд, необходимо уточнить определение социального предпринимательства следующим образом: это инновационный способ решения социальных, экономических или экологических проблем, направленный на достижение нового, более эффективного социального равновесия<sup>2</sup> и воплощенный путем создания самоокупаемого предпринимательского проекта, не зависящего от внешних источников финансирования.

Важным критерием, уточняющим данное определение, является преимущественное направление прибыли предприятия на выполнение его социальной миссии. Стоит отметить, что социальное предпринимательство необязательно является инновационной деятельностью в плане производства нового продукта или услуги, ведь главное в данном явлении — это решение социальной проблемы, вне зависимости от оригинальности найденного решения. Таким образом, неинновационный проект также может относиться к социальному предпринимательству, хотя, безусловно, проекты, предлагающие новые и неординарные решения, казалось бы, давно известных проблем, всегда привлекают больше внимания и представляют собой яркие и наглядные иллюстрации феномена социального предпринимательства.

При этом также следует разграничить социальные предприятия и другие формы решения или смягчения социальных проблем. Стоит уделить внимание понятиям, близким понятию социального предпринимательства: это в первую очередь понятия «социальный бизнес», «социальная инновация» и «благотворительность». Также стоит отдельно рассмотреть и разграничить социальное предпринимательство и так называемую со-

---

<sup>1</sup> Фонд региональных социальных программ / Фонд «Наше будущее». 2007–2016. URL: <http://www.nb-fund.ru/about-us/> (дата обращения: 21.03.2018).

<sup>2</sup> Яценко Н. Е. Толковый словарь обществоведческих терминов / Longsoft. Библиотека словарей «Словарник». 2007–2011. URL: [http://www.slovarnik.ru/html\\_tsot/o/oblestvennoe-social5noe-ravnoesie.html](http://www.slovarnik.ru/html_tsot/o/oblestvennoe-social5noe-ravnoesie.html) (дата обращения: 18.04.2016).

циальную ответственность бизнеса или корпоративную социальную ответственность.

Понятие «социальный бизнес» является одним из самых близких к понятию социального предпринимательства. Более того, например, Мухаммед Юнус определяет его абсолютно так же, как многие другие исследователи определяют социальное предпринимательство. Однако в рамках настоящей работы эти понятия не только не являются синонимичными, но в некотором смысле противопоставляются друг другу. Социальный бизнес мы будем далее понимать как бизнес, который в первую очередь ориентирован на получение прибыли и коммерческий успех, но попутно он может решать или способствовать решению социальной проблемы. То есть социальный эффект социального бизнеса — это некоторое дополнение к его основной деятельности. Таким образом, это понятие скорее ближе к понятию «корпоративная социальная ответственность». Под данным термином будет пониматься дополнительная деятельность коммерческих предприятий, не связанная напрямую с их основной деятельностью, которая подразумевает признание компанией ответственности за свою деятельность, выходящей за рамки соблюдения официального законодательства. Такая деятельность направлена на решение определенных социальных проблем, повышение уровня жизни общества в целом. Она представляет собой общественно одобряемую деятельность и в первую очередь позволяет извлекать репутационную выгоду. В соответствии с рассуждениями Ю. Н. Арай [Арай, 2013, с. 115] программы корпоративной социальной ответственности получили распространение как ответная реакция на давление общества и являются скорее защитной мерой компаний, нежели действительно самостоятельной инициативой. Таким образом, становится очевидны отличия социального предпринимательства от явления корпоративной социальной ответственности.

Еще одно понятие, близкое социальному предпринимательству, — это благотворительность: безвозмездная помощь нуждающимся лицам. Данное явление носит скорее добровольный и несистематический характер. Кроме того, используя концепцию Ким Алтер, можно констатировать, что благотворительность также направлена скорее на совершение уже существующего равновесия, а не на переход к новому. Кроме того, в благотворительности нет предпринимательских черт как таковых, что также позволяет отделить данное понятие от интересующего нас термина.

Существует также термин «социальные инновации», который непосредственно связан с социальным предпринимательством и в рамках данной работы будет пониматься как инновационная составляющая социального предпринимательства: это те идеи, механизмы и новые решения, которые могут быть применены для решения острых социальных проблем. Для данного исследования социальные инновации будут одним из клю-

чевых понятий. Они могут быть задействованы и в социальном бизнесе, и в рамках корпоративной социальной ответственности.

Итак, в рамках настоящей работы целью исследования является определение устойчивости социально-предпринимательской деятельности в текущих социально-экономических условиях России, выявление тенденций в сфере социального предпринимательства, а также анализ количественных и качественных характеристик развития феномена в нашей стране на основании сравнительного анализа социальных предприятий РФ в 2015 г.

Россия представляет собой совершенно особую среду для развития социального предпринимательства: с одной стороны, в стране существуют все необходимые для развития данного явления предпосылки: это и достаточное количество социальных проблем, которые не решаются или недостаточно эффективно решаются государством в силу огромной территории страны и ограниченных бюджетных возможностей, и соответственно отсутствие адекватного негосударственного механизма их решения. С другой стороны, для существования и эффективного развития социального предпринимательства требуется наличие благоприятной экономической и институциональной среды. Стоит отдельно отметить, что социальное предпринимательство существует, только пока существует проблема: т.е. первая аптека в отдаленной от больших городов деревне — это социальное предпринимательство, а вот новая аптека в большом городе, которая лишь увеличивает конкуренцию между аптечными пунктами, — нет. В этом смысле каждый случай социального предпринимательства уникален. Вышеописанная характеристика социального предпринимательства создает существенные препятствия для исследования феномена — статистика на данный момент не учитывает социальные предприятия в рамках отдельной категории предприятий, а их уникальность затрудняет сбор статистических данных о них в рамках формализованной выборки, например, из коммерческих баз данных. Ввиду этого для исследования социальных предприятий представляется целесообразным воспользоваться специализированными источниками информации, наиболее релевантными из которых являются каталог «Социальное предпринимательство России»<sup>1</sup> и база поддержанных проектов фондов, например, фонда региональных социальных программ «Наше будущее»<sup>2</sup>.

Ранее в российской исследовательской среде уже предпринимались попытки качественного и количественного исследования состава социаль-

<sup>1</sup> Каталог предприятий, товаров и услуг социальных предпринимателей / Социальное предпринимательство России, Гран-при. 2014–2018. URL: <http://soindex.ru/> (дата обращения: 22.03.2018)

<sup>2</sup> Фонд региональных социальных программ / Фонд «Наше будущее». 2007–2018. URL: <http://www.nb-fund.ru/about-us/> (дата обращения: 22.03.2018).

ных предприятий России. Научное сообщество обратило внимание на отдельные социальные предприятия и на сам феномен в 2006–2008 гг., хотя отдельные примеры предприятий существуют уже с начала 2000-х и даже раньше (притом что в большинстве случаев они просто не идентифицировали себя как социальные предприятия, т.е. имеет место быть проблема самоопределения). Исследователи Центра социального предпринимательства и социальных инноваций при НИУ ВШЭ связывают [Московская, 2011, с. 111] это с тем, что для становления социального предпринимательства требуется определенный уровень развития экономики и общественного самосознания. Наиболее полное исследование российских социальных предприятий было проведено [Албутова, 2013] в 2013 г. А. И. Албутовой на основе данных о поданных в Фонд региональных социальных проектов «Наше будущее» заявок. Определение и критерии социального предпринимательства, принятые фондом, совпадают с наиболее распространенным европейским определением, а также с определением, наиболее часто встречающимся в российских работах по социальному предпринимательству.

По данным исследования А. И. Албутовой, российские социальные предприятия представляли собой относительно молодые предприятия: по состоянию на 2010 г., их возраст в среднем составлял восемь лет. Об этом же упоминает А. А. Московская в своем исследовании [Московская, 2011, с. 115]: российские социальные предприятия по большей части — это стартапы, относительно молодые и малые формы, которые в силу существования определенных барьеров роста не могут значительно расширить масштаб своего функционирования. Преимущественно (97%) социальное предпринимательство было представлено малыми или средними предприятиями, на которых занято до 250 человек. Проекты, как правило, решали проблемы занятости населения (51 проект), при этом 34 проекта были связаны с образованием и 23 со здравоохранением при средней стоимости проекта в 6 млн рублей и сроке реализации в 2,5 года. Предприятия были зарегистрированы в самых разных организационно-правовых формах (35 форм, по указанию исследователя), преимущественно это ООО (в данной форме зарегистрировано 50 предприятий из 186 исследованных) или индивидуальные предприниматели (42 предприятия), также довольно часто встречаются некоммерческие партнерства и региональные общественные организации (по 14 предприятий). Отдельные характеристики социального предпринимательства, выявленные в данном исследовании, можно будет сопоставить с результатами текущего исследования. Как было обозначено ранее, данное исследование базировалось на основе данных о поданных в фонд региональных социальных проектов «Наше будущее» заявок на поддержку. Данные предприятия, таким образом, самостоятельно определяли себя как социальные предприятия, и, вероятно, не все из них действительно удовлетворяли строгим кrite-

риям социального предпринимательства. С другой стороны, имеет смысл обратиться к базе уже поддержанных проектов социального предпринимательства, прошедших определенный отбор и критическую оценку со стороны сотрудников фонда.

Альтернативным возможным источником информации для исследования является каталог социальных предприятий России, однако при ближайшем рассмотрении был выявлен ряд серьезных ограничений при использовании такого источника информации. Так, в данном каталоге собраны «исключительно работающие проекты, самоопределяющиеся как проекты в области социального предпринимательства»<sup>1</sup>. Таким образом, требуется довольно серьезная работа по критической оценке «социальности» предприятий и четкая классификация — поскольку классификация, например, по целевой аудитории носит нечеткий характер — многие предприятия не выделяют или не конкретизируют свою целевую аудиторию и относятся таким образом сразу ко всем, что затрудняет выборочный анализ. Также в каталоге может отсутствовать подробное описание проекта и год его добавления в базу. Кроме того, на наш взгляд, часть «социальных предприятий», указанных в 2016 г. в каталоге социальных предприятий (проводилось отдельное исследование на эту тему), вообще не могли быть отнесены к проектам социального предпринимательства, исходя из предоставленной ими информации: в ней не только не содержится хоть сколько-нибудь полного описания проекта, но и не прослеживается социальная миссия как таковая. Например, «Сервис поиска попутчиков»<sup>2</sup>, ИП Лопакова Светлана Владимировна<sup>3</sup> (в описании указано лишь «Предоставление гостиничных услуг в с. Кожевниково») или АНО «Репетиционный центр «Логос»<sup>4</sup>, разрабатывающий приключенческие туристические маршруты. По каждому из таких проектов требовался сбор дополнительной информации, и на тот момент, по нашему мнению, указанные проекты не попадали в категорию социальных предприятий. В рамках авторского исследования 2016 г. были отдельно рассмотрены социальные предприятия каталога, целевой аудиторией которых являлись студенты. Однако в результате анализа было сделано заключение о том, что реальные проблемы студентов и выпускников фактически не решались ни од-

<sup>1</sup> Каталог предприятий, товаров и услуг социальных предпринимателей / Социальное предпринимательство России, Гран-при. 2014–2018. URL: <http://soindex.ru/> (дата обращения: 22.03.2018).

<sup>2</sup> Сервис поиска попутчиков / Социальное предпринимательство России, Гран-при. 2014–2015. URL: <http://coindex.ru/companies/view/275> (дата обращения: 22.04.2016).

<sup>3</sup> ИП Лопакова Светлана Владимировна / Социальное предпринимательство России, Гран-при. 2014–2015. URL: <http://coindex.ru/companies/view/304> (дата обращения: 22.04.2016).

<sup>4</sup> АНО «Репетиционный центр «Логос» / Социальное предпринимательство России, Гран-при. 2014–2015. URL: <http://coindex.ru/companies/view/253> (дата обращения: 22.04.2016).

ним из указанных в категории социальных предприятий<sup>1</sup>. В каталоге на тот момент (январь–март 2016 г.) значилось 96 социальных предприятий, обозначивших своей целевой аудиторией студентов. Однако фактически целевыми группами большей части предприятий являются практически все граждане России. В данную «группу» предприятий входят самые различные экономические субъекты, реализующие проекты в самых разных областях — начиная от энергетических<sup>2</sup> и экологических<sup>3</sup> проектов до туристических, образовательных (например, «Сема»<sup>4</sup>, сеть развивающих детских центров для детей от девяти месяцев до семи лет, также указывает в качестве своей целевой аудитории студентов) и проектов в области здравоохранения (например, отличный, по сути, проект ООО «Республика»<sup>5</sup>, который занимается производством так называемых «браслетов помощи», содержащих необходимую медицинскую информацию для оказания первой помощи конкретному больному в случаях, когда ему внезапно стало плохо на улице, при этом проект определяет свою сферу как «вовлечение в социально активную деятельность социально незащищенных групп»). В действительности, студенты как целевая аудитория упоминаются лишь в нескольких развернутых описаниях проектов, и чаще всего такие проекты предлагают волонтерские<sup>6</sup> позиции для студентов, услуги по профориентации<sup>7</sup> или же продукты или услуги, которые могут быть потреблены практически любой аудиторией (в качестве аудитории указываются: «Пожилые люди, родители с детьми, люди с ограниченными возможностями, инвалиды, социально незащищенные жители, дети-сироты, приемные семьи, молодежь, дошкольники, учащиеся младших классов, учащиеся

---

<sup>1</sup> Социальные предприятия, целевой аудиторией которых являются студенты / Социальное предпринимательство России, Гран-при. 2014–2015. URL: [http://coindex.ru/companies/index/sort:Category.title/direction:desc/audience\\_id:11](http://coindex.ru/companies/index/sort:Category.title/direction:desc/audience_id:11) (дата обращения: 22.04.2016).

<sup>2</sup> Восточносибирский центр энергосбережения / Социальное предпринимательство России, Гран-при. 2014–2015. URL: <http://coindex.ru/companies/view/69> (дата обращения: 22.04.2016).

<sup>3</sup> «Мико», натуральная косметика и экологичные средства для дома / Социальное предпринимательство России, Гран-при. 2014–2015. URL: <http://coindex.ru/companies/view/50> (дата обращения: 22.04.2016).

<sup>4</sup> «Сема», сеть развивающих детских центров / Социальное предпринимательство России, Гран-при. 2014–2015. URL: <http://coindex.ru/companies/view/24> (дата обращения: 22.04.2016).

<sup>5</sup> ООО «Республика» / Социальное предпринимательство России, Гран-при. 2014–2015. URL: <http://coindex.ru/companies/view/141> (дата обращения: 22.04.2016).

<sup>6</sup> Росомаха, камчатский центр молодежного туризма / Социальное предпринимательство России, Гран-при. 2014–2015. URL: <http://coindex.ru/companies/view/64> (дата обращения: 22.04.2016).

<sup>7</sup> Молодежный центр профориентации «Мой выбор» / Социальное предпринимательство России, Гран-при. 2014–2015. URL: <http://coindex.ru/companies/view/331> (дата обращения: 22.04.2016).

средней школы, студенты, работающая молодежь, добровольцы, сторонники НКО, взрослые от 30 до 45 лет, взрослые от 45 до 60 лет, неполные семьи, некоммерческие организации<sup>1</sup>). Таким образом, данный источник не позволял выделить действительную целевую группу социального предприятия, что чрезвычайно затрудняло работу с каталогом. Интересно проследить, как изменилась ситуация к 2018 г.: студентов в качестве своей целевой аудитории указало уже 185 предприятий, при этом по-прежнему сохраняется проблема с четким ограничением целевой аудитории — студенты попадают в целевую группу «за компанию», и практически нет предприятий, действительно решающих проблемы студенческого сообщества. Из всего вышесказанного следует несколько выводов: в первую очередь это вывод об ограниченных возможностях использования каталога социального предпринимательства и необходимости критической оценки данных, полученных из этого источника. Исходя из результатов предварительного исследования, было принято решение об отказе от использования информации из каталога социального предпринимательства в целях иных, чем поиск справочной информации о существовании того или иного проекта и его организационно-правовой форме, в связи с тем, что, на наш взгляд, данный каталог, равно как и классификация социальных предприятий, нуждается в значительной доработке и удалении нерелевантных и не адекватных определению социального предпринимательства экономических субъектов. Таким образом, в качестве основного источника информации было решено использовать базу проектов, поддержанных фондом региональных социальных программ «Наше будущее», и такой подход имеет несколько значительных преимуществ:

- проекты, победившие в конкурсе, прошли определенный отбор и тестирование на предмет соответствия определению и критериям социального предпринимательства;
- проекты являются гарантированно финансово устойчивыми (по крайней мере потенциально);
- проекты получили средства на развитие, и здесь можно говорить об определенном достижимом социальном эффекте;
- по проектам имеется достаточный объем информации, размещенной на сайте фонда.

Представляется целесообразным рассмотреть социальные проекты, поддержанные фондом в 2015 г., как некий «срез» современных социальных предприятий — это наиболее активные и потенциально результативные проекты за этот год.

Таким образом, цель первого этапа работы — проанализировать современные социальные предприятия на основе данных о проектах, под-

---

<sup>1</sup> Благотворительный магазин «Danke-shop» / Социальное предпринимательство России, Гран-при. 2014–2015. URL: <http://coindex.ru/companies/view/184> (дата обращения: 22.04.2016).

держанных фондом «Наше будущее» в 2015 г., установить их сферы деятельности и проверить гипотезы в отношении распределения проектов социального предпринимательства по тематикам в этом году. Данные вопросы были подробно рассмотрены в статье «Социальное предпринимательство как проявление активной гражданской позиции» [Булыгина, Большакова, 2017]. Указанная статья также содержит подробное описание рассматриваемых проектов. В ней были рассмотрены и проверены следующие гипотезы:

1. Гипотеза о преимущественно репликативном характере моделей социальных предприятий;
2. Гипотеза о неопределенности в обосновании социальной проблемы: в ряде случаев автор придерживается мнения о преувеличении социальной проблемы;
3. Гипотеза неравномерного распределения предприятий по сферам деятельности. Большая часть проектов действительно относится к сферам образования и здравоохранения. Итоговое распределение социальных предприятий по решаемым ими проблемам в 2015 г. представлено на рис. 1.

### СОВРЕМЕННЫЕ СОЦИАЛЬНЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

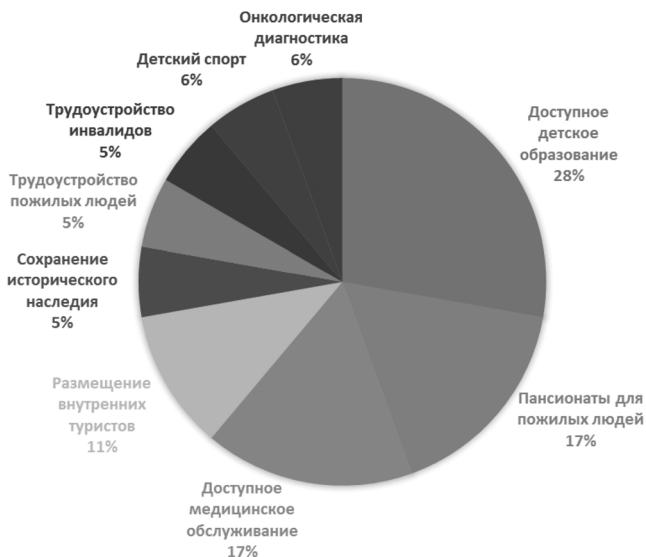


Рис. 1. Современные социальные предприятия России (по данным 2015 г.)<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Авторская иллюстрация.

4. По ряду проектов у автора возникают сомнения в их соответствии критериям социального предпринимательства;
5. В отношении проектов в сфере здравоохранения и образования у автора возникают вопросы о качестве предоставляемых услуг.

На втором этапе исследования необходимо проанализировать перечисленные выше предприятия на предмет действительной финансовой устойчивости с использованием финансовой информации из базы данных «Спартк»<sup>1</sup>, содержащей финансовые данные более чем 11 млн компаний. Для удобства ознакомления, результаты анализа также сгруппированы в табл. 11.

Итак, нами был проведен поиск соответствующих компаний в базе данных «Спартк» по их названиям, и в случае, если компаний с одинаковым названием было несколько, были идентифицированы поддержанные компании. В качестве доказательства идентификации были использованы данные о месторасположении компании по данным фонда, руководители проектов, сумма оказанной помощи, прошедшая по балансу компании, а также другие косвенные признаки. С учетом обнаруженных данных также можно уточнить классификацию предприятий. В качестве дополнительного источника информации были использованы интернет-ресурсы соответствующих предприятий, а также новостные источники, которые могут помочь в определении уровня активности предприятий два года спустя после финансирования.

Итак, остановимся на каждом из предприятий подробнее.

1. Общество с ограниченной ответственностью «Усадьба Варшкен» — сайт компании по-прежнему работает, последняя новость — от 26.02.2018<sup>2</sup>, профиль деятельности остался прежним, однако прослеживаются определенные проблемы с финансовой устойчивостью. Так, за период 2013–2016 гг. компания получила прибыль лишь в 2014 г., но причиной было не хорошее финансовое состояние, а себестоимость услуг, равная в этом периоде нулю. В случае, если бы показатель был на уровне всех других лет, компания была бы стабильно убыточной (см. табл. 1).

*Таблица 1*

#### **Отчет ОПУ ООО «Усадьба Варшкен»<sup>3</sup>**

Наименование показателя	Код строки	2013	2014	2015	2016
Выручка	2110	619 000	178 000	347 000	1 307 000

<sup>1</sup> Сайт коммерческой базы данных «Спартк». URL: [http://www.spark-interfax.ru/ru/about#\\_top](http://www.spark-interfax.ru/ru/about#_top) (дата обращения: 22.03.2018).

<sup>2</sup> Пансионат «Варежкино» / Пансионат Варежкино. URL: <http://www.pansion-varezhki-no.ru/ru/> (дата обращения: 22.03.2018).

<sup>3</sup> Данные БД «Спартк». URL: [http://www.spark-interfax.ru/ru/about#\\_top](http://www.spark-interfax.ru/ru/about#_top) (дата обращения: 22.03.2018).

Окончание табл. 1

Наименование показателя	Код строки	2013	2014	2015	2016
Себестоимость продаж	2120	726 000	0	503 000	3 123 000
Коммерческие расходы	2210	0	0	0	0
Управленческие расходы	2220	0	0	0	0
<b>Прибыль (убыток) от продажи</b>	<b>2200</b>	<b>−107 000</b>	<b>178 000</b>	<b>−156 000</b>	<b>−1 816 000</b>

2. Автономная некоммерческая организация «Центр социальной защиты и поддержки пожилых людей» — по данным базы данных «Спарк», некоммерческая организация была ликвидирована по решению суда (ЕГРЮЛ 10.03.2017). Финансовые данные не доступны ни за один год из периода 2013–2015 гг. Сайт, ранее принадлежавший компании, более не работает — был перепродан, и теперь на нем содержатся данные стороннего ресурса. По данным всемирного архива сети Интернет, последний раз сайт работал в январе 2017 г.<sup>1</sup>.

3. «Школа радости» функционирует как индивидуальный предприниматель Сычугов Игорь Геннадьевич. В отношении индивидуальных предпринимателей база данных «Спарк» не содержит финансовых данных, таким образом отследить финансовую устойчивость на протяжении анализируемого периода не представляется возможным, однако можно попробовать извлечь информацию из открытых источников, а также связанных предприятий. Анализ информации показал, что данное ИП по-прежнему функционирует, но несколько в другой сфере. Новостей о предприятии, которые бы позиционировали его как социальное, обнаружено не было. Тем не менее удалось найти, вероятно, официальный сайт школы<sup>2</sup>, на котором не было обновлений с 2014 г. Школа создает впечатление бизнеса в социальной сфере, но не социального предприятия.

4. Проект «Домашние половички руками бабушек» также функционирует в форме ИП, проект реализует индивидуальный предприниматель Светлова Екатерина Геннадьевна. На март 2018 г. ИП действует, однако оценить финансовую устойчивость ввиду отсутствия данных не представляется возможным. Тем не менее сайт предприятия работает<sup>3</sup>, последняя новость, размещенная на сайте, датируется июнем 2016 г.

---

<sup>1</sup> Интернет-архив. URL: <https://web.archive.org/web/20170116102608/http://berezovonk.ru:80/> (дата обращения: 22.03.2018).

<sup>2</sup> «Школа радости». URL: <http://школарадости.рф/club> (дата обращения: 22.03.2018).

<sup>3</sup> Ботовские половики «Домашние половики руками бабушек». URL: <https://botovoropoloviki.ru/> (дата обращения: 22.03.2018).

5. АНО ДПО ИРСОТ, или проект «Беби-лайф», успешно функционирует, но не как самостоятельный социально-предпринимательский проект, а как прекрасный пример зависимого корпоративного социального проекта<sup>1</sup>. Так, его владельцем является ЗАО «Ирсот». Однако проект развивается и расширяется в регионы, что определенно является положительным моментом в контексте развития социального предпринимательства в целом.

Таблица 2

**Отчет ОПУ АНО ДПО ИРСОТ<sup>2</sup>**

Наименование показателя	Код строки	2012	2013	2014	2015	2016
Выручка	2110	254 560 000	267 376 000	240 770 000	176 609 000	151 973 000
Себестоимость продаж	2120	210 742 000	202 214 000	217 501 000	146 743 000	122 706 000
Коммерческие расходы	2210	16 060 000	17 124 000	14 211 000	9 595 000	9 772 000
Управленческие расходы	2220	17 020 000	31 073 000	26 789 000	18 225 000	17 704 000
Прибыль (убыток) от продажи	2200	10 738 000	16 965 000	-17 731 000	2 046 000	1 791 000

6. ООО «МПЦ «КАПУСТА» не имеет официального сайта — сайт, указанный в качестве официального, не работает (по состоянию на 12.03.2018) и не работал ранее, по данным веб-архива<sup>3</sup>. Предприятие ведет блог в социальной сети «ВКонтакте», однако размещенные сообщения, на наш взгляд, не в полной мере отвечают тематике и направлению деятельности социального предприятия<sup>4</sup>. Тем не менее предприятие демонстрирует положительные финансовые результаты, оставляя определенные вопросы в отношении классификации его как социального.

<sup>1</sup> Институт РОСТА. URL: институт-рост.рф/6/

<sup>2</sup> Данные БД «Спарт». URL: [http://www.spark-interfax.ru/ru/about#\\_top](http://www.spark-interfax.ru/ru/about#_top) (дата обращения: 22.03.2018).

<sup>3</sup> Интернет-архив. URL: [http://web.archive.org/web/\\*/http://xn--35-6kca2c5aoih.xn--p1ai/](http://web.archive.org/web/*/http://xn--35-6kca2c5aoih.xn--p1ai/) (дата обращения: 22.03.2018).

<sup>4</sup> Медико-психологический центр «Капуста». URL: [https://vk.com/mpc\\_kapusta](https://vk.com/mpc_kapusta) (дата обращения: 22.03.2018).

Таблица 3

Отчет ОПУ ООО «МПЦ «КАПУСТА»<sup>1</sup>

Наименование показателя	Код строки	2012	2013	2014	2015	2016
Выручка	2110	2 691 000	5 558 000	5 055 000	5 188 000	6 157 000
Себестоимость продаж	2120	2 743 000	5 288 000	4 861 000	5 024 000	5 932 000
Коммерческие расходы	2210	0	0	0	0	0
Управленческие расходы	2220	0	0	0	0	0
<b>Прибыль (убыток) от продажи</b>	<b>2200</b>	<b>-52 000</b>	<b>270 000</b>	<b>194 000</b>	<b>164 000</b>	<b>225 000</b>

7. ООО «ФОРТ ДЁНХОФФ», созданное в 2014 г., представляет собой прекрасный социальный проект, к сожалению, не являющийся предпринимательским, судя по финансовым результатам. Так, предприятие три года подряд несет убытки, однако, вероятно, в 2017 г. результат будет лучше, поскольку первая выручка была получена лишь в 2016 г. Последняя новость, в которой фигурирует предприятие, датируется 2015 г., однако сам культурный объект успешно функционирует, поэтому есть основания для позитивных ожиданий в отношении предприятия.

Таблица 4

Отчет ОПУ ООО «ФОРТ ДЁНХОФФ»<sup>2</sup>

Наименование показателя	Код строки	2014	2015	2016
Выручка	2110	0	0	1 150 000
Себестоимость продаж	2120	0	0	0
Коммерческие расходы	2210	0	25 000	25 000
Управленческие расходы	2220	23 000	346 000	2 778 000
<b>Прибыль (убыток) от продажи</b>	<b>2200</b>	<b>-23 000</b>	<b>-371 000</b>	<b>-1 653 000</b>

8. АНО «КАТАРЖИНА» — социальное предприятие, показывающее отличный финансовый результат (см. табл. 5). Предприятие имеет стра-

<sup>1</sup> Данные БД «Спак». URL: [http://www.spark-interfax.ru/ru/about#\\_top](http://www.spark-interfax.ru/ru/about#_top) (дата обращения: 22.03.2018).

<sup>2</sup> Данные БД «Спак». URL: [http://www.spark-interfax.ru/ru/about#\\_top](http://www.spark-interfax.ru/ru/about#_top) (дата обращения: 22.03.2018).

нице в открытой энциклопедии «Википедия»<sup>1</sup>, ведет свой сайт (последнее обновление в июне 2017 г.)<sup>2</sup>, а также участвует в госзакупках<sup>3</sup> (имеются контракты за февраль 2018 г.). Оно является одним из самых успешных и «чистых» примеров социальных предприятий в выборке.

Таблица 5

**Отчет ОПУ АНО «КАТАРЖИНА»<sup>4</sup>**

Наименование показателя	Код строки	2012	2013	2014	2015	2016
Выручка	2110	51 960 000	58 468 000	67 626 000	76 835 000	81 940 000
Себестоимость продаж	2120	39 731 000	46 568 000	56 230 000	54 001 000	55 668 000
Коммерческие расходы	2210	3 568 000	2 930 000	3 931 000	4 384 000	5 669 000
Управленческие расходы	2220	0	0	0	10 323 000	11 381 000
Прибыль (убыток) от продажи	2200	8 661 000	8 970 000	7 465 000	8 127 000	9 222 000

9. «Территория здорового детства», она же — индивидуальный предприниматель Сухорукова Ольга из в Курской области, по-прежнему является действующим по состоянию на февраль 2018 г., однако в качестве сферы деятельности ИП указана деятельность по предоставлению социальных услуг без обеспечения проживания престарелым и инвалидам. Финансовую устойчивость предприятия не представляется возможным оценить ввиду отсутствия соответствующих данных. Новостей в отношении предприятия в открытых источниках также обнаружено не было. Тем не менее база данных «Спарт» позволила обнаружить еще одно предприятие Ольги — областное казенное дошкольное образовательное учреждение «Детский сад компенсирующего вида «Здоровячок». К сожалению, вероятнее всего, первоначальный проект дальнейшего развития не получил.

<sup>1</sup> Открытая энциклопедия «Википедия». URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%B0%D1%82%D0%B0%D1%80%D0%B6%D0%B8%D0%BD%D0%B0> (дата обращения: 22.03.2018).

<sup>2</sup> Официальный сайт АНО «Катаржина». URL: <http://www.katarzyna.ru/novosti> (дата обращения: 22.03.2018).

<sup>3</sup> Карточка поставщика АНО «Катаржина» на сайте «ГосЗатраты». URL:<https://clearspending.ru/supplier/inn=7715549708&kpp=771501001> (дата обращения: 22.03.2018).

<sup>4</sup> Данные БД «Спарт». URL: [http://www.spark-interfax.ru/ru/about#\\_top](http://www.spark-interfax.ru/ru/about#_top) (дата обращения: 22.03.2018).

10. ООО «СГЦ «ОПЕКА» является в действительности не одним предприятием, а целой группой, формально объединенной в 2017 г. (УК «Опека-Групп»). Предприятие стабильно функционирует, имеет свой сайт и показывает постоянно высокие финансовые результаты (см. табл. 6)<sup>1</sup>. Тем не менее наша первоначальная оценка категории предприятия остается неизменной, мы считаем, что это предприятие является бизнесом в социальной сфере, причем весьма прибыльным.

Таблица 6

**Отчет ОПУ ООО «СГЦ «ОПЕКА»<sup>2</sup>**

Наименование показателя	Код строки	2013	2014	2015	2016
Выручка	2110	59 815 000	35 659 000	24 701 000	34 560 000
Себестоимость продаж	2120	58 086 000	31 716 000	20 690 000	30 376 000
Коммерческие расходы	2210	0	0	0	0
Управленческие расходы	2220	0	0	0	0
<b>Прибыль (убыток) от продажи</b>	<b>2200</b>	<b>1 729 000</b>	<b>3 943 000</b>	<b>4 011 000</b>	<b>4 184 000</b>

11. Камчатский туристический центр «Росомаха», или индивидуальный предприниматель Мещанкин Александр Владимирович, ранее имел официальный сайт — <http://ru.go2kamchatka.com>. Сайт по-прежнему функционирует, однако не обновлялся с 2015 г. Тем не менее говорить о закрытии компании было бы явно преждевременно, поскольку в открытых источниках присутствует информация о проведении тематического мероприятия, посвященного доступным путешествиям на Камчатку<sup>3</sup>. Предприятие по-прежнему выдерживает социальную направленность деятельности, поэтому, вероятно, имеет смысл переквалифицировать его в категорию социальных предприятий. К сожалению, финансовые показатели предприятия ввиду его организационно-правовой формы недоступны. База данных «Спарт» позволила обнаружить два других предприятия, тематически связанных с рассматриваемым проектом, — ООО «Камчатка Дискавери» (действовало с 2001 по 2011 г.),

<sup>1</sup> Частные пансионаты с лечением для пожилых людей «Опека». URL: <https://sgc-opreca.ru/msk/> (дата обращения: 22.03.2018).

<sup>2</sup> Данные БД «Спарт». URL: [http://www.spark-interfax.ru/ru/about#\\_top](http://www.spark-interfax.ru/ru/about#_top) (дата обращения: 22.03.2018).

<sup>3</sup> МЦОТ РФ и СНГ, страница мероприятия «Доступная Камчатка в Дарвиновском музее». URL: <https://icrt-russia.ru/events/dostupnaya-kamchatka-v-darvinovskom-muzee/> (дата обращения: 22.03.2018).

а также зарегистрированное в середине декабря 2016 г. ООО «Клуб Путешественников «Росомаха» (финансовые данные предприятия пока недоступны).

12. ФОНД ТИХВИНСКОЙ ИКОНЫ БОЖИЕЙ МАТЕРИ так же, как и ИП, не показывает свои финансовые результаты, однако сайт проекта успешно функционирует<sup>1</sup>, новости продолжают появляться и освещать активность проекта<sup>2</sup>, а с организационно-правовой точки зрения проект был выделен в отдельное юридическое лицо, ООО «Тибож»<sup>3</sup> (зарегистрировано 31.03.2016), что, безусловно, также показывает серьезные предпосылки к продолжению проекта.

13. ООО «ХОСТЕЛ ГУД ЛАК» является практически эталонным примером социального предприятия, если смотреть на финансовые показатели — в 2014 г. предприятие начало получать небольшую прибыль и продолжило такой режим функционирования. Предприятие ведет блог в социальной сети «ВКонтакте»<sup>4</sup> и, вероятно, функционирует, однако в определенный момент оно исчезло из сети booking.com, и последний найденный отзыв датируется 2016 г. Сайт хостела нефункционален — он был сохранен и размещен в формате картинки (разделы сайта недоступны, ссылки неактивны)<sup>5</sup>. К сожалению, есть вероятность, что проект более не функционирует.

Таблица 7  
Отчет ОПУ ООО «Хостел Гуд Лак»<sup>6</sup>

Наименование показателя	Код строки	2013	2014	2015	2016
Выручка	2110	424 716	992 000	1 140 000	926 000
Себестоимость продаж	2120	443 920	990 000	1 135 000	925 000
Коммерческие расходы	2210	0	0	0	0
Управленческие расходы	2220	0	0	0	0
Прибыль (убыток) от продажи	2200	-19 204	2 000	5 000	1 000

<sup>1</sup> Обувная фабрика «Тибож». URL: <http://tibozh.ru/> (дата обращения: 22.03.2018).

<sup>2</sup> «Вы не фабрику, вы людей спасли!» // Новая газета. URL: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2016/03/23/67906-vy-ne-fabriku-vy-lyudey-spasli> (дата обращения: 22.03.2018).

<sup>3</sup> Данные БД «Спарт». URL: <http://www.spark-interfax.ru/system/home/card#/company/EA6ABA1B8D584AD98651EA754EBD1EFC/101> (дата обращения: 22.03.2018).

<sup>4</sup> Хостел в Ярославле GOOD LUCK, страница хостела в социальной сети «ВКонтакте». URL: <https://vk.com/goodluckhostel> (дата обращения: 22.03.2018).

<sup>5</sup> Официальный сайт сети GOOD LUCK. URL: <https://www.goodluck-hostel.com/> (дата обращения: 22.03.2018).

<sup>6</sup> Данные БД «Спарт». URL: [http://www.spark-interfax.ru/ru/about#\\_top](http://www.spark-interfax.ru/ru/about#_top) (дата обращения: 22.03.2018).

14. Деятельность частного учреждения дошкольного образования «Карапуз», осуществляемая через ИП, также не поддается анализу ввиду отсутствия финансовых данных. Новостей, в которых бы упоминалось такое учреждение, обнаружено не было, ИП более не действует. Тем не менее удалось обнаружить предприятие «Частное учреждение дошкольная образовательная организация детский сад «Карапуз», зарегистрированное 24.03.2017, которое, вероятно, будет продолжать реализацию анализируемого проекта. Тем не менее говорить о финансовой устойчивости предприятия представляется преждевременным.

15. Центр женского здоровья, организованный на базе ООО «Стоматология»<sup>1</sup>, функционирует по состоянию на февраль 2018 г., однако никаких данных о реальных направлениях деятельности предприятия в открытых источниках обнаружено не было. Данное обстоятельство вызывает соответствующие вопросы в отношении его социальной миссии. Финансовые данные компании приведены ниже.

Таблица 8

**Отчет ОПУ ООО «Стоматология»<sup>2</sup>**

Наименование показателя	Код строки	2013	2014	2015	2016
Выручка	2110	526 000	617 000	426 000	387 000
Себестоимость продаж	2120	526 000	595 000	409 000	372 000
Коммерческие расходы	2210	0	0	0	0
Управленческие расходы	2220	0	0	0	0
<b>Прибыль (убыток) от продажи</b>	<b>2200</b>	<b>0</b>	<b>22 000</b>	<b>17 000</b>	<b>15 000</b>

16. Частное образовательное учреждение дошкольного образования Детский сад «ВундерКинд»<sup>3</sup> — функционирующее предприятие, относящееся к категории «бизнес в социальной сфере». Предприятий с таким названием в сфере дошкольного образования очень много, более того, их деятельность схожа. Веб-сайт, указанный в качестве официального, не содержит подробной информации, необходимой для идентификации компании. Тем не менее предприятие можно отнести к стабильным.

<sup>1</sup> Годовой отчет 2015, Центр женского здоровья и планирования семьи. URL: <http://nb-fund.ru/otchet/rumain411/centr-zhenskogo-zdorovya-i-pla/> (дата обращения: 22.03.2018).

<sup>2</sup> Данные БД «Спак». URL: [http://www.spark-interfax.ru/ru/about#\\_top](http://www.spark-interfax.ru/ru/about#_top) (дата обращения: 22.03.2018).

<sup>3</sup> Сеть развивающих центров «Сема». URL: <http://sema-ivanovo.ru/> (дата обращения: 22.03.2018).

Таблица 9

**Отчет ОПУ ЧОУДО «Вундеркинд»<sup>1</sup>**

Наименование показателя	Код строки	2013	2014	2015	2016
Выручка	2110	976 000	6 307 000	9 302 000	12 379 000
Себестоимость продаж	2120	0	0	0	0
Коммерческие расходы	2210	0	0	0	0
Управленческие расходы	2220	958 000	6 657 000	9 207 000	9 647 000
<b>Прибыль (убыток) от продажи</b>	<b>2200</b>	<b>18 000</b>	<b>-350 000</b>	<b>95 000</b>	<b>2 732 000</b>

17. Центр творчества «Чудеево» также функционирует через форму ИП, таким образом финансовые результаты деятельности предприятия оказываются недоступны. Тем не менее, судя по информации из открытых источников, оно продолжает свою деятельность<sup>2</sup>.

18. ООО ДОЦ «ЗДРАВСТВУЙ»<sup>3</sup> демонстрирует довольно высокий уровень активности в открытых источниках информации, однако финансовые показатели предприятия оставляют желать лучшего (см. табл. 10). Так, уже на операционном уровне предприятие два года подряд демонстрирует значительные убытки.

Таблица 10

**Отчет ОПУ ООО ДОЦ «ЗДРАВСТВУЙ»<sup>4</sup>**

Наименование показателя	Код строки	2013	2015	2016
Выручка	2110	770 000	2 247 000	880 000
Себестоимость продаж	2120	600 000	2 694 000	1 651 000
Коммерческие расходы	2210	0	0	0
Управленческие расходы	2220	0	0	0
<b>Прибыль (убыток) от продажи</b>	<b>2200</b>	<b>170 000</b>	<b>-447 000</b>	<b>-771 000</b>

<sup>1</sup> Данные БД «Спарт». URL: [http://www.spark-interfax.ru/ru/about#\\_top](http://www.spark-interfax.ru/ru/about#_top) (дата обращения: 22.03.2018).

<sup>2</sup> Сеть художественных студий для детей и взрослых «Чудеево» / Чудеево. Семейный центр культурного досуга. 2010–2018. URL: <http://чудеево.рф/index.php> (дата обращения: 22.03.2018).

<sup>3</sup> Детский центр «Здравствуй!» в Долгопрудном. URL: <https://vk.com/zdravcentr> (дата обращения: 22.03.2018).

<sup>4</sup> Данные БД «Спарт». URL: [http://www.spark-interfax.ru/ru/about#\\_top](http://www.spark-interfax.ru/ru/about#_top) (дата обращения: 22.03.2018).

Таким образом, проведенное исследование показало, что из 18 поддержанных предприятий треть (шесть компаний) функционируют через ИП, что делает невозможным финансовый анализ их деятельности. Из оставшихся 12 проектов не было найдено подтверждения деятельности двух проектов, одна компания прекратила свою деятельность, еще три являются нестабильными/убыточными. Большая часть финансово устойчивых проектов являются скорее бизнесом в социальной сфере, чем социальным предпринимательством. Учитывая проведенный анализ, можно заключить, что наиболее правильным будет проведение исследований в отношении предприятий, поддержанных в более ранних периодах, поскольку данные за 2017 г. пока недоступны, и говорить о результатах деятельности предприятий, поддержанных в 2016 и 2017 гг. не представляется возможным. Тем не менее можно проводить исследования в отношении состава и направлений деятельности социальных предприятий. Ниже, в табл.11, представлены результаты проведенного анализа в сжатом виде.

*Таблица 11*  
**Сводные результаты деятельности предприятий<sup>1</sup>**

	Проект	Наименование	ИНН	Комментарий
1	Пансионат «Варежкино»	ООО «Усадьба Варшкен»	3905054713	Нестабильное
2	Пансионат «Березово»	АНО «Центр социальной защиты и поддержки пожилых людей»	4217122749	НКО ликвидирована по решению суда
3	«Школа радости»	ИП Сычугов Игорь Геннадьевич		ИП, данных нет
4	«Домашние половички»	ИП Светлова Екатерина Геннадьевна		ИП, данных нет
5	«Беби-лайф»	АНО ДПО ИРСОТ	7717150115	Стабильное
6	«Капуста»	ООО «МПЦ «КАПУСТА»	3528186704	Стабильное
7	Форт «Денхоф»	ООО «ФОРТ ДЁНХОФФ»	3906327579	Нестабильное
8	«Катаржина»	АНО «КАТАРЖИНА»	7715549708	Стабильное
9	«Территория здорового детства»	ИП Сухорукова Ольга Александровна		ИП, данных нет
10	«ОПЕКА»	ООО «СГЦ «ОПЕКА»	7817321540	Стабильное, группа компаний с 2017 г.

<sup>1</sup> Авторская таблица.

*Окончание табл. 11*

	<b>Проект</b>	<b>Наименование</b>	<b>ИНН</b>	<b>Комментарий</b>
11	«Росомаха»	ИП Мещанкин Александр Владимирович		ИП, данных нет
12	«ТиБож»	Фонд Тихвинской иконы Божией Матери	7807290205	Нет данных
13	«Гуд Лак»	ООО «Хостел Гуд Лак»	7617008450	Возможно, не функционирует
14	«Карапуз»	ИП Маслакова Татьяна Викторовна		ИП, данных нет
15	Центр женского здравья	ООО «Стоматология»	3025000167	Возможно, не функционирует
16	«Вундер- кинд»	ЧОУДО Детский сад «ВундерКинд»	3702951147	Стабильное
17	«Чудеево»	ИП Пятова Наталья Александровна		ИП, данных нет
18	«Здравствуй»	ООО ДОЦ «ЗДРАВСТВУЙ»	5008058234	Нестабильное

На наш взгляд, социальное предпринимательство является областью возможностей для российского общества. Наиболее актуальными и острыми социальными проблемами, при этом эффективно решающими социальными предпринимателями, но по-прежнему остающимися актуальными для большей части регионов и населенных пунктов России, являются следующие:

1. Проблемы маленьких и отдаленных населенных пунктов: доступность здравоохранения, медикаментов, образования. Трудоустройство местного населения;
2. Проблемы больших городов: использование ранее не задействованных трудовых ресурсов: инвалидов, пожилых людей, маргинальных слоев населения, а также ранее не принятые во внимание проблемы жилищного характера;
3. Проблемы культурно-исторического и экологического плана.

Проведенный анализ позволяет сделать заключение о том, что поддержка социальных предприятий действительно необходима, и при этом не только финансовая — ведь после оказания адресной помощи отдельные предприятия так и не вышли на безубыточное функционирование, а часть проектов, вероятно, прекратила свое существование. Тем не менее успешные проекты позволяют говорить о наличии в России пусть и небольшого, но целеустремленного сегмента социальных предприятий.

## Список литературы

1. *Албутова А. И.* Социальное предпринимательство в России: ключевые игроки и потенциал формирования // Экономическая социология. — 2013. — Т. 14. — № 3. — С. 109–132. URL: [https://ecsoc.hse.ru/data/2013/08/14/1291342150/ecsoc\\_t14\\_n3.pdf#page=109](https://ecsoc.hse.ru/data/2013/08/14/1291342150/ecsoc_t14_n3.pdf#page=109)
2. *Арай Ю. Н.* Социальное предпринимательство в начале XXI века: основные понятия и страновые особенности // Российский журнал менеджмента. — 2013. — № 1. — С. 111–130.
3. *Блаженкова Н. М., Поаниваль Н. С.* Социальное предпринимательство: эволюция понятия, современное состояние и перспективы развития // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. — 2014. — № 1. — С. 72–78. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=22826312>
4. *Бобина Н. В., Матющенко Н. С.* Использование наследия Олимпийских и Паралимпийских игр для развития социального предпринимательства // Инновации. Менеджмент. Маркетинг. Туризм. — 2013 — №. 1. — С. 17–24. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=21394589>
5. *Булыгина Н. И., Большакова М. Н.* Социальное предпринимательство как проявление активной гражданской позиции // Профессиональное образование в России и за рубежом. — 2017. — № 4 (28). — С. 186–192.
6. *Калугина Т. Г.* Социальное предпринимательство как фактор регионального развития (теория и практика) // Известия Иркутского государственного университета. Серия «Политология. Религиоведение». — 2012. — № 2 (9). — С. 92–102.
7. Каталог предприятий, товаров и услуг социальных предпринимателей / Социальное предпринимательство России, Гран-при. 2014–2018. URL: <http://soindex.ru/> (дата обращения: 22.03.2018).
8. *Кучмий Т. И., Кандина П. Н.* Социальное предпринимательство: развитие понятия, положение и перспективы развития // Экономика и политика. — 2015. — № 2. — С. 83–87. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=24056901>
9. *Мухин А. В.* Эволюция понятия социального предпринимательства. Основные функции социального предпринимательства // Новые Технологии. — 2011. — № 2. — С. 103–106. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=16539586>
10. Определение социального предпринимательства / НИУ ВШЭ. 1993–2016. URL: [https://socentr.hse.ru/opredelenie\\_socialnogo\\_predprinimatelstva](https://socentr.hse.ru/opredelenie_socialnogo_predprinimatelstva) (дата обращения: 18.03.2018).
11. *Остин Дж., Стивенсон Г., Вей-Скиллерн Дж.* Социальное и коммерческое предпринимательство: сходства и различия // Вестник С.-Петербургского университета. Серия Менеджмент. — 2010. — № 3. — С. 115–145.
12. Сайт коммерческой базы данных «Спарт». URL: [http://www.spark-interfax.ru/ru/about#\\_top](http://www.spark-interfax.ru/ru/about#_top) (дата обращения: 22.03.2018).
13. Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования / отв. ред. А. А. Московская. — М.: НИУ ВШЭ, 2011.
14. Толковый словарь обществоведческих терминов. Яценко. Н. Е. / Longsoft. Библиотека словарей «Словарник». 2007–2011. URL: [http://www.slovarnik.ru/html\\_tsot/o/oblestvennoe-social5noe-ravnoviesie.html](http://www.slovarnik.ru/html_tsot/o/oblestvennoe-social5noe-ravnoviesie.html) (дата обращения: 18.04.2016).

15. Фонд региональных социальных программ / Фонд «Наше будущее». 2007–2016. URL: <http://www.nb-fund.ru/about-us/> (дата обращения: 21.03.2018).
16. Dees J. G. The Meaning of Social Entrepreneurship / Duke University, 2016. URL: <https://entrepreneurship.duke.edu/news-item/the-meaning-of-social-entrepreneurship/%20> (дата обращения: 10.03.2018).

### The List of References in Cyrillic Transliterated into Latin Alphabet

1. *Albutova A. I.* Social'noe predprinimatel'stvo v Rossii: kluchevye igroki i potencial formirovaniya // Jekonomiceskaja sociologija. — 2013. — T. 14. — № 3. — S. 109–132. URL: [https://ecsoc.hse.ru/data/2013/08/14/1291342150/ecsoc\\_t14\\_n3.pdf#page=109](https://ecsoc.hse.ru/data/2013/08/14/1291342150/ecsoc_t14_n3.pdf#page=109)
2. *Araj Ju. N.* Social'noe predprinimatel'stvo v nachale XXI veka: osnovnye ponjatija i stranoye osobennosti // Rossijskij zhurnal menedzhmenta. — 2013. — № 1. — S. 111–130.
3. *Blazhenkova N. M., Poanshval' N. S.* Social'noe predprinimatel'stvo: jevoljucija ponjatija, sovremennoe sostojanie i perspektivy razvitiya // Innovacionnaja jekonomika: perspektivy razvitiya i sovershenstvovanija. — 2014. — № 1. — S. 72–78. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=22826312>
4. *Bobina N. V., Matjushhenko N. S.* Ispol'zovanie nasledija Olimpijskih i Paralimpijskih igr dlja razvitiya social'nogo predprinimatel'stva // Innovacii. Menedzhment. Marketing. Turizm. — 2013 — № 1. — S. 17–24. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=21394589>
5. *Bulygina N. I., Bol'shakova M. N.* Social'noe predprinimatel'stvo kak projavlenie aktivnoj grazhdanskoj pozicii // Professional'noe obrazovanie v Rossii i za rubezhom. — 2017. — № 4 (28). — S. 186–192.
6. *Kalugina T. G.* Social'noe predprinimatel'stvo kak faktor regional'nogo razvitiya (teoriya i praktika) // Izvestija Irkutskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija «Politologija. Religiovedenie». — 2012. — № 2 (9) — S. 92–102.
7. Katalog predpriyatij, tovarov i uslug social'nyh predprinimatelej / Social'noe predprinimatel'stvo Rossii, Gran Pri. 2014–2018. URL: <http://soindex.ru/> (data obrashhenija: 22.03.2018).
8. *Kuchmij T. I., Kandina P. N.* Social'noe predprinimatel'stvo: razvitie ponjatija, polozhenie i perspektivy razvitiya // Jekonomika i politika. — 2015. — № 2. — S. 83–87. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=24056901>
9. *Muhin A. V.* Jevoljucija ponjatija social'nogo predprinimatel'stva. osnovnye funkciij social'nogo predprinimatel'stva // Novye Tehnologii. — 2011. — № 2. — S. 103–106. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=16539586>
10. Opredelenie social'nogo predprinimatel'stva / NIU VShJe. 1993–2016. URL: [https://socentr.hse.ru/opredelenie\\_socialnogo\\_predprinimatelstva](https://socentr.hse.ru/opredelenie_socialnogo_predprinimatelstva) (data obrashhenija: 18.03.2018).
11. *Ostin Dzh., Stivenson G., Vej-Skillern Dzh.* Social'noe i kommercheskoe predprinimatel'stvo: shodstva i razlichija // Vestnik S.-Peterburgskogo universiteta. Serija Menedzhment. — 2010. — № 3. — S. 115–145.
12. Sajt kommercheskoj bazy dannyh «Spark». URL: [http://www.spark-interfax.ru/ru/about#\\_top](http://www.spark-interfax.ru/ru/about#_top) (data obrashhenija: 22.03.2018).

13. Social'noe predprinimatel'stvo v Rossii i v mire: praktika i issledovanija / otv. red. A. A. Moskovskaja. — M.: NIU VShJe, 2011.
14. Tolkovyj slovar' obshhestvodcheskih terminov. Jacenko. N. E. / Longsoft. Biblioteka slovarej «Slovarnik». 2007–2011. URL: [http://www.slovarnik.ru/html\\_tsot/o/oblestvennoe-social'noe-ravnoesie.html](http://www.slovarnik.ru/html_tsot/o/oblestvennoe-social'noe-ravnoesie.html) (data obrashhenija: 18.04.2016).
15. Fond regional'nyh social'nyh programm / Fond «Nashe budushhee». 2007–2016. URL: <http://www.nb-fund.ru/about-us/> (data obrashhenija: 21.03.2018).