
СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В РФ: ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ГОСУДАРСТВОМ, СОВРЕМЕННЫЕ РЕАЛИИ И ВЫЗОВЫ

Кулькова В.Ю., д.э.н, профессор
Казанский кооперативный институт
Российского университета кооперации

Аннотация: В современных условиях детерминантной задачей модернизации социальной сферы в России является расширение масштабов участия организаций негосударственного сектора в предоставлении социальных услуг населению. Являясь организациями негосударственного сектора - социальное предпринимательство и социально ориентированные некоммерческие организации позиционируется как тождественные поставщики социальных услуг, что порождает конвергенцию их инфраструктурной поддержки со стороны государства. Эмпирическое развитие практик социального предпринимательства в РФ происходит на фоне незавершенности теоретических разработок, размытости организационно правового статуса и отсутствия официального учета социального предпринимательства, что порождает неоднозначность его трактовок, характеристик, результативности государственной поддержки.

Ключевые слова: социальное предпринимательство, межсекторное социальное партнерство, производство социальных услуг.

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN THE RUSSIAN FEDERATION: INTERACTIONS WITH THE STATE, MODERN REALITIES AND CHALLENGES

Kulkova V.YU.

Abstract. *Nowadays, the deterministic task of modernizing the social sphere in Russia is expanding the scale of participation of non-state sector organizations in provision of social services to the population. As organizations of non-state sector - social entrepreneurship and socially-oriented non-profit organizations are positioned as identical providers of social services, which generate the convergence of their infrastructure support from the state. The empirical development of practices of social entrepreneurship in the Russian Federation is taking place on the background of incompleteness of theoretical developments, blurring of organizational legal status of social entrepreneur and absence of official record of social entrepreneurship, which gives rise to ambiguity in its tracts and characteristics. These issues are acute and controversial, and lead to the goal of the study - identification of socio-economic effects and restrictions in positioning of social entrepreneurship in provision of social services.*

Keywords: *Social Entrepreneurship, Cross Sectoral social partnership, Public Social Services.*

Современные мировые реалии последних двух десятилетий описываются изменением дизайна государственного управления, сопровождаемого двумя трендами. Первый тренд - распространение не прямых инструментов государственного управления. Второй тренд государственного управления - революция в технологии общественной деятельности, характеризуемая опосредованным взаимодействием между государством и получателями государственных услуг через третьи лица (провайдеров) - негосударственные организации. Другими словами, государство дистанцируется от предоставления социальных услуг, с одной стороны, развивая в государственных учреждениях принципы платности за оказания услуги, с другой, интегрируя в процесс предоставления услуг негосударственные организации через механизм межсекторного социального партнерства. Участие негосударственных организаций в оказании услуг в социальной сфере обосновывается повышением их эффективности, внедрением в практику инновационных социальных технологий и привлечением дополнительных финансовых средств. Видовая структура негосударственных организаций описывается некоммерческими организациями, социальным предпринимательством, частными учреждениями. В зарубежных практиках социальное предпринимательство зарождается лишь в 90-е годы XX века, выступает относительно новым институтом.

В настоящее время происходит процесс внедрения зарубежных практик социального предпринимательства в производство социальных услуг в РФ. В целом, в условиях глобализации детерминантной задачей модернизации социальной

сферы в России является расширение масштабов участия организаций негосударственного сектора в предоставлении социальных услуг населению. Являясь организациями негосударственного сектора - социальное предпринимательство и социально ориентированные некоммерческие организации позиционируется как тождественные поставщики социальных услуг, что порождает конвергенцию их инфраструктурной поддержки со стороны государства в РФ.

Эмпирическое развитие практик социального предпринимательства в РФ, несмотря на то, что сопровождается обсуждениями и дискуссиями, организованными в формате экспертных площадок на различных форумах, происходит на фоне незавершенности теоретических разработок как в зарубежной, так и отечественной науке, размытости организационно правового статуса и отсутствия официального учета социального предпринимательства, что порождает неоднозначность его трактовок и характеристик, результативности государственной поддержки. Так, исследователи Роджер Мартин и Салли Осбер (Martin & Osberg, 2007) обращают внимание, что в связи с ростом популярности термин «социальное предпринимательство» приобрел в последние годы такой широкий круг значений, что стал употребляться практически в любом контексте, как только речь заходит о социально полезной деятельности. Каковы перспективы негосударственных организаций в качестве поставщиков социальных услуг в условиях реализации трендов глобализации, насколько российские негосударственные организации разделяют конвергенцию инфраструктурной поддержки и приведет ли это к повышению качества и доступности социальных услуг вопросы острые и дискуссионные, обусловившие постановку цели исследования - выявление социально-экономических эффектов и ограничений во взаимодействиях государства и социального предпринимательства и позиционирования социального предпринимательства в оказании социальных услуг.

Теоретические основы исследования

В современной теории государственного управления формируется новое методологическое обоснование эконо-

мики общественного сектора - концепция непрямого государственного управления (Salamon, 2001). Согласно исследованиям зарубежных ученых (Granados et al., 2017), (Salamon & Toepler, 2015), (Bürger, 2014), (Kucheryavaya, 2012), (Douglas et al., 2009), (Teo & Rodwell, 2007), (Carson, 2000) в последние несколько десятилетий в зарубежных практиках происходит изменение дизайна классического государственного управления на «новое» управление или не прямое государственное управление (неправительственное управление), базирующееся на сотрудничестве государства и негосударственных организаций (НГО), предусматривающее позиционирование НГО как актора государственного управления.

Обращает внимание, что если в зарубежной практике деятельность таких негосударственных организаций как НКО не является новой, то социальное предпринимательство получает развитие лишь с 90-х годов. При этом по оценкам специалистов в ЕС к 2012 году социальное предпринимательство занимает 25% экономики (Rimac & Nitulescu, 2014), (Granados et al., 2011).

В зарубежной науке можно выделить несколько направлений исследований социального предпринимательства.

Первый подход связан с позицией Роджера Мартина и Салли Осбера (Martin & Osberg, 2007), заключающейся в обозначении нацеленности социального предпринимательства на социальные преобразования, что созвучно позиции Друкера, который сущность предпринимательства сводил к преобразованию через новаторство в поиске изменений и использовании возможностей. Социальные преобразования направлены на целевые группы: наименее защищенные и наименее благополучные слои населения, не имеющие финансовых ресурсов, либо политических рычагов для достижения «получаемой в результате трансформации ценности» собственными силами. В идеале мотивацией социальных преобразований выступает не реализация предпринимательской способности, а альтруизм. Это обстоятельство сближает социальное предпринимательство и некоммерческие организации, что обуславливает позиционирование социального предпринимательства в структуре негосударственных организаций - производителей социальных услуг, но отличающегося от НКО в РФ (Кулькова, 2014).

Второй подход – наиболее цитируемое определение Г. Диза (Dees, 2001), которое дается по выделению факторов, определяющих социальное предпринимательство, которые имманентны и предпринимательству, в целом:

- принятие на себя миссии создания и поддержания социальной ценности (блага);
- 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. Этот фактор нами обозначен как социально ответственный риск.

Третий подход, транслируется исследователями российской научной школы (Moskovskaia et al., 2008), направлен на выделение особенностей «социального предпринимательства» от «предпринимательства» в характеристике «предвосхищаемой и производимой ценности» (блага). Исследователи поясняют: «В случае обычного предпринимательства это – рыночная ценность, которая может быть выражена в категории дохода и прибыли (что и вводит в заблуждение при сравнении мотивации двух видов предпринимателей). В случае социального предпринимательства это – ценность, выражаемая в преимуществе, которое получает значимая часть общества или общество в целом от произведенной социальным предпринимателем «крупномасштабной трансформации».

Четвертый подход, позиционирование социального предпринимательства, выделяющее его отличия от НКО. Многие ученые позиционируют социальное предпринимательство как эволюционировавшую форму НКО (Boschee, 1998), (Austin et al., 2003). Дж. Босчи и Дж. Макклург (Boschee & McClurg, 2003) разграничение социального предпринимательства и НКО предлагают проводить по критерию зарабатываемого дохода, предлагая концепцию «заработанного дохода». Другими словами НКО, начиная самостоятельно зарабатывать доход за пре-

доставления услуг, трансформируются в социальное предпринимательство. Развивая данный подход, Ким Альтер стремится преодолеть дихотомию «коммерческий – некоммерческий» и предлагает типологизацию организаций социально-предпринимательского спектра включающих: традиционные НКО; НКО, имеющие доходную деятельность; социальные предприятия; компании, практикующие социальную ответственность; традиционные прибыльные организации (Alter, 2007). Вместе с тем, Boschee J., McClurg J. рассматривают социальное предпринимательство как форму межсекторного взаимодействия бизнеса, НКО и государства (Boschee & McClurg, 2003).

Обобщая подходы к определению социального предпринимательства, следует заключить, что сущность предпринимательства раскрывается в его функциях: создание социальной ценности, через вовлечение целевой группы в предпринимательскую деятельность; инновационная; альтруизм.

В настоящее время наличествуют ежегодные количественные исследования развития социального предпринимательства в кейсе отдельных стран (Salamon, 2013). В России Федеральная служба государственной статистики не рассматривает социальное предпринимательство как отдельный вид предпринимательства: объединяет социальное предпринимательство с общественными организациями, религиозными организациями и государственными, некоммерческими организациями, что накладывает ограничение на проведение количественного описания развития социального предпринимательства по данным официальной статистики. Единственной количественной базой данных по социальному предпринимательству в РФ является портал Soindex, образованный при поддержке фонда региональных социальных программ «Наше будущее». Обращает внимание, что Фонд региональных социальных программ «Наше будущее» отличает широкий подход к позиционированию социального предпринимательства, размывающий границы между государственным, коммерческим и некоммерческим сектором, что вписывается в подход Ким Альтер. Так, методология указанного фонда основана на трактовке социального предпринимательства как предприятий, распространенных на территории всей страны,

различной организационно-правовой формы, направленных на решение социальных проблем с привлечением в свою деятельность различных групп населения. Вместе с тем, полагаем, что в отсутствии официально организованных количественных исследований социального предпринимательства Федеральной службой государственной статистики, база данных по социальному предпринимательству портала Soindex имеет потенциал для аналитических исследований с целью вторичного обобщения информации для описания общих характеристик развития социального предпринимательства в РФ.

Справедливости ради отметим, что автором исследование социального предпринимательства проводилось по направлениям: инфраструктурной поддержки в РФ, получения и обобщения экспертных оценок развития социального предпринимательства, результаты которого освещались ранее (Кулькова, 2017). В данной статье в рамках проблемно-ориентированного подхода описываются реалии и вызовы взаимодействия государства и социального предпринимательства в комплексе с полученными экспертными оценками развития социального предпринимательства и дополняются количественным описанием его характеристик в РФ.

Методы исследования

Количественное описание характеристик социального предпринимательства проводилось по сфере деятельности с использованием относительной величины структуры, характеризующей удельный вес единицы совокупности к общему объему совокупности. Сферы деятельности характеризуют взаимодействия государства и социального предпринимательства в контексте замещения социальным предпринимательством государственного присутствия.

Взаимодействия государства и социального предпринимательства раскрывается в направлениях государственной поддержки, что предполагает их описание.

Методом интервью были выявлены установки экспертов по развитию социального предпринимательства. Необходимость исследования мнения экспертов исходит из перспективы основных положений *implementation research*, в соот-

ветствии с которыми успешность реализации социальных реформ во многом обусловлена восприятием и поддержкой их стейкхолдерами. На основе данных вопросов на первом этапе исследования был разработан гайд-интервью и обозначена ступенчатая выборка. Она охватывала две группы информантов: лидеры СОНКО, социальные предприниматели, принимающих участие в образовательных программах для социальных предпринимателей, из субъектов РФ различных округов.

На втором этапе были собраны в два цикла интервью. Первый цикл интервью был проведен в первой половине 2014 года (N = 15). Экспертами выступили лидеры СОНКО. Второй цикл глубинных интервью (N = 35) проведен в январе – мае 2016 года: были опрошены повторно 20 респондентов проинтервьюированных в 2014 году; 15 респондентов социальных предпринимателей.

На третьем этапе осуществлено транскрибирование и распечатка интервью как текстов. Для качественного дискурса-анализа текстов использовался метод поступательной аппроксимации: создание структуры предположений и понятий; их апробация, позволяющая увидеть, насколько эти предположения соответствуют свидетельствам и раскрывают характеристики данных. Осуществлено кодирование: открытое кодирование (выбор тем, которым приписываются коды, создание списка тем и аналитических мемо); осевое кодирование (организация набора первичных концепций, обзор и проверка первичных кодов, установление ключевых концепций анализа).

Результаты исследования: количественная характеристика социального предпринимательства в РФ

В настоящее время на Soindex.ru выборка составляет около 426 социальных предприятий на территории Российской Федерации. Большая часть компаний, включенных в основной реестр по организационно-правовой форме принадлежат к НКО, но имеются и ООО, и АНО. Характеристика социального предпринимательства по сферам деятельности дана в абсолютной величине и в относительной величине структуры, представлена в табл.1.

Таблица 1 Социальное предпринимательство в России по сфере деятельности в 2015 – 2017 гг.

Сфера деятельности	Количество предприятий по годам					
	2015		2016		2017	
	Абс. Шт.	ОБС %	Абс. Шт.	ОБС %	Абс. Шт.	ОБС %
1	2	3	4	5	6	7
Социальное обслуживание граждан	10	13,33	35	8,22
Занятия в детских и молодежных кружках, секциях, студиях	2	2,22	2	2,67	15	3,52
Здравоохранение и содействие здоровому образу жизни	9	12	14	3,29
Культурно-просветительская деятельность	15	16,67	4	5,33	23	5,40
Медтехника, протезно-ортопедические/ другие техсредства	3	3,33	6	8	16	3,76
Профилактика социально опасных форм поведения граждан	3	0,70
Профорентация и трудоустройство	5	6,67	12	2,82
Содействие самозанятости	9	10	3	4	6	1,41
Физическая культура и массовый спорт	1	1,33	13	3,05
Издательская деятельность в области образования, науки и культуры	1	1,33	2	0,47
Экология	4	5,33	6	1,41
Благоустройство	1	1,33	3	0,70
Детские товары и услуги	3	4	17	3,99
Здравоохранение	21	23,33	1	1,33	27	6,34
Инновации	7	1,64
Интернет и IT	10	2,35
Культура и искусство	5	5,56	2	2,67	6	1,41
Легкая промышленность	5	5,56	1	1,33	14	3,29
Народные промыслы	1	1,11	1	1,33	7	1,64
Образование	17	18,89	7	9,33	60	14,1
Отдых и досуг	13	3,05
Переработка отходов	4	0,94
Продукты питания	6	8	9	2,11
Развитие территории	3	4	6	1,41
Сельское хозяйство	2	2,22	5	1,17
Строительство	6	1,41
Сфера услуг	3	3,33	4	5,33	43	10,09
Транспорт	1	1,33	3	0,7
Туризм	7	7,78	17	3,99
Энергоэффективность	3	0,7
Другое	21	4,93
Итого:	90	100	75	100	426	100

Источник: расчеты автора по данным Социальное предпринимательство в России // [Электронный ресурс] - Каталог социальных предпринимателей России: coindex.ru Режим доступа: <http://coindex.ru/companies/categories>. (Дата обращения: 10.03.2018)

Поясним, что из вышеперечисленных сфер деятельности в 2015 году всего 3 предприятия имело работников инвалидов, в 2016 году этот показатель составил 5 предприятий, а в 2017 году – 20. Наибольший удельный вес в 2015 году имеет здравоохранение (23,33%), в 2016 году – социальное обслуживание граждан (13,33%), а в 2017 году – сфера услуг (10,09%). С одной стороны, представленная статистика характеризует взаимодействия государства и социального предпринимательства, обозначая сферы деятельности, в которых социальное предпринимательство замещает государство. С другой стороны, на наш взгляд, демонстрирует искусственное увеличение масштабов социального предпринимательства за счет включения предприятий со специализацией в социальной сфере, отличающихся по миссии и характеристикам от социального предпринимательства.

Так, учитывая, что в здравоохранении социальное предпринимательство представлено частными медицинскими учреждениями, а в сфере услуг – частными детскими садиками, которые по методологии Фонда региональных социальных программ «Наше будущее» идентифицируются с социальным предпринимательством. Однако, обращает внимание, что данные учреждения не отвечают ключевому идентифицирующему признаку социального предпринимательства – создание ценности, через вовлечение целевой группы в предпринимательскую деятельность, тем самым по своей миссии это предприятия – субъекты предпринимательской деятельности, специализирующиеся в сфере социальных услуг. Тем самым происходит нивелирование особенностей и искажение сути социального предпринимательства. Думается, что причиной сложившейся ситуации является наличествующая в РФ вариация коммерческих и некоммерческих организационно-правовых форм социального предпринимательства, что упрощает трудности первоначального этапа становления института социального предпринимательства, но вместе с тем искажает его сущность. Последние требует со стороны государства конкретизации организационно-правовой формы для социального предпринимательства в РФ.

Результаты исследования: взаимодействия государства и социального предпринимательства

Взаимодействия государства и социального предпринимательства в РФ характеризуют разработанные государством мероприятия по расширению масштабов участия социального предпринимательства в предоставлении социальных услуг населению в РФ, обозначенные в Дорожной карте «Поддержка доступа негосударственных организаций к предоставлению услуг в социальной сфере», утвержденному Распоряжением Правительства РФ от 8.06.2016 № 1144-р.

Задачами вышеуказанной дорожной карты являются следующие: увеличение количества коммерческих и некоммерческих негосударственных организаций в производстве услуг социальной сферы; повышение качества и снижения дефицита услуг в социальной сфере; развитие поддержки СО НКО и организаций социального предпринимательства; развитие механизмов государственно-частного партнерства в социальной сфере. Как видно из задач, на современном этапе происходит конвергенция инфраструктурной поддержки социального предпринимательства и некоммерческих организаций в РФ.

Согласно поставленным задачам выделены направления мероприятий. Изучение содержания плана мероприятий позволяет заключить, что социальное предпринимательство в большей степени затрагивают мероприятия по развитию механизмов поддержки негосударственных организаций, предоставляющих услуги в социальной сфере, занимающих самостоятельное позиционирование в рамках реализации межсекторных мер, направленных на расширение участия негосударственного сектора экономики в оказании социальных услуг. Характеристика мероприятий дорожной карты, касающихся социального предпринимательства, приведена в табл.2.

Таблица 2 Характеристика направлений мероприятий по поддержке доступа социального предпринимательства к предоставлению услуг в социальной сфере

Наименование мероприятия	Результат
Введение в федеральное законодательство понятия «социальное предпринимательство»	Развитие социального предпринимательства и расширение его масштабов
Формирование системы сбора и распространения лучшей практики деятельности социального предпринимательства и механизмов государственной поддержки в субъектах РФ	Распространение лучшей практики деятельности социального предпринимательства и механизмов государственной поддержки в субъектах РФ
Разработка предложений по механизмам обеспечения доступа специалистов негосударственных организаций к прохождению программ непрерывного образования в государственных учреждениях	Обеспечение участия специалистов негосударственных организаций к прохождению в программах повышения квалификации, поддерживаемых государством
Формирование рабочей группы по подготовке и реализации информационной компании по поддержке деятельности социального предпринимательства	Создание рабочей группы по подготовке и реализации информационной компании по поддержке деятельности социального предпринимательства
Разработка плана мероприятий по информационной поддержке деятельности социального предпринимательства	Реализация плана мероприятий по информационной поддержке деятельности социального предпринимательства

Источник: данные «Дорожной карты»

Проводя оценку направлений мероприятий и результата, обращает внимание, общая формулировка ожидаемого результата, не корреспондирующая с оценками конкретного результата по оказанию социальных услуг. Это, с одной стороны, свидетельствует об экстенсивном характере направленности поддержки доступа негосударственных организаций к пре-

доставлению услуг в социальной сфере. С другой стороны, отражает отсутствие официальных учета и статистической базы таких типов негосударственных организаций как социальное предпринимательство и некоммерческих организаций в РФ.

Результаты исследования: экспертные оценки развития социального предпринимательства

Несмотря на наблюдаемый тренд конвергенции инфраструктурной поддержки социального предпринимательства и некоммерческих организаций, ожидаемыми оказались различия в оценках идентификации социального предпринимательства и некоммерческих организаций, демонстрируемые лидерами НКО, социальными предпринимателями.

Лидеры НКО и социальные предприниматели не склонны к синонимичности некоммерческой деятельности и социального предпринимательства.

Большинство социальных предпринимателей не видят общности между собой и НКО, очерчивая поле деятельности некоммерческих организаций в благотворительности, фандрайзинге, волонтерстве, и не воспринимают серьезно НКО как производителей социальных услуг. Встречались экспертные мнения по позиционированию НКО как организационно-правовой формы, в которой социальный предприниматель может реализовывать оказание социальных услуг, а главное получать прибыль, что свидетельствует о размытости организационно-правового статуса социального предпринимателя.

Привлекательность оказания социальных услуг социальными предпринимателями рассматривается в контексте перспективы получения дохода на растущем рынке социальных услуг, при выделении ими предикативности задач создания социальной ценности и рабочих мест для целевой группы населения. Учитывая подобные мотивационные установки неудивительно, что большинство социальных предпринимателей позиционирует деятельность по оказанию социальных услуг как стратегию сегментации бизнеса в социальной сфере, говоря о том, что сейчас очень сложно заработать на современных стагнирующих рынках, а например, рынок социальных услуг для категории людей серебряного возраста будет только

расти в условиях сложившейся демографической ситуации старения населения.

Лидеры НКО отмечают разницу социального предпринимательства в нацеленности на получении прибыли. Объясняя данную позицию, тем что: социальный предприниматель является предпринимателем, а любой предприниматель движим получением прибыли, хотя по пути этого движения могут решаться и социальные проблемы. Основным мотивом деятельности лидерам НКО видится филантропия: *«Если я могу и знаю как, то я хочу помочь ближнему»*. Справедливости ради отметим, что лидеры «продвинутых» НКО выражают как солидарную потребность: в расширении количества реальных и потенциальных потребителей; в развитии маркетинговых технологий в продвижении услуг и пропаганде ценностей, так и ставят вопрос об авторских правах на социальные технологии при их тиражировании в некоммерческом секторе. Другими словами, лидеры «продвинутых» НКО начинают транслировать тренды (защита авторских прав, расширения круга потребителей), характерные для коммерческого сектора, отходя от филантропической мотивации.

По-разному относятся к социальным проектам в деятельности лидеры НКО, социальные предприниматели. Предприниматели демонстрируют скептическое отношение к социальному проектированию, ориентированы на рутинную, операционную деятельность.

Лидеры НКО позиционируют социальное проектирование как источник финансирования деятельности организации и возможность апробации на практике инновационных идей и технологий. Демонстрируются солидарные позитивные оценки проведения и условий конкурсов на право получения государственной поддержки.

Позитивный характер доминирует в оценках потенциала по оказанию социальных услуг, как социальными предпринимателями, так и НКО. Респонденты от НКО активно доказывают реализацию на практике производственной функции по предоставлению социальных услуг в рамках осуществляемой деятельности. При том, обращается внимание, что социальные услуги, предоставляются потребителям на бесплатной основе, и фи-

нансируются за счет проектов или других финансовых источников, привлеченных в результате фандрайзинга. В производстве социальных услуг НКО отличает более узкая специализация по уязвимым категориям населения. Социальные предприниматели ориентированы на оказание стандартных услуг: уход за пожилыми людьми, трудовая реабилитация категории населения БОМЖ (без определенного места жительства).

При наличии в экспертных оценках выявленного тренда дивергенции позиционирования социального предпринимательства и некоммерческих организаций, не удивительно, что экспертное сообщество третьего сектора не поддерживает механическую передачу «ресурсной поддержки» НКО в Центр инноваций в социальной сфере, первоначальная миссия которого заключалась в формировании инфраструктурной поддержки социального предпринимательства. Среди институтов развития социальные предприниматели отмечают вклад в трансляцию и формирование истинных ценностей отечественного социального предпринимательства глобального института развития Impact Hub, Фонда «Наше будущее».

Выводы

1. Современными реалиями взаимодействий государства и социального предпринимательства, верифицированными количественными данными, являются, с одной стороны, представленность негосударственных производителей услуг в таких сферах как здравоохранение, социальное обслуживание, сфера услуг, что характеризует замещение государства в производстве социальных услуг социальным предпринимательством. С другой стороны, разработанные государством мероприятия по расширению масштабов участия социального предпринимательства в предоставлении социальных услуг населению в РФ.

2. Современные вызовы взаимодействий государства и социального предпринимательства обнаруживаются в выявленных рисках в позиционировании социального предпринимательства как производителя социальных услуг: различия коммерческой, некоммерческой деятельности и социального предпринимательства, может сказаться на качестве предоставления социальных услуг негосударственными организаци-

ями; в мотивационных установках отечественных социальных предпринимателей доминирует ориентация на перспективы получения дохода на растущем рынке социальных услуг, нежели создание социальной ценности и рабочих мест для целевой группы населения; размытость организационно правового статуса социального предпринимателя и отсутствие официального учета социального предпринимательства; большинство социальных предпринимателей позиционирует деятельность по оказанию социальных услуг как стратегию сегментации бизнеса в социальной сфере; отмечается вклад в трансляцию и формирование истинных ценностей отечественного социального предпринимательства глобального сетевого института развития Impact Hub.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ИСТОЧНИКИ

1. Alter, S.K. (November 2007). Social Enterprise Typology .Virtue Ventures. [Online]. Available:https://www.globalcube.net/clients/philippon/content/medias/download/SE_typology.pdf
2. Austin, J., Stevenson, H. and Wei-Skillern, J. (2003). *Social entrepreneurship and commercial entrepreneurship: Same, different, or both?* Harvard, USA: Harvard Business School.
3. Borg, E. (2015). Intellectual Property and the Marketing of Ideas, *Developments in Marketing Science: Proceedings of the Academy of Marketing Science*, pp.317-320
4. Boschee, J. (1998). Merging mission and money: A board member's guide to social entrepreneurship. [Online]. Available: <http://www.socialent.org/pdfs/MergingMission.pdf>
5. Boschee, J. and McClurg, J. (2003). Toward a better understanding of social entrepreneurship: some important distinctions. [Online]. Available: <https://www.law.berkeley.edu/>

php-programs/courses/fileDL.php?fID=7289

6. Bürger, T. (2014). NGOs: A New History of Transnational Civil Society, *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, vol. 24, pp.124-138.

7. Carson, Ed. (2000). Government and Community Partnerships: Policy Shifts and Future Trends, *Australian Journal on Volunteering*, vol. 5, pp. 42-51.

8. Dees, J. (2001). The meaning of social entrepreneurship. Center for the Advancement of Social Entrepreneurship, Duke, USA: University's Fuqua School of Business.

9. Douglas, J., Carson, Ed and Kerr, L. (2009). Local Government and Local Economic Development in Australia: An Iterative Process, *Just Policy: A Journal of Australian Social Policy*, vol. 50, pp. 54-61

10. Granados, M., Hlupic, V. and Coakes, E. (2011). Social enterprise and social entrepreneurship research and theory, *Social Enterprise Journal*, vol. 7 and issue 3, pp. 198-218

11. Granados, M. and Rivera, A. (2017). Assessing the value dimensions of social enterprise networks, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, vol. In press

12. Kucheryavaya, E. (2012). The Image and the Role of Non-Governmental Organisations in Visegrad Group Countries and Russia in a Period of World Financial Crisis, *Kryzys finansowy: przebieg i skutki społeczno-gospodarcze w Europie Środkowej i Wschodniej*, vol. II, pp. 637-645

13. Кулькова В.Ю. Структура и основные характеристики некоммерческого сектора в РФ. *Среднерусский вестник общественных наук*. 2014. № .3. С. 233-241.

14. Кулькова В.Ю. Инфраструктурная поддержка социального предпринимательства в России, *Национальные интересы: приоритеты и безопасность*. 2017. Т.13 №9 (354). С.1592-1607

15. Martin, R., Osberg, S. (2007). *Social Entrepreneurship: the Case for Definition*, Stanford, U.K.: Stanford Social Innovation Review

16. Moskovskaia, A., Batalina, M. and Taradina L.(2008). *Review of experience and concepts of social entrepreneurship, taking into account the possibilities of its application in modern Russia*, Moscow, RUS: HSE.

17. Rimac, T. and Nitulescu, G. (2014). *The State of Social Entrepreneurship in Spain*, Barcelona, ESP: Universitat Autònoma de Barcelona.

18. Salamon, L. (2001). *The New Governance and the Tools of Public Action*, New York, USA: Oxford University Press.

19. Salamon, L. (2013). *The State of Global Civil Society and Volunteering*, Baltimore, USA: Center for civic society University Johns Hopkins

20. Salamon, L. and Toepler, S. (2015). Government-Nonprofit Cooperation: Anomaly or Necessity? *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, vol. 26, no 6, pp. 2155-2177.

21. Teo, S. and Rodwell, J. (2007). To be strategic in the new public sector, HR must remember its operational activities, *Human Resource Management*, vol. 46, issue 2, pp. 265-284