Санкт-Петербургский государственный университет

**Фролова Арина Сергеевна**

**Выпускная квалификационная работа бакалавра**

**Современные трансформации классических моделей социального**

**предпринимательства (на примере социальных предприятий в**

**Санкт-Петербурге)**

Основная образовательная программа бакалавриата

по направлению подготовки 39.03.01 «Социология»

Экономическая социология

Научный руководитель:

Доцент кафедры экономической социологии,

Доктор социологических наук,

Лебединцева Любовь Александровна

Рецензент:

Профессор кафедры прикладной и отраслевой социологии,

Доктор социологических наук

Дерюгин Павел Петрович

Санкт-Петербург
2021

**Оглавление**

[**Введение 3**](#_Toc73047575)

[**ГЛАВА 1. ОСНОВЫ КЛАССИЧЕСКИХ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ МОДЕЛЕЙ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДРИНИМАТЕЛЬСТВА 5**](#_Toc73047576)

[**1.1 Англо-американская модель социального предпринимательства 5**](#_Toc73047577)

[**1.1.1 Стратегическое развитие социального предпринимательства 8**](#_Toc73047578)

[**1.1.2 Членские ассоциации 10**](#_Toc73047579)

[**1.1.3 Классическая теория социального предпринимательства Грегори Диза 12**](#_Toc73047580)

[**1.2 Континентальная модель социального предпринимательства 16**](#_Toc73047581)

[**1.2.1 Правовая среда социальных предприятий в Западной Европе 21**](#_Toc73047582)

[**1.2.2 Стратегическое развитие социального предпринимательства 22**](#_Toc73047583)

[**ГЛАВА 2. СОВРЕМЕННЫЕ СИНТЕТИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА 27**](#_Toc73047584)

[**2.1 Синтетическая модель социального предпринимательства 27**](#_Toc73047585)

[**2.2 Институциональные траектории, порождающие модели СП 31**](#_Toc73047586)

[**2.3 Описание и результаты эмпирического социологического исследования с использованием качественного метода (глубинные интервью с представителями социальных предприятий в Санкт-Петербурге) 37**](#_Toc73047587)

[**Заключение 41**](#_Toc73047588)

# **Введение**

За последние два десятилетия интерес к феномену социального предпринимательства значительно усилился. Социальное предпринимательство является одним из важнейших источников решения социальных проблем, и благодаря этому оно оказывает сильное влияние на процесс социальных изменений в обществе, их развитие на региональном и государственном уровнях, экономическому росту и т.д.

Социальное предпринимательство исторически разделилось на две классические теоретические модели - англо-американскую и западноевропейскую (континентальную). Благодаря этому разделению между двумя классическими теоретическими моделями складываются различные формы организации, управления, а также ценности социального предпринимательства. Однако в современных условиях можно наблюдать слияние двух вышеперечисленных классических моделей и образование новой, гибридной, универсальной (синтетической) формы. Синтетическая модель включает в себя определенный набор комбинаций (экономических, социальных и управленческих характеристик), которые невозможно свести ни англо-американской, ни к континентальной модели. Таким образом, в современном мире существует тенденция стирания границ между континентальной и англо-американской моделями и образования новой (синтетической) модели. В данной дипломной работе акцент делается на изучение и анализ синтетической модели. Все вышеперечисленное обуславливает **актуальность** темы данной дипломной работы.

**Объектом** исследования являются модели социального предпринимательства, а **предметом** исследования являются развитие и изменение характерных черт классических моделей в современные формы социального предпринимательства.

**Цель** исследования: проанализировать исторические (классические) модели социального предпринимательства, выявить характерные отличительные черты и формы социального предпринимательства на современном этапе как современной (синтетической) модели.

В соответствии с целью были сформулированы следующие **задачи** исследования:

1) Изучить и проанализировать классические теории социального предпринимательства.

2) Изучить и проанализировать современные теории социального предпринимательства.

3) Изучить значимые аспекты социального предпринимательства и социальных предприятий в городе Санкт-Петербург.

4) Провести эмпирическое социологическое исследование с использованием качественного метода (глубинные интервью с представителями социальных предприятий в Санкт-Петербурге).

**Методы** исследования. В дипломной работе были использованы такие методы как анализ научной литературы, а также качественные методы исследования (глубинное интервью).

**ГЛАВА 1. ОСНОВЫ КЛАССИЧЕСКИХ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ МОДЕЛЕЙ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДРИНИМАТЕЛЬСТВА**

В данной главе подробно рассматриваются две основные классические теоретические модели социального предпринимательства. Первый параграф первой главы посвящен англо-американской теоретической модели, а второй параграф посвящен континентальной (западноевропейской) теоретической модели социального предпринимательства.

**1.1 Англо-американская модель социального предпринимательства**

Существуют определенные исторические предпосылки возникновения англо-американской модели социального предпринимательства. Англосаксонская модель государства имеет естественно-историческое происхождение. Данная модель возникла в пределах островного государства, которое было веками надежно защищено от иноземных вторжений. Именно по этой причине долгое время не было потребности в крупной и постоянной армии, а также в бюрократии, которая обслуживала бы эту армию. Поэтому при таких условиях начинает активно приобретать популярность и развиваться знаменитое английское самоуправление.  Также начинают развиваться по крайней мере три фундаментальные идеи: ограничения королевской власти, «мифа хартии» и господства права. Данные идеи настолько глубоко укоренились в сознании англичан, что даже те, кого принято считать абсолютными монархами не смогли их выкорчевать. Англо-саксонское общее право обусловлено преобладанием прецедентного права над статутным (парламентским) правом. Таким образом, законодательная и исполнительная власть переходят на второе место и играют второстепенную роль.

Англо-американская модель социального предпринимательства основана на традиции самоорганизации населения как в США, так и в Великобритании. Эта самоорганизации населения выступает как основной источник эффективного решения социальных проблем. США принадлежат к «экономикоцентричной цивилизации», в которой право играет роль вторичной ценности. Так, М. Альбер, а впоследствии П. Холл и Д. Соскис, выделяют англосаксонской или неоамериканский капитализм.

В англо-американской модели социальное предпринимательство в широком смысле определяется как применение подходов, которые основаны на рыночной деятельности к решению социальных проблем. Так, социальные предприятия становятся все более и более популярными источниками  финансирования и поддержки социальных инициатив.

Концепция социального предпринимательства как в Соединенных Штатах, так и в Великобритании гораздо шире и больше ориентирована на предпринимательство ради получения дохода, чем в других странах. Это можно наблюдать даже при рассмотрении разрыва в определениях в Соединенных Штатах между учеными и практиками. В академических кругах США под социальным предприятием понимаются те организации, которые входят в континуум от ориентированных на прибыль предприятий, занимающихся социально полезной деятельностью (корпоративная благотворительность или корпоративная социальная ответственность), до предприятий, которые имеет двойную цель – то есть предприятия, которые объединяют цели получения прибыли с социальными целями (гибриды), а затем до некоммерческих организаций, которые осуществляют миссионерскую коммерческую деятельность (общественные организации). Для таких общественных организаций осуществление коммерческой деятельности с целью поддержки миссии может включать только получение дохода, который также поддерживает другие программы в некоммерческой организации. Или деятельность, которая одновременно приносит доход и предоставляет программы, соответствующие целям миссии, такие как защищенные трудовые мастерские для инвалидов. Это широкое определение соответствует тому, как бизнес-школы ведущих американских университетов понимают социальное предприятие. Такое определение также используется многими консалтинговыми фирмами, которые консультируют как некоммерческие, так и коммерческие организации по вопросам развития социальных предприятий.

Однако, за пределами академических кругов и консалтинговых фирм, термин «социальное предприятие» остается сконцентрированными на получение доходов некоммерческими организациями. Например, журнал Social Enterprise Magazine Online определяет социальное предприятие как «Миссионерские проекты получения доходов или проекты по созданию рабочих мест, осуществляемые отдельными социальными предпринимателями, некоммерческими организациями или некоммерческими организациями совместно с коммерческими организациями». The Social Enterprise Alliance более узко определяет это как «Любой бизнес или стратегия с получением дохода, которая осуществляется  некоммерческой организацией для получения дохода в поддержку своей благотворительной миссии». В некоторых кругах некоммерческий тип социальных предприятий отличается тем, что используятся такие фразы, как: некоммерческое социальное предприятие, некоммерческое предприятие, предприимчивая некоммерческая организация.

С 1950-х годов федеральное правительство США использовало свободно определяемый «налог на прибыль от несвязанного бизнеса» (Unrelated Business Income Tax). Он использовался для налогообложения доходов некоммерческих организаций, которые не связаны с целями организации, которые не подлежат налогооблажению («освобожденные цели»). То есть такие цели, как благотворительные, религиозные, образовательные, научные, литературные, содействие национальным или международным любительским спортивным соревнованиям и предотвращение жестокого обращения с детьми или животными. Налоговое управление США определяет «прибыль от несвязанного бизнеса» как «… доход от торговли или бизнеса, который осуществляется на регулярной основе, который существенно не связан с выполнением организацией ее «освобожденной цели» или функции, и осуществляется только потому, что организации нужна прибыль, полученная от эта деятельность »(IRS, 2004). Правительства штатов, собирающие корпоративный подоходный налог, ввели аналогичные налог на прибыль от несвязанного бизнеса для некоммерческих организаций.

Несмотря на то, что правительство США на разных уровнях пытается регулировать коммерческую деятельность некоммерческих организаций, все же критики отмечают, что «на практике ... с административной точки зрения федеральным, государственным и местным налоговым органам оказалось сложно различать налогооблагаемую и необлагаемую налогом коммерческую деятельность. ". Из-за этой ситуации некоммерческие организации опасаются заниматься определенными видами деятельности, приносящей доход, из-за опасений поставить под угрозу свой благотворительный статус. С другой стороны, существуют многие коммерческие предприятия, которые утверждают, что некоммерческие предприятия имеют несправедливое конкурентное преимущество, потому что они не всегда платят налоги на те же услуги и продукты, что и коммерческие предприятия. В Соединенных Штатах за последние 50 лет практически не было создано никакой новой политики, которая могла бы наладить эту систему при растущем числе некоммерческих организаций, участвующих в социальных предприятиях.

### **1.1.1 Стратегическое развитие социального предпринимательства**

Поддержка частных фондов развития социального предпринимательства началась в 1980-х и 1990-х годах определенными организациями. Некоторые из них сосредоточились на сборе базовой информации о социальных предприятиях и создании связей (Фонд В.К. Келлогга, Фонд Юинга Марион Кауфмана, Фонд Сурдна, Фонд Рокфеллера). Другие направили свою поддержку на стартапы социальных предприятий (Roberts Enterprise Development Fund), конкурсы социальных предприятий (Goldman Sachs Foundation, Pew Charitable Trusts) и, в большей степени, на индивидуальных социальных предпринимателей через интенсивные образовательные программы и / или гранты, некоторые из которых являлись международными (Draper Richards Foundation, Skoll Foundation, Echoing Green, Ashoka, Schwab Foundation).

В значительной степени фонды поддерживают так называемые ускорители социальных предприятий. Один из самых известных - Pittsburgh Social Enterprise Accelerator. Он был основан и первоначально финансировался двумя крупными фондами для поддержки развития новых некоммерческих предприятий в районе Питтсбурга без каких-либо затрат для некоммерческой организации. Для небольшого портфолио некоммерческих организаций он предоставляет индивидуальные консультации, начальное финансирование, связи с ключевыми заинтересованными сторонами, такими как поставщики услуг, источники финансирования, корпорации, государственные агентства и университетские программы. Разнообразный опыт сотрудников и членов консультативного совета помогает налаживать связи (Pittsburgh Social Enterprise Accelerator, 2006). Для тех некоммерческих организаций и предприятий, которые готовы платить, возник ряд консалтинговых фирм, которые помогают социальным предприятиям на производственной и коммерческой стороне.

Со стороны государства в США также производится небольшая поддержка на местном, государственном и федеральном уровнях. Хоть программы развития общества и не нацелены напрямую на финансирование социальных предприятий, они все же могут оказать существенную поддержку. Одним из немногих примеров поддержки на местном уровне была Инициатива Социального Предпринимательства, предпринятая городом Сиэтл, штат Вашингтон, с 1998 по 2001 год. Она спонсировала, в частности и совместно с различными фондами, такие мероприятия, как обучение предпринимательству для некоммерческих организаций. и Seattle Social Enterprise Expo, одной из первых выставок социальных предприятий в Соединенных Штатах. Эта выставка привела к созданию Форума Социальных Инвесторов Сиэтла, который город субсидировал в течение первых двух лет. Затем финансирование ежегодного форума взял на себя Фонд Билла и Мелинды Гейтс (Померанц, 2003).

Существуют также государственные и федеральные программы реабилитации сообщества социальных предприятий, в которых задействованы преимущественно люди с ограниченными возможностями. Двадцать семь штатов выделили средства на закупку товаров и услуг в рамках таких программ реабилитации. Например, в рамках программ реабилитации Вашингтона государству продается товаров и услуг на сумму около 3 миллионов долларов. Аналогичная программа, установленная Законом Джавитса-Вагнера-О'Дея (OWOD), существует на федеральном уровне. Обязательная федеральная программа закупок «предоставляет возможности трудоустройства для более чем 36 000 слепых или имеющих другие серьезные формы инвалидности, организуя государственные закупки продуктов и услуг, предоставляемых некоммерческими агентствами, нанимающими таких людей по всей стране» (Pomerantz, 2003).

### **1.1.2 Членские ассоциации**

В последнее время членские организации сформировались в Соединенных Штатах посвященных идеи социального предпринимательства. Одной из наиболее быстрорастущих организаций является Social Enterprise Alliance, который определяет себя как «членская организация, которая является ведущей в создании движения социальных предприятий» с целью «мобилизовать сообщества некоммерческих организаций и спонсоров для продвижения стратегий заработанного дохода» (Social Enterprise Альянс, 2004). Альянс является результатом слияния двух групп в 2002 году: The National Gathering for Social Enterpreneurs (основана в 1998 году) и SeaChange (основана в 2000 году). В основе этих групп лежат инициативы, финансируемые фондами, включая the Kellogg, Kauffman, Echoing Green foundations и the Northland Institute of the Ford Foundation.

Несмотря на то, что в Соединенных Штатах социальные предприятия активно развиваются, было выявлено несколько проблем: исключение конкретных некоммерческих бенефициаров, ослабление гражданского общества и отсутствие участия правительства.

Что касается первой проблемы, развитие определенных типов социальных предприятий может иметь непреднамеренный побочный эффект – исключение уже маргинализированных групп. Например, доход, полученный за счет стратегии «платных услуг», является популярным видом деятельности социальных предприятий. Однако, когда эта стратегия применяется в некоммерческих организациях, предоставляющих социальные услуги, многие из более бедных потенциальных получателей этих услуг автоматически исключаются из получения этих услуг, поскольку у них нет возможности за них заплатить (Salamon, 1993). Еще один способ исключения уязвимых групп - это посягательство на коммерческую деятельность, на предоставление услуг, которое находится в центре внимания миссии некоммерческой организации, или, что еще хуже, выбор в пользу некоторых видов деятельности, приносящих доход, потому что они более прибыльны , чем те программы, которые связаны с миссией социального предприятия (Eikenberry и Kluver, 2003; Weisbrod, 1998, 2004; Dees, 1998). Более того, существуют сведения о том, что некоммерческие организации, занимающиеся рыночной деятельностью, все больше и больше концентрируют свое внимание на удовлетворении потребностей отдельных клиентов, а не жителей района или сообщества (Alexander et al., 1999).

Некоторые наблюдатели в США также обеспокоены тем, что растущая активность некоммерческих организаций в рыночной деятельности подвергнет риску гражданское общество (Eikenberry and Kluver, 2003; Alexander et al., 1999). Одним из вкладов некоммерческих организаций в гражданское общество является их способность укреплять социальный капитал. Как и в случае предоставления услуг, растущее внимание к чистой прибыли может привести к тому, что организации откажутся от менее эффективных методов, которые укрепляют социальный капитал, таких как волонтерские программы. Некоммерческие организации, занимающиеся социальным предпринимательством, могут также начать меньше полагаются на традиционных «частных доноров», волонтеров сообщества и в результате этого теряются возможности для продвижения социального капитала (Eikenberry and Kluver, 2003; Aspen Institute , 2001). Наконец, некоммерческий интерес к рыночным стратегиям может привести к смещению членов совета директоров с тех, кто связан с сообществом, на тех, кто связан с бизнесом (Backman and Smith, 2000).

 Как указывалось выше, другие проблемы в Соединенных Штатах – это необходимость более четких юридических определений для некоммерческих организаций, занимающихся деятельностью, которая приносит доход, и вторая – отсутствие активного участия правительства США в социальных предприятиях.

### **1.1.3 Классическая теория социального предпринимательства Грегори Диза**

Грегори Диз, американский ученый и профессор, был первым ученым, который представил социальное предпринимательство как академическую научную дисциплину в конце XX века.

Определение социального предпринимательства Грегори Диза считается классическим. Ученый определял социальных предпринимателей, как агентов изменений, играющие определенную роль в социальном секторе:

• Принятие миссии, основная цель которой – это создание и поддержание социальной ценности (не только частной ценности),

• Признание и неустанное использование новых возможностей для выполнения этой миссии,

• Участие в процессе непрерывных инноваций, адаптации и обучения,

• Смелое участие, не ограничиваясь при этом имеющимися в настоящее время ресурсами, и

• Проявление повышенного чувства ответственности за группы населения, которым они служат и за результаты, которых они добились.

Грегори Диз считает, что у каждого из лидеров социального сектора эти характеристики будут проявляться по-разному в разной степени.Чем ближе человек к тому, чтобы соответствовать всем вышеперечисленным характеристикам, тем больше этот человек соответствует модели социального предпринимателя. Те люди, которые обладают более сильными «новаторскими» чертами характера, те, кто могут привносить инновационные идеи в свою работу, и те, кто могут создавать то, что улучшает жизнь людей, такие люди рассматриваются как более предприимчивые.

В конце 90-х годов XX века Грегори Диз считал, что идея о «социальном предпринимательстве» весьма актуальна в то время. Понятие социального предпринимательства соединяет «страсть к выполнению социальной миссии», социального долга, со свойственной бизнесу дисциплиной, инновационным характером и решительность, которая часто ассоциируется с изобретателями высоких технологий из Силиконовой Долины.

Грегори Диз был уверен, что пришло время для предпринимательских подходов к социальным проблемам. Причиной этому является то, что государство и благотворительные организации не смогли оправдать наши ожидания. Большинство институтов социальных секторов считаются неэффективными. Наступает новый век и для него социальным предпринимателям необходимо разработать новые модели функционирования.

Социальное предпринимательство , помимо инновационных некоммерческих предприятий также имеют «бизнес-предприятия социального назначения». В них могут входить смешанные организаций, состоящий из коммерческих и некоммерческих элементов. К ним относятся приюты для бездомных, которые основывают предприятия, целью которых является обучение и трудоустройство бездомных.

Таким образом, новые «инструменты» функционирования предприятия помогают расширить поле воздействия социальных предпринимателей на общество. Эти «инструменты» помогают социальным предпринимателям найти наиболее эффективные пути осуществления поставленной ими социальной цели.

Грегори Диз выделяет определенные навыки, которыми должен обладать предприниматель некоммерческой организации, чтобы «плавать в коммерческих водах» или преуспеть в коммерческом бизнесе. Если некоммерческие предприятия решили изучить коммерческие варианты получения доходов (не через гранты государства), то очень важно, чтобы некоммерческие организации начали работать в сфере бизнеса и чтобы они организовывали правильное управление им.

Обладание управленческими и организаторскими навыками – это очень важная черта для некоммерческих предприятий. Однако, для коммерциализации необходимы знания и связи, которые чаще всего существуют только мире бизнеса. Если менеджеры некоммерческих организаций хотят изучать коммерческие возможности эффективно, то они должны начать обучаться методам ведения бизнеса. Одним из способов получения подготовки такого рода – это обратиться за помощью.

Менеджеры некоммерческих организаций могут начать свои собственные дела, найдя более эффективные способы привлечения наемных работников с соответствующим опытом ведения бизнеса. Таким образом, произойдет взаимный обмен опытом. Члены бизнес-совета недостаточно часто используются в виде источника управленческой экспертизы. Им необходима тренировка для того, чтобы адаптировать свои понимания бизнеса под контекст социальных предприятий. Они должны осознавать риски становления слишком похожими на полностью коммерческое предприятие, а также риски того, чтобы двигаться слишком быстро.

Лидеры некоммерческих организаций также могут получить бесплатную консультацию от бизнесменов-добровольцев или от студентов бизнес-школ. Также некоммерческие организации, занимающиеся коммерциализацией, могут образовать альянсы с коммерческими компаниями для получения дополнительных навыков и методов ведения бизнеса.

Однако без компетентности персонала в вопросах бизнеса советы консультантов и партнеров могут оказаться не очень полезными. Предприятию необходим персонал, который может понять и реализовать новый план действий этого предприятия. Оно может нанять работников с навыками ведения бизнеса, однако это может породить культурные конфликты между персоналом с «филантропической стороны» предприятия и персоналом с «коммерческой стороны». Лидеры некоммерческих организаций должны предвидеть культурный конфликт и найти способы, которые смогут превратить такой конфликт в здоровое, творческое напряжение. Они должны определить, где мнения сотрудников могут не совпадать, и запустить внутренние образовательные и коммуникационные инициативы для того, чтобы минимизировать негативные эффекты этих конфликтов и оказать помощь персоналу прийти к согласию.

Безусловно, лидеры некоммерческих организаций могли бы отделить коммерческую деятельность от благотворительной деятельности. Такой подход должен уменьшить напряжение между работниками, при условии, что отдельным подразделениям не нужно взаимодействовать на постоянной основе. Тем не менее, сотрудники с более «филантропической стороны» предприятия могут смотреть на своих коллег «коммерческой стороны» с враждебностью. Компенсация может стать одним из возможных источников конфликта между двумя культурами. Новые сотрудники предприятия могут требовать более высокой компенсации, чем штатные сотрудники из-за уровня образования и многолетнего опытом работы. Равная оплата должна решить эту проблему.

Создание нового плана некоммерческого предприятия и превращения его в социальное предприятие – это нелегкая задача. Это сложный стратегический процесс. Менеджерам некоммерческих предприятий необходимо создать структуру, которая сочетает в себе коммерческие ценности и традиционными филантропическими принципами. В то же время, они должны работать с ключевыми заинтересованными сторонами, чтобы укрепить поддержку своей коммерческой деятельности.

Таким образом, Грегори Диз дал определение социального предпринимательства, которое стало классическим и объяснил актуальность проблемы социального предпринимательства в конце 90-х годов XX века и начала 2000 годов.

## **1.2 Континентальная модель социального предпринимательства**

Одна из концепций в Западной Европе подчеркивает динамику социального предпринимательства, развиваемую компаниями, которые стремятся повысить социальное воздействие своей производственной деятельности. В этой связи в литературе часто делают акцент на инновационные подходы к удовлетворению социальных потребностей, которые развиваются по мере развития бизнеса (Grenier, 2003), в основном через некоммерческие организации, но также и в коммерческих секторах (Nicholls, 2005). Другая концепция ограничивает анализ областью социальных предприятий, которые принадлежат к третьему или некоммерческому сектору, и включает социальные кооперативы (Nyssens and Kerlin, 2005). Такое понимание социального предпринимательства разрабатывается университетскими исследователями и учеными, участвующими в Emergence of Social Enterprise in Europe (EMES). EMES - это исследовательская сеть авторитетных университетских исследовательских центров и отдельных исследователей, основанная в 1996 году, цель которых заключается в постепенном создании международного корпуса теоретических и эмпирических знаний, плюралистических по дисциплинам и методологиям, вокруг концепций: социального предприятия, социального предпринимательства, социальной экономики, экономики солидарности и социальных инноваций. Цель этого проекта, среди прочего, состоит в создании “идеального типа” социального предприятия. При этом необходимо понимать, что социальные предприятия, которые не совсем соответствуют характеристикам «идеального типа», все равно включены в сферу социального предпринимательства. Согласно EMES, определяющие характеристики «идеального типа» социального предприятия включают:

 1) Непрерывную деятельность по производству товаров и / или продаже услуг;

2) Высокая степень автономности;

3) Значительный уровень экономического риска;

4) Минимальный объем оплачиваемой работы;

5) Четкая цель принести пользу обществу;

6) Инициатива группы граждан;

7) Принятия решений, не основанное на владении капиталом;

8) Совместный характер деятельности лиц, которые в ней учавствуют

9) Ограниченное распределение прибыли (Defourny, 2001, стр. 16-18).

При сравнении двух подходов к социальному предприятию определение некоммерческой организации в США не допускает никакого распределения прибыли, в то время как европейское определение допускает, по крайней мере, некоторую часть, в основном из-за “кооперативов”. Кроме того, социальные предприятия в Европе рассматриваются как принадлежащие к «социальной экономике», где социальные выгоды являются основной движущей силой. В Соединенных Штатах концепция социальной экономики не используется, и некоммерческие социальные предприятия часто рассматриваются как действующие в рыночной экономике.

 Различные страны Западной Европы более или менее сосредоточены на двух только что изложенных направлениях мысли, при этом термин «социальное предприятие» иногда ассоциируется с очень специфическим набором услуг. В Великобритании в Министерство Торговли и промышленности определяет социальное предприятие как "предприятия, преследующие в первую очередь социальные цели, излишки которых в основном реинвестируются для этой цели в бизнес или в сообщество, а не цели максимизации прибыль для акционеров и владельцев» (DTI, 2004). Также в Великобритании Партнерство в области социальной экономики Уест-Мидлендса (WMSEP) определяет социальное предприятие как «собирательный термин для организации, движимой особыми социальными и общественными ценностями, но стремящейся работать эффективно и устойчиво в рамках конкурентной бизнес-структуры, то есть помогая сообществу и при этом поддерживая бизнес»(WMSEP, 2004).

В Бельгии, как и в ряде европейских стран, социальное предприятие имеет двойное значение. Первое значение обычно относится к обслуживающим организациям, которые развивают коммерческую деятельность. Второй относится к кооперативам или ассоциациям, чьи инициативы конкретно «направлены на профессиональную интеграцию людей, исключенных из рынка труда» (Defourny and Nyssens, 2001, p. 47).

Второе определение возникло из потребности в социальных услугах. Благодаря этой потребности возникли социальные предприятия в Европе. Это связывает их с созданием рабочих мест. Такое общее определение наиболее близко соответствует американской академической концепции организации с социальными целями, программы которой включают принесение дохода участниками. В Европе социальные предприятия этого типа представлены в различных формах, включая организации по развитию сотрудников, социальные фирмы, общественные предприятия или торговые подразделения благотворительных организаций (OECD, 2003, p. 299).

Согласно определению EMES, социальное предприятие в Европе, в отличие от Соединенных Штатов, предполагает определенную работу или совместный вклад со стороны тех, кто получает выгоду от программ. Например, кооперативы обычно понимаются как базовый тип социальных предприятий, и, похоже, их включение повлияло на общую направленность определения. Этот европейский акцент на участие также распространяется и на управление социальным предприятием. Руководящие органы состоят из групп заинтересованных сторон, в которую, среди прочего, могут входить бенефициары, сотрудники, волонтеры, государственные органы и доноры. Основной отличительной чертой является использование формального демократического стиля управления, который не является требованием социального предпринимательства в Соединенных Штатах (Defourny, 2001).

В Европе, за исключением Великобритании, социальное предприятие обычно означает социальный кооператив или ассоциацию, созданную для обеспечения занятости или конкретных услуг по уходу в рамках совместной работы. В Соединенных Штатах это обычно означает любой тип некоммерческой организации, участвующей в деятельности, приносящей доход. Хотя в Соединенных Штатах существует множество рабочих кооперативов, похожих на европейские социальные кооперативы, эти организации, как правило, не входят в американское определение социального предприятия.

В Западной Европе тенденция к социальному предпринимательству возникла несколько позже, чем в Соединенных Штатах, и была сосредоточена на одновременном развитии услуг, представляющих общественный интерес, и на диверсификации получения доходов в третьем секторе. В связи с падением экономического роста и ростом безработицы, начавшимся в конце 1970-х и продолжавшимся до 1990-х годов, во многих европейских государствах начался кризис. Политика, особенно в отношении длительно безработных (включая малообеспеченных и низкоквалифицированных), оказалась неэффективной (Borzaga and Defourny, 2001). В результате роста безработицы возник ряд потребностей в социальных услугах. Новые социальные предприятия, в основном в третьем секторе, начали реагировать на возникающие потребности, включая потребности в жилье для маргинальных групп; уходу за детьми; новых услугах для пожилых людей; инициативы по возрождению городов; программы занятости для длительно безработных и т.д. Большинство этих новаторских социальных предприятий в Европе были основаны в 1980-х годах субъектами гражданского общества: социальными работниками, ассоциативными активистами, представителями более традиционных организаций третьего сектора и часто самими безработными (Nyssens and Kerlin, 2005).

Таким образом, тех видов услуг, которые поддерживаются социальными предприятиями в Европе, меньше (по сравнению с широким спектром в Соединенных Штатах), потому что европейские социальные предприятия исторически ориентировались только на те конкретные области, из которых государство всеобщего благосостояния отступило или не смогло удовлетворить спрос на программы занятости для длительно безработных и какие-либо другие социальные услуги. В зависимости от страны степень удовлетворения потребностей социальными предприятиями варьируется.

### **1.2.1 Правовая среда социальных предприятий в Западной Европе**

В Западной Европе большинство социальных предприятий действуют в форме либо некоммерческих ассоциаций, либо кооперативов. Социальные предприятия создаются как ассоциации в тех странах, где юридическое определение ассоциации допускает определенную свободу в продаже товаров и услуг на открытом рынке. В таких странах, как Швеция, Финляндия и Испания, где ассоциации более ограничены в этом отношении, социальные предприятия, как правило, принимают правовую форму кооперативов (Borzaga and Defourny, 2001). Таким образом, в отличие от Соединенных Штатов, кооперативы, преследующие социальные цели и задачи в сфере занятости, также считаются социальными предприятиями. Кооперативы, ориентированные на трудоустройство, входят в особый класс социальных предприятий, называемых социальными предприятиями по вопросам трудовой интеграции (WISE).

В отличие от США, законы о социальном предприятии как уникальном субъекте были разработаны в ряде западноевропейских стран, особенно там, где существуют ограничения на деятельность ассоциаций, осуществляющих коммерческую деятельность (CEC, 2001). Эти законы направлены на «поощрение предпринимательской и коммерческой реализации социальных и социальных услуг и на расширение участия женщин на рынках труда, вовлекая в производственный процесс различные заинтересованные стороны (рабочих, волонтеров, целевых групп и муниципалитетов)» (CEC , 2001, с. 25).

Италия была первой, кто ввел такое законодательство со своими «социальными кооперативами типа А и В» в 1991 году, и с годами добилась успеха в увеличении числа организаций этого типа. Бельгия приняла закон о «компании с социальной целью» в 1995 году, Португалия создала «кооператив социальной солидарности» в 1998 году, а Греция - «социальный кооператив с ограниченной ответственностью» в 1999 году (Defourny, 2001). Франция представила “кооперативное общество коллективных интересов” в 2001 году. Новейшей организационной формой социального предприятия в Европе является «компания общественных интересов», введенная в Великобритании в 2005 году.

### **1.2.2 Стратегическое развитие социального предпринимательства**

В Западной Европе стратегическое развитие социального предпринимательства в большей степени связано с поддержкой правительства и Европейского Союза. Несмотря на то, что первая волна европейских социальных предприятий возникла без какой-либо конкретной государственной поддержки, в 1990-е годы во многих странах появились государственные программы по поддержке. Эта государственная поддержка включала новое законодательство, а также координацию и политическую работу конкретных государственных структур и программ. В Ирландии правительство начало поддерживать социальные предприятия в 1980-х годах для борьбы с безработицей. В Финляндии Министерство труда совместно с Институтом кооперативных исследований при Хельсинкском университете подготовило презентации о том, как создавать кооперативы.

Однако большая часть этой государственной поддержки, с точки зрения государственной политики и финансирования, как правило, узко сосредоточена на социальных предприятиях, интегрирующих трудовую деятельность (WISE). Это юридическое признание государственными органами социальных предприятий через работу в большинстве случаев позволяет получить доступ к стабильным, но очень ограниченным государственным субсидиям. Чаще всего предоставляются только временные субсидии для запуска инициативы и компенсации «временной безработицы» работников (Nyssens and Керлин, 2005).

Европейский Союз также был активным игроком в продвижении исследований и поддержки программ социального предпринимательства. Социальное предприятие рассматривается как бизнес-модель, которая может одновременно решать вопросы экономического роста, занятости и качества жизни (Thomas, 2004). В 1996–1999 годах Генеральный директорат Европейской комиссии по исследованиям финансировал проект «Появление социальных предприятий в Европе», в рамках которого исследовались социальные предприятия в 15 странах Европейского Союза. Комиссия также профинансировала последующий проект, который проводился в 11 странах Европейского Союза в 2001-2004 годах.

Европейский Союз также предоставил финансовую поддержку социальным предприятиям в других странах. Ирландия является примером страны, в которой ЕС проявил особую активность в развитии социальных предприятий. Начиная с 1992 года Ирландия получала глобальный грант от структурных фондов ЕС «для поддержки местного развития и предприятий, а также для содействия комплексному экономическому, социальному и общинному развитию местных территорий» (O'Hara, 2001, p. 156). Программа по развитию сельских районов также оказала аналогичную поддержку. Эта поддержка местных развитие либо помогло создать условия для появления новых социальных предприятий, либо предоставило существующим предприятиям возможность расширить или укрепить свою деятельность посредством участия в таких программах.

Социальное предпринимательство в Западной Европе сталкивается с определенным набором проблем и задач. Одной из самых больших проблем является узкий спектр услуг, поддерживаемых социальными предприятиями. Социальные предприятия, связанные с производственной интеграцией и предоставлением личных социальных услуг, недостаточно используются в качестве жизнеспособной стратегии для поддержки другой некоммерческой деятельности (Borzaga and Defourny, 2001). Еще одним фактором (и проблемой самой по себе) является ограниченное количество типов социальных предприятий по сравнению с Соединенными Штатами (где социальное предпринимательство включает такие виды деятельности, как некоммерческое партнерство с коммерческими организациями, маркетинг по делу, продажа продуктов, связанных с миссией, и т. д.). Как и в Соединенных Штатах, многие страны Западной Европы также сталкиваются с отсутствием четко определенных правовых рамок для социального предпринимательства. Борзага и Дефурни призывают к политике, которая предусматривала бы их полное юридическое признание и регулирование, а также к социальной политике, которая учитывала бы их потенциал по борьбе с безработицей и социальной изоляцией, а также к более широкому спектру услуг (2001). Борзага и Дефурни также призывают местные органы власти обеспечивать спрос на товары и услуги социальных предприятий, ограничивая государственные контракты в определенных областях социальными предприятиями.

Соединенные Штаты могут научится у Западной Европы участию получателей услуг в социальных предприятиях, участию их в организационном управлении, а также участию правительства. С другой стороны, Соединенные Штаты могут стать примером того, как использовать социальное предпринимательство для ряда услуг, как расширить типы социальных предприятий и целенаправленно использовать государственные контракты для продуктов социального предпринимательства.

В частности, Соединенные Штаты могут извлечь уроки из Западной Европы, следуя, насколько это возможно, их практике вовлечения получателя программы или бенефициара в деятельность социального предприятия. Включение получателя может происходить посредством договоренностей кооперативного типа или простого участия в самой приносящей доход деятельности. Хотя некоторые формы социального предприятия не поддаются участию получателя, например, оплата за услуги, возможен переход к более интегрированной деятельности социального предприятия, особенно когда организация уже участвует в продажах продукции для получения дохода. Такой переход предоставит участникам программы ценный опыт работы и обучения. Наиболее важно то, что это будет способствовать включению тех групп, которые были “исключены”, тем самым решая проблему исключение конкретных некоммерческих бенефициаров. Управление в сфере социального предпринимательства - еще одна область, в которой Соединенные Штаты могут поучиться у Западной Европы, особенно в ее многостороннем подходе и демократическом стиле управления. Управления в Европе состоят из множества заинтересованных сторон и действуют демократически, создают гражданское общество и укрепляют демократию.

Западная Европа, с другой стороны, может извлечь ряд ценных уроков у Соединенных Штатов. Исторические факторы, повлиявшие на появление социальных предприятий в Европе, привели к тому, что они сосредоточили свое внимание на интеграции труда и личных социальных услугах. В Соединенных Штатах деятельность социальных предприятий поддерживает широкий спектр услуг, включая многие некоммерческие виды деятельности, помимо социальных услуг (например, охрана окружающей среды). Европейцы, заинтересованные в расширении спектра услуг, поддерживаемых социальными предприятиями, могут извлечь уроки из этих рабочих моделей в Соединенных Штатах. Аналогичным образом европейцы могут узнать от американцев о различных формах социального предпринимательства, чтобы расширить свой список видов деятельности, приносящих доход. В зависимости от того, насколько европейцы готовы расширить свое определение социального предприятия, американцы могут предложить примеры некоммерческих стратегий: продажа товаров, связанных с миссией, маркетинг, партнерство с коммерческими компаниями, и создание некоммерческих организаций, в частности, коммерческих дочерних компаний (Sealey et al., 2000).

Наконец, хотя правительство в Соединенных Штатах относительно не вовлечено в социальное предпринимательство, оно действительно участвует в одной сфере, в которой европейские правительства (за исключением нескольких), как правило, не участвуют: государственные контракты на товары социальных предприятий (Borzaga and Defourny, 2001). Европейцы могут усилить деятельность существующих социальных предприятий, поощряя центральные и местные правительства к заключению аналогичных механизмов поддержки.

# **ГЛАВА 2. СОВРЕМЕННЫЕ СИНТЕТИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

В данной главе рассматривается современная модель социального предпринимательства. Описывая и анализируя синтетическую модель социального предпринимательства, мы выделяем основные траектории развития и трансформации классических моделей социального предпринимательства в современных условиях. Во втором параграфе мы предоставили описание, а также результаты и выводы эмпирического социологического исследования с использованием качественного метода (глубинные интервью с представителями социальных предприятий в Санкт-Петербурге).

## **2.1 Синтетическая модель социального предпринимательства**

Развитие социального предпринимательства в современном мире демонстрирует, что этот феномен признается источником решения различного рода социальных проблем общества, таких как: безработицы, трудоустройством определенных социальных групп, социальной изоляции, отсутствия доступного медицинского обслуживания, сохранение окружающей среды и т.д. Во многих исследований социальное предпринимательство считается одним из самых важных аспектов в развитии национальной инновационной экосистемы (Surie, Groen 2017). Помимо этого он является очень важным инструментом устойчивого развития экономики (Abdou, Fahmy, Greenwald et al. 2014).

Интерес к феномену социального предпринимательства усилился за последние два десятилетия. Одни из последних исследований в этой сфере изучают социальные предприятия с точки зрения технологических инноваций и количественного анализа социальных предпринимателей в развивающихся экономиках (Giudice, Garcia-Perez, Scuotto, et al. 2019), а также анализа новых исследовательских подходов (Lebedintseva, Lebedintsev, Deriugin 2020). Социальное предпринимательство является одним из важнейших источников решения социальных проблем, и благодаря этому оно оказывает значительное влияние на процесс социальных изменений в обществе, из развитию на региональном и государственном уровнях, экономическому росту и т.д. (McAnany 2012).

Социальные предприятия отличаются по различным критериям, таким как: сфера деятельности, направления развития, предпосылки становления и т.д. Однако общей чертой этих предприятий является тот факт, что они все существуют и функционируют на добровольной основе. Эффективность их работы зависит от реализации целей миссий этих организаций, а не от максимизации прибыли собственников (Acs, Audretsch 2010; Christie, Honig 2006). Социальные предприниматели должны быть опосредованно нацелены на получение прибыли, а также они должны быть готовы тому, чтобы быть автономным, активным, инновационным, а также агрессивным по отношению к конкурентам и несущим риски. (Martens et al. 2016:557– 567). Однако при всем при этом главной цель. социального предпринимателя является стремление к социальной цели, поддержание социальной миссии и ценностей предприятия имеющимися ресурсами.

В высококонкурентной среде современного мира безусловно доминируют коммерческие предприятия, нацеленные на максимизацию получаемой прибыли. Однако помимо подобных коммерческих организаций в современном мире возникают и гибридные организационные формы, основной целью которых является социальная миссия, но которые одновременно занимаются и коммерческой деятельностью (Lambert et. al. 2019). Таким образом, границы между двумя вышеперечисленными моделями стирается, и возникает новая модель социального предпринимательства - синтетическая. Синтетическая модель включает в себя определенный набор комбинаций, которыми обладают социальные организации. Комбинации из экономических (способ организации), социальных (социальная миссия и социальные цели) и управленческих (структура управления) характеристик. Такую модель социального предпринимательства невозможно свести ни англо-американской, ни к континентальной модели.

Таким образом, опираясь на статью Ниссенса и Дефурни «Основы международной типологии моделей социального предприятия» мы решили рассмотреть три основные, различные движущие сил (или “принципы интереса”), которые существуют в экономике: общий интерес (ОИ), взаимный интерес (ВИ) и интерес к прибыли (ИП). Несмотря на то, что эти три основных движущих фактора (или принципа) весьма различны, они все же могут некоторым образом сочетаться (Defourny, Nyssens 2017). Поэтому Дефурни и Ниссенс предлагают данную схему, в котором принципы - это вершины треугольника, а сочетание принципов может быть представлено вдоль сторон треугольника.

Прежде чем пытаться найти различные типы социальных предприятий на данной графике, стоит отметить, что все ассоциации, неравнодушные к интересам своих членов (добровольные организации), находятся в зоне «взаимных интересов» - так же, как и все традиционные кооперативы. Напротив, ассоциации , которые стремятся к общественной выгоде (добровольные организации, благотворительные организации…) расположены гораздо ближе к углу общих интересов, но не на самой вершине, поскольку их общие интересы (сообщество, которому они служат) обычно не так широки, как те, которые обслуживает государство. Касательно правой части треугольника: компании-акционеры иногда разрабатывают стратегии корпоративной социальной ответственности, показывая таким образом свое неравнодушие к проблемам общих интересов. Однако, не ставя под сомнение свой основной мотив - получение прибыли. Это можно представить как ограниченное движение вверх по правой стороне треугольника (Defourny, Nyssens 2017).

В нижней части рисунка представлен континуум между кооперативным подходом к прибыли и капиталистическим подходом к прибыли. В кооперативном подходе поиск прибыли является лишь инструментом для проведения производственной деятельности. Таким образом, прибыль распределяется только в виде дивидендов с ограничением и / или вкладывается в коллективные резервы с блокировкой активов. Напротив, распределение прибыли и увеличение стоимости своих акций являются основными целями акционерных компаний.(Defourny, Nyssens 2017:2477–2478). Таким образом, на рисунке все добровольные организации, стремящиеся к удовлетворению интересов своих членов (взаимной выгоде), расположены в области левого угла ВИ – так же, как и все традиционные социальные кооперативы. Напротив, организации, стремящиеся к общественному благу, расположены гораздо ближе к ОИ, хотя и не в самой вершине, поскольку их общий интерес (сообщество, которому они служат) обычно не так широк, как тот, который обслуживает государство (Defourny, Nyssens 2017).

Дефурни и Ниссенс провели две пунктирные линии поперек этого треугольника, чтобы учесть различные комбинации типов ресурсов (рыночный доход, государственные гранты, благотворительные ресурсы), Они установили таким образом различие между ситуациями, в которых рыночный доход доминирует, между теми, в которых преобладает государственное финансирование, и между теми, которые в котором предпочтительнее сочетание ресурсов (гибридные ресурсы), чтобы лучше сбалансировать социальную миссию и финансовую устойчивость. Следует отметить, что нижняя пунктирная линия также разделяет угол «взаимных интересов» на две части: кооперативы - это предприятия, работающие в основном на рынке, и они находятся ниже пунктирной линии, точно так же как и все предприятия, получающие весь или большую часть своего дохода на рынке; выше пунктирной линии находятся ассоциации взаимных интересов, такие как спортивные клубы или другие подобные добровольные организации. Они обычно полагаются на сочетание рыночных ресурсов (членские взносы, продажи в баре или кафетерии) и других ресурсов, таких как волонтерство и общественные взносы. (Defourny, Nyssens 2017)



Рисунок 1. Принципы заинтересованности и сочетание ресурсов. Цит. по: (Defourny, Nyssens 2017: 2478)

## **2.2 Институциональные траектории, порождающие модели СП**

Опираясь на теории, описанные выше можно представить, как различные «институциональные траектории» в экономике в целом могут порождать модели социальных предприятий. А точнее, такие институциональные траектории можно описать следующим образом, представленным на Рисунке 2 (Defourny, Nyssens 2017):

1) Их «отправными точками» являются исходные организационные типы, определенные и расположенные в соответствии с тремя «принципами интересов» в указанном выше треугольнике (рис. 1);

2) Сами траектории могут являться одним из следующих типов:

 a) «восходящее» движение стрелки из углов организаций взаимного интереса или интереса к прибыли в направлении поведения или стратегии, придающих большее значение общим интерес к социальной или общественной миссии организации. Такая эволюция представлена ​​синими направленными вверх стрелками на Рисунке 2

 b) «нисходящее» движение стрелки из угла организаций общих интересов (т.е до сих пор полагающихся в основном на нерыночный доход, если не полностью субсидируются государственными органами) в сторону деятельности, которая более ориентирована на рынок, чтобы дополнить имеющиеся у них ресурсы. Эта эволюция представлена ​​красными стрелками, направленными вниз на Рисунке 2. Это движение стрелки может также включать в себя применение методов, которые более ориентированы на бизнес и управление;

3) эти институциональные траектории приводят к появлению моделей социальных предприятий (они показаны на рисунке зелеными буквами). Следует отметить, что такие модели не обязательно являются стабильными и могут считаться все еще развивающимися.

Таким образом, как показано на рисунке 2, можно выделить шесть основных различных институциональных траекторий, в результате чего мы получаем четыре основные модели социальных предприятий (Defourny, Nyssens 2017).

**А. Модель предпринимательской некоммерческой деятельности (ПНД)**

Касательно стрелки движущейся из угла общих интересов: Как видно из рисунка, деятельность, направленная на получение дохода, с большей вероятностью будет развиваться ассоциациями с общими интересами / некоммерческими организациями (ОИ организации), стремящимися дополнить государственные гранты и пожертвования новыми источниками финансирования.

Стратегии получения дохода могут принимать различные формы:

- любая не связанная с миссией торговая деятельность (например, магазин, продающий любые виды товаров и управляемый благотворительной организацией или внутри нее);

- любая дочерняя компания, созданная НКО для развития торговой деятельности и получения прибыли, которая будет возвращена материнской НКО;

- любая ориентированная на рынок и миссионерская деятельность, разработанная НКО, например производственная деятельность в различных отраслях, где некоммерческие предприятия социальной интеграции одновременно продают свои товары или услуги и обучают неквалифицированных рабочих (Defourny, Nyssens 2017).

Модель предпринимательской некоммерческой деятельности могут также возникнуть в результате движения стрелки из угла взаимных интересов в сторону большей ориентации на общие интересы, выходящие далеко за рамки интересов членов. По определению, это означает обслуживание бенефициаров, которые не являются членами, но не обязательно забывает об интересах членов. Например, для своих членов действуют спортивные клубы, молодежные движения или другие подобные клубы досуга, но они могут развиваться в направлении решения более широкого спектра задач, например, стремиться к более высокой социальной сплоченности в местных неблагополучных сообществах (Defourny, Nyssens 2017).

**Б. Модель социального кооператива (СК)**

Модель социального кооператива является результатом движения стрелки из угла взаимных интересов (Кооперативы или ВИ организации) к поведению, придающему большее значение общим интересам (Defourny, Nyssens 2017).

 Кооперативы - это, прежде всего, предприятия с взаимным интересом, принадлежащие и (демократически) контролируемые их членами в их собственных интересах, которые не учитывают их собственные корыстные цели (Defourny, Nyssens 2017).

 Однако при данной модели этот вид выходит за рамки большинства обычных кооперативов, поскольку сочетает в себе преследование интересов своих членов с преследованием интересов всего сообщества или конкретной целевой группы (Defourny, Nyssens 2017).

Социальные предприятия типа СК также могут быть результатом эволюции ассоциаций взаимных интересов (ВИ организации), желающих развивать свою экономическую деятельность для решения конкретной социальной проблемы и, таким образом, двигаться к более четкой цели общего интереса. Вот почему стрелка, начинающаяся с ВИ организаций, ориентирована как на модель ПНД (как было показано ранее), так и на модель СК. Например, ассоциация может сначала собрать родителей, желающих обменяться мнениями о потребностях своих детей-инвалидов и организовать совместные мероприятия; затем такая ассоциация может развиться в сторону создания многостороннего социального кооператива с участием родителей, специалистов и волонтеров с целью создания рабочих мест для этих инвалидов (Defourny, Nyssens 2017).

**C. Модель социального бизнеса (СБ)**

При запуске коммерческими предприятиями движения «социального предпринимательства» направление стрелки начинает двигаться к углу общих интересов. Как показано на Рисунке 2, более сильная ориентация на общие интересы может привести к тому, что эти «социальные предприятия» будут полагаться на более гибридную экономическую модель с увеличенной долей нерыночных ресурсов, частично поддерживающих, товары или услуги, предоставляемые для «общего блага» (Defourny, Nyssens 2017).

Когда бизнес-деятельность осуществляется в «социальной сфере», такой как личные услуги (например, уход за пожилыми людьми), охрана окружающей среды и т.д., можно считать, что компонент общих интересов встроен в сам характер производства. Тогда многие будут утверждать, что такая укорененность обеспечивает преобладание социальной миссии или, по крайней мере, создание смешанной ценности, независимо от структуры собственности и управления и распределения прибыли. Это, вероятно, чаще относится к малым и средним предприятиям, чьи учредители / владельцы с большей вероятностью будут мотивированы сбалансированным сочетанием экономических и социальных целей (Defourny, Nyssens 2017).

**D. Модель государственного социального предприятия (ГСП)**

Многие правительства на национальном и местном уровнях все чаще испытывают потребность в сокращении затрат на предоставление государственных услуг и / или достижении более высокой эффективности в этой области. Таким образом часть ответственности начинает передаваться частным организациям, в том числе социальным предприятиям, хотя и сохраняет эти организации под государственным контролем или, по крайней мере, регулированием (Defourny, Nyssens 2017).

В некоторых конфигурациях социальные предприятия могут стать «дочерними предприятиями государственного сектора». Например, в рамках политики развития сообществ, ориентированной на неблагополучные городские районы, местные государственные органы могут возглавить создание общественных предприятий, стремящихся к развитию на местном уровне. Они также могут начать и продолжать участвовать в управлении социальными предприятиями, предлагающими профессиональный опыт или временные рабочие места малообеспеченным безработным. Другой путь развития, инициированный органами государственной власти, связан с передачей предоставления социальных услуг новым социальным предприятиям или преобразованием некоторых обслуживающих подразделений местной администрации в социальные предприятия. Во всех случаях речь идет о «реконфигурация» или «экстернализация» государственных услуг в рамках организационной формы социального предприятия с выраженными целями улучшения и новаторства в предоставлении услуг, а также с с целью ограничения размера государственных расходов (Gordon 2015) (Defourny, Nyssens 2017).



Рисунок 2.Институциональные траектории и модели СП Цит. по: (Defourny, Nyssens 2017: 2478)

В заключение относительно идентификации данных четырех основных моделей СП, авторы подчеркивают, что их усилия по разработке фундаментальной типологии не мешают им полностью осознавать многие типы гибридности, которые можно наблюдать в полевых условиях. Например, довольно часто встречаются партнерства между коммерческими и некоммерческими организациями, а также с участием местных органов власти.

## **2.3 Описание и результаты эмпирического социологического исследования с использованием качественного метода (глубинные интервью с представителями социальных предприятий в Санкт-Петербурге)**

Наше эмпирическое социологическое исследование включало в себя семь глубинных интервью с представителями различных социальных предприятий в Санкт-Петербурге. Некоторые из них я опишу подробнее с целью определить к какой из моделей относятся данные социальные предприятия, опираясь на теорию Дифруни и Ниссенса, описанную выше.

Первое социальное предприятие это некоммерческая организация “Аревик”. “Аревик” это региональная общественная организация, которая работает с детьми и молодежью с ограниченными возможностями и с тяжелыми функциональными нарушениями. Организация “Аревик” была создана в августе 1995 года с целью защиты семей, где есть люди с ограниченными возможностями. Организация была создана по инициативе медика, петербургской армянки, которая и предложила название “Аревик” (в переводе с армянского “Солнышко”). В тяжелый исторический период 1995 года семьи с людьми инвалидами решили объединить усилия, чтобы решить проблемы по защите прав. Учредителями данной организации стали несколько матерей инвалидов.

Изначальной клиентской группой организации были дети с определенными двигательными нарушениями. Однако клиентура со временем расширяется, охватывая более широкий круг людей с ограниченными возможностями.

“Аревик” тесно сотрудничают с государственными органами. В период становления организации они выполняли государственные заказы, реализовывали государственные проекты. Многие проекты “Аревик” получают поддержку от правительства Санкт-Петербурга, различных комитетов, например, от комитета по социальной политике, Санкт-Петербурга, комитета по культуре, комитета по социальным отношениям, комитета имущественных отношений, комитета по строительству, комитет инвестирований и т.д. Они поддерживают такие проекты “Аревик” как фестиваль “нормально быть разными”, Санкт-Петербургский “бал на колесах”. Также реализуются общественные и социально значимые долгосрочные проекты музыкальные школы для детей и молодых с ограниченными возможностями, академия балета для незрячих детей все эти проекты финансово поддерживаются со стороны города.

 Основными же источниками финансирования являются небольшие ежегодные членские взносы, благотворительные пожертвования как юридических, так и физических лиц, а также субсидии из гос. бюджета от комитета по культуре города Санкт-Петербург.

На вопрос о том, как они определяют для себя социальное предпринимательство представитель организации “Аревик” ответил, что они определяют для себя социальное предпринимательство как социальные предприятия, которые взаимодействуют с комитетом по труду и занятости, например, с целью создания рабочих мест для инвалидов.

В будущем “Аревик” планирует развиваться как раз в этом направлении - помощь в трудоустройстве лиц с ограниченными возможностями. Например, пошив одежды и аксессуаров. Однако, все это находится пока в перспективе.

Из всего вышеперечисленного мы можем сделать вывод, что некоммерческая организация “Аревик” больше всего приближена к модели социального кооператива (СК), которая возникла в результате эволюции организаций взаимных интересов, желающих решить какую-то социальную проблему, в сторону общего интереса. Так, в начале своего развития организация “Аревик” состояла из матерей инвалидов, а затем спустя много лет организация стала развиваться в сторону многостороннего социального кооператива с участием родителей из разных семей, волонтеров и специалистов с целью создания рабочих мест для людей с ограниченными возможностями.

Следующая организация - это “Мир на ощупь”. Основная идея данного социального предприятия заключается в том, что в музее, где полная темнота работают незрячие люди. Проект стартовал в сентябре 2015 года по инициативе бизнесмена Анатолия Мовшовича.

Основной клиентурой “Музея в темноте” являются школьники с 10 лет до 18, с 18 до 35 лет и в среднем люди до 45 лет. Также данная организация работает и с корпоративными клиентами - организовывают бизнес тренинги в темноте.

“Мир на ощупь” напрямую поддерживается правительством Санкт-Петербурга, комитетом по труду, которые выделяет субсидии на все необходимое. Когда проект только стартовал сумма составила 11 миллионов на открытие площадки. Благодаря помощи комитета по труду, а также компаний-спонсоров на реализацию данного проекта удалось собрать необходимую сумму.

На вопрос о том, как они определяют для себя социальное предпринимательство представитель организации ответил, что главной целью должно являться не зарабатывание денег и получение прибыли, а изменение общества.

Организацию “Мир на ощупь” нам сложно отнести к какой-то одной модели. С одной стороны, эта организация как и в моделе предпринимательской некоммерческой деятельности (ПНД) ориентирована на миссионерскую деятельность, где предприятие предоставляет платные услуги, способствуя социальной интеграции и трудоустройству неквалифицированных рабочих и/или людей с ограниченными возможностями. С другой стороны, Анатолий Мовшович акцентирует внимание на том, что “Мир на ощупь” не является некоммерческой организацией. Это абсолютно коммерческая компания, ООО, с официальным трудоустройством, которая начиналась как социальный проект. Таким образом, этот факт приближает данный проект к модели социального бизнеса (СБ), где владельцы среднего/малого бизнеса мотивированы сбалансированным сочетанием экономических и социальных целей.

Последняя третья организация - это благотворительный фонд “БлагоДаря”. Данная некоммерческая организация начала свою деятельность первого июня (в день защиты детей) в 2016 году. Основная идея этой организации состоит в том, что благотворителем может быть каждым. Не обязательным фактором здесь является наличие денег. Благотворительный фонд может забрать любую ненужную вещь (в хорошем состоянии, либо новую), то, что пригодно для продажи. Продать ее, а вырученные деньги направить в ту благотворительную организацию, куда выберет благотворитель. Таким образом фонд “БлагоДаря” выступает как бы в роли посредника.

Данная некоммерческая организация не получает никакой поддержки от государства, однако совершала попытки подать на президентский грант.

Благотворительный фонд получает финансовую помощь благодаря пожертвованиям и спонсорам, также он оставляет себе 20% от выручки на необходимые затраты.

В нашем исследовании мы относим некоммерческую организацию “БлагоДаря” к модели предпринимательской некоммерческой деятельности. “БлагоДаря” осуществляет не связанную с миссией торговая, коммерческую деятельность (магазин, продающий любые виды товаров и управляемый благотворительной организацией).

Таким образом, мы отнесли три социальных предприятия города Санкт-Петербурга к одной или нескольким современным теоретическим моделям социального предпринимательства.

# **Заключение**

Таким образом, нам удалось изучить и проанализировать две классические теории социального предпринимательства, а также современные теории социального предпринимательства, удалось изучить значимые аспекты социальный предприятий в городе Санкт-Петербург. Помимо этого было проведено эмпирическое социологическое исследование с использованием качественного метода (глубинные интервью с представителями социальных предприятий в Санкт-Петербурге).

Проанализировав две исторические, классические модели социального предпринимательства - англо-американскую и континентальную (западноевропейскую) - мы выявили основные их основные отличия и историческое формирование. Касательно социального предпринимательства на современном этапе мы выделили новую, третью современную унифицированную форму социального предпринимательства, которая получила название синтетическая модель социального предпринимательства. Опираясь на статью Дефурни и Ниссенса были выделены 6 институциональных траекторий, из которых мы выделили 4 современные теоретические модели социального предпринимательства: модель предпринимательской некоммерческой деятельности (ПНД), модель социального кооператива (СК), модель социального бизнеса (СБ), модель государственного социального предприятия (ГСП).

С помощью вышеуказанной теоретической информации, а также результатов эмпирического социологического исследования нам удалось свести определенные социальные предприятия города Санкт-Петербурга к одной или нескольким современным теоретическим моделям социального предпринимательства. Таким образом, мы отследили трансформацию социальных предприятий Санкт-Петербурга, их развитие в сторону гибридных моделей социального предпринимательства.

# **Список литературы**

1. Acs Z. J., Audretsch D. B. (eds.) (2010) Handbook of Entrepreneurship Research an Interdisciplinary Survey and Introduction. Second Edition. New York: Springer.
2. Austin J., Stevenson H., Wei-Skillern J. (2006) Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different or Both? Entrepreneurship Theory and Practice, (30): 1–22.
3. Azmat F. (2013) Sustainable Development in Developing Countries: the Role of Social Entrepreneurs. International Journal of Public Administration, 36 (5): 293–304.
4. Borzaga C., Defourny J. (eds.) (2001) The Emergence of Social Enterprise. London: Routledge.
5. Christie M. J., Honig B. (2006) Social Entrepreneurship: New Research Findings. Journal of World Business, (41): 1–5.
6. David R. (1966) Les grands systemes de droit contemporains (Droit comparè). Paris: Dalloz.
7. Dees, J. G. (1994). Social enterprise: Private initiatives for the common good Harvard Business School Note. Cambridge, MA: Harvard Business School Press.
8. Dees, J. G. (1996). Social enterprise spectrum: Philanthropy to commerce. Harvard Business School Note. Cambridge, MA: Harvard Business School Press.
9. Dees, J. G. (1998). Enterprising nonprofits. Harvard Business Review, 76(1), 55-67.
10. Dees, J. G., Emerson, J. & Economy, P. (2001). Enterprising nonprofits: A toolkit for social entrepreneurs. New York: John Wiley & Sons.
11. Defourny J., Nyssens M. (2010) Conceptions of Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and Divergences. Journal of Social Entrepreneurship, 1 (1): 32–53.
12. Defourny J., Nyssens M., (2017) Fundamentals for an International Typology of Social Enterprise Models. Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations, 28 (6): 2469–2497.
13. Di D., Haugh H., Tracey P. (2010) Social Bricolage: Theorizing Social Value Creation in Social Enterprises. Entrepreneurship Theory and Practice, 34 (4): 681–703.
14. EMES (2020) International Research Network for Social Enterprise. Available at: https://emes. net/focus-areas/ (accessed 1 March 2020).
15. Estrin S., Mickiewicz T., Stephan U. (2016) Human Capital in Social and Commercial Entrepreneurship. Journal of Business Venturing, (31): 449–467.
16. Hall P., Soskice D. (2001) Varieties of Capitalism: The Institutional Foundations of Comparative Advantage. Oxford: Oxford University Press.
17. Kerlin J. A. (2006) Social Enterprise in the United States and Abroad: Learning from Our Differences. In: Mosher-Williams R. (ed.) Research on Social Entrepreneurship: Understanding and Contributing to an Emerging Field: ARNOVA Occasional Paper Series. Washington: ARNOVA: 105–125.
18. Lambert L., Dedeurwaerdere T., Nyssens M., Severi E., Brolis O. (2019) Unpacking the Organizational Diversity within the Collaborative Economy: the Contribution of an Analytical Framework from Social Enterprise Theory. Ecological Economics, (164): 1–9.
19. Lebedintseva L., Lebedintsev D., Deriugin P. (2020) Investigating Social Entrepreneurship: New Research Findings. European Proceedings of Social and Behavioural Sciences, (96): 152–159.
20. Mair J., Schoen O. (2007) Successful Social Entrepreneurial Business Models in the Context of Developing Economies: An Explorative Study. International Journal of Emerging Markets, 2 (1): 54–68.
21. Martens C., Lacerda F., Belfort A., Freitas H. (2016) Research on Entrepreneurial Orientation: Current Status and Future Agenda. International Journal of Entrepreneurial Behavior, (6): 557–567.
22. Mason Ch. (2012) Up for Grabs: A Critical Discourse Analysis of Social Entrepreneurship Discourse in the United Kingdom. Social Enterprise Journal, 8 (2): 123–140.
23. McAnany E. (2012) Social Entrepreneurship and Communication for Development and Social ChangeRethinking Innovation. Nordicom Review, (33): 205–218.
24. Mosher-Williams R. (ed.) (2006) Research on Social Entrepreneurship: Understanding and Contributing to an Emerging Field: ARNOVA Occasional Paper Series. Washington: ARNOVA.
25. Nicholls A. (2005) Measuring Impact in Social Entrepreneurship: New Accountabilities to Stakeholders and Investors? Seminar on Social Enterprise. Milton: Milton Keynes University.
26. Sahlman W. A. (1996) Some Thoughts on Business Plans. In: W. A. Sahlman, H. Stevenson, M. J. Roberts, A. V. Bhide (eds.) The Entrepreneurial Venture. Boston: Harvard Business School Press: 138–176.
27. Sharir M., Lerner M. (2006) Gauging the Success of Social Ventures Initiated by Individual Social Entrepreneurs. Journal of World Business, 41(1): 6–20.
28. Yiu D., Wan W., Chen X., Su J. (2014) Sentimental Drivers of Social Entrepreneurship: A Study of China‘s Guangcai (Glorious) Program. Management and Organization Review, 10 (1): 55–80.
29. Young D., Lecy J. (2014) Deﬁning the Universe of Social Enterprise. Competing Metaphors. VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonproﬁt Organizations, 25 (5): 1307–1332.
30. Zellweger T. M., Nason R. S., Nordqvist M., Brush C. G. (2013) Why do Family Firms Strive for Nonﬁnancial Goals? An Organizational Identity Perspective, Entrepreneurship Theory and Practice, 37 (2): 229–248.