УДК: 658.114.8:332.1 DOI: 10.12737/24766

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В РЕГИОНЕ: ОПЫТ КАЧЕСТВЕННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Дорохова Ю.В., Коханик М.С.[1]

Данная статья основана на результатах авторского исследования становления социального предпринимательства в регионе. Цель написания данной статьи сводится к тому, чтобы проследить особенности становления социального предпринимательства в Орловской области. Методология исследования включает использование – стратегии качественного исследования кейс-стади с логической интерпретацией полученных результатов, сформулированных в виде выводов по затрагиваемой проблеме. При этом стратегия кейс-стади предполагает выбор определенных объектов, в данном случае группы социальных предпринимателей, ведущих свой бизнес на территории Орловской области. Исследование и анализ проводились в 2014–2015 гг. Результатами исследования являются выводы авторов статьи о возможности использования стратегии кейс-стади к изучению проблем социального предпринимательства, поскольку именно эта качественная стратегия позволяет всесторонне рассмотреть данный сегмент предпринимателей, определить особенности их становления и на этой основе скорректировать направления их поддержки.

***Ключевые слова**:* социальное предпринимательство, кейс-стади, глубинное интервью, государственная поддержка социального предпринимательства.

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN THE REGION: EXPERIENCE OF QUALITATIVE RESEARCH

DOROKHOVA Y. V. – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor at the Department of Sociology and Information Technologies, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (Russian Federation, Orel), e-mail: robbbot@yandex.ru

KOKHANIK M. S. – Master Student, National Research University - Higher School of Economics, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (Russian Federation, Orel), e-mail: kohanik.masha@yandex.ru

This article is based on the results of the authors' research of the development of social entrepreneurship in the region. The purpose of this article is to find the peculiarities of the development of social entrepreneurship in the Orel region. The research methodology involves the use of strategies of qualitative research of case study with a logical interpretation of the obtained results formulated in the form of conclusions on the problem. In this strategy the case study involves the selection of certain objects, in this case, a group of social entrepreneurs who run their business on the territory of the Orel region, so as a direct method of gathering information depth interview was used. The research and analysis was conducted in 2014-2015. The results of the study are the authors' conclusions about the possibility of using the strategy of case study to analyze the problems of social entrepreneurship, since this quality strategy provides more specific insights into such an important group of entrepreneurs, to determine the peculiarities of their formation and on this basis to adjust the direction of their support.

Keywords: social entrepreneurship, case study, depth interview, government support of social entrepreneurship.

Дорохова Юлия Викторовна – кандидат экономических наук, доцент кафедры социологии и информационных технологий, Среднерусский институт управления - филиал РАНХиГС при Президенте РФ, адрес: 302028, Россия, г. Орёл, б. Победы, д. 5а, e-mail: robbbot@yandex.ru

Коханик Мария Станиславовна – магистр, Национальный исследовательский университет – Высшая школа экономики, адрес: 101000, Россия, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 20, e-mail: kohanik.masha@yandex.ru.

В настоящее время социальное предпринимательство в России находится в начальной стадии развития относительно стран–лидеров в этой области как в теоретическом, так и в практическом плане. Социальное предпринимательство в России не развито, а предпринимателей, действующих по его канонам, очень мало. Выражается оно обычно в отдельных инициативах, а не в массовом движении.

Сам термин «социальное предпринимательство» трактуется Министерством экономического развития так: это деятельность «субъектов малого и среднего предпринимательства, направленная на решение социальных проблем».

Роль регионов в государственной поддержке социального предпринимательства является определяющей. Именно от политики властей региона будет зависеть развитие социального предпринимательства в соответствующем субъекта РФ. Поэтому считаем необходимым провести социологический анализ становления социального предпринимательства и его государственной поддержки на примере Орловской области. Несмотря на то, что в Орловской области уделяется определенное внимание вопросам становления и развития социального предпринимательства (Орловской торгово-промышленной палатой проводится ежегодный конкурс в области социального предпринимательства «Социальное предпринимательство для города и людей»), в целом уровень его развития вряд ли можно назвать высоким.

В последнее время приобретают большое распространение методы качественного социологического исследования. Под качественным исследованием будет пониматься как исследование, где данные получены путем наблюдения, интервью, анализа личных документов (текстовых, реже визуальных – фото- и видеоисточников)[1].

Одной из стратегий качественного исследования является кейс-стади (изучение случая) или монографическое исследование (более традиционное название для отечественного обществоведения).

Кейс-стади — это стратегия эмпирического исследования отдельного, относительно ограниченного по масштабам объекта (группы, организации, индивида) в более или менее широком внутреннем и внешнем контексте.

Стратегия кейс-стади является одной из основных в системе качественных исследований. Само ее название противоречит принципу репрезентации, лежащему в основе стратегии количественных исследований. Особенностью стратегии кейс-стади является попытка взглянуть на социальный мир (в тех или иных его масштабах) через призму скрупулезного анализа одного из его объектов. Нами в качестве объекта кейс-стади выбрана группа социальных предпринимателей, осуществляющих свой бизнес на территории Орловской области.

Кейс-стади — это не метод сбора или анализа информации, а именно исследовательская стратегия. Разнообразные методы сбора и анализа информации входят в нее в качестве составных частей. Нами в качестве метода было выбрано глубинное интервью трех социальных предпринимателей г. Орла.

Все опрошенные предприниматели сотрудничали с Некоммерческой организацией «Фонд поддержки предпринимательства Орловской области».

Анализ проведенных интервью позволил выявить следующие особенности. Во-первых, какая же конкретная предпринимательская деятельность в городе Орле направленно имеет социальное направление. Первый предприниматель является субарендатором в садике, ведет с женой занятия у нескольких групп. Снимает отдельное помещение, где занимается с детьми «рисованием песком».

[1] Семенова В.В. Качественные методы: введение в гуманистическую социологию: Учеб. пособие для студентов вузов / Ин-т социологии РАН. – М.: Добросвет, 1998.

Второй предприниматель организовала центр детского развития, где работает по методике «Монтессори» с малышами (с 8-ми месяцев, что является новшеством для Орла, так как подобные центры работают с 3-х лет).

И третий предприниматель открыл магазин, где реализует инвалидные коляски, также производится ремонт инвалидных колясок, и коляски выдаются напрокат, планируется открытие комиссионной торговли.

Понятие «социальное предпринимательство» является размытым и до сих пор не имеет точного общепринятого определения. Так, у всех опрошенных нами предпринимателей не нашлось однозначного ответа. По сути, социальное предпринимательство направлено на все слои населения, вместе с тем должно решать конкретные социальные проблемы, улучшить сервис в этой области, и все это должно быть доступно всем гражданам и, возможно, быть бесплатным для некоторых категорий.

Из интервью с первым предпринимателем: «*Ну, социальное означает направленное на различные слои населения, как я понимаю. Социальное, наверное, в моем понимании больше считается бесплатным».*

Из интервью со вторым предпринимателем: *«Для меня это тот бизнес, который направлен на работу с людьми и на улучшение сервиса в этой области. …Я считаю, что это социальное предпринимательство, независимо от того, работают со взрослыми или с детьми, с больными или со здоровыми, это направлено на улучшение качества жизни людей, значит, это социальный бизнес*».

Из интервью с третьим предпринимателем: «*Тяжело ответить на этот вопрос, потому что действительно определения этого нет. Кто как хочет, так его и определяет. Фонды разные определяют его по-своему, администрация наша – по-своему. Как бы определения четкого нет. Кого можно отнести к социальным предпринимателям, тяжело сказать. Скорее всего, это предпринимательство в той сфере, которая каким-то образом пытается снизить какие-то социальные проблемы, то есть работает с социально не защищенными группами населения.*

Однако сам термин «предпринимательство» предполагает получение прибыли. Как же предприниматели в социальной области совмещают получение прибыли и социальную мотивацию, возможно ли помочь малоимущим и при этом «остаться в плюсе».

Социальная мотивация таких предпринимателей часто кроется в личных потребностях. Именно они подталкивают предпринимателей на организацию подобной деятельности.

Из интервью с первым предпринимателем: «*Вряд ли у нас можно сделать что-то бесплатное из хорошей дотации – это раз. И опять же… Ну, начнем с того, что у меня вот тоже двое детей. Ребеночек мой старший, девочка, пошла в первый класс. Идея бесплатная, правильно? Ну, там кружки… И как бесплатно, ведь кто-то же оплачивает, правильно? Преподаватели… И дотации идут скорее всего из школ там…Но опять же, касаемо прибыли…Даже работая с детьми, больших денег здесь не получишь никак*».

Следует отметить, что этот предприниматель достаточно трезво оценивает свой экономический потенциал и возможные потери, однако при этом отмечает: *«Таким образом, я смотрел с той точки зрения, что затраты здесь небольшие, удовольствия можно получить больше, занимаясь этим».*

Из интервью с третьим предпринимателем: *«Этой идее уже лет пять. Занимаемся мы вместе с супругой этим. Ну а пришло все из того, что, оказавшись в ситуации подобной, получилось так, что в Орле получить грамотную консультацию, собственно, негде. А если еще хочется купить что-то более качественное, чем китайское, в Орле это сделать вообще негде. Ну, вот отсюда пришла идея: давайте попробуем развить свои магазины».*

Другие исходят все же из понимания и определения того, что не хватает обществу (соответственно из этого можно получить достаточную прибыль). При этом сначала выявляется определенная социальная проблема или общественная необходимость. Далее либо создается что-то кардинально новое, либо что-то подобное, но улучшенное.

Из интервью со вторым предпринимателем: *«Первоначально все-таки хотелось, чтобы в Орле был Монтессори-центр, поскольку на тот момент, когда мы открывались, Монтессори в Орле было представлено только одной небольшой фирмой, которая работала с детьми от 3-х лет. Поняв, что это за методика, поняв, что это действительно высокие результаты, поняв, что это нравится детям, нравится родителям, что во всем мире это широко распространено, а у нас в городе этого нет, мы поняли, что хотим этим заниматься, и нашли единомышленников, создали центр и поняли, что плохо мы делать не сможем. Все те люди, с которыми мы работали на начальных этапах, были заинтересованы в том, чтобы оказывать услугу качественно, делать так, чтобы клиентам было удобно. Это и послужило стартом, большим хорошим стартом, поскольку работать на маленькой территории, в неудобном месте, как мы открылись, это было долго невозможно»*.

Следующей особенностью организации бизнеса в сфере социального предпринимательства является огромная любовь к своему делу, интерес к самому процессу создания нового или оказания услуги.

Из интервью с первым предпринимателем: «*…Первые столики я делал сам своим детям. Пошел, купил доску, сколотил ящик, нашел стекло, поставил его, купил осветители, попробовали. Песок мы пробовали самый простой – из песочницы, просеивали его на сите, промывали, прокаливали, пытались рисовать. … В итоге мы созрели уже, и после двух месяцев мытарств, летом в августе, я все-таки заказал профессиональный песок из Москвы. Нашел поставщика, который нам прислал профессиональный песок, и мы взяли цветной песок и обычный. Попробовали. Да! Этот песок отличный. Нам все понравилось. Детям понравилось, пришли дети знакомых, попробовали, порисовали. … Мы хотим, конечно, попробовать еще со старшими работать, потому что изначально… Это все я обучался, в Интернете смотрел. Начальные этапы, да. Мы все, что можем, показываем. Профессионально рисовать у нас пока не особо получается, но, как говорится, главное, начать. Чем больше рисуем, тем лучше у нас получается*». Предприниматель эмоционально отзывается о своем деле, ощущается личная заинтересованность и при этом желание сделать что-то нужное и достойное.

Из интервью со вторым предпринимателем: «*Молодые родители зачастую не знают, как правильно, что правильно делать, воспитывают на ощупь, на интуиции и зачастую совершают непоправимые ошибки. Те родители, которые заинтересованы в правильном развитии ребенка, обращаются к нам и, посещая занятия, которые в общем-то для ребенка, сами много всего получают. Они получают правильное направление в развитии ребенка, правильное отношение к воспитанию малыша, правильные взгляды на развитие ребенка раннего возраста, и это помощь в воспитании в первую очередь.*

Многих кризисов ребенка можно избежать, вернее, не многих…, а всё неправильное, не вписывающееся в рамки поведения ребенка в раннем возрасте, – это результат неправильного взаимоотношения с родителями. Если взаимоотношения с родителями выстроены верно, то у ребенка не будет кризисов и капризов, которые будут мешать ему» .

Из интервью с третьим предпринимателем: «*Ну а пришло все из того, что, оказавшись в подобной ситуации, получилось так, что в Орле получить грамотную консультацию, собственно, негде. А если еще хочется купить что-то более качественное, чем китайское, в Орле это сделать вообще негде. Ну, вот отсюда пришла идея: давайте попробуем раз-*

вить свои магазины». Здесь мы видим, что личный, не всегда положительный опыт является отправной точкой для занятия подобным видом бизнеса. И далее можно наблюдать, как идея продавать инвалидные коляски трансформировалась в их ремонт (который зачастую является бесплатным, при этом издержки на ремонт компенсируются государством). «То, что у нас выдается сейчас – это, конечно, не поддается никакой критике. Коляски ломаются, что даже и года не проходит. С этим мы сделать ничего не можем. Но помочь мы все-таки можем. Ну, наверное, вот это можно назвать социальным предпринимательством».

Что касается вопроса прибыли, следует отметить низкую окупаемость этих проектов, зачастую большую затратность. Например, первый предприниматель платит за аренду помещения, расходные материалы, доски, песок и т.д. Более того, для организации любой деятельности в обязательном порядке нужна лицензия.

Из интервью с первым предпринимателем: «*Получение лицензии – очень долгий процесс, и многие от этого не идут в данный вид деятельности и не хотят преподавать детям, потому что работа с детьми – это работа неблагодарная. Много денег ты здесь не заработаешь*». А для увеличения клиентской базы (нужно же окупать расходы) необходимо проводить рекламную политику. «*Но в связи с рекламными акциями, деньги, которые были на аренду все разошлись. В связи с этим пришлось взять еще один кредит, чтобы продержаться дальше».*

Из интервью со вторым предпринимателем: *«Честно, наш бизнес с трудом окупается, потому что мы никак не остановимся. И все, что приобретаем, мы вкладываем в развитие, и пока суперприбыли у нас не наблюдалось в связи с тем, что все, что зарабатывается, вкладывается обратно. …Понятно, что за три года такое бешеное развитие идет и за счет того, что свои средства вкладываем, и кредитные средства, и пока, честно, прибыли видим мало. Но мы выстраиваем сейчас ту базу, которая будет необходима для того, чтобы понимать, что этот бизнес стабилен. Попытки получить государственную поддержку также оказались на деле затратными, и их реализация требует много времени*».

Из интервью с первым предпринимателем: «*Мне, как предпринимателю, сказали, что я могу получить госсубсидию. Для этого нужен, первое, четкий бизнес-план, второе, мне нужна съемка каких-то мероприятий открытых, хотя бы где-то бесплатно проведенных…. Чтобы получить субсидию на бирже труда, нужно на ней стоять. Для этого мне нужно быть официально безработным. Опять же субсидии из биржи труда мне светит 30 тыс. рублей. Все, больше там не дадут…»*

Для второго предпринимателя государственная поддержка оказалась весьма полезной. Был разработан бизнес-план, и получен безвозмездный грант на открытие этого бизнеса.

Из интервью со вторым предпринимателем: «*И очень приятно было ее получить, когда в 2013 году Департамент экономики выдал нам грант в размере 1 млн. рублей на открытие детских садов. Конечно, этого мало, понятно, что на этот грант не откроешь четыре детских сада, но это была очень приятная помощь и поддержка, которую неожиданно было получить*».

Помимо финансовой помощи у предпринимателей есть возможность получить информационную поддержку, что немаловажно, особенно если плохо ориентируешься в информационных потоах и юридических коллизиях. Например, Гарантийный фонд оказал неоценимую помощь двум предпринимателям. Данный фонд оказал поддержку не только на начальном этапе становления бизнеса, но и в течение всего времени существования организации оказывает консультации.

Из интервью со вторым предпринимателем: «*Постоянно на базе Гарантийного фонда мы посещали бизнес-семинары, посещение которых бесплатным являлось раньше, ну и сейчас, наверное. Достаточно большой курс бизнес-обучения мною был пройден, что повлияло на то, как в дальнейшем наша организация развивалась. Если бы его не было, вероятно, что развитие пошло бы неправильным путем, и сейчас хочется надеяться, что все правильно*».

Третий предприниматель, несмотря на то, что считает, что в информационной поддержке нет смысла, исходит из того, что социальное предпринимательство, по его мнению, не предполагает больших прибылей, а значит, не может оплачивать большие налоги. «*Государство у нас поддерживает некоторые виды деятельности с точки зрения налогообложения: ставка снижается с 15 до 10 процентов. Так как, что такое «социальное предпринимательство», мы определить не можем, никто из социальных предпринимателей под это не попадает*».

При этом знает о существовании фондов, которые консультируют по вопросам социального предпринимательства (в частности, он назвал фонд «Наше будущее»), однако его услугами пока не пользовался, но надеется в будущем запустить с его помощью их проект.

Из интервью с третьим предпринимателем: «*Как социальным предпринимателям никто нам ничего не выделял. Как предпринимателям, да. Выиграли мы три года назад субсидии областные как раз на открытие проката. 30 тысяч выделила Орловская администрация. Ну, мы участвовали на общих условиях. Там были все, собственно. Слово «социальный» – да, мы это прописывали в бизнес-плане – не имело решающего значения*».

Первый предприниматель имеет негативный опыт государственной поддержки. Из интервью с первым предпринимателем: «*Мне как предпринимателю сказали, что я могу получить госсубсидию. Для этого нужно: первое – четкий бизнес-план, второе – мне нужна съемка каких-то мероприятий открытых, хотя бы где-то бесплатно проведенных. И все это нужно было представить до 13 сентября. А так как на пороге уже было 5 сентября, мы не успевали все это сделать. Мы и так сломя голову здесь все делали, чтобы открыться нормально. Мы 10-ого сентября открывались. Мы не успели документы подать, и я подумал: «Ну, на следующий год». На что мне сказали, что в следующем году я претендовать на субсидию уже не имею права, потому что все, кто претендует, должны открыться в год, а у меня уже будет свыше года. Чтобы получить субсидию на бирже труда, нужно на ней стоять. Для этого мне нужно быть официально безработным. Опять же субсидия из биржи труда мне светит 30 тыс. рублей. Все, больше там не дадут. Или 60 тысяч, если я возьму кого-то из биржи труда работать у себя официально. Ну, соответственно, мне выдадут 30 тысяч, из них я должен буду заплатить в Пенсионный фонд 20 тысяч и 2–2,5 тысячи – в Медицинский. То есть из 30 тысяч у меня тысяч 5–6 с трудом выходит. При этом я еще должен зарплату платить потом, правильно? Поэтому опять же это не имеет смысла. А по остальным вопросам я не обращался. На тот момент я взял текущий кредит в коммерческом банке, поэтому, чтобы открыться, купить оборудование и все здесь сделать, денег хватило*».

О возможностях дальней помощи государства он отзывается скептически: «*Опять же бесплатный сыр бывает только в мышеловке. Да, бизнес-план можно было составить, скачать из Интернета, как говорится. Но опять же это не значит, что это будет работать. Все силы, что мы вкладываем, мы вкладываем сюда. Пока их вкладываю я, и иногда их вкладывает жена. Сами раздаем листовки, сами расклеиваем объявления, сами их печатаем, сами приходим и ведем занятие. Что касается поддержки, единственное – нас пригласили в среду в Институт усовершенствования учителей, там какая-то лекция, просили очень поприсутствовать*».

Конечно, эти предприниматели активно взаимодействуют с Некоммерческой организацией «Фонд поддержки предпринимательства Орловской области», но даже у них неоднозначная оценка государственной поддержки.

Таким образом, можно сделать вывод, что понятие социальное предпринимательство на сегодняшний день продолжает оставаться размытым (что подтверждают многие отечественные и зарубежные исследователи[1)]: опрошенные нами предприниматели, которые сами себя относят к социальным предпринимателям, не смогли точно определить данное направление бизнеса. Правила игры остаются в принципе такими же, как и для всего бизнеса: начальный вклад, что требует и сил и много денег, далее постепенное развитие с выходом на прибыль, расширение, и дополнительные возможности получение грантов при активной работе и получение хоть и малой, но денежной поддержки от государства.

Что касается анализа конкретных кейсов, то следует отметить, что они во многом перекликаются с выводами Кульковой В.Ю.

– предприниматели являются участниками «социальных преобразований» через реализацию социальных инноваций»[2]. Можно отметить оригинальность (возможно даже уникальность) сферы деятельности для данного региона (Орловской области), все интервьюируемые нами предприниматели первыми в регионе начали этот вид бизнеса;

– «ориентация на целевую группу – людей, попавших в трудную жизненную ситуацию»[3]. В нашем исследовании – это лица с ограниченными возможностями здоровья и дети.

– «альтруизм», как функция социального предпринимательства по мнению Кульковой В.Ю.[4], в нашем исследовании подтверждается благородством целей (это не только получение дохода, но и возможность оказания помощи обществу, и даже «радость творчества» по Й. Шумпетеру).

Особенностями характерными для исследования социальных предпринимателей Орловской области являются:

– личный пережитый опыт, зачастую лежащий в основе занятия тем ли иным видом деятельности и родственный характер бизнеса (как привило, занимаются вместе муж и жена, привлекая детей);

– непродолжительный период занятия социальным предпринимательством (не более 3-4 лет);

– разница в оценке государственной поддержки: с одной стороны, все отмечают ее необходимость, с другой, она, как правило, определяется выделением грантов и субсидий, которые многие не могут получить вследствие недостаточной экономической грамотности. При имеющейся доступности ресурсов в написании бизнес–планов, многие предприниматели отмечают необходимость организации помощи в их составлении, в подаче заявок на гранты;

– оптимистичность социальных ожиданий предпринимателей, настроенность на расширение бизнеса.

Библиография/References:

1. Анненкова А.А., Дорохова Ю.В., Гришина А.Н., Содействие развитию малого предпринимательства на территории муниципальных образований // Среднерусский вестник общественных наук. – 2015. – Том 10 – №4. – С. 163–173.

2. Баталина М., Московская А., Тарадина Л. Обзор опыта и концепций социального предпринимательства с учетом возможностей его применения в современной России: Препринт WP1/2008/02. – М.: ГУ ВШЭ, 2008. – 84 с.

[1] Баталина М., Московская А., Тарадина Л. Обзор опыта и концепций социального предпринимательства с учетом возможностей его применения в современной России : Препринт WP1/2008/02. — М.: ГУ ВШЭ, 2008. — С.42—43.

[2] Кулькова В.Ю. Социальное предпринимательство: сущность и основные характеристики//Среднерусский вестник общественных наук. 2016. —Том 11. — №2. — С. 122.

[3] Там же.

[4] Там же.

3. Грищенко Ю.И. Тенденции развития социального предпринимательств в России:проблема развития социального предпринимательства в РФ // Стратегии бизнеса. – 2014. – № 10. – С.15–20.

4. Долгосрочная областная целевая программа «Развитие и поддержка малого и среднего предпринимательства в Орловской области на 2012–2020 годы» [Электронный ресурс]. - СПС Консультант Плюс. – М., 2015 – URL: http://docs.cntd.ru/document/473704382 (дата обращения: 04.03.2015)

5. Козырева П.М. Малое предпринимательство в России: повседневные проблемы и трудности развития // Экономические и социальные проблемы: факты, тенденции, прогноз. – 2015. – № 1 (37).

6. Кулькова В.Ю. Социальное предпринимательство: сущность и основные характеристики//Среднерусский вестник общественных наук. 2016, Том 11 (№2). С. 119-122.

7. Лазаренко А.Л. Понятие социального предпринимательства: общественная значимость и инновационная составляющая. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2013. – 180 с.

8. Масалков И.К., Семина М.В. Стратегия кейс–стади: методология исследования и преподавания. – М.: Академический проект; Альма Матер, 2011 – 443 с.

1. Annenkova, A.A., Dorokhova, Iu.V., Grishina, A.N., (2015) Sodeistvie razvitiiu malogo predprinimatel'stva na territorii munitsipal'nykh obrazovanii [Promoting the development of small business in the municipality] // Srednerusskii vestnik obshchestvennykh nauk [Central Russian Journal of Social Sciences]. – Tom 10 – №4. – P. 163–173. (In Russ.)

2. Batalina, M., Moskovskaia, A., Taradina, L. (2008) Obzor opyta i kontseptsii sotsial'nogo predprinimatel'stva s uchetom vozmozhnostei ego primeneniia v sovremennoi Rossii [Review of experiences and concepts of social pred¬prinimatelstva taking into account the possibilities of its application in modern Russia]: Preprint WP1/2008/02. – M.: GU VShE. – 84 p. (In Russ.)

3.Grishchenko, Iu.I. (2014) Tendentsii razvitiia sotsial'nogo predprinimatel'stv v Rossii:problema razvitiia sotsial'nogo predprinimatel'stva v RF [Trends in the development of social entrepreneurship in Russia: the problem of the development of social entrepreneurship in the Russian Federation] // Strategii biznesa [Business Strategies]. – № 10. – P.15–20. (In Russ.)

4. Dolgosrochnaia oblastnaia tselevaia programma «Razvitie i podderzhka malogo i srednego predprinimatel'stva v Orlovskoi oblasti na 2012–2020 gody» [Long-term regional target program "Development and support of small and medium-sized businesses in the Oryol region in 2012-2020"] [Elektronnyi resurs]. - SPS Konsul'tant Plius. – M., 2015 – URL: http://docs.cntd.ru/document/473704382 (data obrashcheniia: 04.03.2015) (In Russ.)

5.. Kozyreva, P.M. (2015) Maloe predprinimatel'stvo v Rossii: povsednevnye problemy i trudnosti razvitiia [Small business in Russia: everyday problems and developmental difficulties] // Ekonomicheskie i sotsial'nye problemy: fakty, tendentsii, prognoz [Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast]. – № 1 (37). (In Russ.)

6. Kul'kova, V.Iu. (2016) Sotsial'noe predprinimatel'stvo: sushchnost' i osnovnye kharakteristiki [Social enterprise: essence and features] // Srednerusskii vestnik obshchestvennykh nauk [Central Russian Journal of Social Sciences]. – Tom 11. – № 2. – P. 119-122. (In Russ.)

7. Lazarenko, A.L. (2013) Poniatie sotsial'nogo predprinimatel'stva: obshchestvennaia znachimost' i innovatsionnaia sostavliaiushchaia [The concept of social entrepreneurship: the social significance and innovative component]. – M.: Izd. dom Vysshei shkoly ekonomiki. – 180 p. (In Russ.)

8. Masalkov, I.K., Semina, M.V. (2011) Strategiia keis–stadi: metodologiia issledovaniia i prepodavaniia [Case study strategy: research and teaching methodology]. – M.: Akademicheskii proekt; Al'ma Mater – 443 p. (In Russ.)