

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕГИОНЕ

Т.А. Аверина, А.А. Бартенева, О.С. Перевалова

Воронежский государственный технический университет, г. Воронеж, Россия

Социальные услуги отличаются от услуг, которые оказывают предприятия и организации в других отраслях непродуцированной части экономики, потому что создаются и распространяются в интересах всех членов общества. Для построения грамотного механизма управления и развития социального предпринимательства необходима разработка ряда мер. В работе представлен подход к организации социального предпринимательства в регионе, особенностью которого является комплексное развитие с позиций различных заинтересованных сторон, в частности, государства, крупного бизнеса, малого бизнеса и общества. Отмечено, что в настоящее время эффективным механизмом развития социального предпринимательства является реализация ГЧП-проектов, так как при небольших затратах со стороны государства позволяет повысить объемы предоставляемых социальных услуг. Эффективным инструментом в развитии социального предпринимательства является корпоративная социальная ответственность. Благодаря созданию Центров социальных инноваций, Школ социального предпринимательства, Институтов наставничества, Клубов резидентов, Партнерских программ, привлечению малых социальных предприятий в мероприятия Ивент-менеджмента крупные компании могут способствовать развитию социального предпринимательства в регионах. Выявлено, что перспективным механизмом развития социального предпринимательства является распространение социальных франшиз уже состоявшихся предпринимателей. Для этого необходима реализация следующих мероприятий: организация клуба по бенчмаркингу для социальных предпринимателей, создание единого электронного каталога социальных франшиз по региону (округу, стране), популяризация информации об их деятельности по средствам СМИ, проведение обучающих семинаров и вебинаров. Определена необходимость учета «Теории поколений» при развитии и реализации социального предпринимательства. В частности, необходима разработка программ развития социального предпринимательства с учетом необходимости вовлечения большего количества представителей поколения Z в данную сферу. Кроме того, в работе акцентировано внимание на оценке социальной эффективности проектов социальной сферы. В этих целях рассматривается подход, позволяющий определить стоимостное выражение социальной эффективности проектов, и определены направления использования этого показателя.

Ключевые слова: социальное предпринимательство, развитие, управление, инвестиции, социальный эффект.

Введение

Социальные услуги отличаются от услуг, которые оказывают предприятия и организации в других отраслях непродуцированной части экономики, потому что создаются и распространяются в интересах всех членов общества.

Рассмотрим некоторые особенности реализации проектов именно в социальной сфере. Социальная сфера с экономической точки зрения охватывает комплекс рынков услуг, в совокупности обеспечивающих достойную жизнь граждан (рис. 1).

Все социальные услуги имеют раздвоенный характер: с одной стороны, они выступают потреблением благ, а с другой – инвестированием в человеческий капитал. Их создание и потребление определяется не только спросом каждого потребителя, но и интересами всего общества.

Именно поэтому социальная сфера нуждается в особенно активном регулировании со стороны государственных органов [1].

Ольга Епифанова, вице-спикер Госдумы, отмечает, что именно социальные предприятия становятся инновационными элементами в решении наиболее острых социальных проблем – от безработицы до восстановления целых деревень и промыслов, от обеспечения доступной среды для

маломобильных групп до новых видов социальных услуг для социально незащищенных категорий граждан [2].



Рис. 1. Основные составляющие социальной сферы

Важнейшим результатом социального предпринимательства является увеличение социальной добавленной стоимости инноваций – повышение качества жизни населения за счет следующих моментов (рис. 2):

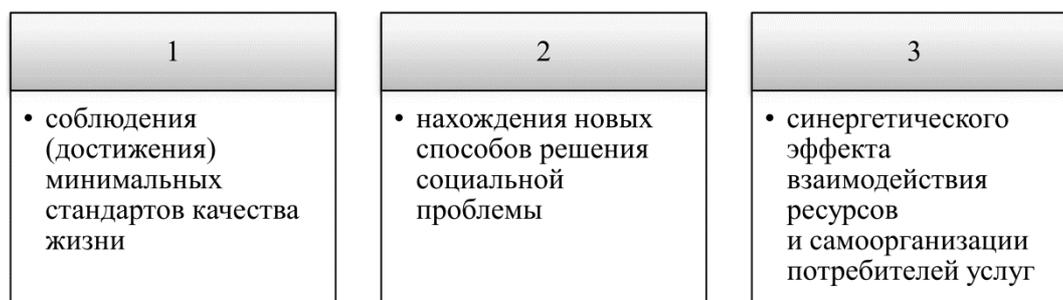


Рис. 2. Результаты социального предпринимательства

Предпосылками развития социального предпринимательства в России являются [3]:

- низкая эффективность решения социальных проблем государства через различные его социальные и благотворительные фонды;
- создание конкурентной среды для повышения качества услуг;
- возможность смягчения острых проблем общества, ускорения их решения за счет увеличения числа заинтересованных сторон;
- возможность создания систем, которые управляют и компенсируют разницу между возможностями и благосостоянием людей в различных сферах общества через организации социального предпринимательства;
- необходимость повышения осведомленности, чувства ответственности людей, интеграции их в сферу деятельности посредством действий общественных организаций на коммерческой основе.

Таким образом, для построения грамотного механизма управления и развития социального предпринимательства необходима разработка ряда мер.

С этой точки зрения актуальным будет выявление четких подходов к организации социального предпринимательства (нормативно-правовой аспект в работе не рассматривается) и оценка эффективности их проектов для реализации возможности привлечения инвестиций.

1. Подход к организации социального предпринимательства

Рассмотрим следующий подход к организации социального предпринимательства, особенностью которого является комплексное развитие с позиций различных заинтересованных сторон, в частности, государства, крупного бизнеса, малого бизнеса и общества (рис. 3).

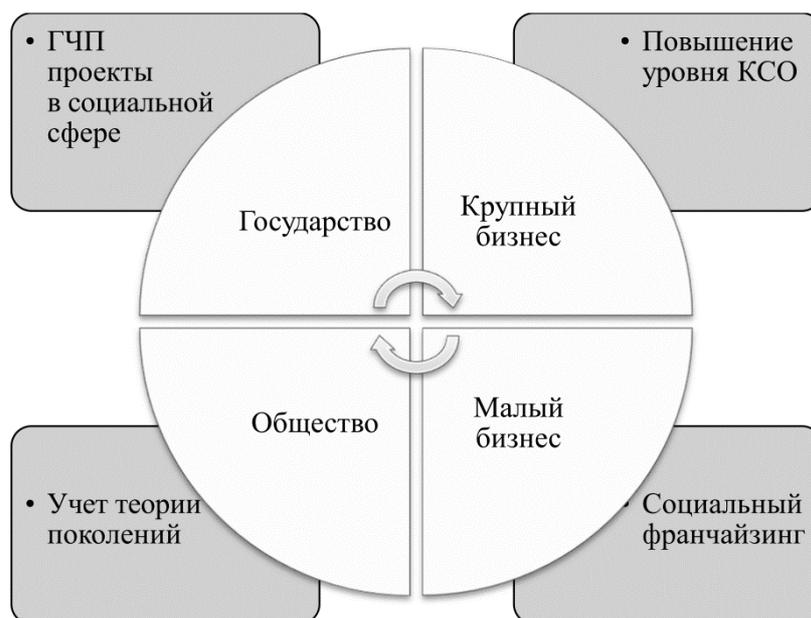


Рис. 3. Основные направления развития социального предпринимательства

Рассмотрим каждое направление подробнее.

1.1. Государственно-частное партнерство (ГЧП)

В настоящее время такая форма взаимодействия государства и бизнеса активно развивается.

Для государства проекты ГЧП в социальной сфере – это возможность решить проблему повышения качества и разнообразия предоставляемых гражданам благ и услуг при одновременной экономии бюджетных средств [1].

В то же время для «частных партнеров» социальная сфера «проигрывает» другим – например, транспортной и ресурсодобывающей – в связи с более низкой рентабельностью, длительными сроками окупаемости и неизбежным «повышенным» контролем со стороны государства.

Именно эти особенности объясняют тот факт, что в нашей стране социальная сфера не сразу стала рассматриваться государством как перспективная область для внедрения проектов ГЧП.

Только в последние десять лет идет активное развитие проектов ГЧП в разных областях социальной сферы, которая в настоящее время занимает третье место (после транспортной и коммунально-энергетической) по объемам инвестированных средств.

В то же время, несмотря на значительное количество проектов, ГЧП в социальной сфере развивается стихийно, соглашения носят локальный характер.

Вопрос становится еще более актуальным, учитывая, что согласно [4, 5] в 2019 году ожидается значительное недофинансирование проектов в социальной сфере – 200 млрд руб.

Очевидно, что передача даже части полномочий по предоставлению населению исключительно общественных благ невозможна, в то время как социальные блага, близкие к стандартным рыночным товарам – образование, здравоохранение, обеспечение доступа к спортивным объектам и т. д., становятся объектами соответствующего соглашения о ГЧП.

Стоит отметить, что концессия в РФ занимает первое место из форм реализации проектов ГЧП. Соглашения о ГЧП/муниципально-частном партнерстве (МЧП) в большинстве случаев используются для организации проектов в социальной сфере (здравоохранение, образование).

Заметим, что на региональном и муниципальном уровне реализуется ряд проектов (всего 176) в аналоговых формах ГЧП, заключенных в рамках иных организационно-правовых форм, например (рис. 4):

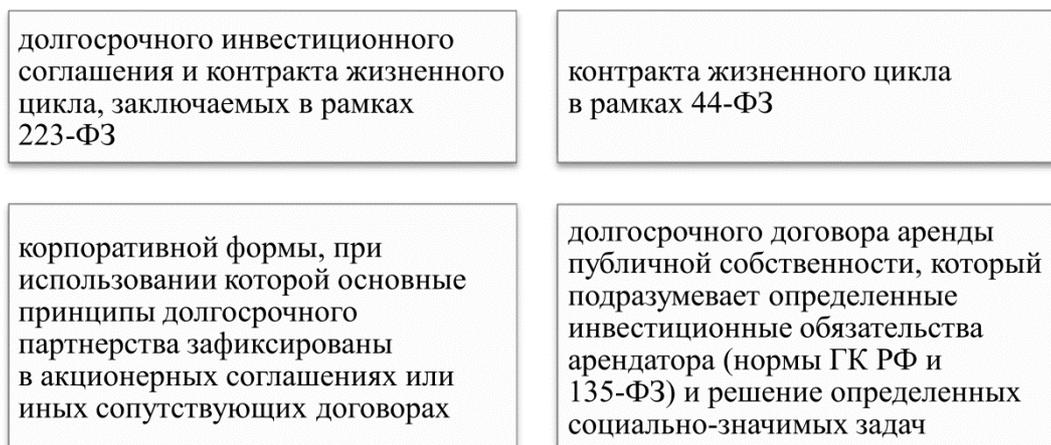


Рис. 4. Аналоговые формы ГЧП

Исходя из сказанного выше, можно заключить, что в РФ имеется опыт реализации ГЧП проектов в социальной сфере, существует необходимость и потенциал для его расширения, выявлены определенные выгоды как для «публичного», так и для «частного партнера». Но должна проводиться более активная информационная компания, прежде всего со стороны «публичного партнера», для привлечения социальных предпринимателей.

1.2. Корпоративная социальная ответственность (КСО)

Социальная ответственность бизнеса становится одним из ключевых вопросов, с которым сталкивается частный и государственный сектор, общество, люди, формирующие общественное мнение, и др. Основные причины возросшей значимости социальной ответственности бизнеса заключаются в следующем: возросшая роль бизнеса; глобализация; усиление конкуренции; сложность и изменчивость внешней среды бизнеса; рост инноваций; рост гражданской самоорганизации.

Происхождение КСО можно достаточно четко идентифицировать по следующим направлениям [6, 7] (рис. 5):

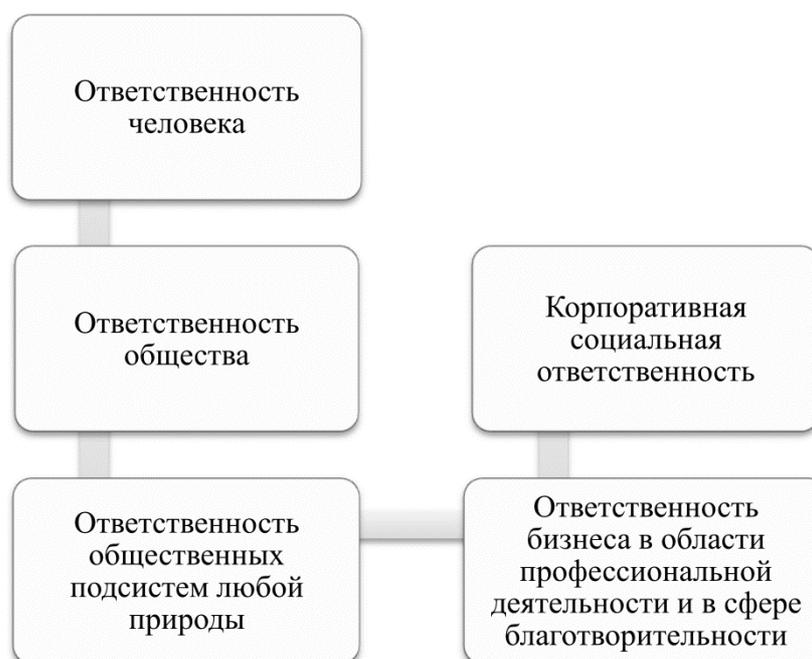


Рис. 5. Сущность КСО

КСО как система может быть представлена ее важнейшими элементами, внутренними и внешними связями, образующими ее основу и обеспечивающими возможность управления ею.

В наиболее общем виде система КСО включает в себя:

- элементарную базу, состоящую из самой компании и стейкхолдеров;
- принципы взаимодействия;
- сферы и уровни ответственности.

Современная теория и практика чаще всего выделяют три сферы КСО в соответствии с концепцией устойчивого развития: экономическая, социальная, экологическая [7].

Ярким примером повышения уровня КСО выступает тандем ОК «РУСАЛ» и Агентства стратегических инициатив, силами которых был создан Центр инноваций в социальной сфере (ЦИСС) – некоммерческая организация, которая занимается развитием социального предпринимательства [8].

Стоит отметить, что Центр – площадка для взаимодействия бизнес-сообщества, социальных предпринимателей и власти. Именно на этой площадке участниками идентифицируются «проблемные места» и «точки роста» для выстраивания эффективной стратегии развития социальной сферы в регионе.

Проект получил поддержку многих крупных компаний и государственных структур.

Главная цель ЦИСС – это обеспечение социально незащищенных категорий населения доступом к жизненно важным услугам и при необходимости вовлечение их в различные виды деятельности, тем самым обеспечивая занятость.

В целях содействия потенциальным социальным предпринимателям ЦИСС работает по следующим направлениям (рис. 6):

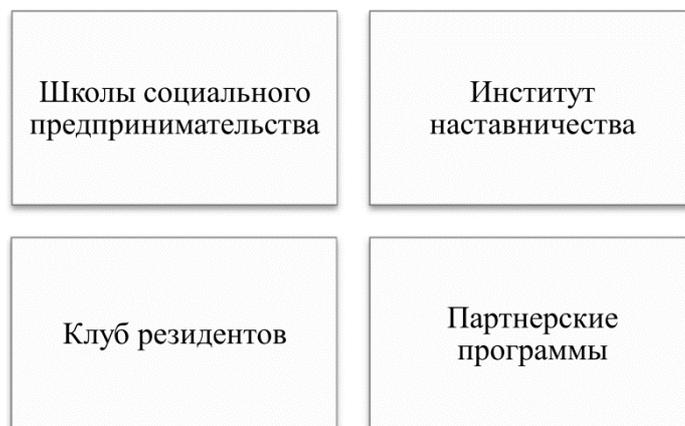


Рис. 6. Направления работы ЦИСС

Подобного рода опыт может быть заимствован другими крупными компаниями для решения социальных проблем в регионах.

1.3. Социальный франчайзинг

Социальный франчайзинг – один из способов тиражирования лучших практик социального предпринимательства.

В его основе – известные принципы франчайзинга с некоторыми специфическими особенностями.

Основным отличием социального франчайзинга (СФ) является, как правило, отсутствие комиссионных и роялти. СФ обязан предоставлять социальные товары или услуги на согласованном в договоре уровне цены и качества. Бывают социальные франшизы, по условиям которых платит франчайзер или же франчайзиат обязуется произвести/реализовать определенный объем продукции/услуг.

Выделим основные пути работы по франшизе [9] (рис. 7):

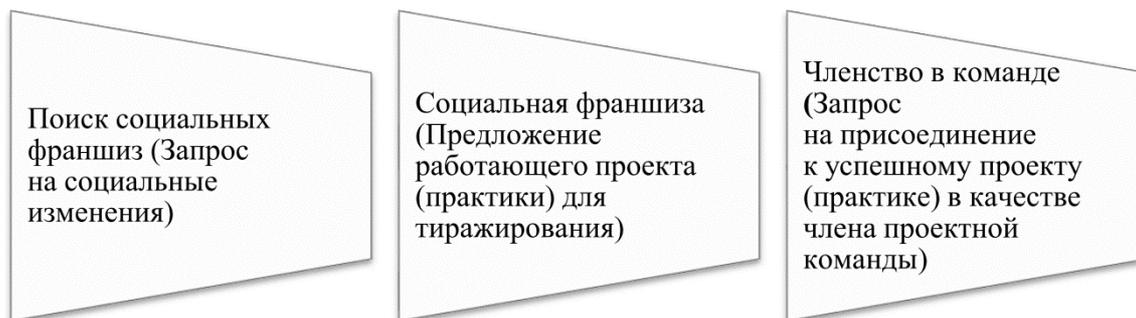


Рис. 7. Основные направления работы с франшизой

Разумеется, что для успешного распространения социальных франшиз должна быть обеспечена соответствующая информационная поддержка данного направления, в частности (рис. 8):

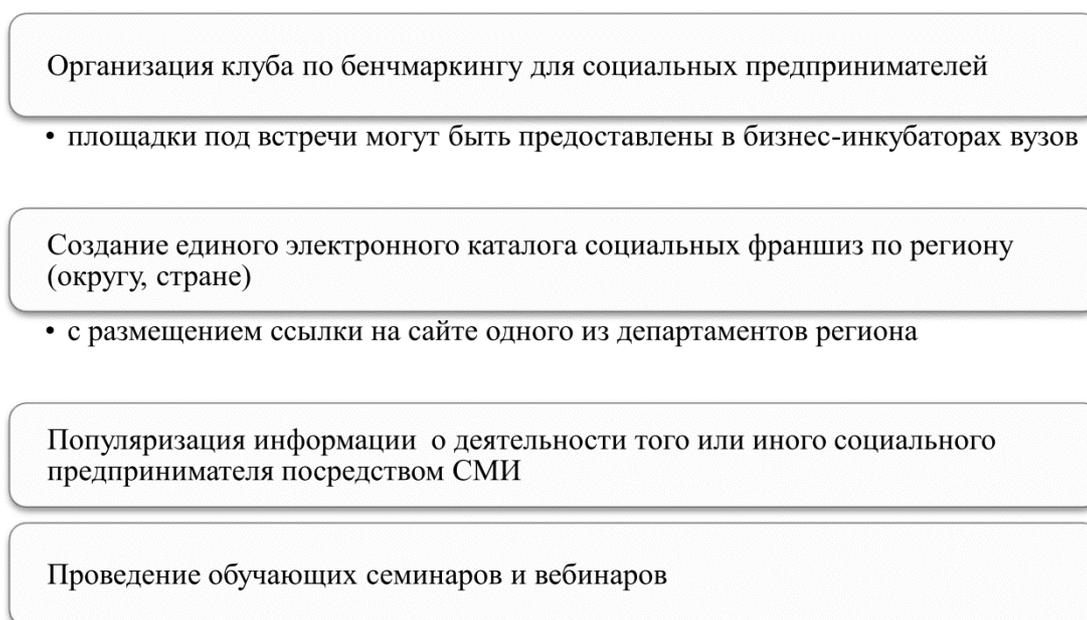


Рис. 8. Мероприятия по развитию социального франчайзинга

Кроме того, крупные компании при реализации мероприятий ивент-менеджмента (Event management (от англ. event – «событие») – это комплекс мероприятий по созданию корпоративных и массовых событий) могут приглашать по несколько социальных предпринимателей для представления их деятельности с целью привлечения внимания к их нуждам в регионах.

1.4. Учет теории поколений

Для каждого предпринимателя важно понимание своей аудитории. К каждому возрасту нужен свой подход, и здесь ключом к выстраиванию перспективных взаимоотношений может послужить «Теория поколений», которая была предложена в 1991 году американскими исследователями Нейлом Хоувом (Neil Howe) и Вильямом Штраусом (William Strauss) [10].

Смоделируем (см. таблицу), кто может заняться решением социальных проблем каждого конкретного направления (темно-серый цвет) и чьи потребности при этом будут удовлетворяться (светло-серый цвет) в контексте «Теории поколений».

При этом стоит отметить, что, безусловно, поколения «победителей» и «молчаливых» нуждаются в постоянном внимании и заботе, но при этом лишь немногие из них уже могут участвовать в реализации социального предпринимательства. Поэтому в таблице данные поколения не представлены.

Сопоставление потребностей и активности в области
социального предпринимательства различных поколений

Направления социального предпринимательства [11]	Поколение «Беби-бумеров»	Поколение X	Поколение Y	Поколение Z
Помощь людям в социально опасном положении				
Инклюзивные проекты и проекты для инвалидов и людей с ограниченными возможностями здоровья				
Культура и арт				
Национальная и межэтническая сфера				
Спорт и здоровый образ жизни				
Патриотическое воспитание				
Молодежное самоуправление и молодежная политика				
Неформальное образование и карьера				
Научные и технические инновации				
Медицина и решение актуальных проблем по оказанию медицинской помощи населению				
ЖКХ. Анализ проблемных мест сервисной модели управляющих компаний и основных потребностей жителей многоквартирных домов				
Упрощение и повышение доступности финансовых операций в городе и общественных учреждениях				
Оптимизация управления территориями. Проекты по повышению качества управления и контроля в государственном аппарате, в работе чиновников				
Благоустройство территорий				

Из таблицы видно, что наибольший потенциал в реализации социального предпринимательства имеют поколения X и Y, а потребителями услуг социального предпринимательства являются поколения «Беби-бумеров» и Y.

Соответственно актуальной является разработка программ развития социального предпринимательства с учетом необходимости вовлечения большего количества представителей поколения Z в данную сферу.

2. Оценка социально-экономической эффективности проектов в сфере социального предпринимательства

Рассмотренные выше мероприятия по развитию социального предпринимательства позволяют наладить эффективную организацию данного вида деятельности. Но стоит обратить внимание на следующий момент, о котором уже говорилось выше. Это его непопулярность в нашей стране. С этой точки зрения актуальным будет формирование инструмента для оценки результатов таких проектов для наглядного представления потенциальным предпринимателям данной сферы их эффективности.

Необходимость этой демонстрации обусловлена тем, что социальное предпринимательство – в любом случае деятельность, первоочередной целью которой является получение прибыли.

Управление в социально-экономических системах

Здесь стоит отметить, что эффективность социального предпринимательства нельзя рассчитывать обычными способами, т. е. с точки зрения только финансового результата. Поэтому предлагается воспользоваться механизмом, предложенным в [12].

Его суть состоит в необходимости дать стоимостное определение социальной составляющей проекта. Для этого предлагается использовать комплексный показатель социальной эффективности (СЭ) проекта:

$$E_S = C_{SE} \cdot C_{RU}, \quad (1)$$

где C_{SE} – коэффициент СЭ;

C_{RU} – коэффициент региональной полезности.

В рамках представленного механизма проект рассматривается как инвестиционный и для него необходимо просчитать величину чистого дисконтированного дохода (NPV).

Оценка социальной эффективности осуществляется с помощью системы показателей социальной эффективности проекта.

Коэффициент СЭ проекта рассчитывается как

$$C_{SE} = \sum_{i=0}^P (ISE_i \times W_i), \quad (2)$$

где ISE_i – показатель СЭ (рис. 9), % (определяется экспертным путем);

W_i – вес – это значимость показателя, % (определяется экспертным путем);

P – количество показателей;

i – номер показателя.

Стоит отметить, что в качестве экспертов чаще всего выступают инвесторы, также это могут быть и другие заинтересованные лица.

Коэффициент региональной полезности определяется как

$$C_{RU} = (P_S + P_I + L_P) / 3, \quad (3)$$

где P_S – соотношение уровней обеспеченности услугами, оказываемыми в ходе реализации проекта, в расчете на душу населения (РФ к региону);

P_I – соотношение уровней обеспеченности инвестициями в основной капитал в расчете на душу населения (РФ к региону);

L_P – соотношение среднегодовых уровней цен на услуги, оказываемые в ходе реализации проекта, в расчете на 1 услугу (регион к РФ).

Степень влияния результатов реализации ИП на жизнь населения

- цены на услуги по сравнению с ценами конкурентов
- повышение уровня занятости населения
- влияние на объем услуг
- влияние на качество услуг в результате реализации проекта

Степень социальной направленности проекта

- соответствие цели ИП приоритетам, целям и стратегии социально-экономического развития территории реализации проекта
- уровень обеспеченности территории реализации проекта услугами, предусмотренными ИП, до его реализации от среднероссийского уровня
- отраслевая принадлежность проекта
- охват результатами проекта населения

Рис. 9. Возможные варианты показателей СЭ

Теперь, используя величину E_S , рассчитаем размер чистого дисконтированного дохода с учетом социально-экономического эффекта (СЭЭ). Таким образом, получим новую величину, которая отражает СЭЭ проекта и представляет собой его увеличенный чистый дисконтированный доход с учетом социальной эффективности:

$$NPV_{soc} = E_S \times NPV. \quad (4)$$

Рассчитаем дополнительную ценность,

$$\Delta = (NPV_{soc} - NPV), \quad (5)$$

которая отражает добавочную полезность конкретного проекта для экономики региона и населения, т. е. абстрактную величину СЭ.

Рассчитанные по (4) и (5) показатели могут быть использованы для различных целей:

- выбор наиболее эффективного проекта сферы социального предпринимательства из некоторой совокупности таких проектов [13];
- построение рейтинга проектов социального предпринимательства [14];
- определения доли СЭ в общей стоимости проекта Δ/NPV , которая будет отражать деловую репутацию проекта [12], что будет полезным для определения его социальной значимости и инвестиционной привлекательности в рамках сферы социального предпринимательства и др.

Заключение

Таким образом, в рамках предлагаемого комплексного подхода к развитию социального предпринимательства рекомендовано акцентировать внимание на работе сразу по нескольким направлениям:

- государство – обеспечение реализации большего количества проектов ГЧП в социальной сфере;
- крупный бизнес – повышение уровня КСО, в частности путем вовлечения в социальное предпринимательство;
- малый бизнес – тиражирование успешных практик социального франчайзинга, обучение по соответствующему направлению;
- общество – учет «Теории поколений» при разработке программ социального предпринимательства;
- применение комплексной методики оценки социальных проектов, учитывающей не только экономический, но и социальный эффект.

Литература

1. Баркалов, С.А. ГЧП в социальной сфере: проблема выбора эффективной модели / С.А. Баркалов, Л.А. Мажарова // Экономика и менеджмент систем управления. – 2018. – Т. 30, № 4. – С. 4–11.
2. Ведомости. Официальный сайт. – <https://www.vedomosti.ru/partner/articles/2018/10/05/782341-nuzhno-razvitiya>.
3. Барينو́ва, В. Зарубежный опыт развития социального предпринимательства и возможность его применения в России / В. Барино́ва. – М.: Изд-во Ин-та Гайдара, 2018. – 100 с. – (Научные труды / Ин-т экономической политики имени Е.Т. Гайдара; № 174Р).
4. Центр развития государственно-частного партнерства. Официальный сайт. – <http://pppcenter.ru/>.
5. VEGAS LEX. Официальный сайт. – <https://www.vegaslex.ru/>.
6. Авдеева, Е.А. Корпоративная культура, её типология и особенности управления / Е.А. Авдеева, Т.А. Аверина / Экономика и менеджмент систем управления. – 2013. – Т. 7, № 1-1. – С. 124–134.
7. Корпоративное управление: учеб. пособие / сост.: Т.А. Аверина, С.А. Баркалов, Е.В. Баутина, А.С. Скогорева; Воронежский ГАСУ. – Воронеж: Издательство РИТМ, 2016. – 394 с.
8. Центр социальных программ РУСАЛ. Официальный сайт. – https://fcsr.ru/program/business_people/sostav/.

9. Социальное предпринимательство России. Официальный сайт. – <http://soindex.ru/companies/categories>.

10. Howe, Neil; Strauss, William 1991: *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*. – New York: William Morrow and Company.

11. Ярмарка социальных франшиз. Официальный сайт. – <http://соцфраншиза.рф>.

12. Богданова, А.С. Оценка эффективности инвестиционных проектов, имеющих социальную направленность / А.С. Богданова // IV Международная студенческая электронная научная конференция «Студенческий научный форум» (15 февраля – 31 марта 2012 года) / <https://www.rae.ru/forum2012/21/2460>.

13. Баркалов, С.А. Модель определения последовательности выполнения проектов инвестиционной программы, дающей максимальную социально-экономическую результативность / С.А. Баркалов, О.С. Первалова, Н.В. Санина / Экономика и менеджмент систем управления. – 2017. – Т. 24, № 2-2. – С. 243–248.

14. Первалова, О.С. О социальной значимости инвестиционных проектов / О.С. Первалова // Управление строительством. – 2017. – № 1 (9). – С. 68–73.

Аверина Татьяна Александровна, канд техн. наук, доцент кафедры управления строительством, Воронежский государственный технический университет, г. Воронеж; ta_averina@mail.ru.

Бартенева Алена Андреевна, магистрант кафедры управления строительством, Воронежский государственный технический университет, г. Воронеж.

Первалова Ольга Сергеевна, канд техн. наук, доцент кафедры управления строительством, Воронежский государственный технический университет, г. Воронеж.

Поступила в редакцию 10 марта 2019 г.

DOI: 10.14529/ctcr190210

DIRECTIONS OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT IN THE REGION

T.A. Averina*, A.A. Barteneva, O.S. Perevalova

Voronezh State Technical University, Voronezh, Russian Federation

* ta_averina@mail.ru

Social services are different from services provided by enterprises and organizations in other sectors of the non-productive part of the economy, because they are created and distributed in the interests of all members of society. To create a competent management mechanism of social entrepreneurship development, it is necessary to implement a number of activities. The paper presents an approach to the organization of social entrepreneurship in the region, a feature of which is integrated development from the standpoint of various stakeholders, in particular, the state, large business, small business and society. It is noted that at present, an effective mechanism for the development of social entrepreneurship is the implementation of PPP projects, since, at low cost on the part of the state, it can increase the volume of provided social services. Effective tool in the development of social entrepreneurship is corporate social responsibility. Thanks to the creation of Social Innovation Centers, Social Entrepreneurship Schools, Mentoring Institutions, Resident Clubs, Partnership Programs, the involvement of small social enterprises in Event Management, large companies can contribute to the development of social entrepreneurship in the regions. It has been revealed that a promising mechanism for the development of social entrepreneurship is the spread of social franchises of already established entrepreneurs. This requires the implementation of the following activities:

organizing a benchmarking club for social entrepreneurs, creating a single electronic directory of social franchises in the region (district, country), popularizing information about their activities through the media, conducting training seminars and webinars. The necessity of taking into account the «Theory of Generations» in the development and implementation of social entrepreneurship has been determined. Accordingly, it is necessary to create programmes for the development of social entrepreneurship, taking into account the need to involve more representatives of generation Z. In addition, the work focuses on assessing the social efficiency of social sphere projects. For these purposes, an approach which allows determining the cost expression of projects social efficiency is considered, and the directions for using this indicator are identified.

Keywords: social entrepreneurship, development, management, investment, social effect.

References

1. Barkalov S.A., Mazharova L.A. [PPP in the Social Sphere: the Problem of Choosing an Effective Model]. *Economics and Management of Control Systems*, 2018, vol. 30, no. 4, pp. 4–11. (in Russ.)
2. *Vedomosti. Ofitsial'nyy sayt* [Vedomosti. Official Site]. Available at: <https://www.vedomosti.ru/partner/articles/2018/10/05/782341-nuzhno-razvitiya>.
3. Barinova V. *Zarubezhnyy opyt razvitiya social'nogo predprinimatel'stva i vozmozhnost' ego primeneniya v Rossii* [Foreign Experience in the Development of Social Entrepreneurship and the Possibility of its Use in Russia]. Moscow, Publishing House of Univ. Gaidar, 2018. 100 p.
4. *Tsentr razvitiya gosudarstvenno-chastnogo partnerstva. Ofitsial'nyy sayt* [Center for the Development of Public-Private Partnerships. Official Site]. Available at: <http://pppcenter.ru/>.
5. *VEGAS LEX. Ofitsial'nyy sayt* [VEGAS LEX. Official Site]. Available at: <https://www.vegaslex.ru/>.
6. Avdeeva E.A., Averina T.A. [Corporate Culture, Its Typology and Management Features]. *Economics and Management of Control Systems*, 2013, vol. 7, no. 1-1, pp. 124–134. (in Russ.)
7. Averina T.A., Barkalov S.A., Bautina E.V., Skogareva A.S. *Korporativnoe upravlenie: ucheb. posobie* [Corporate Management: Studies Manual]. Voronezh, “RITM Publishing House”, 2016. 394 p.
8. *Tsentr sotsial'nykh programm RUSAL. Ofitsial'nyy sayt* [Center for Social Programs RUSAL. Official Site]. Available at: https://fesp.ru/program/business_people/sostav/.
9. *Sotsial'noye predprinimatel'stvo Rossii. Ofitsial'nyy sayt* [Social Entrepreneurship in Russia. Official Site]: Available at: <http://soindex.ru/companies/categories>.
10. Howe N., Strauss W. *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*. New York, William Morrow & Company, 1991.
11. *Yarmarka sotsial'nykh franshiz. Ofitsial'nyy sayt* [Social Franchise Fair. Official Site]. Available at: <http://соцфраншиза.рф>.
12. Bogdanova A.S. [Evaluation of the Effectiveness of Investment Projects with a Social Orientation]. *IV Mezhdunarodnaya studencheskaya elektronnyaya nauchnaya konferentsiya “Studencheskiy nauchnyy forum” (15 fevralya – 31 marta 2012 goda)* [IV International Student Electronic Scientific Conference “Student Scientific Forum” (February 15 – March 31, 2012)]. Available at <https://www.rae.ru/forum2012/21/2460>.
13. Barkalov S.A., Perevalova O.S., Sanina N.V. [Model of Determining the Sequence of Implementation of Projects of the Investment Program, Which Gives the Maximum Socio-Economic Performance]. *Economics and Management of Control Systems*, 2017, vol. 24, no. 2-2, pp. 243–248. (in Russ.)
14. Perevalova O.S. [On the Social Significance of Investment Projects]. *Construction Management*, 2017, no. 1 (9), pp. 68–73. (in Russ.)

Received 10 March 2019

ОБРАЗЕЦ ЦИТИРОВАНИЯ

Аверина, Т.А. Направления развития социального предпринимательства в регионе / Т.А. Аверина, А.А. Бартенева, О.С. Первалова // Вестник ЮУрГУ. Серия «Компьютерные технологии, управление, радиоэлектроника». – 2019. – Т. 19, № 2. – С. 117–127. DOI: 10.14529/ctcr190210

FOR CITATION

Averina T.A., Barteneva A.A., Perevalova O.S. Directions of Social Entrepreneurship Development in the Region. *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Computer Technologies, Automatic Control, Radio Electronics*, 2019, vol. 19, no. 2, pp. 117–127. (in Russ.) DOI: 10.14529/ctcr190210