

Международный научно-исследовательский журнал

«Прогрессивная экономика»

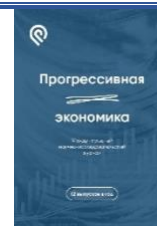
№ 2 / 2025 https://progressive-economy.ru/vypusk_1/ocenka-rezultativnosti-soczialnogo-predprinimatelstva-na-osnove-monitoringa-delovoj-reputaczii-v-primorskom-krae/

Научная статья / Original article

Шифр научной специальности БAK: 5.2.6

УДК 338.242.2

DOI: 10.54861/27131211_2025_2_190



ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА ОСНОВЕ МОНИТОРИНГА ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ В ПРИМОРСКОМ КРАЕ

*Белоглазова В.А., ассистент, Владивостокский государственный
университет, г. Владивосток, Россия*

Аннотация. В статье представлена методика оценки результативности социального предпринимательства на основе мониторинга деловой репутации в Приморском крае, а также проанализированы ключевые факторы, влияющие на успешность социальных предприятий в регионе. На основе данных социологического опроса была проведена сравнительная оценка деловой репутации субъектов социального предпринимательства в административных центрах, которая позволила наглядно представить различия в восприятии социальных предприятий по двум ключевым направлениям: оценка социальных изменений и общественная оценка. В рамках исследования была разработана матрица критериев для оценки деловой репутации социальных предприятий, адаптированная для различных целевых групп. Для каждого города и каждой целевой группы была рассчитана функция социальной полезности, что позволяет оценить вклад социального предпринимательства в решение социальных проблем и его влияние на различные сегменты населения. Подход, основанный на расчете функции социальной полезности, обеспечивает комплексную оценку результативности социальных инициатив и помогает определить наиболее успешные стратегии развития социального предпринимательства в регионе. Исследование позволило оценить восприятие социальных инициатив и их влияние на различные группы населения в Приморском крае. Рассчитанные значения функции социальной полезности в большинстве городов указывают на эффективность существующих социальных проектов и подтверждают актуальность развития социального предпринимательства как инструмента улучшения качества жизни населения. Результаты исследования могут быть использованы для оптимизации региональных программ поддержки социального предпринимательства и его развития.

Ключевые слова: социальное предпринимательство, социальная полезность, деловая репутация, социологический опрос, сравнительная оценка.

ASSESSMENT OF THE PERFORMANCE OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP BASED ON MONITORING BUSINESS REPUTATION IN PRIMORSKY TERRITORY

Beloglazova V.A., Assistant, Vladivostok State University, Vladivostok, Russia

Abstract. The article presents a methodology for assessing the effectiveness of social entrepreneurship based on business reputation monitoring in Primorsky Krai, as well as analyzes the key factors influencing the success of social enterprises in the region. Based on the data from the sociological survey, a comparative assessment of the business reputation of social entrepreneurship entities in administrative centers was carried out, which made it possible to visually present the differences in the perception of social enterprises in two key areas: assessment of social change and public assessment. As part of the study, a matrix of criteria for assessing the business reputation of social enterprises was developed, adapted for various target groups. A social utility function was calculated for each city and each target group, which makes it possible to assess the contribution of social entrepreneurship to solving social problems and its impact on various segments of the population. The approach based on the calculation of the social utility function provides a comprehensive assessment of the effectiveness of social initiatives and helps to identify the most successful strategies for the development of social entrepreneurship in the region. The study made it possible to assess the perception of social initiatives and their impact on various population groups in Primorsky Krai. The calculated values of the social utility function in most cities indicate the effectiveness of existing social projects and confirm the relevance of the development of social entrepreneurship as a tool to improve the quality of life of the population. The results of the study can be used to optimize regional programs to support social entrepreneurship and its development.

Keywords: social entrepreneurship, social usefulness, business reputation, sociological survey, comparative assessment.

JEL classification: A13, M14, C31.

Для цитирования: Белоглазова В.А. Оценка результативности социального предпринимательства на основе мониторинга деловой репутации в Приморском крае // Прогрессивная экономика. 2025. № 2. С. 190–199. DOI: 10.54861/27131211_2025_2_190.

Статья поступила в редакцию: 18.02.2025 г. Одобрена после рецензирования: 03.03.2025 г. Принята к публикации: 03.03.2025 г.

For citation: Beloglazova V.A. Assessment of the performance of social entrepreneurship based on monitoring business reputation in Primorsky territory // Progressive Economy. 2025. No. 2. pp. 190–199. DOI: 10.54861/27131211_2025_2_190.

The article was submitted to the editorial office: 18/02/2025. Approved after review: 03/03/2025. Accepted for publication: 03/03/2025.

Введение

Социальное предпринимательство в последние годы стало одним из ключевых направлений развития экономики и социальной сферы в различных регионах России, в том числе в Приморском крае. В этом регионе наблюдается значительный рост числа социальных предпринимателей: с 70 в 2020 году до 442 в 2024 году, что свидетельствует о высокой степени поддержки и популярности этого вида предпринимательства [1]. Приморский край является одним из лидеров по уровню поддержки социального предпринимательства, предлагая такие меры, как снижение налоговой ставки до 1% и предоставление льготных кредитов и грантов [2]. Рост социального предпринимательства в Приморье способствует укреплению коллективной репутации региона как территории, привлекательной для социально ответственного бизнеса, что в свою очередь стимулирует дальнейшее развитие и инвестиции в регион.

Данная тенденция подтверждает актуальность исследования как с точки зрения социального влияния, так и с точки зрения экономического развития. Однако существующая проблема оценки результативности социального предпринимательства представляет собой сложную задачу, поскольку она охватывает не только экономические показатели, но и общественную полезность. В связи с этим целью исследования является проведение мониторинга деловой репутации социальных предпринимателей как важного инструмента оценки их результативности и влияния на региональное развитие. Для достижения этой цели необходимо решить следующие задачи:

- 1) провести сравнительную оценку деловой репутации субъектов социального предпринимательства;
- 2) рассчитать функцию социальной полезности для каждого города и целевой группы;
- 3) проанализировать отношение руководителей социальных предприятий, представителей уязвимых групп населения и членов местного сообщества к социальному предпринимательству в регионе.

Вопросами изучения социального предпринимательства занимается множество отечественных и зарубежных авторов. В России исследования проводятся такими авторами как А.А. Плюхина [3], Н.А. Красовский [4], В.В. Жохова [5] и др., которые анализируют перспективы развития социального предпринимательства и его роль в решении социальных проблем. На международном уровне исследователи Ст. Абанг [6], А.С. Гуттерман [7] и др. также вносят свой вклад в данную научную проблематику. Большинство исследователей, включая А.Н. Тимоховича, О.И. Никурадзе [8], Е.А. Трушкову [9], М.Р. Норузи, Дж.В. Джонатана, В.Р.Г. Резу [10] и других, изучают подходы к оценке воздействия социальных предприятий в различных странах, а также разрабатывают эффективные инструменты для оценки и развития социального предпринимательства, что играет важную роль в решении глобальных социальных задач.

Для того, чтобы получить более полное представление о влиянии социальных инициатив и оценить их результативность как инструмента

управления социальными изменениями, необходимо рассматривать результаты деятельности социального предпринимательства с точки зрения местного сообщества, который включает в себя сбор и анализ обратной связи от различных заинтересованных сторон. В связи с этим мониторинг деловой репутации может стать ключевым инструментом для оценки вклада социального предпринимательства в решение социальных проблем и интеграции в местную экономику и социальную жизнь. Такой подход также позволяет определить области, требующие улучшения, и разработать стратегии для укрепления доверия и повышения вовлеченности местного сообщества в социальные инициативы.

Материалы и методы

В исследовании результативности социального предпринимательства на основе мониторинга деловой репутации в Приморском крае были применены методы: социологический опрос, экспертные интервью, анализ данных, графическая визуализация: статистические методы обработки данных и др. Выбранным методом сбора данных для оценки стало проведение социологического опроса. Социологический опрос является одним из самых эффективных инструментов для объективной оценки результатов деятельности социальных организаций, поскольку он позволяет собрать мнения различных заинтересованных сторон. Благодаря опросу были получены данные, отражающие реальное восприятие социальной деятельности представителями сообщества и уязвимых категорий граждан. Кроме того, опрос позволил выявить как положительные, так и отрицательные аспекты деятельности с точки зрения руководителей социальных организаций.

Учитывая разнообразие населения и экономических условий в разных городах, восприятие деловой репутации социальных организаций может варьироваться, в связи с чем необходимо проанализировать мнения разных групп населения для понимания их потребностей и ожиданий., был проведён социологический опрос среди представителей следующих населенных пунктов: Владивосток, Находка, Уссурийск, Артем, Арсеньев, Спасск-Дальний, Партизанск, Дальнегорск, Лесозаводск, Большой Камень, Дальнереченск, Фокино. В анкетировании приняли участие 771 человек, а всего было собрано 11 902 ответов, из которых 2 607 ответов дали представители руководителей социальных предприятий, 929 – представители уязвимых граждан, 8 366 – представители местного сообщества.

Для обеспечения качества данных, после завершения анкетирования была проведена предварительная обработка, включающая в себя проверку на ошибки, пропуски вопросов и выбросы. На этом этапе также проводится количественный и качественный анализ собранных данных с помощью статистических методов и использования программного обеспечения для обработки данных. Все ответы респондентов были распределены в таблицы с указанием вопросов и количества ответов по направлениям и критериям оценки в разрезе каждого представленного города. Каждый ответ респондента заносился в таблицы в соответствии со значением равному единице, для

дальнейшего подсчета и количественной обработки. Применение различных весовых коэффициентов позволило не только суммировать баллы для получения комплексной оценки социальной полезности по опросным листам, но и количественно оценить мнения респондентов по каждому отдельному вопросу.

Результаты и обсуждение

В данной статье представлена сравнительная оценка деловой репутации субъектов социального предпринимательства в городах, которая позволила выявить наиболее низкие или высокие значения среди целевых аудиторий (рис. 1–6).

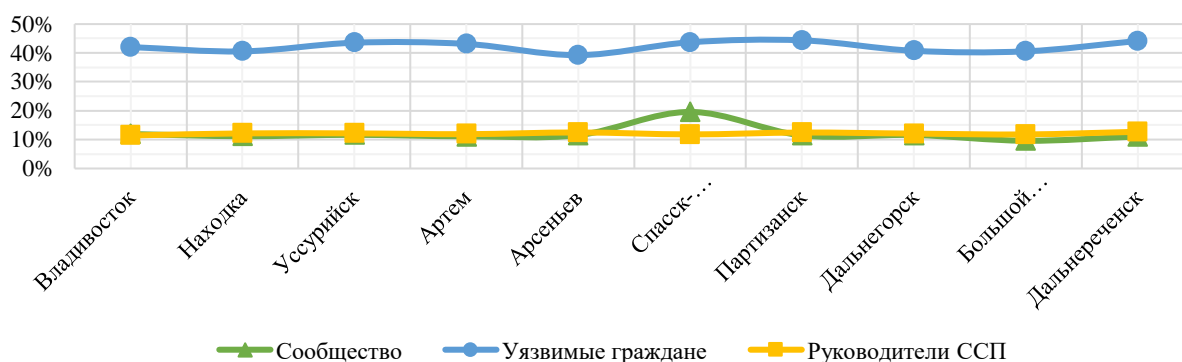


Рис. 1. Уровень доверия к деятельности СП целевыми группами в разрезе оценки социальных изменений

Источник: составлено автором

Низкие показатели доверия (11–13%) к социальным предприятиям со стороны клиентов, инвесторов и партнеров создаёт значительные препятствия для развития социального предпринимательства. В обществе доверие также низкое (11–12%), за исключением Спасска-Дальнего (20%), что говорит о недостаточной привлекательности и сомнениях в результативности социальных организаций. Однако среди уязвимых групп населения доверие выше (39–44%), что свидетельствует об удовлетворенности и доверительных отношениях с социальными предприятиями.

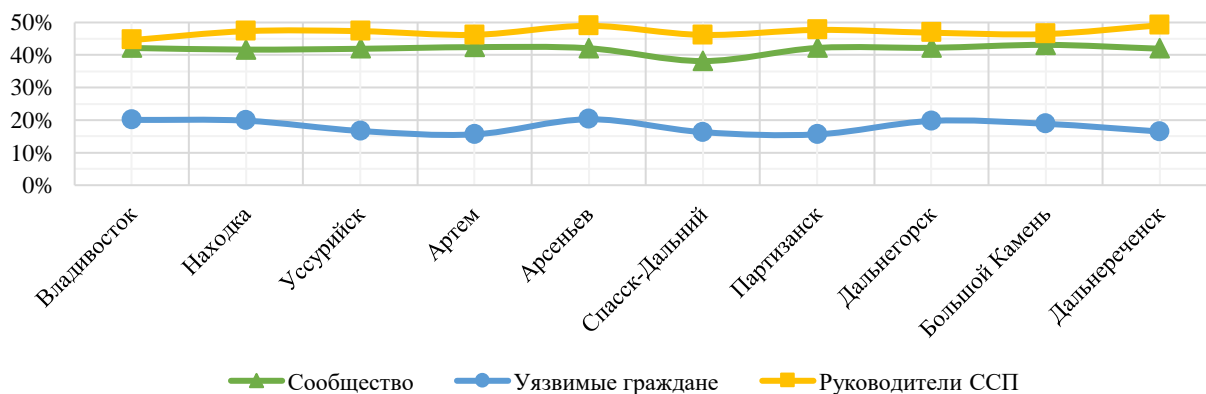


Рис. 2. Уровень социальной ответственности СП целевыми группами в разрезе оценки социальных изменений

Источник: составлено автором

Показатели социальной ответственности социальных организаций варьируются в зависимости от контекста. На высоком уровне (44–49%) социальные организации успешно реализуют проекты и выполняют обязательства перед обществом и уязвимыми гражданами. На среднем уровне (38–43%) они участвуют в решении социальных проблем, но есть возможности для улучшения. Для уязвимых граждан уровень вовлеченности остается низким (15–20%), что может указывать на недостаточный доступ к социальным программам и инициативам, а также на отсутствие условий для активного участия в социальных мероприятиях.

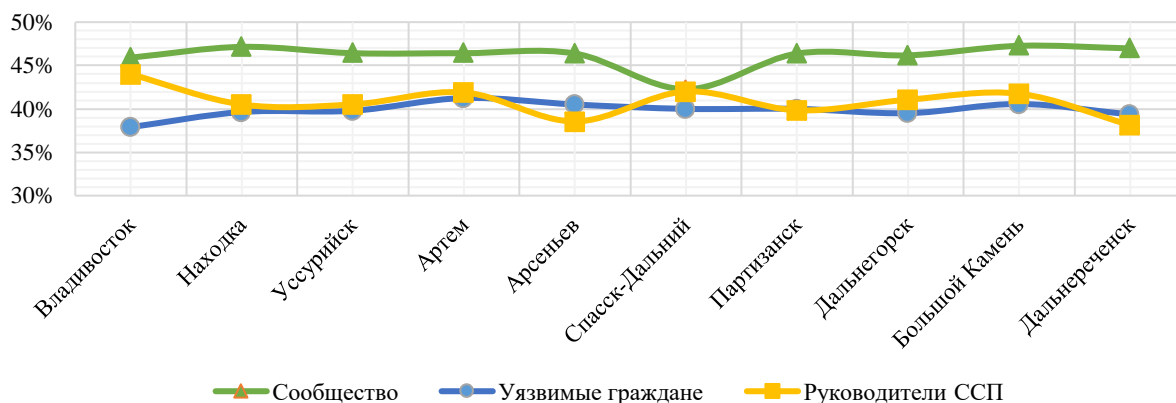


Рис. 3. Уровень социальной устойчивости от результатов деятельности СП целевыми группами в разрезе оценки социальных изменений

Источник: составлено автором

Значения оценки социальной устойчивости демонстрируют разные уровни влияния на сообщество. На среднем уровне (38–43%) общественность информирована о результатах деятельности социальных предприятий, но необходимо повышать вовлеченность местных сообществ. На высоком уровне (42–47%) социальные организации существенно влияют на отношение общества к уязвимым гражданам, способствуя их интеграции. Для уязвимых граждан уровень социальной устойчивости остается средним (37–41%), что может быть связано с системными барьерами, препятствующими масштабным изменениям.

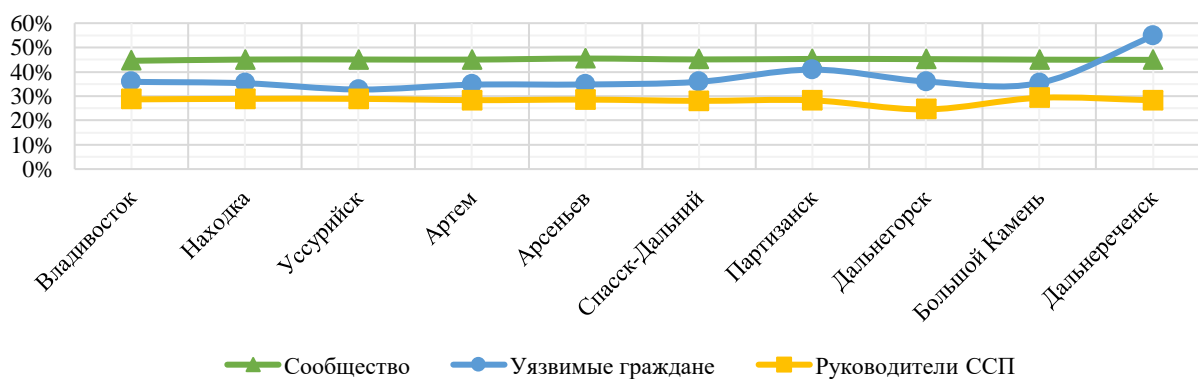


Рис. 4. Уровень доверия к деятельности СП целевыми группами в разрезе общественной оценки

Источник: составлено автором

Показатели оценки доверия и социальной ответственности социальных организаций демонстрируют разные уровни восприятия их деятельности. Среди руководителей доверие низкое (24–29%), что может быть связано с недостаточной прозрачностью. В обществе доверие высокое (44–45%), что указывает на успешную реализацию социальных программ и поддержку со стороны общества. Уязвимые граждане демонстрируют разный уровень доверия (32–54%), но в целом воспринимают социальные организации как надёжные. Средний уровень оценки социальной ответственности (37–47%) среди руководителей может быть связан с недостаточным взаимодействием с заинтересованными сторонами.

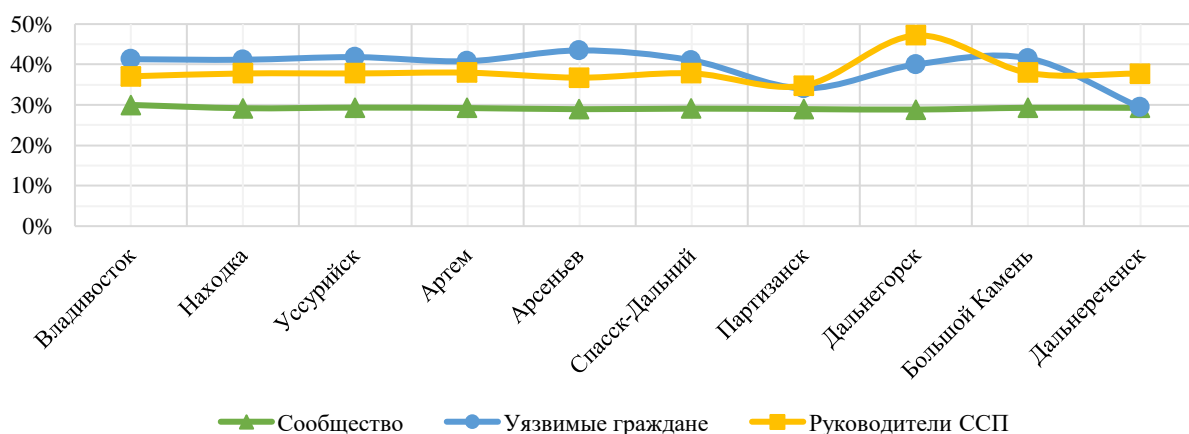


Рис. 5. Уровень социальной ответственности СП целевыми группами в разрезе общественной оценки

Источник: составлено автором

Значения оценки социальной ответственности социальных организаций демонстрируют разные уровни доступности информации. Для местного сообщества доступность информации низкая (28–29%), что препятствует вовлечению в социальные инициативы. Напротив, уязвимые граждане имеют высокий уровень доступа к информации (29–43%), что позволяет им легко получать сведения о социальных услугах и инициативах.

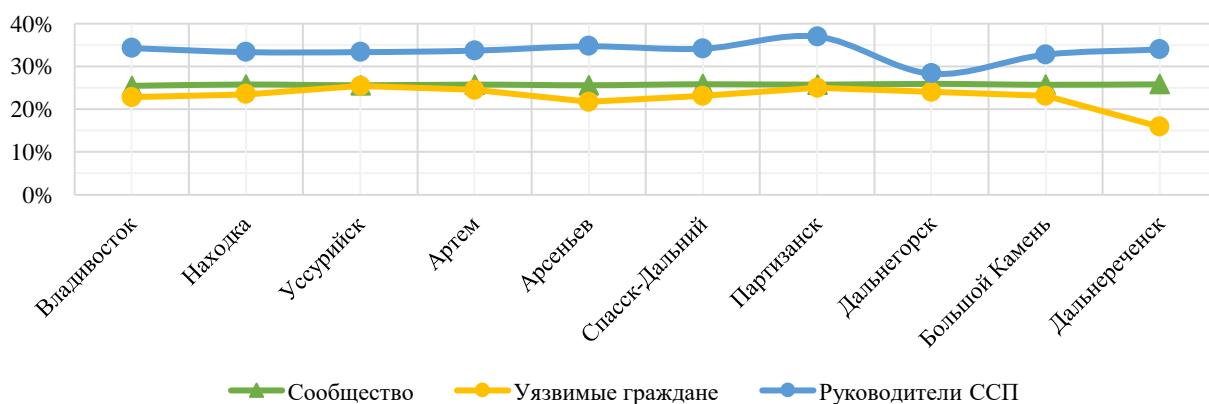


Рис. 6. Уровень социальной устойчивости от результатов деятельности СП целевыми группами в разрезе общественной оценки

Источник: составлено автором

Значения оценки социальной устойчивости социальных организаций демонстрируют разный уровень вовлеченности общества и уязвимых групп. Для общества и уязвимых категорий граждан уровень вовлеченности варьируется от 28% до 37%, что указывает на интерес к социальным программам, но ограниченный доступ и информированность. Средний уровень поддержки (25-26%) среди местного сообщества свидетельствует о недостаточной информированности и влиянии на социальные изменения. Уровень вовлеченности уязвимых граждан остается низким (15-26%), что связано с недостаточной информацией о программах и инициативах, что снижает их участие.

Расчет количественных значений оценки социальной деятельности через оценку деловой репутации субъекта социального предпринимательства в конкретном городе с использованием функции социальной полезности U_i позволит объективно измерить результативность социальных инициатив и их влияние на целевые группы. На основе полученных ранее значений, составим матрицу значений критериев оценки деловой репутации, которые в последствии будут использованы при расчете функций социальной полезности для каждой целевой группы (табл. 1).

Функция социальной полезности U_i отражает способность социальных организаций не только удовлетворять потребности заинтересованных сторон, но и оказывать социальное влияние на общество, которое состоит в активизации общественной вовлеченности и изменение общественной системы ценностей по отношению к социальным проблемам и их практическому решению.

Таблица 1

Функция социальной полезности для каждого города и целевой группы

Город (i)	WA_i	WB_i	WC_i	U_i	$U_i \max$	% достижения
Владивосток	5,68	7,06	4,71	5,76	7,02	82,04%
Находка	5,59	7,59	4,65	5,88	7,06	83,36%
Уссурийск	5,63	7,21	4,65	5,77	7,03	82,11%
Артем	5,63	7,34	4,66	5,82	7,06	82,46%
Арсеньев	5,65	7,05	4,58	5,70	6,96	81,90%
Спасск-Дальний	5,90	7,29	4,74	5,92	7,07	83,67%
Партизанск	5,61	7,13	4,67	5,75	7,01	82,01%
Дальнегорск	5,62	7,42	5,34	6,07	7,26	83,58%
Лесозаводск			4,99	1,65	1,92	85,59%
Большой камень	5,57	7,26	4,66	5,77	7,00	82,46%
Дальнереченск	5,71	8,79	4,53	6,28	7,55	83,17%
Фокино			4,00	1,32	1,92	68,61%
Все города	56,57	74,13	56,04	61,62	74,86	82,32%

Источник: составлено автором

Высокие проценты достижения максимального значения функции социальной полезности в большинстве городов подчеркивают успешные социальные инициативы и программы, реализуемые на каждой из территорий.

В среднем, проценты достижения варьируются от 68,61% до 85,59%, что говорит о подтверждении вовлеченности граждан и изменения общественного мнения в отношении социальных проблем. Статическая оценка функции социальной полезности является важным инструментом для анализа текущей ситуации в социальной сфере и способствует принятию решений для улучшения работы социальных организаций. В свою очередь, динамическая функция социальной полезности может использоваться для прогнозирования будущих результатов социальных инициатив и оценить экстернальный эффект от реализации деятельности субъектов социального предпринимательства.

Таким образом, оценка результативности социального предпринимательства на основе мониторинга деловой репутации в Приморском крае представляет собой важнейший инструмент развития региональной экономики и социальной сферы. Использование представленного инструментария позволяет комплексно оценить социальную отдачу бизнеса и его влияние на местное сообщество. Мониторинг деловой репутации социальных предпринимателей может стать ключевым инструментом для определения их результативности и степени интеграции в региональную экономику.

Заключение

Проведенное исследование подтвердило важность мониторинга деловой репутации социальных предпринимателей как ключевого инструмента оценки их результативности и влияния на региональное развитие. Благодаря анализу мнений различных заинтересованных сторон, включая руководителей социальных предприятий, представителей уязвимых групп населения и членов местного сообщества, удалось выявить восприятие социальных инициатив и оценить их влияние на различные группы населения по трем критериям оценки: доверие, социальная ответственность и социальная устойчивость.

Сравнительная оценка деловой репутации субъектов социального предпринимательства показала низкий уровень доверия к социальным предприятиям среди общества, однако среди уязвимых групп населения уровень доверия значительно выше и указывает на удовлетворённость и доверительные отношения с социальными предприятиями. Социальные предприятия демонстрируют высокую социальную ответственность, но уровень вовлеченности уязвимых групп остается низким. Социальные организации положительно влияют на отношение общества к уязвимым гражданам, способствуя их интеграции, но для самих уязвимых групп уровень социальной устойчивости средний из-за системных барьеров. Рассчитанные значения функции социальной полезности для каждого города и целевой группы отразили высокий уровень решения социальных проблем почти в каждом административном центре Приморского края.

Цель исследования была достигнута, что обеспечило более глубокое понимание роли социального предпринимательства в регионе и его влияния на различные группы населения.

Литература

1. Жохова В.В. Критерии успешности социального предпринимательства Приморского края // Мир экономики и управления. 2020. Т. 20. №1. С.100–115.
2. Красовский Н.А. Институты поддержки предпринимательства в России. Вестник университета. 2021. № 4. С. 116–122.
3. Плюхина А.А. Совершенствование методики оценки деятельности социальных предприятий // Российское предпринимательство. 2016. Т. 17. № 13. С. 1569–1582.
4. Сайт АНО «Мой бизнес» // Центр инноваций социальной сферы Приморского края. URL: <https://xn--25-9kcqjffxnf3b.xn--p1ai/structure/ciss/>.
5. Сайт Федеральной налоговой службы // Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства. URL: <https://rmsp.nalog.ru/>.
6. Тимохович А.Н., Никурадзе О.И. Измерение эффективности социального предпринимательства. Вестник университета. 2020. № 7. С. 193–198.
7. Трушкова Е.А. К вопросу об оценке результативности программных механизмов развития малого и среднего предпринимательства. Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. 2018. № 3. С. 98–111.
8. Abang Stanley. Social Entrepreneurship. 2025. URL: https://www.researchgate.net/publication/375693092_effect_of_macro-economic_f_actors_on_entrepreneurship_activities_in_nigeria.
9. Guttermann Alan. Social Entrepreneurship. 2024. URL: https://www.researchgate.net/publication/362833329_Social_Entrepreneurship.
10. Noruzi Mohammad Reza, Westover Jonathan, Reza, Rahimi. An Exploration of Social Entrepreneurship in the Entrepreneurship Era. Asian Social Science. 2024. URL: https://www.researchgate.net/publication/307823052_An_Exploration_of_Social_Entrepreneurship_in_the_Entrepreneurship_Era.