

Секция «Государственное управление экономическим развитием в условиях перехода к новому технологическому и мирохозяйственному укладу»

**Потенциал применения анализа социальных сетей в политике развития социального предпринимательства**

**Научный руководитель – Терёшина Мария Валентиновна**

***Воронина Анастасия Александровна***

*Студент (бакалавр)*

Кубанский государственный университет, Факультет управления и психологии, Кафедра государственной политики и государственного управления, Краснодар, Россия

*E-mail: voroninagmy@gmail.com*

Социальное предпринимательство, как результат социальных инноваций в структуре элементов экономической системы, стало занимать важную роль в решении проблем как экологического, так и социального характера путём сочетания некоммерческой миссии и бизнес-подхода. Несомненно, являясь новым драйвером положительных изменений в местных сообществах, социальное предпринимательство стало объектом политики развития.

Эффективность политики развития социального предпринимательства, на наш взгляд, во многом обуславливается качественными характеристиками горизонтальных связей между самими социальными предпринимателями, а также иными заинтересованными лицами и организационными структурами.

В исследованиях уже затрагивался вопрос теории и практики применения анализа социальных сетей (SNA) при описании деятельности социальных предпринимателей [3, 4] Однако авторы ставили акцент скорее на анализ потенциала окружения эго-сети конкретной организации социального бизнеса, а не на возможности внедрения данной методологии как основы планирования мероприятий политики развития социального предпринимательства, тем более что модернизационный потенциал сетевого взаимодействия в сфере социальной политики был теоретически обоснован и подтверждён существующими практиками[1].

Важным этапом при внедрении методологии SNA является функциональное и учитывающее все нюансы «местного ландшафта» выделение структурных элементов сети. Так, используя классические понятия SNA, мы можем выделить следующие основные структурные характеристики сетей социальных предпринимателей:

1) *акторы*: организации социального предпринимательства, владельцы социального бизнеса, негосударственные некоммерческие организации поддержки социального предпринимательства, органы государственной власти, органы местного самоуправления, коммерческие организации поддержки социального предпринимательства (Напр., банки, предоставляющие пакеты импакт-инвестирования), представители научного сообщества, представители гражданского общества (как индивидуальные акторы), потенциальные (будущие) владельцы социального бизнеса и др.;

2) *связь*: взаимоотношения акторов, характеризующиеся слабостью/силой, плотностью, долговечностью, направленностью, интенсивностью, частотой;

3) *контент*: информация, опыт, финансовые/материальные ресурсы, социальные контакты, партнёрство и иной социальный и физический капитал, передаваемый между акторами через связи сети.

Перечисленные выше элементы и характеристики сети социальных предпринимателей не являются исчерпывающими или избыточными: они лишь очерчивают некоторые ориентиры, которые должны быть адаптированы к региональным особенностям ведения социального бизнеса.

Следующим этапом, который может дополнить или даже заменить классический SWOT-анализ, является визуализация сети и её дальнейший анализ. Так визуализация сетей социальных предпринимателей методом графов позволяет провести гар-анализ «структурных дыр»: например, выявить отсутствие связей между потенциальными (будущими) владельцами социального бизнеса и организациями, занимающимися акселерацией проектов социального предпринимательства. В данном случае, более эффективным управленческим решением будет проведение информационной кампании о существующих возможностях развития социального бизнеса, а не выделение финансовых средств на организацию новой «школы социального предпринимательства».

Также характеристика централизации сети социальных предпринимателей позволяет определить акторов, аккумулирующих большую часть связей и (или) контента, что позволит либо использовать возможности сотрудничества с данными акторами, либо принять решение о развитии новых опор сети с целью её диверсификации.

Кроме того, анализ конкретной сети социальных предпринимателей с точки зрения характера передаваемого контента между акторами определяет, какими ресурсами насыщена сеть, а какие ресурсы развития должны быть предоставлены (профинансированы) органами власти и иными заинтересованными субъектами публичной политики.

Применимость вышеизложенных тезисов подтверждается локальными практиками. Например, при реализации проекта Social Enterprise East of England (<http://www.seee.co.uk/>), целью которого является поддержка социальной экономики в Восточном регионе Англии, применялся метод анализа сетей социальных предпринимателей. Данный подход дал авторам возможность качественно обобщить данные о существующих взаимодействиях в среде социальных предпринимателей, а также разработать рекомендации по минимизации барьеров между передачей контента (ресурсов) внутри сети, повышению эффективности использования ресурсов и их направленности[2].

Таким образом, использование SNA органами власти при планировании мероприятий содействия социальному предпринимательству может минимизировать риски, связанные с особенностями ведения данного бизнеса в условиях ограниченности ресурсов. Применение данного подхода дополняет, а иногда даже заменяет, классический SWOT-анализ, так как именно SNA позволяет оценить динамику взаимодействия внутри экосистемы социального предпринимателя, выявить риски принятия управленческих решений, а также эффективно и адресно использовать ресурсы программ поддержки.

Однако применение SNA в политике развития социального предпринимательства требует долгосрочного подхода к развитию сети, учёта её внутренней динамики. Анализ данной динамики, а также результаты практической апробации указанного подхода могут послужить основой дальнейших исследований и дискуссий.

### Источники и литература

- 1) Мирошниченко И. В. и др. Социальные сети в публичной практике современной России: модернизационный потенциал // Краснодар: Просвещение-Юг. – 2012.
- 2) Brady A., Haugh H. Social entrepreneurship & networks // Journal of Finance and Management in Public Service. – 2011. – Т. 6. – №. 3. – С. 29-44.
- 3) Fayolle A., Matlay H. H. Handbook of research on social entrepreneurship. – 2010. – С. 182-201.
- 4) Seymour R. G. Researching Social Entrepreneurship // Handbook of Research Methods on Social Entrepreneurship. – 2012. – С. 150-170.