



Методика оценки эффективности реализации региональных научно-познавательных проектов

Клиндух Р.В.¹, Латкин А.П.¹

¹ Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, Владивосток, Россия

АННОТАЦИЯ:

Авторами предлагается методика оценки эффективности реализации научно-познавательных проектов, основанная на комбинированном использовании количественных и качественных показателей. Процесс оценки региональных научно-познавательных проектов включает в себя следующие этапы: количественная оценка (показатели значимости региональных научно-познавательных проектов для населенного пункта и региона, в котором они реализуются; показатели, характеризующие участников проектов); качественная оценка (использование метода кейс-стади для прогнозирования успешности региональных научно-познавательных проектов). Предлагаемая методика может использоваться при оценке и самооценке возможности и целесообразности инвестиций в данные проекты; при конкурсном отборе участников для грантового финансирования и предоставления субсидий. На основании полученных результатов проект может быть доработан и улучшен, предложены меры по повышению его значимости для региона, скорректирован состав участников и партнеров.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: социальное предпринимательство, научно-познавательный проект, эффективность, методика оценки

Methods of evaluating the effectiveness of implementation of regional scientific and educational projects

Klindukh R.V.¹, Latkin A.P.¹

¹ Vladivostok State University of Economics and Service, Russia

Введение

Перспективы инновационного развития российской экономики во многом связаны с продуцированием и реализацией во всех сферах общественной и экономической деятельности научно-образовательных проектов. Не случайно в последние годы это направление становится одним из приоритетов государственной научно-технической политики при одновременном инициировании участия в его результативном осуществлении субъектов социального предпринимательства.

Однако, как показывает имеющаяся в России и за рубежом практика, государственная поддержка подобных предпринимательских

инициатив в обязательном порядке предполагает обоснование социально-экономической целесообразности и эффективности реализации научно-образовательных проектов в конкретных условиях регионального развития [1] (*Lisevich, Ogneva, 2018*).

Следует признать, что до настоящего времени в научной литературе не существует методического инструментария для решения этой задачи. По мнению авторов, ключевой проблемой в этом процессе является сложность разграничения эффекта социального предпринимательства от прочих эффектов [4] (*Khetagurova, 2015*).

Целью данной работы является обоснование методики оценки региональных научно-познавательных проектов с точки зрения их целесообразности, необходимости, успешности, финансовой реализуемости, перспектив развития и социально-экономического эффекта для региона.

Научная новизна предлагаемой методики состоит в том, что она отличается от существующих возможностью выделения эффекта влияния социального предпринимательства на успешность реализации регионального научно-познавательного проекта.

Общая характеристика методики

Процесс оценки региональных научно-познавательных проектов включает в себя следующие этапы:

ABSTRACT:

The authors propose a method of assessing the effectiveness of implementation of scientific and educational projects based on the combined use of quantitative and qualitative indicators. The process of evaluation of regional scientific and educational projects includes the following stages: a quantitative evaluation (indicators of the importance of regional scientific and educational projects for the community and region in which they are implemented; the indicators of project participants); quality assessment (using the method of case study to predict the success of regional scientific and educational projects). The proposed method can be used in the assessment and self-assessment of the feasibility of investment in these projects; in the competitive selection of participants for grant funding and subsidies. Based on the results of the project can be modified and improved proposed measures to increase its importance for the region, adjusted to the composition of participants and partners.

KEYWORDS: social entrepreneurship, scientific-educational project efficiency, methods of assessment

JEL Classification: I25, L31, O35

Received: 25.11.2019 / Published: 30.12.2019

© Author(s) / Publication: PRIMEC Publishers

For correspondence: Klindukh R.V. (klinduh_roman@mail.ru)

CITATION:

Klindukh R.V., Latkin A.P. (2019) Metodika otsenki effektivnosti realizatsii regionalnyh nauchno-poznavatelnyh projektov [Methods of evaluating the effectiveness of implementation of regional scientific and educational projects]. *Ekonomika, predprinimatelstvo i pravo*. 9. (4). – 385-396. doi: 10.18334/epp.9.4.41446

- количественная оценка (показатели значимости региональных научно-познавательных проектов для населенного пункта и региона, в котором они реализуются; показатели, характеризующие участников проектов);
- качественная оценка (использование метода кейс-стади для прогнозирования успешности региональных научно-познавательных проектов).

На первом этапе оценки эффективности реализации региональных научно-познавательных проектов мы предлагаем использовать количественную методику, позволяющую:

- выделить, помимо прочих эффектов, эффект влияния социального предпринимательства на успешность реализации научно-познавательных проектов в регионе;
- оценить влияние социального предпринимательства на успешность реализации научно-познавательных проектов в регионе в целом с помощью интегрального показателя;
- оценить влияние социального предпринимательства на отдельные аспекты реализации научно-познавательных проектов в регионе с помощью частных показателей.

Характеристика системы показателей оценки эффективности реализации региональных научно-познавательных проектов

Методика предполагает использование показателей, характеризующих значимость данного проекта для населенного пункта и региона, в котором он реализуется (*табл. 1*), и социальных предпринимателей – участников проекта (*табл. 2*).

Рассмотрим представленные в *таблице 1* показатели, характеризующие значимость научно-познавательного проекта для населенного пункта или региона, более подробно.

1. Необходимость, востребованность. Непреодолимое желание или потребность у жителей данного населенного пункта (НП) в этом продукте или этой услуге. Перспективы дальнейшей эксплуатации объектов проекта при условии, если цели не были достигнуты вовсе. Как цели и миссия проекта соотносятся с данным НП? Численность населения данного НП.

ОБ АВТОРАХ:

Клиндух Роман Викторович, аспирант (klinduh_roman@mail.ru)

Латкин Александр Павлович, руководитель института подготовки кадров высшей квалификации, д.э.н., профессор (latkinp@vvsu.ru)

ЦИТИРОВАТЬ СТАТЬЮ:

Клиндух Р.В., Латкин А.П. Методика оценки эффективности реализации региональных научно-познавательных проектов // Экономика, предпринимательство и право. – 2019. – Том 9. – № 4. – С. 385-396. doi: 10.18334/epp.9.4.41446

Таблица 1

Показатели оценки значимости региональных научно-познавательных проектов для населенных пунктов и регионов

Р (проект)	О (населенный пункт (НП))	Пояснения
Необходимость Востребованность	Необходимость в данном проекте в текущий период времени в данном населенном пункте. Да, необходимость очевидна (100). Необходимость появится в скором времени (50). У автора сомнения (50).	Используется для оценки степени востребованности данного проекта, реализуемого в данном населенном пункте в данный отрезок времени. Определяется с помощью опроса.
Географическое расположение	Где располагается данный НП или город. Выгодное ли местоположение имеет данный НП по отношению к теме проекта, по мнению автора проекта. Да, месторасположение выгодное (100). Имеются некоторые неудобства (50).	Используется для оценки предстоящих затрат на случай, если выделенный участок земли или помещение для реализации проекта подходит под категорию «неблагоприятное месторасположение».
Конкурентные преимущества, которые составляют инвестиционную привлекательность данного НП	Существует ли инвестиционная привлекательность данного НП по отношению к данному проекту, по мнению автора проекта, или нет. Да (100), нет (50).	Имеется в виду конкурентное преимущество НП, в котором реализуется проект, по отношению к соседним городам.
Маркетинг территории	Насколько хорошо, по мнению автора, проработан маркетинг территории данного НП. Отлично (100). Хорошо (50). Удовлетворительно (50).	Продукт маркетинга территории – территория, имеющая свои конкурентные преимущества и недостатки.
Социально-экономический эффект	Количество показателей: от 1 до 5 (50), от 5 до 10 (100).	Выражается в конкретных количественных и качественных показателях.
Присутствие инноваций в проекте	Имеются (100). Не имеются (50).	Рассматривается как современный и необходимый фактор, влияющий на положительное развитие во всех сферах жизни НП или города.
Менталитет и ценности	Скорее да (100). Скорее нет (50).	Соответствует ли менталитет населения данного НП или города успешной и благополучной реализации проекта.
Оценка рисков	Да (100). Не совсем (50).	Проработаны ли сценарии по предотвращению в момент наступления риска.

Окончание табл. 1

Р (проект)	О (населенный пункт (НП))	Пояснения
Поддержка со стороны государства или местных органов власти	Поддерживают (100). Не поддерживают (50).	Описываются конкретные меры поддержки, которыми планирует воспользоваться автор проекта.
Поддержка местного бизнес-сообщества	Поддерживают (100). Не поддерживают (50).	Конкретные меры поддержки со стороны местного бизнес-сообщества, которыми может воспользоваться автор проекта.

Источник: разработано авторами.

2. Географическое расположение. Выгодное ли местоположение имеет данный НП по отношению к теме проекта, по мнению автора проекта:

- вблизи моря, что делает город доступным для морских перевозок, транспортно-логистических услуг, международного туризма, рыбохозяйственной деятельности, научно-образовательной деятельности и т.д.;
- вблизи границ с крупными зарубежными торговыми городами, что может благоприятно повлиять на экономику НП, региона в целом; как следствие – повышение конкурентоспособности экономики и обеспечение высокого уровня качества жизни;
- насколько удобно и комфортно, по мнению автора проекта, жителям или гостям добираться до объекта, находящегося на территории данного НП.

3. Конкурентные преимущества, которые повышают инвестиционную привлекательность данного НП. Имеются ли какие-либо развивающиеся отрасли экономики на территории НП: машиностроение, судоремонт, транспорт, рыбодобывающая и перерабатывающая промышленность, энергетика и др.? Осуществляется ли выпуск конкурентоспособной продукции? Действуют ли режимы территорий опережающего развития, свободного порта? Есть ли действующие промышленные предприятия? Оценка проводится на основе совокупности таких показателей, как: историческая справка, экономические характеристики, географическое расположение НП, наличие развитой дорожно-транспортной инфраструктуры. Здесь же оцениваются хорошо развитая социальная и информационная инфраструктура, проработанный маркетинг территорий, наличие и реализация актуального на текущий момент времени стратегического плана развития НП, в котором должна присутствовать инновационная составляющая; товарооборот НП за последний год, уровень развития потребительского рынка, занятость и уровень жизни населения НП. Отличным решением будет наличие «атласа инвестора» данного НП, с которым можно ознакомиться с целью понимания общей экономической ситуации города. Таким образом, при оценке данного показателя определяется конкурентное преимущество НП, в котором реализуется проект, по отношению к соседним городам.

4. Маркетинг территории. Маркетинг города должен представлять собой комплекс действий городского сообщества, направленных на выявление и продвижение своих интересов для выполнения конкретных задач социально-экономического развития НП (продвижение интересов НП). Целью маркетинга территорий является создание, поддержание или изменение мнений, поведения субъектов-потребителей, в том числе: притягательность, престиж территории в целом, условий жизнедеятельности и деловой активности на территории; привлекательность сосредоточенных на территории природных, финансовых, трудовых, организационных и других ресурсов. Для достижения этой цели маркетинг территорий:

- 1) формирует и улучшает имидж территории, ее престиж, деловую и социальную конкурентоспособность;
- 2) продвигает расширение участия территории и ее субъектов в реализации международных, федеральных, региональных программ;
- 3) привлекает на территорию государственные и другие внешние по отношению к территории заказы;
- 4) стимулирует использования ресурсов территории (в том числе и за ее пределами).

Продукт маркетинга территории – территория, имеющая свои конкурентные преимущества и недостатки. Территориальный маркетинг выявляет и частично создает уникальные свойства региона как товара, которые могут быть полезны для потребителей: для предпринимателей – близость рынков сбыта, квалификация рабочей силы, условия предпринимательства, для туристов – климатические условия, достопримечательности, для инвесторов – цены на недвижимость.

5. Социально-экономический эффект. Какие положительные последствия предполагаются после реализации проекта в данном НП, другими словами, какую пользу реализация данного проекта принесет данному НП? Выражается в конкретных количественных и качественных показателях.

6. Инновационность проекта. Рассматривается как современный и необходимый фактор, влияющий на положительное развитие во всех сферах жизни НП или города. Современная инфраструктура города дает гостям понять, какой уровень жизни поддерживают в городе власти. Инновации делают город комфортнее, безопаснее, лучше, конкурентоспособнее.

7. Менталитет и ценности. Необходимо оценить, соответствует ли менталитет населения данного НП успешной и благополучной реализации проекта, позволит ли уровень воспитания и культуры местного населения поддерживать жизненный цикл проекта на долгие годы.

8. Оценка рисков . При разработке бизнес-плана многие либо забывают об этом, уделяя рискам минимум внимания, вкратце описывая их, либо вообще не включают описание и оценку рисков в содержание документа. Такой подход является неверным, так как анализ рисков интересует в первую очередь потенциальных инвесторов и дает

возможность оценить правильность выбранного пути развития бизнеса. Очень важно учесть все возможные риски в проекте по отношению к НП.

9. Поддержка со стороны государства или местных органов власти. Например, резидентам территорий опережающего развития и свободного порта Владивосток предоставляются налоговые, административные и таможенные льготы, ускоренная процедура возмещения НДС, возможность получения земельных участков в аренду без участия в торгах. Социальные предприниматели, в свою очередь, могут получить поддержку со стороны Центра инноваций социальной сферы, поддержку со стороны центра «Мой бизнес», продвижение проекта на конкурсах.

10. Поддержка местного бизнес-сообщества. Проект может очень быстро развиваться, если этому будут способствовать бизнесмены, чьи интересы совпадают полностью или частично с интересами автора проекта. Например, у автора проекта есть земельный участок, а у партнера деньги – в этом случае идея может модифицироваться и стать общей. Может рассматриваться такой вариант совпадения интересов, при котором партнер расширяет зону своего присутствия за счет территории проекта и предоставляет финансовые ресурсы на строительство объектов инфраструктуры, заложенных в проекте. Помощь может выражаться не только в деньгах: например, собственная строительная компания, техника, люди, иные ресурсы. Все это может оказать положительное влияние на реализацию проекта.

В *таблице 2* рассмотрены показатели, характеризующие социальных предпринимателей – участников проекта.

Рассмотрим содержание каждого из перечисленных показателей более подробно.

1. Компетентность участников. Определяется на основании наличия опыта работы в данной области или смежной не менее трех лет, занимаемой должности, документов, подтверждающих образование, и иных документов, подтверждающие компетенции и отношение к теме проекта: дипломы, сертификаты, справки, рекомендательные письма, выполненные работы с доказательством, или портфолио выполненных работ или услуг в конкретной области или области, смежной с темой проекта. В результате возникает четкое понимание, из каких специалистов состоит проектный офис или команда участников.

2. Количество участников. Одному участнику сложнее реализовать проект; коллективом можно проще и быстрее достигнуть поставленных целей и задач.

3. Финансирование проекта. Собственные средства – то есть те ресурсы, которые принадлежат участникам и их партнерам: заемные, грантовые, накопленные, свои, коллективные. Как правило, степень ответственности за свои финансовые ресурсы выше, шансы использовать средства по назначению высоки. Государственные: средства из федерального бюджета, регионального бюджета, субсидии, формы ГЧП и т.д.

4. Присутствие инноваций в проекте. Здесь необходимо оценить, какие методы реализации проекта используются его участниками: традиционные, классические или присутствуют какие-либо ноу-хау.

Таблица 2

Показатели, характеризующие социальных предпринимателей – участников проекта

Р (проект)	О (личность)	Пояснения
Компетентность участников	Наличие опыта работы в данной области или смежной. Да (100), нет (50).	Используется для оценки уровня самостоятельности предпринимателя.
Количество участников	От 1 до 3 (50) от 3 и более (100).	Используется для количественной оценки.
Финансирование проекта	Собственные (100). Государственные (50).	Оценивается эффективность расходования средств.
Присутствие инноваций в проекте	Да (100), нет (50).	Используется для оценки определения перспективности проекта.
Территориальное расположение объекта	Благоприятное месторасположение (100). Неблагоприятное месторасположение (50).	Используется для оценки предстоящих затрат на случай, если выделенный участок земли или помещение для реализации проекта подходит под категорию «неблагоприятное месторасположение».
Маркетинг	Вопрос проработки маркетинга, по мнению автора проекта, соответствуют оценке: отлично (100), хорошо (50), удовлетворительно (50).	Наличие стратегии и плана маркетинга, отражающих цели и основные шаги по их достижению.
Инвестиционная привлекательность	Уровень инвестиционной привлекательности проекта, выражающийся в конкретных показателях: отлично (100), хорошо (50), удовлетворительно (50).	Насколько проект будет привлекателен – от этого зависит темп его реализации.
Степень мотивации в проекте	Высокая (100). Средняя (50). Низкая (50).	Используется для оценки уровня качества реализации проекта.
Степень вовлеченности в проект	Высокая (100). Средняя (50). Низкая (50).	Используется для оценки уровня качества реализации проекта.
Финансовая модель проекта	Имеется (100). Не имеется (50).	Используется для оценки уровня финансовой грамотности участников проекта.

Источник: разработано авторами.

5. Территориальное расположение объекта. К показателям, определяющим благоприятное месторасположение объекта, можно отнести: наличие парковочных мест, наличие человеческого трафика, видимость объекта, транспортную доступность, адрес-

ную узнаваемость, удобную логистику. К показателям, определяющим неблагоприятное месторасположение, относятся: удаленность от городской инфраструктуры, недоступность, большая трата времени на решение рабочих вопросов, сложности с коммуникациями, юридическая неразрешенность статуса объекта или земли, на которой он находится.

6. Маркетинг. Насколько хорошо, по мнению автора проекта, проработаны следующие позиции:

- рынок сбыта товара/услуги;
- оценка конкурентов данной ниши;
- прогнозы продаж, гарантии продаж;
- наличие отдела маркетинга и рекламы или специалиста в данной сфере;
- фирменный стиль, брендбук;
- имеются ли у компании миссия, цели, задачи, планы.

Следует учитывать, что маркетинг – это совокупность процессов, направленных на создание, продвижение и предоставление продукта покупателям, а также управление взаимоотношениями с ними. Поэтому авторам проекта рекомендуется разработать маркетинговую стратегию, которая будет являться основным, фундаментальным элементом, и определять дальнейшую работу, используемые методы, инструменты. Кроме того, для получения высокой оценки по данному показателю необходимо предъявить разработанный план маркетинга – документальное представление принятых стратегий.

7. Инвестиционная привлекательность. Привлекательность проекта для инвесторов выражается в следующих показателях:

- наличие убедительной финансовой модели;
- наличие продуманного плана действий;
- наличие очевидной выгоды от вложений;
- наличие потенциала проекта (масштабирование);
- степень готовности проектного офиса (да, нет);
- возможность показать денежный поток ;
- актуальный список поставщиков, клиентов;
- перспективы дальнейшей жизнедеятельности проекта по достижении целей;
- доступность покупки/продажи доли;
- лояльный вход/выход из проекта;
- участие государства в проекте;
- участие местных органов власти в проекте.

8. Степень мотивации в проекте. Для оценки данного показателя предлагается следующая шкала:

- контрольный пакет в капитале компании принадлежит инициатору проекта, учредителями являются родственники, имеется возможность участвовать в жизни проекта, есть возможность полного контроля над ситуацией. Имеются авторские права, патенты и разработки: степень мотивации – высокая;
- учредитель с небольшим процентным участием в капитале компании, пассивный инвестор; является частью команды, наемным сотрудником, временным

специалистом на процентном вознаграждении или окладе: степень мотивации – средняя.

9. Степень вовлеченности в проект. Для оценки данного показателя предлагается следующая шкала:

- автор идеи полностью вовлечен в разработку и реализацию проекта. Это его гарантированная самореализация, как, например, врача, певца, скульптора, управленца, менеджера. Сам принимает участие в контроле исполнения на всех этапах реализации проекта: степень вовлеченности – высокая;
- участник принимает косвенное участие в разработке и реализации проекта. Основная задача узкоспециализированная. На успешную реализацию проекта прямого влияния не оказывает, это не входит в зону его компетенций: степень вовлеченности – средняя.

10. Финансовая модель проекта. Наличие хотя простой и понятной финансовой модели показывает степень понимания рисков в ходе подготовки или реализации проекта. Рекомендуются к отражению показатели:

- источники финансирования; этапы финансирования;
- этапы реализации проекта; капитальные затраты;
- прогноз финансовых результатов; налоги;
- фонд оплаты труда;
- операционные расходы;
- иные расходы или доходы

Использование метода кейс-стади для прогнозирования успешности региональных научно-познавательных проектов

Для прогнозирования успешности научно-познавательных проектов в регионе предлагается дополнительно использовать один из описательных методов: кейс-стади. Метод кейс-стади позволит более подробно описать практики участия социального предпринимательства в реализации региональных научно-познавательных проектов и описать эффекты от их реализации, которые не всегда можно оценить количественно. Достоинства метода кейс-стади:

- он не требует для применения значительных ресурсов;
- он не предъявляет высоких требований к квалификации специалистов;
- информация, полученная с использованием этого метода, обладает высоким эмоциональным воздействием;
- информация, полученная с использованием этого метода, помогает выявить и закрепить лучшие практики;
- метод может быть использован, когда социальные результаты и эффект невозможно выразить денежно.

Вместе с тем метод кейс-стади обладает существенными недостатками:

- его использование не дает объективной и полной информации о социальных результатах и эффекте работы;

- данные о достижениях и результатах не всегда могут быть проверены;
- не всегда ясны связи между полученными результатами и их причинами [5].

Согласно исследованию фонда «Эволюция и филантропия» в области публичных отчетов некоммерческих организаций в Российской Федерации, большинство отчетов построено именно в парадигме «истории и кейсы», причем представленные отчеты характеризуются избыточностью информации и недостаточной репрезентативностью [2] (*Martyschenko, 2015*). Для преодоления недостатков описательных методик необходимо проходить все этапы анализа в соответствии с методическими материалами, а также включать в анализ другие подходы, например, логическую модель и теорию измерений, что и предполагается сделать в данной работе.

Исследование методом кейсов проводится в несколько этапов [6] (*Gram*):

1. Анализ предполагаемых социальных результатов регионального научно-познавательного проекта. Перед началом исследования эксперты составляют перечень социальных результатов, которые должны быть получены в результате работы проекта. Эту информацию можно также почерпнуть из логической модели или теории изменений. На данном этапе также должны быть сформулированы критерии отнесения результатов к наилучшим или наихудшим.

2. Опрос и сбор информации от большого числа участников региональных научно-познавательных проектов с целью выделения наиболее значимых (наилучших и наихудших результатов).

3. Анализ и классификация, в процессе которых отбираются две небольшие группы кейсов с наилучшими и наихудшими результатами.

4. Сбор дополнительной информации по отобранным кейсам, позволяющий уточнить полученные данные и провести анализ причинно-следственных связей между действиями в рамках проекта и полученными результатами.

5. Документирование, обсуждение и распространение информации, полученной в результате исследования [3] (*Rozhdestvenskaya, Boguslavskaya, Bobrova, 2016*).

Хотя метод кейсов сравнительно прост в использовании и позволяет получать значимую информацию о наилучших и наихудших социальных эффектах региональных научно-познавательных проектов, его использование искажает общую картину результатов. Поэтому для большей достоверности данных при его применении предполагается также использовать количественные методы исследования.

Заключение

Предлагаемая методика оценки эффективности реализации региональных научно-познавательных проектов может использоваться при оценке возможности и целесообразности инвестиций в данные проекты; при конкурсном отборе участников для грантового финансирования и предоставления субсидий. Еще одно из возможных направлений использования данной методики – самооценка перспектив реализации регионального научно-познавательного проекта его участниками. На основании полученных результатов проект может быть доработан и улучшен, предложены меры по

повышению его значимости для региона, скорректирован состав участников и партнеров проекта, определены более успешные пути его реализации.

ИСТОЧНИКИ:

1. Лисевич А.В., Огнева Н.Ф. Базовые аспекты оценки воздействия социального предпринимательства на социально-экономическую систему региона // Вестник Марийского государственного университета. – 2018. – № 3.
2. Мартыщенко С. Как и зачем измерять эффективность НКО. / Материалы к вебинару. - М.:, 2015.
3. Рождественская Н.В., Богуславская С.Б., Боброва О.С. Оценка эффективности проектов некоммерческих организаций, социального предпринимательства и гражданских инициатив. - СПб.: Издательство Политехнического университета, 2016. – 168 с.
4. Хетагурова Ю.И. Методика оценки социального предпринимательства в современных условиях // Новый взгляд. Международный научный вестник. – 2015. – № 11. – с. 237-244.
5. Brinkerhoff R. The Success Case Method: Find Out Quickly What's Working and What's Not. - San Francisco: Berrett-Koehler Publishers, 2003.[2]
6. Gram T. Evaluating with the Success Case Method. Performance X Design. [Электронный ресурс]. URL: <https://performancedesign.wordpress.com/2011/02/24/evaluating-with-the-success-case-method/>.

REFERENCES:

- Gram T. Evaluating with the Success Case Method Performance X Design. Retrieved from <https://performancedesign.wordpress.com/2011/02/24/evaluating-with-the-success-case-method/>
- Khetagurova Yu.I. (2015). *Metodika otsenki sotsialnogo predprinimatelstva v sovremennykh usloviyakh* [Methods of social entrepreneurship assessment in the modern conditions]. *International Scientific Bulletin "New Look"*. (11). 237-244. (in Russian).
- Lisevich A.V., Ogneva N.F. (2018). *Базовые аспекты оценки воздействия социального предпринимательства на социально-экономическую систему региона Вестник Марийского государственного университета*. (3).
- Martyschenko S. (2015). *Kak i zachem izmeryat effektivnost NKO* [How and why to measure the effectiveness of NGOs] (in Russian).
- Rozhdestvenskaya N.V., Boguslavskaya S.B., Bobrova O.S. (2016). *Otsenka effektivnosti projektov nekommercheskikh organizatsiy, sotsialnogo predprinimatelstva i grazhdanskikh initsiativ* [Evaluation of the effectiveness of projects in nonprofit organizations, social entrepreneurship and civic initiatives] (in Russian).