

**Логунова Елена Германовна**

кандидат философских наук, доцент кафедры социологии, психологии и культурологии Ижевского государственного технического университета имени М.Т. Калашникова

**Логунова Ольга Александровна**

кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры социологии, психологии и культурологии Ижевского государственного технического университета имени М.Т. Калашникова

## К ВОПРОСУ О СОЦИАЛЬНОМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ В УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ

**Logunova Elena Germanovna**

PhD, Associate Professor,  
Department of Sociology,  
Psychology and Cultural Studies,  
Kalashnikov Izhevsk State Technical University

**Logunova Olga Aleksandrovna**

PhD, Associate Professor,  
Department of Sociology,  
Psychology and Cultural Studies,  
Kalashnikov Izhevsk State Technical University

## CONCERNING SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN THE UDMURT REPUBLIC

**Аннотация:**

*В условиях социально-экономического кризиса, перехода к рыночным отношениям и усиливающегося социального расслоения актуально привлечение бизнеса к решению важнейших социальных проблем. Существует проблема функционирования института предпринимательства в России. С одной стороны, государство поощряет благотворителей налоговыми льготами, а с другой, в обществе отсутствует регулярность благотворительной деятельности. Институт социального предпринимательства обеспечивает удовлетворение наиболее важных потребностей, обеспечивая взаимопомощь и взаимовыручку среди членов сообщества. Реализация идей социального предпринимательства выгодна для государства, общества и бизнеса. В статье проанализированы особенности феномена социального предпринимательства как важного субъекта рыночных отношений на примере Удмуртской Республики. Автором представлены рекомендации по разработке региональной концепции социального предпринимательства, которая должна включать в себя агитацию к участию в благотворительных акциях предпринимателей в СМИ, создание положительного имиджа предпринимателя – организатора социально ориентированного предприятия, оказание правовой, экономической и информационной поддержки социальным предпринимателям.*

**Ключевые слова:**

*социальное предпринимательство, благотворительность, просоциальная мотивация, экономика, социальные выгоды, легитимность, рынок, власть, Удмуртская Республика.*

**Summary:**

*In the context of social and economic crisis, the transition to market relations and the growing social stratification, it is relevant to involve the business in addressing the pivotal social problems. There is a functioning problem of the institution of entrepreneurship in Russia. On the one hand, the state provides philanthropists with tax incentives, and, on the other hand, there is no regular charitable activity in society. The institution of social entrepreneurship meets the most important needs providing mutual assistance among community members. The implementation of the ideas of social entrepreneurship is advantageous for the state, society, and business. The research analyzes the features of the phenomenon of social entrepreneurship as an important subject of market relations by a case study of the Udmurt Republic. The author concludes that a regional concept of social entrepreneurship is to be developed. It should include campaigning for participation in entrepreneurs' charitable events in the media, creating a positive image of the entrepreneur who manages the social-oriented enterprise, providing legal, economic and informational support for social entrepreneurs.*

**Keywords:**

*social entrepreneurship, charity, prosocial motivation, economy, social benefits, legitimacy, market, power, Udmurt Republic.*

Актуальность темы социального предпринимательства заключается в том, что в современных социально-экономических и политических условиях общество требует от бизнес-структур осознанного подхода к решению социальных проблем, развитого чувства гражданской ответственности по отношению к другим социальным группам и общностям. Следует привлекать бизнес к участию в деятельности института благотворительности в целях становления социальной справедливости для других социальных групп и общества в целом. Предпринимательство является одним из важнейших социальных институтов современности, который способен содействовать государственным структурам в решении социальных проблем путем развития инфраструктуры города/региона, проведения экологических акций, работы с малообеспеченными группами населения.

Теоретико-методологической основой статьи стали идеи Г.А. Ахинова, Ю.М. Беспаловой, А.Ф. Векслер, Е.В. Егорова, Е.Н. Жильцова, Н.Ф. Кадол, М.А. Морозова, Б.А. Райзберга, А.В. Савина, Л.У. Хациевой, рассматривающих социальную ответственность бизнеса, а также проблемы

сотрудничества государственных структур и бизнеса [1]. Из иностранных авторов, изучающих социальное предпринимательство, его ценности и важность для общества, можно выделить Э. Аткинсона, Д. Гримси, Дж.Д. Карлсона, А. Маршалла, Дж. Пламмера, А. Риха, Й. Хэйзинги [2].

Таким образом, в последнее десятилетие данная тематика приобретает все большую актуальность среди как российских, так и зарубежных авторов. Именно поэтому видится весьма своевременным обращение к особенностям формирования социального предпринимательства в условиях рыночной экономики в современном российском обществе [3], и в частности в одном из ее регионов – в Удмуртской Республике.

Целью статьи является изучение особенностей и условий формирования социального предпринимательства в Удмуртской Республике.

Методологическую основу исследования составил институциональный подход. Согласно Т. Парсонсу, социальный институт – это форма стандартизированных ожиданий, которая управляет поведением индивидов и социальными отношениями [4]. Т. Парсонс рассматривал социальную систему как совокупность коллективов, организованных и упорядоченных на основе единых нормативных образцов, норм, ценностей. Таким образом, социальное предпринимательство можно рассматривать как важнейший общественный институт, исполняющий поддерживающую функцию, что помогает государству обеспечивать стабильную деятельность социума и отдельных социальных групп.

Научная новизна статьи заключается в том, что впервые был проведен комплексный анализ нравственных, экономических, политических, правовых проблем, связанных с функционированием социального предпринимательства в Удмуртской Республике как важнейшего субъекта рыночных отношений.

Социальное предпринимательство является важным экономическим видом деятельности, который бросает вызов основным принципам экономики. Социальное предпринимательство способствует увеличению активного участия в экономической жизни тех, кто испытывает нужду. Человеческое достоинство может быть реализовано только посредством полного участия в общественной жизни, когда люди получают власть и ресурсы для совместной работы, чтобы улучшить свою жизнь, укрепить свои семьи и внести свой вклад в развитие общества.

Идеи социального предпринимательства в последнее время становятся все более актуальными. Используя рыночные методы для решения общественных проблем, социальное предпринимательство выделяет две задачи: создание социальных и экономических ценностей [5]. Социальные предприятия стремятся создавать ценности для клиентов, но вместо полного вознаграждения инвесторов, как в случае с коммерческими предприятиями, избыточные выгоды организационной деятельности начисляются в первую очередь целенаправленным бенефициарам. Именно эта забота о других делает социальное предпринимательство актуальным. Исследования в области экономики, психологии и социологии сосредоточены на мотивах рыночного предприятия, а также на его роли в максимизации пользы.

Просоциальные эмоции способны мотивировать действия, которые призваны служить благополучию группы. Это приводит к игнорированию собственных интересов и выгоды и превращает апатию в социальную озабоченность [6]. Действительно, несмотря на то что социальное предпринимательство, вероятно, частично основано на собственных интересах и устремлено к социальной власти, многие исследования утверждают, что оно в значительной степени определяется ориентацией на благотворительность.

Благотворительность характеризуется ориентацией на другого и эмоциональной связью индивида со всем сообществом. Благотворительность служит мощным мотиватором действий, облегчающих страдания других [7]. Таким образом, благотворительность относится к просоциальному поведению. Хотя благотворительность мотивирует социальное предпринимательство, используемые для этого механизмы остаются малоизученными. Представляется возможным выделить следующие направления для исследования в рамках рассматриваемой темы:

- 1) сосредоточиться на мотивации социального предпринимательства, которая раскрывает аффективные и когнитивные механизмы, оказывающие влияние на все большую легитимность данного процесса;

- 2) изучить связь предпринимательства с просоциальными мотивациями и эмоциями, которые направлены на облегчение страданий. При этом благотворительность влияет на личные расходы и обязательства по организации помощи;

- 3) рассмотреть уникальный и сложный характер социального предпринимательства, способствующий решению социальных проблем;

- 4) исследовать благотворительность как фактор мотивации просоциального поведения, т. е. ориентации на другого. Эта эмоциональная связь с другими способствует интегративным решениям сложных социальных проблем;

5) изучить множество когнитивных и аффективных процессов, способствующих социальному предпринимательству, которые в тандеме с воспринимаемой легитимностью социального предпринимательства поощряют выбор основать новое социальное предприятие.

Несмотря на то что социальное предпринимательство в последнее время находится в центре внимания отечественной социологии, следует отметить недостаточность теоретической и эмпирической проработанности данного феномена. Так, Удмуртская Республика по карте активности социального предпринимательства среди субъектов Российской Федерации относится к проблемным регионам. Можно выделить следующие особенности социального предпринимательства.

Во-первых, социальное предпринимательство представляет собой баланс социальных ценностей и экономической составляющей. Например, домашний детский сад «Курносики» для малышей от 1,5 до 3 лет. Данный проект будет полезен родителям, которые вынуждены выйти на работу и им необходимо организовать присмотр для детей на время работы [8]. Такая тесная интеграция создает социальную и экономическую ценности, которые отличают социальное предпринимательство не только от традиционных форм бизнеса, но и от способов реагирования на страдания (например, благотворительные организации).

Во-вторых, социальное предпринимательство возникает в условиях, когда рынки потерпели неудачу или где существует институциональный вакуум. Социальный предприниматель должен осознавать не только риск, связанный с запуском нового предприятия, но и риск, связанный с построением новых институтов, которые могли бы поддержать такое предприятие [9]. Например, микрокредитная компания «Удмуртский фонд развития предпринимательства», обеспечивающая заинтересованных лиц оборотным капиталом, необходимым для начала собственного бизнеса [10]. В дополнение к инновационной деятельности на рынке капитала социальные предприниматели, которые впервые создали микрокредитные организации, должны сделать больше, чем просто начать предприятие. Они должны участвовать в институциональном предпринимательстве путем изменения существующих культурных, экономических и институтов регулирования. В культурном отношении микрокредитным операциям пришлось преодолеть стереотипы о нуждающихся, демонстрируя свою способность погашать кредиты. Экономически микрокредитные организации должны разработать технологии и системы распределения социальных благ, которые помогут преодолеть географические барьеры для доставки продуктов и услуг в удаленные сельские районы. Наконец, для повышения стабильности и более низких операционных издержек микрокредитные организации должны были организовать систему мониторинга. Тем не менее даже в условиях, где существует инфраструктура, социальные предприниматели часто нуждаются в государственной поддержке.

В-третьих, социальное предпринимательство привлекает к работе инвалидов. Например, ООО «Локомотив» – организация по производству одноразовых медицинских вещей, в которой трудятся люди с ограниченными возможностями [11]. Данный проект позволяет инвалидам почувствовать себя нужными, повысить свою экономическую самостоятельность, стать частью дружного и сплоченного коллектива.

В целом социальное предпринимательство может рассматриваться как вызов, так как существует в условиях, где даже базовая институциональная инфраструктура может отсутствовать. С одной стороны, предприниматели мотивированы финансовой прибылью в качестве компенсации за их личный риск. С другой стороны, мотивы для создания предприятия могут отражать индивидуальные ценности и внутренние потребности (социальный статус, престиж, образование, творческий процесс) [12]. Возникает вопрос, какова роль благотворительности в поощрении данного вида предпринимательской деятельности.

Благотворительность побуждает индивида заниматься социальным предпринимательством. В частности, благотворительность через ориентацию и эмоциональные связи с другими людьми выступает в качестве просоциального мотиватора когнитивных и аффективных процессов, которые рассматриваются как предпосылки для осуществления социального предпринимательства.

Следует продолжать изучать многочисленные мотивы, лежащие в основе сложной деятельности социального предпринимательства. Просоциальные и личностные мотивы могут сосуществовать, но остаются вопросы, касающиеся приоритетов, последовательности и взаимодействия этих мотивов. Социальные предприниматели опираются на личностные и просоциальные мотивации.

Современные исследования в области социологии и экономики обращаются к изучению социального предпринимательства, но отсутствие общего определения социального предпринимателя препятствует более глубокому изучению темы. В статье рассмотрены основные проблемы социального предпринимательства, показаны его особенности и ориентация, с одной стороны, на прибыль, а с другой, на решение общественных проблем. Следует сосредоточить внимание на представлении новых исследовательских вопросов, которые имеют значение для разных областей, которые пересекаются с социальным предпринимательством, включая инновации

и управление некоммерческими организациями. Несмотря на то что отдельные лица могут публично признаваться социальными предпринимателями за вклад в улучшение благосостояния общин, область социального предпринимательства продолжает бороться за получение легитимности. Существует проблема определения границ социального предпринимательства.

Организации, относящиеся по своей функциональной направленности к социально-предпринимательским, стремятся не только к накоплению капитала, но и к решению общественных проблем в соответствии с принятыми нормами, ценностями, правилами. Социальное предпринимательство выполняет следующие функции в обществе:

- 1) обеспечение процессов социальной солидарности и социальной справедливости;
- 2) содействие социальному равенству, что приводит к развитию социальной интеграции и порядка в обществе;
- 3) привлечение молодежи к решению социальных проблем;
- 4) создание осведомленного и открытого общества, опирающегося на этические нормы и устойчивого к ксенофобии;
- 5) развитие социальной интеграции.

Государственным структурам, в частности Правительству Удмуртской Республики и Государственному совету Удмуртской Республики, следует разработать региональную концепцию социального предпринимательства. Для реализации данной концепции необходимы:

– во-первых, агитация к участию в благотворительных акциях предпринимателей в СМИ. Для этого следует распространять агитационные материалы в средствах массовой информации (интернет, телевидение, радио), размещать на официальных сайтах информацию о налоговых льготах и вычетах, а также других механизмах государственной поддержки предпринимательства;

– во-вторых, создание положительного имиджа предпринимателя как организатора социально ориентированной организации. Среди старшего поколения существует восприятие бизнеса как спекуляции. Занятие благотворительностью – отличная возможность создать позитивный имидж предпринимателя в глазах общественности. Без создания положительного образа сложно сделать успешную карьеру и построить хороший бизнес. В современном потребительском обществе следует ориентировать молодое поколение не только на увеличение капитала, но и на решение наиболее острых проблем действительности;

– в-третьих, разработка мер правовой поддержки социальных предпринимателей. Федеральный закон «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» от 11 августа 1995 г. № 135-ФЗ и муниципальная программа «Поддержка социально ориентированных некоммерческих организаций, осуществляющих деятельность на территории муниципального образования “Город Ижевск” на 2016–2020 гг.» направлены на содействие развитию прежде всего некоммерческих организаций;

– в-четвертых, развитие мер экономической поддержки социального предпринимательства. В Ижевске существует ежегодный городской конкурс социально значимых проектов и программ социально ориентированных некоммерческих организаций и территориального общественного самоуправления. Следует разрабатывать систему грантов как одну из форм поддержки социального предпринимательства;

– в-пятых, информационная поддержка предпринимателей, например организация встреч молодых предпринимателей с региональными властями по вопросам сотрудничества, открытие научных центров и инкубаторов, проведение мастер-классов для обмена опытом. Социальное предпринимательство нуждается в активистах, лидерах общественного мнения, способных генерировать и реализовывать актуальные идеи.

В заключение следует отметить, что социальное предпринимательство обеспечивает удовлетворение наиболее важных потребностей, обеспечивая взаимопомощь и взаимовыручку среди членов сообщества. Под социальным предпринимательством понимается практика создания и поддержания организаций, занимающихся решением социальных проблем. Проблема социального предпринимательства косвенно поощряет личную активность и заинтересованность молодого поколения, которое постепенно становится ответственным перед социумом и отдельными социальными группами. Социальное предпринимательство порождает ответственность, участие в проблемах социума, понимание справедливости.

#### **Ссылки:**

1. Хациева Л.У. Рыночный субъект социально ориентированной экономики: институциональная характеристика и принципы организации // Экономика и управление: проблемы, решения. 2017. Т. 7, № 9. С. 9–12.
2. Рих А. Хозяйственная этика. М., 1996. 810 с.
3. Ахинов Г.А., Рвачев А.Л. Вопросы регулирования предпринимательства в условиях развития рыночных отношений // Философия хозяйства. 2016. № 4 (106). С. 136–150.
4. Парсонс Т. Система современных обществ. М., 1997. 270 с.

5. Dees J.G. *Social Enterprise Spectrum: Philanthropy to Commerce*. Cambridge (Mass.), 1996.
6. Bowles S., Gintis H. Prosocial Emotions // *The Economy as an Evolving Complex System*. 2002. Vol. 3. P. 339–364.
7. Batson C.D., Early Sh., Salvarani G. Perspective Taking: Imagining How Another Feels versus Imaging How You Would Feel // *Personality and Social Psychology Bulletin*. 1997. Vol. 23, no. 7. P. 751–758.
8. Мастер-класс «Социальное предпринимательство» [Электронный ресурс] // Официальный сайт муниципального образования «Город Ижевск». URL: <http://www.izh.ru/i/info/23373.html> (дата обращения: 21.02.2018).
9. Dacin P.A., Dacin M.T., Matear M. Social Entrepreneurship: Why We don't Need a New Theory and How We Move Forward from Here // *Academy of Management Perspectives*. 2010. Vol. 24, no. 3. P. 37–57.
10. Микрокредитная компания «Удмуртский фонд развития предпринимательства» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.fond.udbiz.ru/o-fonde/> (дата обращения: 21.02.2018).
11. ООО «Локомотив» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.локомотив18.рф/index/0-2> (дата обращения: 21.02.2018).
12. Miller T., Wesley C. Assessing Mission and Resources for Social Change: An Organizational Identity Perspective on Social Venture Capitalists' Decision Criteria // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2010. Vol. 34, no. 4. P. 705–733.

## References:

- Akhinov, GA & Rvachev, AL 2016, 'Business regulation issues in the context of market relations development', *Filosofiya khozyaystva*, no. 4 (106), pp. 136-150, (in Russian).
- Batson, CD, Early, Sh & Salvarani, G 1997, 'Perspective Taking: Imagining How Another Feels versus Imaging How You Would Feel', *Personality and Social Psychology Bulletin*, vol. 23, no. 7, pp. 751–758. <https://doi.org/10.1177/0146167297237008>.
- Bowles, S & Gintis, H 2002, 'Prosocial Emotions', *The Economy as an Evolving Complex System*, vol. 3, pp. 339–364. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195162592.003.0014>.
- Dacin, PA, Dacin, MT & Matear, M 2010, 'Social Entrepreneurship: Why We don't Need a New Theory and How We Move Forward from Here', *Academy of Management Perspectives*, vol. 24, no. 3, pp. 37–57.
- Dees, JG 1996, *Social Enterprise Spectrum: Philanthropy to Commerce*, Cambridge (Mass.).
- Khatsieva, LU 2017, Market subject of socially-oriented economy: institutional characteristics and principles of organization', *Ekonomika i upravleniye: problemy, resheniya*, vol. 7, no. 9, pp. 9-12, (in Russian).
- Miller, T & Wesley, C 2010, 'Assessing Mission and Resources for Social Change: An Organizational Identity Perspective on Social Venture Capitalists' Decision Criteria', *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 34, no. 4, pp. 705–733. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00388.x>.
- Parsons, T 1997, *The system of modern societies*, Moscow, 270 p., (in Russian).
- Rikh, A 1996, *Economic ethics*, Moscow, 810 p., (in Russian).