

DOI 10.15593/2224-9354/2018.1.7

УДК 316.334.23

**С.А. Судьин, П.А. Яковлев**

## **СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ПРЕДМЕТ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА**

На основании авторского исследования изучаются социологические контексты анализа социального предпринимательства (СП). Интерес к данному феномену обусловлен сочетанием противоречащих друг другу просоциальных и экономических мотивов, лежащих в его основе, а также наличием переменных, открывающих перспективы социально-структурного и кросс-культурного анализа. Среди таковых – изучение мотивации отечественного и зарубежного социального предпринимателя, а также сравнение с мотивами «обычных» предпринимателей. При изучении феномена СП как такового обращается внимание на его место и функции в социальной системе, а также вклад в формирование экономических показателей страны. Также анализируется отсутствие однозначных критериев его определения даже при наличии установленных юридических дефиниций. Это приводит к размыванию феномена СП, включению в его круг многочисленных структур и организаций, поддающихся классификации по различным основаниям. В рамках гендерного подхода СП представлено как сфера использования преимущественно женского труда, призванная снизить нарастающую сегрегацию слабого пола. Кросс-культурная перспектива позволяет исследовать дискурс различных аспектов СП в западноевропейской и американской традиции, его зависимость от культурных ценностей и особенностей исторического развития стран. Внимание к проблематике СП в настоящее время в России обусловлено изменением системы взаимодействия государства с различными акторами, ответственными за реализацию мер социальной политики на всех уровнях, созданием реестров поставщиков социальных и общественно полезных услуг. СП является одним из институтов, претендующих на государственное финансирование через оказание услуг.

*Ключевые слова: социальное предпринимательство, социальная политика, социальные изменения, просоциальная мотивация, социально-культурный контекст.*

Развитие социологического знания проявляется не только в приумножении различных вариантов теоретических подходов к изучению социальной реальности, но и в увеличении числа феноменов, к исследованию которых эти подходы применяются. Социологическая категоризация тех или иных явлений позволяет использовать аналитический потенциал научных теорий, прогнозировать их развитие и выработать адекватные практики управления ими в условиях нестабильной социальной среды. Одним из таких феноменов, становящихся предметом социологического интереса в последние годы, является социальное предпринимательство. Его уникальность состоит в сочетании социальной направленности деятельности и предпринимательст-

---

© Судьин С.А., Яковлев П.А., 2018

**Судьин Сергей Александрович** – канд. социол. наук, доцент кафедры общей социологии и социальной работы ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского», e-mail: sudjin@mail.ru.

**Яковлев Павел Алексеевич** – аспирант кафедры общей социологии и социальной работы ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского», e-mail: pavelfsn@yandex.ru.

ва, изначально предполагающего жесткую конкуренцию с целью максимизации прибыли и коммерциализации компании. Подобный оксюморон способен вызвать немалый интерес сам по себе, не говоря уже о многообразии сторон, которые открываются при более пристальном взгляде на содержание данного феномена.

Актуальность обращения к данной теме обусловлена острой потребностью в деятельности негосударственных институтов, осуществляющих социальную защиту граждан посредством активизации их индивидуальных ресурсов и вовлечения в оплачиваемую социально полезную деятельность. На фоне признания важности этой работы можно наблюдать отсутствие достаточного количества акторов, способных осуществлять ее на системной или постоянной основе. Причины этого явления многообразны и заслуживают отдельного рассмотрения, выходящего за пределы данной статьи. Следует также отметить, что актуальность носит комплексный характер, отражающий многоаспектность СП и вариативность критериев, используемых для его определения.

В феномене СП интегрируются положения многих социальных наук, так или иначе касающихся различных аспектов его функционирования и развития. Экономические аспекты явления связаны именно с *предпринимательством* и теми эффектами, которыми оно может иметь в системе производства и распределения материальных благ [1]. Выгодность СП по сравнению с другими видами предпринимательской деятельности обусловлена, прежде всего, вовлечением в нее представителей «экономически пассивных» социальных групп – лиц с ограниченными возможностями, матерей-одиночек, лиц, освободившихся из мест заключения и т.д. Подобная активизация экономического потенциала не может не иметь экономических последствий, открывающих возможность поставить социальные ценности выше экономических интересов. Еще один экономический аспект связан с занятием продукцией СП определенного рыночного сегмента в общей структуре производства товаров и услуг, ориентированных на определенные социальные группы: медицинская техника, средства для ухода за больными, предоставление сиделок и тьюторов на определенный срок – все это является частью процессов, формирующих картину экономической жизни современного российского общества. Более того, можно отметить, что СП является своего рода высшим пилотажем предпринимательской деятельности, поскольку его социальная направленность ограничивает набор даже легитимных средств извлечения коммерческой прибыли. Ее получение всегда является следствием конкуренции, использования средств, на применение которых субъекты СП могут не быть готовыми или в принципе не способными. Например, урезание доли прибыли, отчисляемой на социальные нужды, снижение издержек, вызванных трудоустройством лиц с ограниченными возможностями, отказ от производства и реализации социально значимых, но не приносящих дохода товаров, услуг и продуктов.

Ограниченность возможностей СП в пространстве традиционной экономической конкуренции актуализирует вопросы законодательного регулирования данного вида деятельности и предоставления ряда социальных прав субъектам его реализации. Безусловно, важнейшим шагом, знаменующим первый этап процесса институционализации социального предпринимательства, является его включение в сферу законодательного регулирования. Это означает не только признание государством факта возникновения того или иного института; данный акт обозначает его место, роль и функции в социальной системе, а также правила взаимодействия с ее остальными элементами.

Впервые непосредственно о социальном предпринимательстве в современной российской законодательной практике было сказано 30 декабря 2014 года, когда было принято Постановление Правительства РФ № 1605 «О предоставлении и распределении субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства, включая крестьянские (фермерские) хозяйства». Под субъектами СП понимались субъекты малого и среднего предпринимательства, осуществляющие социально ориентированную деятельность, направленную на достижение общественно полезных целей, улучшение условий жизнедеятельности гражданина и расширение его возможностей самостоятельно обеспечивать свои основные жизненные потребности, а также на обеспечение занятости, оказание поддержки инвалидам, гражданам пожилого возраста и лицам, находящимся в трудной жизненной ситуации [2, 3]. Понимание важности регламентации процессов, происходящих внутри СП, отсылает нас к необходимости учета юридических аспектов его функционирования, легитимирующих саму основу его существования и определяющих базовые принципы функционирования.

Наиболее важным моментом в контексте современных тенденций является расширение возможностей организаций быть включенными в реестр поставщиков социальных услуг или общественно полезных услуг. Данный механизм, несмотря на имеющиеся ограничения и недочеты [4], позволяет получать государственную и муниципальную поддержку через субсидирование оказываемых услуг. В целях более четкой регламентации порядка субсидирования было необходимо дать определение субъектов СП.

Однако, признавая важность экономического и юридического аспектов СП, мы сконцентрируемся именно на социологических сторонах этой темы. Это сможет обеспечить необходимую научную новизну в анализе заявленной нами темы и позволит открыть новые связи и исследовательские перспективы с другими социально-экономическими, юридическими аспектами. Поскольку социологический анализ темы СП в современной России представляет собой известный элемент новизны с сопутствующими ему трудностями, логично обратиться в том числе и к международному опыту изучения данного феномена [5]. Это даст возможность обогатить арсенал теоретических подходов к исследованию

дованию данного феномена социальной реальности и дать основу для последующих сравнительных исследований СП в современной России.

В основу работы нами положено авторское исследование пространства организаций, оказывающих общественно полезные и социально ориентированные услуги, руководителей которых по совокупности признаков можно было определить как социальных предпринимателей. В качестве основных признаков нами были выделены, во-первых, социальная направленность деятельности, во-вторых, возмездный характер оказываемых услуг, что позволяло фирмам выживать за счет самоокупаемости.

СП как социальный феномен может быть рассмотрен с разных точек зрения. Прежде всего анализу может быть подвергнута личность социального предпринимателя, его мотивы и цели, определяющие общий поведенческий алгоритм, направленный на создание столь необычного с экономической точки зрения детища. При этом, однако, экономические соображения и связанные с ней соображения не стоит игнорировать. Например, в рамках одного из исследований, предпринятых авторами, респондент, являвшийся владельцем достаточно известной в регионе компании по предоставлению услуг по уходу на дому за лежачими больными, отмечал: *«Данный бизнес, конечно, золотых гор не сулит: глупо этим ради денег заниматься. Но, с другой стороны: взгляните на возрастную динамику населения России. Оно неуклонно стареет, молодежи и зрелых людей, способных взять на себя заботу о своих престарелых родителях, бабушках и дедушках, все меньше. При относительно низкой капитализации у этого бизнеса есть суперпреимущество: он вечен, как вечны те проблемы, на решение которых он направлен»*. (Мужчина, 45 лет, г. Н.Новгород, социальный предприниматель).

Логично, что при создании подобного рода организаций отмечались и другие мотивации, нередко связанные с переживанием личной драмы и осознанием общности проблем лиц, столкнувшихся с похожими ситуациями. *«Когда заболел отец, который был для нас с сестрой всем, абсолютно всем, мы вдруг поняли, что не можем за ним ухаживать. Психологически эта задача оказалась для нас неподъемной. Человек, мальчишкой прошедший войну, вырастивший детей, ухаживавший за своей женой, нашей матерью, когда та слезла после инсульта и пролежала 7 лет... И вдруг он сам нуждается в нашей помощи? Думаю, даже для него это было бы шоком, он бы себе такого не простил. И не позволил бы. Я бизнесом тогда занимался, муж сестры одно время был моим компаньоном. Решение нашлось быстро»*. (Мужчина, 54 года, г. Москва, социальный предприниматель).

Эти данные согласуются с результатами крупного немецкого исследования, проведенного в 2011 году сотрудниками консорциума немецких вузов. В ходе этого исследования методом интернет-опроса были исследованы 258 организаций социально-предпринимательской направленности. Так, респонденты, отвечая на вопрос о личной мотивации на занятие данным видом

деятельности, в качестве ведущего мотива отметили, прежде всего, наличие негативного опыта в профессиональной сфере, подтолкнувшего к идее развития более эффективных форм помощи. Таковых оказалось почти 38 %. Для почти 21 % ведущим мотивом стало понимание общественной важности этой работы, а личные проблемы или трудности у ближайших родственников стали мотиватором для 15 и 16 % опрошенных соответственно [6].

Отдельным вопросом, представляющим интерес для дальнейших исследований в сфере мотивации, является сравнительный анализ личностных особенностей социальных предпринимателей и бизнесменов, работающих в традиционных сферах бизнеса. Особенно перспективными здесь могут оказаться биографические интервью, вскрывающие глубинные основания про-социальной мотивации социальных предпринимателей, а также факторы формирования представлений о социальной ответственности у «обычных» бизнесменов. Исходя из предпринятых нами исследований, мы можем сформулировать гипотезу о наличии глубокой личной вовлеченности в проблемы, решаемые СП, в силу влияния которых экономические факторы будут выполнять лишь сопутствующую функцию.

Пределы эмпирической операционализации и анализа данных не позволяют провести, например, точную комплексную оценку вклада СП в формирование ВВП, структурные преобразования национальной экономики или политической системы. Тем не менее эти вопросы представляют собой основу для дискуссий относительно роли социального СП в жизни современных обществ и оптимизации вклада различных социальных акторов в их благополучие.

С позиций социологии организаций и социологии управления в центр анализа попадают иные аспекты СП. Очевидно, что компания, занимающаяся оказанием социальных услуг, будет значительно отличаться от компаний другого типа и по характеру организационной структуры, и по типу внутрифирменных коммуникаций, и по типу корпоративной культуры, и по ряду других феноменов, традиционно попадающих в фокус анализа соответствующих специалистов. В этой связи актуализируются вопросы взаимодействия с органами государственной власти, особенностей используемых бизнес-моделей, фандрайзинга и т.д. [7]. Одна из опрошенных отмечала: *«Попытки создания четкой структуры, где каждый знал бы свое место, провалились. Точнее, пошли прахом сразу после того, как ушли иностранные спонсоры – они обеспечивали возможность системной работы, выбирая лидеров в каждом из направлений деятельности. Обидно, но их больше нет, а своего ничего создать не захотели. Или денег нет. Кому теперь нужны все те, о ком заботились эти якобы иностранные агенты? Создайте своих агентов, а потом и гоняйте всех хоть поганой метлой. А ведь нет...»*. (Женщина, 82 года, г. Москва, руководитель общественной организации, социальный предприниматель). Дилеммы и коллизии, возникающие в контексте законодательного

регулирования социального предпринимательства, можно отнести именно к данному блоку социальных проблем, сопровождающих институционализацию данного феномена в современной России.

Наконец, предметом социологического анализа может стать непосредственно сам феномен СП. Внутреннее многообразие организаций и институтов, входящих в это понятие, во многом обусловлено неопределенностью критериев «социальности» предпринимательства. Попытки обобщения сложной внутренней структуры феномена помогут построить функциональные типологии организаций, вовлеченных в данный вид деятельности в зависимости от сферы деятельности, масштабов работы, форм проявления социальной активности и других критериев. Например, М.А. Кашина и Н.Ю. Уткина обращают внимание на гендерный аспект социального предпринимательства, понимая его как сферу реализации преимущественно женской деловой активности [8]. Авторы видят в нем средство преодоления установившейся гендерной сегрегации на рынке труда, не позволяющей женщинам занять достойные места в обычном бизнесе. Социальный бизнес, напротив, в большей степени отвечает потребностям женской природы, одновременно давая возможность обрести финансовую самостоятельность. При очевидной оригинальности данного подхода отметим, что, пытаясь преодолеть несправедливое распределение ролей на рынке труда, авторы, по сути, способствуют углублению привычных стереотипов о месте и роли женщины в системе не только трудовых, но и социальных отношений в целом.

Говоря о международном опыте исследования феномена СП, отметим, что в западноевропейской и американской практике также присутствует дискуссия относительно различных аспектов его функционирования, в том числе критериев определения. В этой сфере оформились две основные научные школы. В рамках первой из них социальное предпринимательство анализируется преимущественно в экономических терминах, обсуждаются вопросы повышения эффективности деятельности некоммерческих организаций через получение прибыли за счет решения социальных проблем [9, 10]. В этом находит выражение общая тенденция к экономизации социальной сферы, т.е. использованию экономических и даже монетарных критериев для оценки деятельности организаций, ранее не имевших к этому никакого отношения [11]. В рамках другого направления основным критерием эффективности СП является уровень использования инновационных технологий и общий вклад в инновационное развитие общества. Данное деление можно признать несколько условным, поскольку разработка новых технологий невозможна без финансовых вложений, а степень внедрения инноваций легче всего можно оценить по их экономическому эффекту.

Нельзя пройти и мимо дискуссии, развернувшейся около десяти лет назад вокруг вопросов о соотношении деловых, т.е. финансово-экономических и просоциальных составляющих данного феномена. Для Западной Европы СП – это, прежде всего, *социальное предпринимательство*, в роли основных

акторов которого видятся некоммерческие неправительственные организации. В американской традиции основной акцент делается на предпринимательской активности. Это соответствует духу американских культурных ценностей, где прибыль становится основным критерием успешности.

Можно заключить, что СП имеет большие перспективы социологического изучения, включающего в себя элементы не только социально-структурного, но и кросс-культурного анализа. Помимо научного интереса необходимо отметить важность обращения к данной тематике в контексте реформирования системы взаимодействия государства с некоммерческими организациями, а также повышения их роли в процессе формирования и реализации социальной политики на всех уровнях.

### **Список литературы**

1. Поаншваль Н.С. Социальное предпринимательство как инновационный инструмент решения социальных проблем в рыночной экономике // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. – 2014. – № 25. – С. 170–176.

2. Гришина Я.С. Социальное предпринимательство как правовая модель реформирования социально-правовой политики государства // Правовая политика и правовая жизнь. – 2012. – № 4. – С. 52–56.

3. Гришина Я.С. Социальное предпринимательство как инновационно-правовая модель обеспечения социально-имущественных потребностей граждан // Безопасность бизнеса. – 2014. – № 4. – С. 20–23.

4. Саралиева З.Х., Судьин С.А. Взаимодействие государства и НКО, действующих в сфере социально-психиатрической работы // Отечественный журнал социальной работы. – 2017. – № 1. – С. 69–77.

5. Яковлев П.А. Социальное предпринимательство как практика заботы в системе социальной работы Германии // Практики заботы в современном обществе: материалы Всерос. науч.-практ. конф. – Саратов: Саратовский источник, 2017. – С. 311–316.

6. Eine Vermessung der Landschaft deutscher Sozialunternehmen / W. Spiess-Knajf, R. Schües, S. Richter, T. Scheuerle, B. Schmitz // Sozialunternehmen in Deutschland. – Springer VS, 2013. – S.27.

7. Судьин С.А. Гражданско-общественные организации в сфере психического здоровья: попытка классификации // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. – 2016. – Т. 16, № 2. – С. 165–169.

8. Кашина М.А., Уткина Н.Ю. Социальное предпринимательство как бизнес, «подходящий» женщинам // Управленческое консультирование. – 2015. – № 8 (80). – С. 128–134.

9. Salamon L.M. Holding the Center: America's Nonprofit Sector at a Crossroads. – New York: Nathan Cummings Foundation, 1997.

10. Priller E., Zimmer A. Dritte Sektor-Organisationen zwischen Markt und Mission // Gosewinkel D., Kocka J. & Rucht D. (Hrsg.): Zivilgesellschaft: Bedingungen, Pfade, Abwege. (WZB-Jahrbuch). – Berlin: Edition Sigma, 2003.

11. Судьин С.А. Уровни гражданско-общественной активности в работе с психически больными и членами их семей // Теория и практика общественного развития. – 2016. – № 4. – С. 37–42.

## References

1. Poanshval' N.S. Sotsial'noe predprinimatel'stvo kak innovatsionnyi instrument resheniia sotsial'nykh problem v rynochnoi ekonomike [Social entrepreneurship as the innovative tool of social problems solving in market economy]. *Sovremennye tendentsii v ekonomike i upravlenii: novyi vzgliad*, 2014, no. 25, pp. 170–176.

2. Grishina Ia.S. Sotsial'noe predprinimatel'stvo kak pravovaia model' reformirovaniia sotsial'no-pravovoi politiki gosudarstva [Social entrepreneurship as a law model of reforming the social law policy of the state]. *Pravovaia politika i pravovaia zhizn'*, 2012, no. 4, pp. 52–56.

3. Grishina Ia.S. Sotsial'noe predprinimatel'stvo kak innovatsionno-pravovaia model' obespecheniia sotsial'no-imushchestvennykh potrebnosti grazhdan [Social entrepreneurship as an innovational-law model of provision of social-property needs of citizens]. *Bezopasnost' biznesa*, 2014, no. 4, pp. 20–23.

4. Saralievа Z.Kh., Sud'in S.A. Vzaimodeistvie gosudarstva i NKO, deistvuiushchikh v sfere sotsial'no-psikhiatricheskoi raboty [The state as the partner of socio-psychiatric NPOs]. *Otechestvennyi zhurnal sotsial'noi raboty*, 2017, no. 1, pp. 69–77.

5. Iakovlev P.A. Sotsial'noe predprinimatel'stvo kak praktika zaboty v sisteme sotsial'noi raboty Germanii [Social entrepreneurship as a care practice in the German system of social work]. *Praktiki zaboty v sovremennom obshchestve. Materialy vserossiiskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii*. Saratov, Saratovskii istochnik, 2017, pp. 311–316.

6. Spiess-Knajf W., Schües R., Richter S., Scheuerle T., Schmitz B. Eine Vermessung der Landschaft deutscher Sozialunternehmen. *Sozialunternehmen in Deutschland*, 2013, S.27.

7. Sud'in S.A. Grazhdansko-obshchestvennye organizatsii v sfere psikhicheskogo zdorov'ia: popytka klassifikatsii [Civil society organizations in the field of mental health: Attempt of classification]. *Izvestiya of Saratov University. New Series. Sociology. Politology*, 2016, vol. 16, no. 2, pp. 165–169.

8. Kashina M.A., Utkina N.Iu. Sotsial'noe predprinimatel'stvo kak biznes, "podkhodiashchii" zhenshinam [Social entrepreneurship as the "suitable" business for women]. *Upravlencheskoe konsul'tirovanie*, 2015, no. 8 (80), pp. 128–134.

9. Salamon L.M. Holding the center: America's nonprofit sector at a crossroads. New York, Nathan Cummings Foundation, 1997.



10. Priller E., Zimmer A. Dritte Sektor-Organisationen zwischen Markt und Mission. *Zivilgesellschaft: Bedingungen, Pfade, Abwege (WZB-Jahrbuch)*. Berlin, Edition Sigma, 2003.

11. Sud'in S.A. Urovni grazhdansko-obshchestvennoi aktivnosti v rabote s psikhicheski bol'nymi i chlenami ikh semei [The levels of civil activity dealing with mentally ill persons and their family members]. *Teoriia i praktika obshchestvennogo razvitiia*, 2016, no. 4, pp. 37–42.

*Оригинальность 94 %*

Получено 13.07.2017    Принято 30.08.2017    Опубликовано 30.03.2018

**S.A. Sudin, P.A. Yakovlev**

## **SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AS A SUBJECT OF SOCIOLOGICAL ANALYSIS**

Based on the author's approach sociological contexts of analyzing social entrepreneurship (SE) are studied. The interest to this phenomenon is driven by the contradicting combination of pro-social and economic motives underlying it, as well as by existing variables that open prospects for the socio-structural and cross-cultural analysis. The latter include the motivation research among the Russian and foreign social entrepreneurs and comparison with the motives of "ordinary" entrepreneurs. In the case of SE study attention is paid to its place and functions in the social system along with its contribution to formation of the state economic indicators. The paper also argues the absence of monosemantic criteria for its definition even when established legal definitions are present. This leads to the broadening of SE phenomenon, to its including numerous structures and organizations which could be classified on various bases. Within the gender approach the SE is viewed as the sphere of preferentially female labor developed to reduce the women's segregation in the labor market. The cross-cultural approach allows researching discourse of different SE aspects in the Western European and American tradition, its dependence on cultural values and features of historical development of the countries. The study of SE in Russia is topical due to the change in the system of interaction between the state and various actors responsible for implementing social policy measures at all levels, and due to creation of registers with suppliers of social services. SE is one of the institutes claiming for public funds through rendering its services.

*Keywords: social entrepreneurship, social politics, social changes, pro-social motives, socio-cultural context.*

**Sergey A. Sudin** – Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor, Dept. of General Sociology and Social Work, Lobachevsky State National Research University of Nizhny Novgorod, e-mail: sudjin@mail.ru.

**Pavel A. Yakovlev** – Postgraduate Student, Dept. of General Sociology and Social Work, Lobachevsky State National Research University of Nizhny Novgorod, e-mail: pavelfsn@yandex.ru.

Received 13.07.2017    Accepted 30.08.2017    Published 30.03.2018