



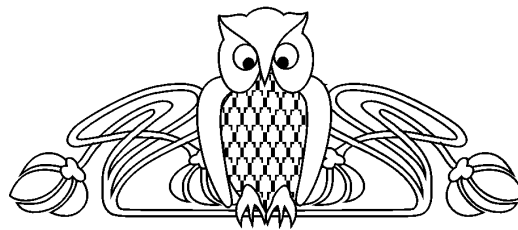
СЛОВО МОЛОДЫМ СОЦИОЛОГАМ

УДК 316.334.2 (470+571)

СТРАТЕГИИ ИССЛЕДОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Ю. Э. Андропова

Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского
E-mail: andronova.91@inbox.ru



В статье выделены и содержательно проанализированы основные исследовательские стратегии феномена социального предпринимательства: структурные характеристики предпринимательства, социальный портрет предпринимателей, факторы риска и мера реализации гражданского долга в предпринимательской деятельности.

Ключевые слова: социальное предпринимательство, социально-экономическая группа предпринимателей, гражданский долг.

Strategy Research of Social Entrepreneurship

Yu. E. Andronova

The article highlighted and meaningful analysis of the main research strategies of social entrepreneurship phenomenon: the structural characteristics of entrepreneurship, the social image of entrepreneurs, risk factors and measure the implementation of civic duty in business.

Key words: social entrepreneurship, socio-economic group of entrepreneurs, civic duty.

DOI: 10.18500/1818-9601-2017-17-1-42-46

Предпринимательская деятельность является центральным элементом рыночной экономики, движущей силой развития современного рыночного хозяйства, так как она способствует укреплению рыночных отношений, основанных на демократии и частной собственности. Одним из общественных институтов, способных эффективно справиться с решением значимых общественных проблем, привлечь дополнительные финансовые ресурсы в отрасли социальной сферы, следует считать социальное предпринимательство.

Термин «социальное предпринимательство» является относительно новым, а само явление имеет давнюю историю. Для решения ряда социальных проблем в XVIII в. в США были созданы организации самопомощи и благотворительности различного типа. По наблюдениям Дж. Лоуга, США и государства Запады являются странами с десятками тысяч гражданских организаций, которые не связаны с властями штатов или правящей партией. Церкви, фермерские хозяйства, торговые ассоциации, гражданские и молодежные организации, этнические сообщества и различные клубы можно считать первыми организациями, преобразующими социальную жизнь коммун и сообществ. Дж. Мэйр и И. Марти отме-

чают, что предпосылки к появлению социального предпринимательства можно наблюдать в европейских странах в XIX в., а в Азии – в первой половине XX в., где социальное предпринимательство характеризуется как широкий процесс, который включает в себя ресурсы для создания возможностей ускорения социальных изменений и удовлетворения социальных потребностей¹.

Социальное предпринимательство как профессия и академическая научная дисциплина сформировалось в конце 1990-х гг. благодаря усилиям Г. Диза. По его мнению, в современном обществе различные социальные проблемы необходимо решать за счет предпринимательства. Это можно связать с тем, что множественные попытки государственных и благотворительных организаций оказались далеки от ожидаемых результатов, а большая часть институтов общественного сектора все чаще рассматривается как нерезультативная, неэффективная и безответственная. Социальные предприниматели нужны для того, чтобы создать новые модели социально значимой деятельности «для нового века». Социальным предпринимательством следует считать применение образа мыслей, процессов, инструментов и технологий обычного предпринимательства на благо общества и экологии². Мы определяем социальное предпринимательство как предпринимательскую деятельность, направленную на смягчение или решение социальных проблем, характеризующуюся следующими основными признаками: социальное воздействие, инновационность, финансовая устойчивость, предпринимательский подход. Одной из важных характеристик социального предпринимательства является то, что оно отдает приоритет созданию общественного продукта над прибылью и использует для достижения социального блага социальные и экономические инновации, что в результате способствует ускорению социальных изменений и удовлетворению общественных потребностей. При этом социальное предпринимательство выступает в многообразных формах в зависимости от социально-экономических и культурных условий, а также конкретных задач, которые ставит перед собой.

Рассмотрим следующую классификацию стратегий исследования феномена социального



предпринимательства, где первая группа стратегий представлена направлением, акцентирующим внимание на структурных характеристиках предпринимательства. Социально-экономическая группа предпринимателей конституируется действием, обладающим внутренним смысловым единством и связанным с реализацией ненасильственного контроля над дефицитными ресурсами в целях достижения цели. Социально-экономическая группа предпринимателей определяется следующими критериями социальной стратификации: политический потенциал группы (объем властных и управленческих функций); экономический потенциал (масштаб собственности); а также социокультурный потенциал (уровень образования, квалификации)³.

Для определения более широкого круга лиц, причастных к предпринимательской деятельности, Т. Заславской был введен термин «бизнес-слой», объединяющий лиц, в той или иной степени занятых предпринимательской деятельностью, начиная с собственников предприятий, банков и заканчивая наемными работниками, в свободное время занимающимися собственным бизнесом. Концепт бизнес-слоя получает дальнейшее развитие и устанавливается его отношение с «социальной группой предпринимателей», когда идеальный тип интерпретируется как социальная норма, другими словами, собственники частного капитала, которые лично руководят своими предприятиями, трактуются как «эталонная» группа, обладающая всеми признаками, конституирующими социальный слой предпринимателей⁴.

Возможен ряд оснований структурных изменений внутри данной группы. Социально-экономическая группа предпринимателей является неоднородной: статусы, способы деятельности и поведение предпринимателей сильно отличаются друг от друга в зависимости от масштабов дела. Анализируя социально-экономическую группу предпринимателей, обратимся к статистике. Основные показатели деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства в России публикуются Федеральной службой государственной статистики (Росстатом) ежегодно по результатам обследований субъектов малого и среднего предпринимательства. На текущий момент состояние и динамику развития сектора малого и среднего предпринимательства (МСП) за последние 5 лет позволяют оценить материалы сборника Росстата «Малое и среднее предпринимательство в России», опубликованного в декабре 2015 г. По данным опроса, проведенного Институтом общественного проектирования, доля предпринимательского класса в составе населения составляет всего 3% от общего числа опрошенных респондентов. Исследование включало в себя количественный опрос 16 200 респондентов по всероссийской репрезентативной выборке. Эти данные хорошо согласуются с результатами социологических опросов, проводившихся в рамках

других исследовательских проектов. В частности, регулярные опросы ФОМа, ВЦИОМа и Левада-Центра по репрезентативной всероссийской выборке также дают цифру 2–3%⁵. В РФ зарегистрировано и действует 4,5 млн субъектов малого и среднего предпринимательства, на которых занято более 18 млн человек, что составляет 25% от общего числа занятых в экономике. Доля предпринимателей практически одинакова на всей территории России – во всех федеральных округах и во всех типах поселений, включая Москву.

Предприниматели имеют более высокие показатели материальной обеспеченности в сравнении с населением в целом. Однако это не говорит о хорошей материальной обеспеченности всех предпринимателей. Доля соответствующих по своему потребительскому статусу среднему классу и выше составляет не более 44% от общего числа предпринимателей. Интересным представляется и гендерный состав: доля мужчин выше – 63% против 47% женщин – в предпринимательстве. Возрастной фактор не искажает данной картины, поскольку такое соотношение характерно не только для всех опрошенных, но и для респондентов в трудоспособном возрасте. Наиболее высокой предпринимательской активностью отличаются лица в возрасте от 25 до 44 лет. По этническому составу доля русского населения среди предпринимателей снижена, но не радикально (среди всего населения – 84%, среди предпринимателей – 77%).

Доля людей с высшим образованием (включая лиц с неполным высшим образованием, в том числе и студентов вузов) среди предпринимателей несколько повышена (всего по массиву – 19%, среди предпринимателей – 26%). Эта тенденция характерна для всех типов поселений, хотя более выражена в мегаполисах, больших и средних городах. Тем не менее, образовательный состав российских предпринимателей схож с образовательной структурой населения – люди без высшего образования составляют абсолютное большинство. Тенденция повышения среди предпринимателей доли людей с высшим образованием характерна только для старших возрастов, в возрастной группе 25–34 лет она практически равна средней величине, а среди 18–24-летних немного снижена⁶.

Предприниматель в своей деятельности обязан руководствоваться не только личной выгодой, но и государственными и общественными интересами. У него должны возникать представления о пользе его дела для общества и государства, что способствует ориентации на социальное предпринимательство. Поэтому предпринимательство следует оценивать через призму социальной пользы, так как социальная значимость предпринимательства состоит в ориентации производства на потребности клиента, создание рабочих мест, способствует увеличению мобильности членов общества. Коммерче-



ский сектор является силой, способной дать населению те товары и услуги, которые не может дать государство. Социальная значимость малого и среднего предпринимательства выражается в учете потребностей местных сообществ, работе на локальных рынках с учетом устоявшихся традиций страны. За счет своего масштаба малое и среднее предпринимательство оказывается более адаптивным к изменяющимся экономическим условиям⁷.

В качестве еще одной группы стратегий следует выделить конструирование социального портрета предпринимателей, в том числе и социальных предпринимателей. Предпринимательская деятельность весьма многообразна. Поэтому предприниматель должен обладать способностями, которые реализуются в практической деятельности. Кроме того, существуют самые разнообразные формы предпринимательской деятельности, выбор которых может быть продиктован как объективными, так и субъективными (мотивы и психологические особенности предпринимателя) причинами. Попытки составить социально-психологический портрет предпринимателя делались как за рубежом, так и в нашей стране.

Определяя набор социально-психологических качеств группы предпринимателей, следует выделить ее характерные черты. Социально-психологический портрет типичного предпринимателя, согласно классификации Й. Шумпетера, предполагает:

- особый взгляд на вещи, волю и способность выделять наиболее важные моменты действительности и реально их оценивать;
- способность идти в одиночку, не боясь неопределенности и возможного сопротивления;
- способность воздействовать на других людей⁸.

Портрет предпринимателя, по данным Американской ассоциации управления, включает:

- поиск возможностей и инициативность;
- упорство и настойчивость;
- готовность к риску;
- ориентация на эффективность и качество;
- целеустремленность;
- стремление быть информированным;
- систематическое планирование и наблюдение;
- способность убеждать и устанавливать связи;
- независимость и уверенность в себе⁹.

В России попытки составить социально-психологический портрет предпринимателя в основном сводятся к выделению и описанию различных типов предпринимателей или различных характеристик предпринимателя, которые можно объединить в несколько групп. К характеристикам лидерства относят такие черты, как стремление к самостоятельности, автономности, независимости, к достижениям в трудовой дея-

тельности, к карьере и власти, а также решительность и уверенность в себе. При этом отмечают также и особые деловые качества: инициативность и предприимчивость, деловая активность, умение действовать в условиях недостатка информации, настойчивость и умение брать ответственность на себя. Особые интеллектуальные способности предпринимателя характеризуются следующим образом: гибкость мышления, умение генерировать идеи, в том числе коммерческие, творчески мыслить, уметь находить нестандартные решения. Как предрасположенность к предпринимательской деятельности отмечают также и особые психологические характеристики личности: восприимчивость к переменам, склонность к новаторству, инновациям, риску и одновременно устойчивость к стрессам. И последнюю группу особых качеств предпринимателя составляют коммуникативные способности: умение понимать людей и выстраивать с ними взаимоотношения, умение подбирать себе коллег и исполнителей, а также выстраивать отношения в интересах дела.

Характеризуя социально-психологическими чертами социальных предпринимателей, отметим присущие им, как и прочим бизнесменам, страсть, изобретательность, новаторство, упорство, способность планировать, а также ориентированность на рост для решения самых насущных социальных проблем. Кроме того, социальные предприниматели альтруистичны, болезненно реагируют на любое проявление несправедливости¹⁰.

Третья группа стратегий, которую мы выделяем, концентрирует внимание на факторах риска в предпринимательстве. Риск присущ любой сфере человеческой деятельности и связан со множеством условий и факторов, которые приводят к положительному или отрицательному исходу принятых решений. Он имеет объективную основу из-за неопределенности внешней среды по отношению к предпринимательской фирме. Внешняя среда включает в себя объективные экономические, социальные и политические условия, в рамках которых фирма осуществляет свою деятельность и к динамике которых она вынуждена приспосабливаться. Неопределенность ситуации предопределяется тем, что она зависит от множества переменных, контрагентов и лиц, поведение которых не всегда можно предсказать с приемлемой точностью. Наличие предпринимательских рисков следует считать оборотной стороной экономической свободы. Другими словами, свободе одного предпринимателя сопутствует одновременно свобода других предпринимателей, следовательно, по мере развития рыночных отношений в нашей стране будет усиливаться неопределенность и предпринимательский риск. Устранить неопределенность будущего в предпринимательской деятельности невозможно, так как она является элементом



объективной действительности. Риск присущ и социальному предпринимательству, являясь его неотъемлемой частью.

Сложность классификации предпринимательских рисков заключается в их многообразии. С риском предприниматели сталкиваются всегда при решении как текущих, так и долгосрочных задач. Существуют определенные виды рисков, действию которых подвержены все без исключения предпринимательские организации, но наряду с общими есть специфические виды риска, характерные для определенных видов деятельности.

Одну из первых классификаций рисков предложил Дж. М. Кейнс. Он рассматривал риски со стороны субъекта, осуществляющего инвестиционную деятельность, и выделил три группы рисков:

- предпринимательский риск – неопределенность получения ожидаемого дохода от вложения средств;
- риск «заимодавца» – риск невозврата кредита, включающий в себя юридический риск (уклонение от возврата кредита) и кредитный риск (недостаточность обеспечения);
- риск изменения ценности денежной единицы – вероятность потери средств в результате изменения курса национальной денежной единицы.

Дж. М. Кейнс указывает, что перечисленные риски тесно переплетены: так заемщик, участвуя в рисковом проекте, стремится получить как можно большую разницу между процентом по кредиту и нормой рентабельности; кредитор же, учитывая высокий риск, стремится также максимизировать разницу между чистой нормой процента и своей процентной ставкой. В результате риски «накладываются» друг на друга, что не всегда замечают инвесторы¹¹.

В зависимости от области возникновения различают внутренние и внешние риски. Внутренние риски непосредственно обусловлены деятельностью предприятия или его контактной аудиторией и подразделяются на три вида:

- производственные (связаны с особенностями технологического процесса на конкретном предприятии, уровнем квалификации работников, организацией поставок сырья и материалов и осуществлением транспортных перевозок);
- инвестиционные (несут потенциальную угрозу неполучения запланированного результата);
- коммерческие (обусловлены неправильно проведенными маркетинговыми исследованиями, недооценкой конкурентов на товарном рынке, ошибочной ценовой политикой).

Источником внутренних рисков является сама предпринимательская фирма. Эти риски возникают в случае неэффективного менеджмента, ошибочной маркетинговой политики, а также в результате внутрифирменных злоупотреблений. Основными среди внутренних рисков являются кадровые риски, связанные с профессиональным уровнем и чертами характера сотрудников пред-

принимательской фирмы. Источником возникновения внешних рисков выступает внешняя среда по отношению к предпринимательской фирме, среди этих рисков выделяют:

- политические (связаны с политической обстановкой в стране и деятельностью органов государственной власти);
- законодательные (изменение действующих норм с выходом новых законодательных и нормативных актов);
- природные (связаны с возможными стихийными бедствиями и загрязнением окружающей среды);
- региональные (обусловлены состоянием отдельных регионов, их законодательством);
- отраслевые (зависят от тенденций развития отрасли);
- макроэкономические (обусловлены развитием экономических процессов в стране и в мире).

Предприниматель не может оказывать на внешние риски влияние, он может только предвидеть и учитывать их в своей деятельности¹².

С точки зрения длительности во времени предпринимательские риски можно разделить на кратковременные и постоянные. К группе кратковременных относятся те риски, которые угрожают предпринимателю в течение известного отрезка времени (транспортный риск, когда убытки могут возникнуть во время перевозки груза). К постоянным относятся риски, непрерывно угрожающие предпринимательской деятельности в данном географическом районе или в определенной отрасли экономики (риск неплатежа в стране с несовершенной правовой системой).

По степени правомерности предпринимательского риска могут быть выделены правомерный и неправомерный риски. Возможно, это наиболее важный для предпринимательского риска элемент классификации, имеющий наибольшее практическое значение. Для разграничения оправданного и неоправданного предпринимательского риска необходимо учесть в первую очередь то обстоятельство, что граница между ними в разных видах предпринимательской деятельности, в разных секторах экономики различна.

Кроме того, существует классификация, разделяющая предпринимательские риски в соответствии с возможностью страхования: страхуемые и нестрахуемые. Предприниматель может частично переложить риск на другие субъекты экономики, в частности, обезопасить себя, осуществив определенные затраты в виде страховых взносов. Таким образом, некоторые виды риска, такие как риск гибели имущества, риск возникновения пожара, аварий, предприниматель может застраховать.

Выделяют группу рисков статистических и динамических. Особенность статистических рисков заключается в том, что они практически всегда несут в себе потери для предпринимательской деятельности. При этом потери для фирмы,



как правило, означают и потери для общества в целом. В соответствии с причиной потерь статистические риски могут далее подразделяться на следующие группы: вероятные потери в результате негативного действия на активы фирмы стихийных бедствий; вероятные потери в результате преступных действий; вероятные потери вследствие принятия неблагоприятного законодательства для предпринимательской фирмы; вероятные потери в результате угрозы собственности третьих лиц; потери вследствие смерти или недееспособности ключевых работников фирмы либо основного собственника предпринимательской фирмы. В отличие от статистического, динамический риск несет в себе либо потери, либо прибыль для предпринимательской фирмы¹³.

Особенностью четвертой группы стратегий является тот факт, что социальное предпринимательство рассматривается как мера реализации гражданского долга. По мнению Дж. Мэйр и Э. Нобо, основными предпосылками для мотивации социальных предпринимателей являются опыт и контент¹⁴. В понятие «опыт» здесь следует включить воспитание, участие в различных социальных взаимодействиях, влияние семьи, друзей, религиозные убеждения. Также опыт включает личностные черты, определяющие степень чувствительности к конкретной социальной проблеме. Контент же представляет собой зону взаимодействия прежнего опыта предпринимателя с социальным сектором. Именно в рамках контента предприниматели обращают внимание на социальные проблемы. Социальными предпринимателями движет сочувствие к обездоленным членам общества и понимание, что это «неправильно» с моральной точки зрения. Именно эти чувства являются определяющими для создания социального предприятия.

Итак, мы рассматривали социальное предпринимательство через призму предпринимательской деятельности. Предпринимателей относят к отдельной социально-экономической группе, обладающей рядом характеристик: социально-демографические показатели (возраст, пол), этничность, уровень образования. Кроме того, предприниматели обладают особыми социально-психологическими чертами характера, способствующими успешному занятию предпринимательской деятельностью. Существует ряд рисков, характерных для любой предпринимательской активности, с которыми сталкивается также и социальный предприниматель. Безусловно, социальное предпринимательство требует концен-

трации внимания на миссии, а не на прибыли. Социальные предприниматели создают возможности для социально-экономического развития и его стабильности, делают общество более справедливым и обеспечивают будущее развитие всего общества, считая это своим долгом.

Примечания

- 1 См.: Обзор опыта и концепций социального предпринимательства с учетом возможностей его применения в современной России. URL: <https://www.hse.ru/data/378/039/1237/soc-pred.pdf> (дата обращения: 30.06.2016).
- 2 См.: Бусыгин А. В. Предпринимательство М. : Дело, 2001. С. 89.
- 3 См.: Радаев В. В., Шкаратан О. И. Социальная стратификация. М. : Инфа-М, 2001.
- 4 См.: Заславская Т. И. Бизнес-слой российского общества : понятие, структура, идентификация // Экономические и социальные перемены : Мониторинг общественного мнения. 1994. № 5. С. 8–14.
- 5 См.: Предпринимательский класс в России. URL: <http://www.sbelan.ru/index.php/ru/economika/31-predprinimatelskij-klass-v-rossii> (дата обращения: 25.06.2016).
- 6 Там же.
- 7 См.: Социализация бизнеса и социальная ответственность современных корпоративных объединений // Молодежный научный форум : Общественные и экономические науки : электр. сб. ст. по материалам XIX студ. междунар. заочной науч.-практ. конф. М. : МЦНО, 2014. № 12 (19). URL: [http://nauchforum.ru/archive/MNF_social/12\(19\).pdf](http://nauchforum.ru/archive/MNF_social/12(19).pdf) (дата обращения: 12.09.2016).
- 8 См.: Шумпетер Й. Капитализм, социализм и демократия : пер. с англ. / предисл. и общ. ред. В. С. Автономова. М. : Экономика, 1995.
- 9 См.: Социально-психологический портрет предпринимателя. URL: <http://www.psycademy.ru/pages/525/> (дата обращения: 25.09.2016).
- 10 См.: Кикал Д., Лайонс Т. Социальное предпринимательство : Миссия – сделать мир лучше : пер. с англ. М. : Альпина Паблишер, 2014.
- 11 См.: Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег : пер. с англ. М. : ЗАО «Бизнеском», 2013.
- 12 См.: Предпринимательские риски. URL: <http://www.risk24.ru/predriski.htm> (дата обращения: 27.10.2016).
- 13 См.: Подходы к классификации предпринимательских рисков. URL: <http://topknowledge.ru/upravlenie-riskami/4365-podkhody-k-klassifikatsii-predprinimatelskikh-riskov.html> (дата обращения: 30.10.2016).
- 14 См.: Кикал Д., Лайонс Т. Указ. соч.

Образец для цитирования:

Андропова Ю. Э. Стратегии исследования социального предпринимательства // Изв. Сарат. ун-та. Нов. сер. Сер. Социология. Политология. 2017. Т. 17, вып. 1. С. 42–46. DOI: 10.18500/1818-9601-2017-17-1-42-46.

Cite this article as:

Andronova Yu. E. Strategy Research of Social Entrepreneurship. *Izv. Saratov Univ. (N. S.), Ser. Sociology. Politology*, 2017, vol. 17, iss. 1, pp. 42–46 (in Russian). DOI: 10.18500/1818-9601-2017-17-1-42-46.