



## Примечания

- <sup>1</sup> Klimek P., Yegorov Y., Hanel R., Thurner S. Statistical Detection of Systematic Election Irregularities // Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America (PNAS). 2012. Vol. 109, № 41. P. 16469–16473.
- <sup>2</sup> Ibid. P. 16469.
- <sup>3</sup> Ibid. P. 16470.
- <sup>4</sup> Ibid. P. 16469.
- <sup>5</sup> Enikolopov R., Korovkin V., Petrova M., Sonin K., Zakharov A. Field Experiment Estimate of Electoral Fraud

in Russian Parliamentary Elections // Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America (PNAS). 2012. Vol. 110, № 2. P. 448–452.

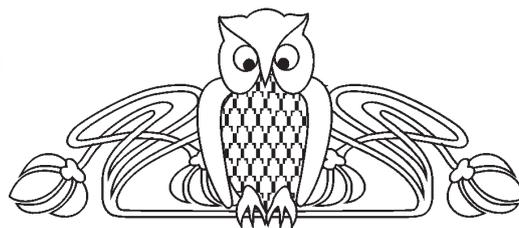
- <sup>6</sup> Ibid. P. 449.
- <sup>7</sup> См.: Klimek P., Yegorov Y., Hanel R., Thurner S. Op. cit. P. 16469–16471.
- <sup>8</sup> Ениколопов Р. Как доказать фальсификации на выборах. URL: <http://www.forbes.ru/sobytia-column/232000-kak-dokazat-falsifikatsii-na-dumskih-vyborah> (дата обращения: 10.03.2014).
- <sup>9</sup> См.: Klimek P., Yegorov Y., Hanel R., Thurner S. Op. cit. P. 16469.

УДК 323.212

## ПОЛИТИЧЕСКИЕ ЭФФЕКТЫ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Н. И. Зверева

Фонд региональных социальных программ «Наше будущее»,  
Москва  
E-mail: zve\_ni@mail.ru



В статье рассматривается такое, относительно новое для российской практики, явление, как социальное предпринимательство, под которым понимается бизнес в интересах смягчения социальных проблем. Автор предлагает новый для отечественной науки взгляд на данное явление как не экономический или социальный, а политический феномен. Изучение текстов Посланий Президента Федеральному собранию и программ политических партий позволяет сделать вывод о высокой значимости социальных вопросов в политической повестке дня. Социальное предпринимательство имеет ярко выраженные политические эффекты.

**Ключевые слова:** социальное предпринимательство, политические эффекты, политические партии, Послания Президента, политическая сеть, социальные проблемы, повестка дня, политическая стабильность, политический имидж, выборы.

### Political Effects Of Social Entrepreneurship

N. I. Zvereva

The article discusses a social entrepreneurship. Social entrepreneurship is a business in order to mitigate social problems. Social entrepreneurship is not only economic and social but also political phenomenon. The author has studied the text of the Address of the President to the Federal Assembly and the programs of political parties and has concluded that social issues is very important for the political agenda. Social entrepreneurship has strong political effects.

**Key words:** Social entrepreneurship, political effects, political parties, Address of the President, political network, social issues, agenda, political stability, political image, election.

Современное общество – открытая система, в которой причинно-следственные связи чаще всего являются нелинейными. Данное обстоятельство делает актуальными различные междисциплинарные области знания, где поиск ответов на острые вопросы ведется на стыке предметных

областей, затрагивающих подчас кажущиеся несоместимыми сферы общественной жизни. Таким образом, переплетаются, например, экономика с социальной сферой, в результате чего рождается, в частности, феномен социального предпринимательства, который уже невозможно полноценно изучать только с позиций социологической или экономической науки.

Понятие социального предпринимательства многогранно и отражает широкий спектр задач и особенностей, присущих ему. Уже само название указывает на то, что приоритетом для этого вида бизнеса является не извлечение прибыли, а решение или смягчение существующих социальных проблем. Социальный предприниматель ставит перед собой задачу внесения положительных изменений в инфраструктуру общественной системы, имеющих долгосрочный эффект. Решение общественно значимых вопросов непосредственно включено в бизнес-процесс компании, что существенно снижает вероятность нерационального расходования ресурсов, и поэтому именно социальное предпринимательство обладает наиболее высоким уровнем отдачи на единицу вложенных средств. Уникальной особенностью социального предпринимательства, выделяющей его из общей массы бизнеса, является стремление не просто извлекать прибыль из своей деятельности, но посредством нее развивать социальную инфраструктуру. Таким образом, социальный предприниматель оказывается субъектом, чрезвычайно выгодным для всех. Эта выгода заключается для потребителей в том, что он производит востребованные товары и услуги, для власти – в улучшении социального климата на конкретной территории, для бизнес-сообщества – в продвижении положи-



тельного образа предпринимателя в массовом сознании. Именно социальное предпринимательство может стать тем институтом, который изменит в общем-то негативное отношение значительной части наших сограждан к бизнесменам, то отношение, которое сложилось под влиянием историй о несправедливо нажитом богатстве. Наконец, социальный предприниматель, как и любой другой бизнесмен, руководствуется определенной бизнес-стратегией, основанной на знании сильных и слабых сторон продукта, поиске новых рыночных возможностей и определении угроз. Использование предпринимательского подхода позволяет в итоге резко повысить вклад в достижение долгосрочного социального эффекта<sup>1</sup>.

Как и всякое масштабное общественное явление, социальное предпринимательство обладает ярко выраженными политическими эффектами, которым и посвящена данная статья. Под политическими эффектами мы понимаем те проекции, которые образуются в результате процесса и последствий действия института социального предпринимательства, курса государственных и муниципальных органов власти по продвижению социального предпринимательства либо противодействию данному институту. Основным политическим эффектом социального предпринимательства, по нашему мнению, является способность к использованию общественного капитала данного явления в политических целях. Список политических эффектов социального предпринимательства открыт, он постоянно будет дополняться новыми явлениями, поскольку сама политика является открытой системой. В предварительном порядке можно сказать, что к таковым, безусловно, относятся стабильность власти и устойчивость процедур ротации политической элиты, задействование напрямую не связанных с политикой агентов для проведения в жизнь той или иной политической линии, закрепление в политической повестке дня темы социальных вопросов как эффективно решаемых, создание позитивного политического образа партий и лидеров, позиционирующихся как проводники идеи социального предпринимательства.

Важнейшей предпосылкой, которая обуславливает возникновение политических эффектов социального предпринимательства, является важность социальной проблематики в политической повестке дня. Послания Президента РФ Федеральному собранию, программы политических партий, информационная картина дня наполнены социальной тематикой. В своем первом после возвращения на пост Послании Федеральному собранию Президент России В. В. Путин первостепенное внимание уделил социальным проблемам. В фокусе оказались вопросы демографии, здорового образа жизни, развития здравоохранения, физической культуры и спорта, расширения сети дошкольных учреждений, в том числе частных, строительство доступного жилья экономкласса

для молодых семей, специалистов социальной сферы (врачей, учителей, ученых), расселения жителей из аварийных домов. Не обошел стороной президент и такие проблемы, как повышение зарплат бюджетникам, увеличение качества медицинского обслуживания, развитие системы технического и художественного творчества детей и молодежи. Но что еще более примечательно, тема социального предпринимательства, пусть и косвенно, также нашла свое место в Послании. В. В. Путин подчеркнул, что «бизнес должен работать и на свой успех, и на страну, должен рождать талантливых, толковых организаторов, меценатов и патриотов, как это было в прежние времена в России. Именно тогда, и только тогда возможно утверждение широкого общественного уважения к предпринимательскому сословию»<sup>2</sup>. По нашему мнению, в Послании приведен перечень тех сфер, которые могут и должны стать объектами приложения сил социальных предпринимателей. И стоит надеяться, что государство будет способствовать активному внедрению предпринимательского подхода к решению данных проблем. Безусловно, к активному модерированию этих процессов могут и должны подключаться не только соответствующие государственные или муниципальные структуры, бизнес и банки, но и различные формы трипартизма. Иными словами, социальное предпринимательство – это одна из реальных сфер, где государство и гражданское общество имеют значительный потенциал эффективного взаимодействия. Это будет не «игра с нулевой суммой», а полноценное взаимовыгодное сотрудничество.

Социальные проблемы в той или иной степени затрагиваются всеми участниками электоральных кампаний: от самых крупных и мощных партий и кандидатов до тех, чей потенциал пока недостаточен для серьезной конкурентной борьбы. Это вполне естественно, поскольку социальные темы наиболее близки и понятны самому широкому кругу избирателей. Они касаются каждого вне зависимости от пола, возраста, уровня дохода и образования, места жительства и рода занятий. Партии и политики хорошо почувствовали изменившийся тренд в общественных настроениях, социальная повестка дня вышла в политических программах на первый план. Обстоятельно эти вопросы были раскрыты в работе В. Глазычева «Социальное меню в программах российских партий». В ней он провел анализ партийных позиций середины 2000-х гг. по таким темам, как здравоохранение, образование, ЖКХ, жилищная политика, криминал и коррупция, миграционная политика, наука и культура и др.<sup>3</sup> И в последующие годы данная проблематика не только не утратила своей актуальности, но с новой силой была политизирована различными акторами электоральной борьбы<sup>4</sup>. Так, предвыборная программа партии «Единая Россия» на президентских выборах 2012 г. фактически на две трети была посвящена



социальным проблемам. Об этом свидетельствуют даже названия соответствующих разделов: «Развитие человека – ключевая ценность»; «Достойная жизнь гражданам великой страны»; «Достойные зарплаты и пенсии. Эффективная система социальной поддержки»; «Семья – в центр государственной политики»; «Навести порядок в ЖКХ»; «Наша новая школа»; «Здоровье человека – наш приоритет»; «Инвалидам полноценную жизнь»<sup>5</sup>. Социальная проблематика обладает чрезвычайно мощным электоральным эффектом, поэтому неизменно присутствует во всех основных программных документах партий. И актуальная задача заключается в том, чтобы перейти от констатации социальных проблем и предложений, не отличающихся особой новизной по их решению, к действительно прорывным проектам

В своем программном обращении в преддверии парламентских выборов 2011 г. «Единая Россия» также поставила социальную проблематику в центр внимания. В частности, содержание разделов «Россия – социальное государство», «Качество жизни – образование, здравоохранение, жилье», «Справедливость – как безусловная ценность» не оставляют в этом никаких сомнений. В данном документе шла речь и о возможностях бизнеса в смягчении социальных проблем: «Российский бизнес должен быть социально ответственным. Жить в едином ритме и едиными заботами с нашей страной – с Россией. Активно инвестировать в образование и подготовку кадров, в новые социальные проекты, в российскую культуру. Помогать гражданскому обществу в развитии благотворительных и добровольческих программ»<sup>6</sup>. Однако, по нашему мнению, так называемая социальная ответственность бизнеса является устаревающей и малоэффективной парадигмой, прежде всего, потому что находится в определенном противоречии с законами и принципами рыночной экономики, оказывается не системным, а ситуативным явлением. Гораздо более надежной и перспективной формой выступает именно социальное предпринимательство, которое переносит бизнес-модели ведения дел в сектора, которые до этого были малопривлекательными для реализации деловой активности. Объективные противоречия социальной сферы и рынка усиливаются и культурными противоречиями российского и западного обществ. Современные способы ведения бизнеса, зачастую практически полностью в виде технологических и организационных механизмов перенесенные из иной хозяйственно-культурной среды, часто вступают в противоречие со слабой социальной инфраструктурой российского общества, низкой или недостаточной потребительской активностью, ограничивающей потенциал развития бизнеса. Более того, современный российский социум в значительной степени отличается и от западных, традиционных обществ, где сильны традиции социальной солидарности, которые заменяют подчас систему социального обеспечения.

В наших условиях солидарность сохраняется на уровне архетипов и фактически отсутствует в повседневной практике. В этих условиях социальное предпринимательство может стать тем инструментом, который соединит ментальные архетипы с рациональной природой человека-потребителя благ.

Наиболее зримым выражением значимости социальной сферы для современных политиков могут служить так называемые партийные проекты партии «Единая Россия». Официальный сайт партии прямо сообщает, что «в центре партийных проектов – человек с его интересами, проблемами, устремлениями и надеждами. В результате реализации проектов обеспечивается развитие социальной инфраструктуры, укрепляется гражданское общество. Жизнь людей меняется к лучшему. Социальные проекты направлены на гуманизацию общественной среды. Они затрагивают вопросы культуры, развития волонтерства, проблемы семьи и детства, вопросы образования и популяризации здорового образа жизни»<sup>7</sup>. Таким образом, то внимание политиков, которое оказывается социальным вопросам, утверждает нас в мысли, что проблематика социального предпринимательства будет все активнее входить в политическую повестку дня. Тема социального предпринимательства, вероятно, в скором времени станет предметом пристального внимания со стороны самых высоких властных структур.

Политические эффекты социального предпринимательства определяются не только тем значением общественного сектора, которое ему придается политическими структурами. Может быть, даже в большей степени политическая роль предпринимательства в социальной сфере определяется как минимум ограниченностью возможностей государственных и муниципальных органов по эффективному воздействию на наиболее злободневные проблемы повседневной жизни граждан. Эта ограниченность обусловлена, как правило, рамками бюджетных возможностей муниципалитетов, субъектов Федерации и государства в целом. Явно существует потребность поиска новых форм преодоления трудных мест общественного развития. «Переложение» части ответственности на наиболее активных представителей общества, создание им благоприятных условий, поддержка на уровне нормативного регулирования и текущего администрирования может стать по-настоящему инновационной социально-политической технологией в современной России. Выстраивание симбиотических отношений государства и бизнеса в социальной сфере, основанных на рациональном рыночном подходе, способно восполнить недостатки социальной солидарности в нашем обществе. Тем более что мировая политическая теория уже достаточно давно сформулировала возможные формы такого сотрудничества, которое может развиваться, например, в виде политических сетей.



Цитируя немецкого профессора Таню Берцель, Л. С. Сморгунов приводит такое определение политических сетей: «Политическая сеть представляет собой набор относительно стабильных взаимоотношений по природе не иерархических и взаимозависимых, связывающих многообразие акторов, которые разделяют относительно политики общие интересы и которые обмениваются ресурсами для того, чтобы продвинуть эти интересы, признавая, что кооперация является наилучшим способом достижения общих целей»<sup>8</sup>. По нашему мнению, при выстраивании системы социального предпринимательства в России политическая сеть может стать ключевой формой взаимоотношений между государственными и муниципальными органами, с одной стороны, бизнес-сообществом, с другой, и потребителями продукции социального предпринимательства, с третьей. Кооперативный, общий интерес, который таким образом формируется у всех участников сети, является одновременно и причиной, и результатом доверия между ними. В связи с этим доверие в глобальном, политическом смысле этого слова может стать основным политическим эффектом социального предпринимательства.

Недостаток доверия в российском обществе – одна из ключевых проблем, подрывающих легитимность органов власти, разрушающих веру в справедливое устройство социума, искажающих природу правового государства. Кризис доверия, грозящий перерасти в кризис легитимности, становится ключевой проблемой российской политической жизни. Недоверие и к публичной сфере, и нормативной системе государственного регулирования, сохраняющаяся подозрительность в искренности публично декларируемых элитой намерений способствуют активному разрушению коммуникации власти и общества. Выстраивание заново коммуникативных каналов – задача, которая должна решаться не только традиционными средствами, но и с опорой на инновационные модели, такие как социальное предпринимательство.

Следствием повышения общего уровня взаимного доверия между властью и обществом и вместе с тем еще одним политическим эффектом, который возникнет в результате расширения практики социального предпринимательства, будет ярко выраженное смягчение социальных проблем. Политический интерес власти состоит в том, чтобы минимизировать политизацию социальной проблематики со стороны оппозиционных кругов. И система социального предпринимательства выступает здесь как партнер власти, как механизм решения ряда злободневных проблем, в качестве дополнительного эффекта предполагающий повышение доверия к власти.

Конкретными политическими эффектами действия системы социального предпринимательства, по нашему мнению, являются три взаимосвязанных результата: повышение уровня

политической стабильности, расширение круга граждан, удовлетворенных работой власти, улучшение репутации административных структур. Одним из основных проявлений политической стабильности может в данном случае считаться отсутствие массовых протестных акций, посвященных социальной проблематике. Переход социальных вопросов в политическую повестку дня, как правило, в крайней форме может сопровождаться призывами к существенной трансформации текущего политического курса. Граждане радикализируются в своих взглядах и действиях, средства массовой информации охотно «подхватывают» популярные и понятные всем темы недовольства различных уязвимых слоев населения. Ограниченность бюджетных возможностей смягчения социальных проблем лишь усугубляет ситуацию. Власть оказывается в патовой ситуации, когда игнорировать требования протестующих политически опасно, а выполнить их экономически невозможно. В этом смысле социальное предпринимательство является достаточно эффективным средством предупреждения такого рода явлений.

Наконец, важным политическим эффектом будет улучшение репутации и имиджа тех властных и политических структур, которые первыми проявят инициативу в продвижении идеи социального предпринимательства и ее практической реализации. Популярность тематики разного рода инноваций может послужить здесь тем синергетическим фактором, который обеспечит резонансный эффект. Внимание средств массовой информации, создание образа прогрессивного управленца в глазах населения и вышестоящего руководства способно положительным образом отразиться и на карьере конкретных политических деятелей и чиновников.

В заключение можно отметить, что социальное предпринимательство и его политические эффекты могут разворачиваться на разных уровнях – от муниципального до федерального. Являясь по своей природе малым бизнесом, социальные предприниматели действуют локально, в масштабах конкретных поселений. Но меры по поддержке социального предпринимательства не могут быть ограничены только возможностями местных властей. Соответственно, и его политические дивиденды выходят далеко за пределы муниципальных образований. Региональные власти, так же как и федеральные, должны быть заинтересованы в выстраивании системной работы, в тиражировании результатов успешных бизнес-проектов. Политика и экономика – открытые системы, где переход явления с одного уровня на другой возможен в кратчайшие сроки и по заранее неизвестному сценарию. В связи с этим социальное предпринимательство может стать той политической инновацией, которая окажется отечественным ноу-хау в решении социальных проблем.



## Примечания

- <sup>1</sup> См.: Зверева Н. Социальное предпринимательство : взгляд в будущее // Новый бизнес. Социальное предпринимательство. URL: <http://www.nb-forum.ru/interesting/experts/sotsialnoe-predprinimatelstvo-vzglyad-v-budushee.html> (дата обращения: 17.09.2013).
- <sup>2</sup> Послание Президента Российской Федерации Федеральному Собранию Российской Федерации. 2012 г. URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=138990> (дата обращения: 18.09.2013).
- <sup>3</sup> См.: Глазычев В. Социальное меню в программах российских партий. М., 2005.
- <sup>4</sup> См.: Данилов М. В. «Неполитическая» повестка дня в программах российских партий : проблемы интерпретации // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 12. Политические науки. 2011. № 5. С. 48–60.
- <sup>5</sup> См.: Предвыборная программа партии «Единая Россия» на выборах Президента Российской Федерации // Рос. газ. 2012. 8 февр.
- <sup>6</sup> Предвыборная программа Всероссийской политической партии «ЕДИНАЯ РОССИЯ» на выборы депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации шестого созыва (Программное обращение Партии «ЕДИНАЯ РОССИЯ» к гражданам России) // Единая Россия : [официальный сайт партии]. URL: <http://er.ru/party/program/> (дата обращения: 17.09.2013).
- <sup>7</sup> Единая Россия : [официальный сайт партии]. URL: <http://er.ru/party/projects/> (дата обращения: 21.09.2013).
- <sup>8</sup> Государственная политика и управление. Концепции и проблемы государственной политики и управления / под ред. Л. С. Сморгунова. М., 2006 С. 239.