

УДК 334+338.49
JEL: B52, L3, O18
DOI 10.24147/1812-3988.2022.20(2).74-83

ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ МАЛЫХ ГОРОДОВ

А.М. Турабаева

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова (Москва, Россия)

Информация о статье

Дата поступления
6 апреля 2022 г.

Дата принятия в печать
25 апреля 2022 г.

Тип статьи

Обзорная статья

Ключевые слова

Социальное предпринимательство, предпринимательство, малые города, устойчивое развитие

Аннотация. Через призму институционального анализа рассматривается социальное предпринимательство в целом, а также его проявления в вопросе развития малых городов России. Актуальность анализа такого явления, как социальное предпринимательство, обусловлена его возросшей популярностью начиная с 1980-х гг., что вызывает бурный рост количества социальных предприятий, применения ESG-подходов, но в то же время мы наблюдаем большую неопределенность и разрозненность в теории социального предпринимательства, в вопросах законодательного регулирования и господдержки в этой сфере. В связи с этим в первую очередь были рассмотрены подходы к определению социального предпринимательства, его отличия от классического предпринимательства и некоммерческих организаций. Дальнейший анализ связан с тем, что стадийность процесса урбанизации, а также текущие «вызовы глобализации» являются теми факторами, которые подчеркивают растущее влияние малых городов как центров социально-экономической жизни. Определяющее значение для развития малых городов имеет качество институциональной среды. Одним из факторов создания и поддержания благоприятной для развития малых городов институциональной среды является развитие устойчивого предпринимательства и социального предпринимательства. Важным является также анализ отечественного и зарубежного опыта в вопросах определения природы социального предпринимательства, а также его специфики в развитии малых городов. Таким образом, в статье через призму развития малых городов России проиллюстрирована роль социального предпринимательства, а также приведена характеристика текущей институциональной среды в вопросах развития и регулирования социального предпринимательства на различных уровнях – от международных до региональных институтов.

THE INSTITUTE OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AS A FACTOR IN THE DEVELOPMENT OF SMALL TOWNS

A.M. Turabaeva

Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russia)

Article info

Received
April 6, 2021

Accepted
April 25, 2022

Type paper

Review

Keywords

Social entrepreneurship, entrepreneurship, small towns, sustainable development

Abstract. Social entrepreneurship in general, as well as its manifestations in the development of small towns in Russia, is considered in the article through the prism of institutional analysis. The relevance of the analysis of such a phenomenon as social entrepreneurship is due to its increased popularity since the 1980s, which causes a rapid growth in the number of social enterprises, the use of ESG approaches, but at the same time we observe great uncertainty and fragmentation in the theory of social entrepreneurship, in matters of legislative regulation and state support in this area. In this regard, first of all, the article considered approaches to the definition of social entrepreneurship, its differences from classical entrepreneurship and non-profit organizations. Further analysis is related to the fact that the stages of the urbanization process, as well as the current "challenges of globalization" are the factors that emphasize the growing influence of small towns as centers of socio-economic life. The quality of the institutional environment is of crucial importance for the development of small towns. One of the factors of creating and maintaining an institutional environment favorable for the development of small towns is the development of sustainable entrepreneurship and social entrepreneurship. It is also important to analyze domestic and foreign experience in determining the nature of social entrepreneurship, as well as its specifics in the development of small towns. Thus, the article illustrates the role of social entrepreneurship through the prism of the development of small towns in Russia, and also describes the current institutional environment in the development and regulation of social entrepreneurship at various levels – from international to regional institutions.

1. Введение. По данным Росстата, в малых и средних городах России проживает более 26 млн чел. – это около 18 % населения страны¹, что подтверждает их значимость в общем социально-экономическом развитии страны. При этом стадийность процесса урбанизации, а также текущие «вызовы глобализации» являются теми факторами, которые подчеркивают растущее влияние малых городов как центров социально-экономической жизни. Определяющее значение для развития малых городов имеет качество институциональной среды. Одним из факторов создания и поддержания благоприятной для развития малых городов институциональной среды является развитие устойчивого социального предпринимательства.

В то же время, несмотря на значительное, особенно в последние 20 лет, развитие социального предпринимательства как явления, теоретическое развитие данного понятия всё еще находится на стадии зарождения. В связи с этим особенно актуальным и значимым становится вопрос изучения сущности социального предпринимательства и его роли в формировании благоприятной институциональной среды, способствующей повышению качества жизни в малых городах.

Таким образом, цель данной статьи – выявить особенности социального предпринимательства как фактора развития малых городов и определить его место в системе институтов, формирующих условия для обеспечения качества жизни в малых городах. В частности, для этого требуется охарактеризовать и систематизировать теоретические подходы к определению социального предпринимательства и его роли в общественном развитии, а также выявить ключевые функции и значение социального предпринимательства в развитии малых городов, его особенности и место в рамках институциональной среды, характерной для малого города.

2. Подходы к определению социального предпринимательства. Определения генезиса и сущности социального предпринимательства можно найти уже в работах таких классиков экономической мысли, как А. Маршалл [1], А. Пигу [2], в работах представителей институциональной и неинституциональной экономической теории – Дж. Стиглицца [3], Р. Коуза [4], а также в исследованиях современных отечественных авторов – Ю.Н. Арай, Т.А. Бур-

мистровой [5], Л.И. Полищука [6] и др. Для понимания особенностей институциональной среды социального предпринимательства также был рассмотрен ряд исследований отечественных и зарубежных экспертов в сфере социального предпринимательства и устойчивого развития – J. Newth, C. Woods [7], R. Baierl, D. Grichnik [8; 9], А.А. Московской [10], В.А. Бариновой [11], В.Ю. Кульковой [12].

Рассмотрение социального предпринимательства с институциональной точки зрения представляется нам наиболее логичным, поскольку именно институциональный подход позволяет сформулировать базовые, общие теоретические положения, что важно в процессе изучения такого относительно нового явления, как социальное предпринимательство.

Количество экологических, экономических и социальных проблем в последние десятилетия нарастает в геометрической прогрессии. А как показывает история развития экономических учений, наряду с изменением условий воспроизводства, именно сложившийся нежелательный социальный порядок в какой-то области может быть одной из естественных предпосылок возникновения новых, принципиально отличных походов к решению социально-экономических проблем.

Анализ литературы и различных подходов к определению истоков социального предпринимательства позволяет сделать вывод о том, что таковое возникает в связи с существованием провалов рынка, когда рыночные силы не способны удовлетворить социальные потребности, такие как производство общественных благ, а также из-за наличия «сбоев» системы государственного обеспечения, когда общественные потребности в достаточной мере не удовлетворяются усилиями государства.

Представители неоклассической теории, такие как А. Маршалл, его ученик А. Пигу и др., отмечали, что главным провалом рынка можно назвать недопроизводство общественных благ. Это стало объяснением необходимости государственного вмешательства в рыночную экономику. Согласно Дж. Стиглиццу, эта необходимость обусловлена следующими причинами:

- недопроизводство общественных благ;
- наличие трансакционных издержек, необходимых, «чтобы подвести людей к возможности добровольного превращения экстерналий во внутренний эффект»;

– неэффективность, вызванная особенностями той или иной системы прав собственности [3, с. 121].

Однако, как показывает история, государственное вмешательство в рыночную экономику, достигшее своего пика в 1950–1970-е гг., также имеет свои негативные последствия, получившие в последующем название «провалов государства». Основными провалами государства являются:

– проблема «неполных контрактов» из-за возникновения асимметричности информации между принципалом (государством) и агентом (бюрократией), а также возможным оппортунистическим поведением бюрократии;

– неизбирательность действий государства: государственное обеспечение направлено на удовлетворение потребностей «среднего потребителя», т. е. усредненных потребностей общества, это объясняет невозможность достижения оптимального распределения благосостояния, но при этом оптимум может быть и недостижим;

– существование множества товаров, не относящихся к общественным благам, в предоставлении которых государство успешно, однако имеющих высокие положительные внешние эффекты;

– бюджетные ограничения: государство не всегда способно удовлетворить необходимые потребности в общественных благах;

– временные лаги между принятием решений экономической политики и непосредственно ее реализацией, что вызвано необходимыми бюрократическими процедурами;

– возможные лоббизм, логроллинг и стремление извлечь ренту.

Дальнейшее развитие экономической мысли привело к выдвиганию еще одной концепции, призванной устранить возможные «провалы» рынка и государства, – корпоративной социальной ответственности. Истоки данной концепции можно найти еще в знаменитой работе Р. Коуза «Проблема социальных издержек» [4], где обсуждается проблема «неполных контрактов», которую автор предлагает решать посредством частной альтернативы взамен государственному регулированию. То есть, согласно такому подходу, субъекты, производящие негативные внешние эффекты, и те, кто испытывает это вредное воздействие, способны распределить ресурсы самостоятельно, а трансакционные издержки, как правило, при

этом будут невелики. Как отмечает Л. Полищук, «с этой точки зрения корпоративную социальную ответственность правомерно рассматривать как возможную реализацию идеи Коуза, позволяющую улаживать коллизии между компаниями, представленными собственниками и менеджментом, с одной стороны, и прочими стейкхолдерами с другой» [6, с. 8].

Однако, как показывает практика, зачастую многие социальные и экологические проблемы не связаны с образованием вредных экстерналий (например, проблемы трудоустройства подростков или лиц с ограниченными возможностями здоровья) или данные вредные экстерналии невозможно идентифицировать в силу «проблемы безбилетника» (например, загрязнение окружающей среды гражданами и т. д.). В данном случае представляется невозможным идентификация того, кто «должен» компенсировать эти негативные внешние эффекты.

Дополнительным «компенсатором» названных выше «провалов» может стать социальное предпринимательство:

– социальное предпринимательство снижает наличие «эффекта безбилетника» в силу того, что осуществляется более целевое взаимодействие спроса и предложения в социальной сфере;

– социальное предпринимательство как инновационная деятельность предполагает нахождение вариантов предложения товаров тем, кто готов заплатить за товар, но не может этого сделать (например, благодаря использованию сетевого взаимодействия).

Как отмечают Ю.Н. Арай и Т.А. Бурмистрова, «социальное предпринимательство это деятельность, связанная с реализацией устойчивых решений пренебрегаемых проблем с высокими положительными эффектами» [5, с. 73]. При этом, в отличие от благотворительности и филантропии, которые основаны на перераспределении ресурсов, социальное предпринимательство является экономической деятельностью, связанной с предоставлением товаров и/или услуг. По словам Ч. Лидбитера, такое явление, как «социальное предпринимательство», стало даже новым «мейнстримом инакомыслящих» (*mainstreaming of the mavericks*)². Отражением актуальности и общественной востребованности социального предпринимательства стало присуждение Нобелевской премии мира в 2006 г. социальному предпринимателю Мухаммаду Юнусу.

Социальное предпринимательство стоит рассматривать как значимый фактор экономического роста и развития, поскольку оно увеличивает совокупную экономическую эффективность через использование ресурсов, которые ранее в качестве ресурсов для создания ценности не использовались. Такими ресурсами могут быть отходы производства, компетенции людей с особенностями здоровья, солидарность и доверие сообществ и т. д.

Обычно выделяют следующие ключевые черты социального предприятия:

1) первенство миссии решения социальной проблемы над целью получения коммерческой выгоды: положительный социальный эффект является не побочным продуктом деятельности предприятия, а прямым целенаправленным результатом;

2) самокупаемость и/или наличие коммерческого результата, обеспечивающего конкурентоспособность социального предприятия (показателем его наибольшей эффективности является получение дохода от реализации товаров и услуг, при этом не исключено получение дополнительных финансовых ресурсов в виде грантов, спонсорской поддержки, субсидирования и др.);

3) новаторство, с которым комбинируются социальные и экономические ресурсы: поиск новых подходов и бизнес-моделей, позволяющих соблюдать первые два вышеуказанных пункта.

Ряд исследователей выделяет в качестве критерия отнесения к социальному предпринимательству цель реинвестирования. В частности, М. Юнус считает, что прибыль, полученная в ходе деятельности социального предприятия, должна реинвестироваться только на цели развития предприятия, без возможности распределения прибыли между руководителями предприятия или выплаты дивидендов. Однако, на наш взгляд, данный подход нивелирует стимулы к экономической активности и эффективности. Поэтому в рамках данной работы названный критерий считаем целесообразным не относить к перечню ключевых черт социального предпринимательства³.

Согласно данным сайта Фонда «Наше будущее» (<http://www.nb-fund.ru>), основными критериями социального предпринимательства являются:

- тиражируемость;
- самокупаемость;

- инновационность;
- предпринимательский подход;
- финансовая устойчивость;
- социальное воздействие.

Еще одним важным критерием для социального предпринимательства, по мнению многих исследователей, является инновационность. В частности, J. Scillitoe, L. Poonamallee и S. Joy объясняют эту особенность тем, что социальное предпринимательство находится на стыке рыночной экономики и обеспечения общественных благ, что, в свою очередь, требует нестандартных, гибридных методов управления [13]. М. Ibáñez с соавторами отмечают, что для развития реализации технологических инноваций в социальной сфере необходимо «н-спиральное сотрудничество» между различными экономическими и социальными агентами [14]. Такое сотрудничество способствует появлению наукоемких инициатив, подходящих для реализации инновационных цифровых решений в области социального предпринимательства.

В какой-то степени феномен социального предпринимательства близок к классическому подходу Й. Шумпетера [15]. Одним из прорывных открытий в теории развития Шумпетера является положение о мотивах хозяйственной деятельности. В рамках данной парадигмы предприниматель – это иррационально действующий индивид (в отличие, например, от классиков и неоклассиков). Логика заключается в следующем: мотивация индивидов в осуществлении хозяйственной деятельности будет различной в условиях статики и динамики. В условиях нормального кругооборота (т. е. в условиях статики) действительно преобладает рациональное поведение и мотивом хозяйственной деятельности индивидов будет в первую очередь удовлетворение потребностей, потребление, а мотивация предпринимателя связана с максимизацией прибыли. Но, по мнению Шумпетера, мотивация предпринимателя – это абсолютно иррациональное явление или, как минимум, это иной вид рационализма. Мотивация и «рационализм» предпринимателя связаны с такими понятиями, как саморазвитие, личностный рост, склонность к творческой деятельности, удовлетворение от поиска новых решений и преодоления трудностей, а также стремление к общественно разделяемому успеху.

В данной статье мы будем использовать в качестве рабочего определения А.А. Москов-

ской, которая отмечает, что социальное предпринимательство – «это новый способ социально-экономической деятельности, в котором соединяется социальное назначение организации с предпринимательским новаторством и достижением устойчивой самоокупаемости» [10, с. 5].

Также отметим, что, следуя логике А.А. Московской и Фонда «Наше будущее», в данной статье понятия «социальное предпринимательство» и «социальное предприятие» будут рассматриваться как сопряженные, где социальное предпринимательство представляет собой процесс, деятельность, а социальное предприятие – его носителя и/или организационную структуру, в рамках и через посредство которой соответствующая деятельность реализуется.

Таким образом, на наш взгляд, социальное предпринимательство – одна из новых эффективных (при определенных детерминантах) форм экономической деятельности, которая при этом может стать (и уже является) значимым фактором социально-экономического развития.

Это не новое «лекарство» и не универсальный рецепт решения «вечных» социально-экономических проблем, но перспективный дополнительный инструмент экономических преобразований, который должен стать ключевым актором преобразований во взаимодействии с крупным бизнесом, властными элитами, бюрократией, обществом, малым и средним бизнесом.

3. Роль социального предпринимательства в развитии малых городов. Необходимость реализации социально-предпринимательских инициатив в малых городах современной России обусловлена, в первую очередь, «спросом» в виде большого количества социально-экономических проблем в малых городах, относительно низким качеством жизни. В частности, это множество актуальных социальных проблем, таких как безработица, сокращение государственных расходов на развитие социальной сферы, снижение уровня жизни населения, сокращение перечня услуг, оказываемых в рамках бесплатного медицинского обслуживания, увеличение числа граждан престарелого возраста и др.

По мнению Т.В. Усковой, разорванность и фрагментарность экономического пространства не позволяют обеспечить достойный уро-

вень жизни граждан страны независимо от места их проживания и являются одним из факторов риска снижения конкурентоспособности государства [16, с. 13]. С точки зрения Ю.А. Лаамарти, малый город является отражением состояния не только конкретного региона, но и страны в целом. Автор отмечает негативное влияние демографических процессов и нарастание деурбанизации малых и средних городов на фоне «нездорового» увеличения их количества [17, с. 5].

Особенностью российского тренда на устойчивое развитие в рамках малых городов является то, что происходила «кризисная» деурбанизация в условиях незавершенной урбанизации [18]. В частности, это экстренные переезды горожан весной 2020 г. из Москвы в загородные дома в Московской, Владимирской, Костромской, Вологодской и Нижегородской областях. «Вторые дома» (дачи) горожан стали совмещать в себе рекреационные, «карантинно-санитарные» и рабочие функции, что усилило потребность в развитии данных территорий. И, как показывает ряд исследований, такая потребность, вероятно, будет нарастать. К этому можно добавить и то, что потенциал малых городов связан с благоприятной экологией, природным туристическо-рекреационным потенциалом; наличием уникальных культурных, исторических, религиозных объектов, а также объектов для промышленного и активного туризма; наличием слабо освоенных территорий; комфортным темпом жизни [19].

При этом развитие малых городов и их роль могут отличаться в зависимости от институциональных, географических, производственных и других особенностей страны. В связи с этим целесообразным является рассмотрение институциональной среды социального предпринимательства в России.

4. Институциональная среда социального предпринимательства в Российской Федерации. Аналогично тому, как в коммерческом или государственном секторе можно выделить определенные закономерности, наиболее эффективные инструменты управления, сегодня, на наш взгляд, актуально выявление таких закономерностей и «лучших практик» (*best practices*) в сфере социального предпринимательства. Подчеркивая значение многоаспектности рассмотрения проблемы устойчивости социальных предприятий, одним из важных аспектов следует признать анализ ин-

ституциональной среды социального предпринимательства в России.

Далее представим первичную классификацию имеющихся формальных институтов поддержки социального предпринимательства в России, составленную автором.

Уровень 1. Международные институты. Данная группа институтов представлена межгосударственными проектами поддержки социально-предпринимательских инициатив. Например, это проекты ООН, *ECS*, *OECD* и т. д. Стоит отметить и существенное влияние независимых международных частных фондов и ассоциаций. Первоначально основанные как региональные инициативы, сегодня это крупные институты, способствующие развитию социального предпринимательства в мире. Наиболее крупные из них – основанные в США Фонд Ашока, *Poseco*, *Oksigen Lab* и основанные в странах Европейского Союза *Impact Hub*, *RIPESSE*, *Social Economy Europe (SEE)*, *REVES*.

Общие направления поддержки социального предпринимательства на международном уровне:

- расширение доступа к финансированию;
- повышение степени признания социальных предприятий (проекты по пересмотру законодательства, просветительские проекты и др.);
- образовательные программы по развитию компетенций начинающих и действующих социальных предпринимателей.

Интересным моментом является то, что имеющиеся исследования международного опыта развития социального предпринимательства свидетельствуют о дивергенции институционального развития социального предпринимательства в различных странах. Однако, на данном этапе отметим, что такая дивергенция еще раз подтверждает необходимость развития национальных институтов даже в случае эффективной деятельности международных. В связи с этим перейдем к краткому обзору институтов поддержки социального предпринимательства в Российской Федерации.

Уровень 2. Федеральное законодательство и государственные программы поддержки социального предпринимательства. Несмотря на растущий интерес к сфере социального предпринимательства со стороны власти, представителей науки и гражданского общества, до 2019 г. в Российской Федерации не было единой нормативно-правовой базы в сфере соци-

ального предпринимательства. Социальное предпринимательство так или иначе регулировалось в рамках следующих нормативно-правовых актов:

- ст. 50 «Коммерческие и некоммерческие организации» Гражданского кодекса РФ;
- Федеральный закон от 19 мая 1995 г. № 82-ФЗ (ред. от 31 января 2016 г.) «Об общественных объединениях»;
- Федеральный закон от 12 января 1996 г. № 7-ФЗ (ред. от 31 января 2016 г.) «О некоммерческих организациях»;
- ежегодные приказы Минэкономразвития РФ.

Однако, рост социально-экономических проблем, а также количества успешных практик в социальном предпринимательстве за рубежом стал фактором, способствующим новому витку изменений в законодательстве о социальном предпринимательстве. В частности, это выразилось в утверждении следующих нормативно-правовых актов:

- Приказ Минэкономразвития России от 29 ноября 2019 г. № 773 «Об утверждении Порядка признания субъекта малого или среднего предпринимательства социальным предприятием и Порядка формирования перечня субъектов малого и среднего предпринимательства, имеющих статус социального предприятия»;
- Федеральный закон от 26 июля 2019 г. № 245-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" в части закрепления понятий "социальное предпринимательство", "социальное предприятие"».

Также среди актуальных положительных изменений стоит отметить, например, то, что для облегчения доступа к мерам финансовой поддержки социального предпринимательства происходит выработка единых стандартов для заявок на грантовое финансирование.

Однако остаются и моменты, требующие совершенствования институциональной среды для развития социального предпринимательства в Российской Федерации. В частности, с точки зрения В.Ю. Кульковой, имеется проблема необходимости создания более согласованного законодательства в сфере экологического социального предпринимательства в нашей стране [12]. Автором отмечается, что в Российской Федерации отсутствует законодательная база, регулирующая одновременно обе проблемы: сейчас отдельно регулируется деятель-

ность социальных предприятий и отдельно существует законодательство, направленное на поддержку мер по снижению вредного экологического вмешательства или решения экологических проблем.

Также среди «резервов роста» эффективности институциональной среды в сфере социального предпринимательства можно выделить следующие направления:

- формирование новых стимулирующих принципов налогообложения;

- устранение административных барьеров, связанных с регистрацией социальных предприятий, текущей отчетностью, а также сертификацией и лицензированием некоторых видов деятельности;

- разработка методологии статистического учета и отчетности деятельности социальных предприятий, установление целевых показателей эффективности региональной политики в сфере социального предпринимательства.

Безусловно, указанные меры представлены лишь в укрупненном виде и требуют детальной проработки. Но это еще раз подчеркивает актуальность работы над данными вопросами, в том числе и со стороны научного сообщества.

Наконец, стоит выделить такую группу институтов поддержки социального предпринимательства, как различные фонды и акселераторы, созданные и финансируемые и государством, и частными лицами.

Уровень 3.1. Государственные и квазигосударственные институты:

- Фонд президентских грантов;
- Агентство стратегических инициатив;
- Фонд социальных инвестиций;
- Акселератор социальных инициатив

RAISE.

Уровень 3.2. Частные фонды и акселераторы. Самым крупным фондом, занимающимся именно поддержкой социальных предпринимателей, является Фонд «Наше будущее».

Приводя общую характеристику представленных институтов поддержки социального предпринимательства, можно выделить следующие основные направления поддержки, осуществляемой в рамках данных институтов:

- финансовая: субсидирование, гранты;
- образовательная: курсы повышения квалификации, образовательные программы для начинающих предпринимателей (например, «Ты – предприниматель»), менторские программы;

- инфраструктурная: в рамках акселераторов и бизнес-инкубаторов.

Таким образом, представленный краткий обзор институциональной среды и институциональных изменений в сфере социального предпринимательства в Российской Федерации демонстрирует положительную динамику в данной сфере – формируются институты поддержки социального предпринимательства. Однако, как известно, одним из ключевых факторов успешности институциональных изменений является конвергенция формальных и неформальных институтов. В связи с этим дальнейший научный интерес связан также с исследованием социокультурных факторов, влияющих на развитие сферы социального предпринимательства. В частности, полезным может стать исследование процесса имплементации указанных выше формальных институтов поддержки социального предпринимательства в практиках реальных социальных предприятий «на местах», в малых городах.

5. Заключение. Таким образом, в рамках первичного теоретического обзора был проведен междисциплинарный анализ подходов к определению социального предпринимательства, вопросов развития малых городов, а также институциональной среды реализации социального предпринимательства в малых городах.

Так, в теории социального предпринимательства всё еще остается множество дискуссионных вопросов, однако понятно, что такие сложные, гибридные организации имеют свои конкурентные преимущества, поскольку по мере развития экономических отношений с параллельным нарастанием социальных и экологических вызовов необходимым становится поиск инновационных форм организации этих экономических отношений и решения указанных проблем.

При этом перспективным является рассмотрение социального предпринимательства именно через призму малых городов. В статье было приведено несколько направлений обоснованности такого рассмотрения, но одним из основных является то, что традиционно фокус текущей социальной политики государства, а также политики в сфере улучшения качества жизни или повышения инвестиционной привлекательности происходит, как правило, на федеральном уровне, через реализацию масштабных проектов, результаты которых редко доходят до проблем «на местах». В свою оче-

редь, в малых городах «тоже живут люди». Таким образом, одновременная перспективность и проблематичность социально-экономического контекста современного малого города становится «благоприятной почвой» как для теоретических исследований и обоснований, так и для практических проектов социальных предпринимателей.

Представленный теоретический обзор должен стать базой для построения дальнейшего эмпирического исследования. В этой связи особенно важным было рассмотрение институциональной среды социального предпринима-

тельства, что позволило сформулировать понимание имеющегося эмпирического предметного поля.

Примечания

¹ Рассчитано по: Россия в цифрах. 2019: крат. стат. сб. / Росстат. М., 2019. 549 с.

² Leadbeater C. Mainstreaming of the Mavericks // The Observer. 2007. March 25.

³ Данный критерий реализуется в рамках некоммерческих организаций, например, в соответствии с Федеральным законом от 12 октября 1996 г. № 7-ФЗ (ред. от 31 января 2016 г.) «О некоммерческих организациях».

Литература

1. Маршалл А. Принципы экономической науки : в 3 т. – М. : Прогресс, 1993.
2. Пигу А. Экономическая теория благосостояния : в 2 т. – М. : Прогресс, 1993.
3. Стиглиц Дж. Экономика государственного сектора. – М. : ИНФРА, 1997. – 198 с.
4. Коуз Р. Проблема социальных издержек // Коуз Р. Фирма, рынок и право. – М. : Новое издательство, 2007. – С. 92–149.
5. Арай Ю. Н., Бурмистрова Т. А. Специфика бизнес-моделей в социальном предпринимательстве // Российский журнал менеджмента. – 2014. – Т. 12, № 4. – С. 55–78.
6. Полищук Л. Корпоративная социальная ответственность или государственное регулирование: анализ институционального выбора // Вопросы экономики. – 2009. – № 10. – С. 4–22.
7. Newth J., Woods C. Resistance to Social Entrepreneurship: How Context Shapes Innovation // Journal of Social Entrepreneurship. – 2014. – Vol. 5. – № 2. – P. 192–213.
8. Baierl R., Grichnik D. Antecedents of Social Entrepreneurial Intentions: The Role of an Individual's General Social Appraisal // Journal of Social Entrepreneurship. – 2014. – Vol. 5. – № 2. – P. 123–145.
9. Baierl R., Grichnik D., Spörrle M., Welpel I. M. Antecedents of Social Entrepreneurial Intentions: The Role of an Individual's General Social Appraisal // Journal of Social Entrepreneurship. – 2014. – Vol. 5, iss. 2. – P. 123–145. – DOI: 10.1080/19420676.2013.871324.
10. Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования / отв. ред. А. А. Московская. – М. : Изд. дом Высш. шк. экономики, 2011. – 284 с.
11. Барينو В. А. Зарубежный опыт развития социального предпринимательства и возможность его применения в России. – М. : Изд-во Ин-та Гайдара, 2018. – 100 с.
12. Кулькова В. Ю. Социальное предпринимательство, некоммерческие организации и корпоративная социальная ответственность в построении межсекторного партнерства: обзор теоретических разработок // Научное обозрение. – 2016. – № 7. – С. 183–187.
13. Scillitoe J., Poonamallee L., Joy S. Balancing Market Versus Social Strategic Orientations in Socio-Tech Ventures as Part of the Technology Innovation Adoption Process – Examples from the Global Healthcare Sector // Journal of Social Entrepreneurship. – 2018. – Vol. 9, iss. 3. – P. 257–287. – DOI: 10.1080/19420676.2018.1498378.
14. Ibáñez M., Guerrero M., Yáñez-Valdés C., Barros-Celume S. Digital Social Entrepreneurship: The N-Helix Response to Stakeholders' COVID-19 Needs // The Journal of Technology Transfer. – 2022. – Vol. 47, iss. 2. – P. 556–579. – DOI: 10.1007/s10961-021-09855-4.
15. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. – М. : Эксмо, 2008. – 864 с.
16. Ускова Т. В. Пространственное развитие территорий: состояние, тенденции, пути снижения рисков // Проблемы развития территории. – 2015. – № 1 (75). – С. 7–15.
17. Лаамарти Ю. А., Кофанов А. В. Малые города в современной России // Социология города. – 2012. – № 4. – С. 3–16.

18. Покровский Н. Е., Макшанчикова А. Ю., Никушин Е. А. Обратная миграция в условиях пандемического кризиса: внегородские пространства России как ресурс адаптации // Социологические исследования. – 2020. – № 12. – С. 54–64.

19. Шерешева М. Ю., Оборин М. С., Березка С. М. Маркетинг малых городов как фактор устойчивого развития региона // Маркетинг в России и за рубежом. – 2018. – № 1. – С. 63–74.

References

1. Marshall A. *Principles of economics*, in 3 volumes. Moscow, Progress publ., 1993. (in Russian).
2. Piogu A. *The economics of welfare*, in 2 volumes. Moscow, Progress publ., 1993. (in Russian).
3. Stiglitz J. *Economics of the Public sector*. Moscow, INFRA publ., 1997. 198 p. (in Russian).
4. Couse R. The problem of social cost, in: Kouse R. *The firme, the market and the law*, Moscow, Novoe izdatel'stvo publ., 2007, pp. 92-149. (in Russian).
5. Araj Yu.N., Burmistrova T.A. Spetsifika biznes-modelei v sotsial'nom predprinimatel'stve. *Rossiiskii zhurnal menedzhmenta*, 2014, Vol. 12, no. 4, pp. 55-78. (in Russian).
6. Polishchuk L. Korporativnaya sotsial'naya otvetstvennost' ili gosudarstvennoe regulirovanie: analiz institutsional'nogo vybora. *Voprosy ekonomiki*, 2009, No. 10, pp. 4-22. (in Russian).
7. Newth J., Woods C. Resistance to Social Entrepreneurship: How Context Shapes Innovation. *Journal of Social Entrepreneurship*, 2014, Vol. 5, no. 2, pp. 192-213.
8. Baierl R., Grichnik D. Antecedents of Social Entrepreneurial Intentions: The Role of an Individual's General Social Appraisal. *Journal of Social Entrepreneurship*, 2014, Vol. 5, no. 2, pp. 123-145.
9. Baierl R., Grichnik D., Spörrle M., Welpel I.M. Antecedents of Social Entrepreneurial Intentions: The Role of an Individual's General Social Appraisal. *Journal of Social Entrepreneurship*, 2014, Vol. 5, iss. 2, pp. 123-145. DOI: 10.1080/19420676.2013.871324.
10. Moskovskaya A.A. (ed.) *Sotsial'noe predprinimatel'stvo v Rossii i v mire: praktika i issledovaniya*. Moscow, HSE publ., 2011. 284 p. (in Russian).
11. Barinova V.A. *Zarubezhnyi opyt razvitiya sotsial'nogo predprinimatel'stva i vozmozhnost' ego primeneniya v Rossii*. Moscow, Gaidar Institute publ., 2018. 100 p. (in Russian).
12. Kul'kova V.Yu. Sotsial'noe predprinimatel'stvo, nekommercheskie organizatsii i korporativnaya sotsial'naya otvetstvennost' v postroenii mezhsektornogo partnerstva: obzor teoreticheskikh razrabotok. *Nauchnoe obozrenie*, 2016, No. 7, pp. 183-187. (in Russian).
13. Scillitoe J., Poonamallee L., Joy S. Balancing Market Versus Social Strategic Orientations in Socio-Tech Ventures as Part of the Technology Innovation Adoption Process – Examples from the Global Healthcare Sector. *Journal of Social Entrepreneurship*, 2018, Vol. 9, iss. 3, pp. 257-287. DOI: 10.1080/19420676.2018.1498378.
14. Ibáñez M., Guerrero M., Yáñez-Valdés C., Barros-Celume S. Digital Social Entrepreneurship: The N-Helix Response to Stakeholders' COVID-19 Needs. *The Journal of Technology Transfer*, 2022, Vol. 47, iss. 2, pp. 556-579. DOI: 10.1007/s10961-021-09855-4.
15. Shumpeter J.A. *Teoriya ekonomicheskogo razvitiya. Kapitalizm, sotsializm i demokratiya*. Moscow, Eksmo publ., 2008. 864 p. (in Russian).
16. Uskova T.V. Prostranstvennoe razvitie territorii: sostoyanie, tendentsii, puti snizheniya riskov. *Problemy razvitiya territorii*, 2015, No. 1 (75), pp. 7-15. (in Russian).
17. Laamarti Yu.A., Kofanov A.V. Malye goroda v sovremennoi Rossii. *Sotsiologiya goroda*, 2012, No. 4, pp. 3-16. (in Russian).
18. Pokrovskii N.E., Makshanchikova A.Yu., Nikishin E.A. Obratnaya migratsiya v usloviyakh pandemicheskogo krizisa: vnegorodskie prostranstva Rossii kak resurs adaptatsii. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, 2020, No. 12, pp. 54-64. (in Russian).
19. Sheresheva M.Yu., Oborin M.S., Berezka S.M. Marketing malykh gorodov kak faktor ustoichivogo razvitiya regiona. *Marketing v Rossii i za rubezhom*, 2018, No. 1, pp. 63-74. (in Russian).

Сведения об авторе

Турабаева Айжана Маратовна – аспирант кафедры прикладной институциональной экономики, сотрудник лаборатории институционального анализа экономического факультета

Адрес для корреспонденции: 119991, Россия, Москва, Ленинские горы, 1

E-mail: fleif@mail.ru

ORCID: 0000-0002-5657-0534

SPIN-код РИНЦ: 8285-6536

Для цитирования

Турабаева А. М. Институт социального предпринимательства как фактор развития малых городов // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». – 2022. – Т. 20, № 2. – С. 74–83. – DOI: 10.24147/1812-3988.2022.20(2).74-83.

About the authors

Aizhana M. Turabaeva – post-graduate student of the Department of Applied Institutional Economics, employee of the Laboratory of Institutional Analysis of the Faculty of Economics

Postal address: 1, Leninskie gory, Moscow, 119991, Russia

E-mail: fleif@mail.ru

ORCID: 0000-0002-5657-0534

RSCI SPIN-code: 8285-6536

For citations

Turabaeva A.M. The institute of social entrepreneurship as a factor in the development of small towns. *Herald of Omsk University. Series "Economics"*, 2022, Vol. 20, no. 2, pp. 74-83. DOI: 10.24147/1812-3988.2022.20(2).74-83. (in Russian).