



ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА
СОЦИАЛЬНОГО
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
В РОССИИ: СПЕЦИФИКА
СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО
ДИСКУРСА

ECONOMIC CULTURE
OF SOCIAL
ENTREPRENEURSHIP
IN RUSSIA: SPECIFICS
OF SOCIOLOGICAL
DISCOURSE

O. M. Шевченко*

ORCID: 0000-0001-6726-7269

Л. Л. Штофер**

ORCID: 0000-0003-0205-7468

Olga M. Shevchenko*

Lyudmila L. Shtofer**

* Институт социологии и регионоведения
Южного федерального университета

** Ростовский государственный
экономический университет (РИНХ),
Ростов-на-Дону, Россия

* Institute of Sociology and Regional
Studies, Southern Federal University

** Rostov State University
of Economics (RINH),
Rostov-on-Don, Russia

Цель исследования заключается в анализе специфики и состояния экономической культуры социального предпринимательства в России.

Методологическую базу исследования составляют неоинституциональный подход, результаты социологических опросов и интервью, проведенные российскими и зарубежными учеными.

Результаты исследования. Социологические исследования позволяют выявить следующие наиболее существенные проблемы, связанные с деятельностью социальных предпринимателей в России: социальные предприниматели не создали консолидированной группы, объединенной общими интересами и целями; социальное предпринимательство не сформировало ценностную основу своей деятельности; в социальном

Objective of the study is to analyze the specifics and state of the economic culture of social entrepreneurship in Russia.

Methodological basis of the study includes the neo-institutional approach and the results of sociological surveys and interviews conducted by Russian and foreign scientists.

Results of the study. We identify the most significant problems associated with the activities of social entrepreneurs in our country: social entrepreneurs have not created a consolidated group united by common interests and goals; social entrepreneurship has not formed a value basis for its activities; individualistic orientations are strengthening in social entrepreneurship, which results in an increasing contradiction between the social

предпринимательстве усиливаются индивидуалистические ориентации. Данные тенденции свидетельствуют о том, что на сегодняшний день развитие социального предпринимательства в России находится на начальной стадии.

Перспективы исследования. Научный и практический интерес к данной проблеме обусловлен необходимостью развития в стране деловой и гражданской активности для решения многих социальных проблем.

Ключевые слова: экономическая культура, предпринимательство, социальное предпринимательство, модели социального предпринимательства, портрет социального предпринимателя, социальная ответственность бизнеса

orientation of the activity and the desire for personal success of its subjects. These trends indicate that today the development of social entrepreneurship in Russia is at an early stage.

Prospects of the study. The problem of developing social entrepreneurship is of scientific and practical interest due to the need to attract business and civil initiative to solve the accumulated social problems in the country.

Keywords: economic culture, entrepreneurship, social entrepreneurship, models of social entrepreneurship, portrait of a social entrepreneur, social responsibility of business

Введение

Современная Россия сталкивается с необходимостью внесения в национальную экономику инновационного компонента, позволяющего достичь сбалансированности рынка, осуществить цифровизацию и технологическое насыщение производства. В настоящее время решение подобных задач невозможно без предпринимательской активности, основу которой составляет конкуренция, детерминирующая повышение эффективности экономической деятельности.

Исторически предпринимательство предполагало самоорганизацию деятельности, в которой субъект инициативно действовал на свой страх и риск, нес всю полноту личной ответственности за полученный результат, преследовал цель, имеющую как социальную значимость (интенсификация развития определенной сферы), так и удовлетворяющую частный интерес (получение прибыли).

Предприниматели всегда являлись активными акторами гражданского общества, выступали за либерализацию политической жизни и формально-правовое равенство, свободу частной инициативы и индивидуальной самоактуализации. Современные российские предприниматели как общественная группа, сложившаяся в постсоветский период, активно продвигали либеральные ценности, ратовали за раскрепощение мышления, были социально активны, участвовали в политической жизни страны. Так новаторство в экономической сфере оказалось неразрывно связано с революционными изменениями системы социальных отношений в целом. Вовлечение значительной части

населения страны в бизнес-процессы и зависимость общества от успешности функционирования национальной экономики, включая ее представленность в мировой экономике, с необходимостью требуют как создания благоприятного климата для развития самого бизнеса, так и формирования социально ориентированной предпринимательской культуры. В этой связи анализ состояния экономической культуры предпринимательского сообщества в России имеет не только научную, но и практическую значимость.

Методология и методы

Теоретико-методологической основой исследования выступает неоинституциональный подход, позволяющий рассматривать культуру предпринимательских сообществ как совокупность формальных и неформальных норм и практик. Эмпирической базой исследования являются результаты социологических опросов и интервью, проведенные российскими и зарубежными учеными.

Результаты исследования

Начало теоретического осмыслиения специфики экономической культуры связано с работами А. Смита и Д. Рикардо, которые видели в ней реализацию рационального экономического поведения людей (Смит, 2009; Рикардо, 1955). Однако уже институциональный подход, нашедший отражение в трудах В. Самнера и Т. Веблена, поставил под сомнение рациональное поведение людей как основу экономической культуры, постулируя значимость иррационального фактора (инстинктов, склонностей и привычек) не только в поведении человека, но и в качестве основы экономических институтов (Селигмен, 1968).

Неоинституционалисты Г. Саймон и Д. Норт полагали, что основой экономической культуры выступают различные институты как формальные (правовые), так и неформальные (морально-нравственные), благодаря чему в ее исследовании появился временной срез, связанный с эволюцией ценностно-нормативных систем как результата социального развития (Норт, 1997; Саймон, 1993).

Представители социологического знания видят в экономической культуре «проекцию» наличной культуры на социально-экономические отношения, а также констатируют значимость местоположения человека в производственной структуре и его культурное развитие, связанное с образованием, уровнем квалификации, опытом работы и др. (Заславская, Рывкина, 1991).

Социологи обращают внимание на то, что в экономическом поведении человека, являющемся проявлением экономической культуры, значимую роль играет социальная стратификация, дифференцирующая акторов экономической деятельности. Поэтому в экономической культуре необходимо учитывать культурные черты, обусловленные местом человека в производственном процессе.

Представители социологического подхода констатируют диалектическую взаимосвязь экономики и культуры, зависимость уровня экономической культуры от прошлого экономического опыта, соответствие типа и характера доминирующей экономической культуры наличной модели экономического развития, а также взаимосвязь хозяйственной культуры с религией, политической культурой, нормативно-правовой системой, типом социальных отношений и др. (Ефременко, 2005; Зарубина, 1997).

Специфика экономической культуры общества определяет развитие социально ориентированного предпринимательства. Причины появления последнего преимущественно обусловлены неспособностью государства и рынка эффективно решать назревшие общественные проблемы. Что касается государства, то социальная сфера финансируется из бюджета по остаточному принципу, де-факто признается мало значимой по сравнению с расходами на оборону, поддержанием стратегических направлений развития страны (космос, фундаментальная наука, разработка и добыча полезных ископаемых и др.), стабильностью банковской системы. Рынок же зачастую не производит объем благ, необходимый для широкого потребления, по причине низкой рентабельности социально ориентированной продукции и, следовательно, отсутствия заинтересованности в наращивании ее объемов у крупных производителей. Возникающий дисбаланс спроса и предложения частично могут компенсировать предприятия малого бизнеса. Поэтому социальное предприятие создается для решения тех или иных общественно значимых проблем, но действует на основе принципов, характерных для частного предпринимательства, включая инновационную основу и высокий уровень финансовой дисциплины (Социальное предпринимательство... 2011).

По мнению исследователей, ответственность бизнеса существует на двух уровнях: микроуровень отражает внутрикорпоративную ответственность, макроуровень – обязательства корпорации перед социумом, не связанные с интересами самой бизнес-структуры (Булавкина, 2007). Глобальные тенденции, актуализирующие идею ответственности бизнеса, влияют и на развитие национальной, в том числе российской экономической культуры.

Несмотря на интерес к социальному предпринимательству серьезные исследования данной проблемы практически не получают отражения в научных публикациях. В лучшем случае косвенные упоминания о них можно обнаружить в пресс-релизах научных мероприятий или в публикуемых на сайтах аналитических отчетах. Как результат, для понимания настоящего и будущего российского социального предпринимательства необходим анализ наиболее значимых эмпирических исследований, представляющий теоретическую и практическую ценность.

Так, в конце 2012 – начале 2013 гг. исследовательской группой ЦИРКОН был проведен опрос о ценностных установках и мотивации поведения пред-

ставителей малого бизнеса ($N = 102$). Опрос позволил сделать корректные выводы о формировании внутри предпринимательского сообщества слоя, отличного от так называемых «конвенциональных» предпринимателей, ориентированных на материальную прибыль. Установлено, что социальные предприниматели придерживаются иных ценностных ориентаций, связанных с личной этической позицией и повышенной социальной ответственностью (Шубина и др., 2013).

Спустя пять лет ЦИРКОН провел повторное исследование («Социальный предприниматель – 2018» ($N = 155$)). Выводы (по сравнению с 2013 г.) были полностью подтверждены в пунктах, связанных с различиями между группой социальных предпринимателей и остальным бизнесом, а также обществом в целом, социально ориентированной системой ценностей; подтверждены частично – в пунктах, связанных с организацией и осуществлением деятельности, в частности, было отмечено усиление индивидуалистической мотивации. Заслуживает внимания появление у социальных предпринимателей стремления к новому, выстраиваемому вокруг идеи личного успеха и саморазвития, что может косвенно свидетельствовать о готовности группы к инновациям. Однако в открытых вопросах (готовность к социальным изменениям, стремление к инновационному развитию и др.) респонденты чаще всего прямо не высказывали поддержки подобным инициативам.

Также исследование 2018 г. не продемонстрировало наличия у социальных предпринимателей запроса на объединение (отсутствует рост сплоченности и выраженное стремление защитить интересы группы). Это хорошо коррелирует с отмеченным ранее нарастанием у представителей группы индивидуалистических настроений. Обратная сторона индивидуалистической мотивации в организации и осуществлении деятельности связана со слабо выраженными стремлениями возглавить значимые социальные изменения. Данный парадокс хорошо отражен в зарубежных исследованиях, исследующих социальное предпринимательство. Согласно им лидерство рассматривается не как индивидуальное качество, а как способность быть объединяющей силой для достижения того или иного результата. В этом случае цель как результат деятельности начинает объективно выходить за рамки интересов той или иной бизнес-структуры, приобретает более широкое социальное измерение, связанное с общественными трансформациями (Alvord et al., 2004). В этом состоит отличие российских кейсов: запрос на подобное лидерство у отечественных социальных предпринимателей выражен слабо, не имеет отношения к программе действий и четко обозначенных временных перспектив (Московская, Попова, 2022).

Среди причин, препятствующих возникновению ассоциации социальных предпринимателей, можно выделить отсутствие социальной однородности членов группы и шаткость их экономического положения. Отсутствие вну-

тренних связей и осознания общих интересов объективно ослабляет позиции группы в предпринимательском сообществе, косвенным подтверждением чего стало прекращение предпринимательской деятельности многих участников опроса 2013 г., а также отказ от участия в опросе 2018 г. Опрос 2018 г. также показал переориентацию предпринимательской деятельности у части лиц, оставшихся в бизнесе (уход из сферы социального предпринимательства)¹. Возвращаясь к проблеме лидерства в социальном предпринимательстве, следует отметить еще один его аспект – гражданский. Интенсификация участия социального предпринимателя в преобразовании жизни местных сообществ наличествует в социологических исследованиях малых территорий, проведенных в России. В них можно обнаружить значимую роль социального предпринимателя как катализатора происходящих изменений.

По итогам реализации проекта ФОМ «Социальное предпринимательство как форма гражданского участия», осуществляемого при поддержке Фонда ИСЭПИ (2013–2014 гг.), было установлено, что социальное предпринимательство, деятельность которого выходит за пределы исключительно коммерческих интересов, способно стать драйвером конструктивных социальных изменений в обществе (Климова, Климов, 2015). На основе обширной базы, связанной с фактической деятельностью 15 социальных предприятий, было убедительно показано, как реализация их социально-культурного проекта позитивно изменяет состояние общества, формируя качественно новую ценностную и коммуникативную среду. Подобные изменения, по мнению исследователей, обусловлены расширением и диверсификацией задач, решаемых социальным предпринимательством, прежде всего, ориентацией на различные слои общества и соответствующий уровень потребления (Климова, Климов, 2015).

Аналогичное исследование было проведено в НИУ ВШЭ в Санкт-Петербурге, РГПУ им. А. Герцена (2018–2019 гг.). Базой социологического исследования стало полуструктурированное интервью лиц (численность 48 чел.), участвующих в проектах и организации социального предпринимательства. Цель – выявить корреляцию между социальными инновациями, детерминирующими социальным предпринимательством, и новыми моделями поведениями, в частности появлением ранее не встречавшихся общественных связей внутри малых территорий. Заслуживает внимания подтвержденный факт расширения и качественного изменения социального взаимодействия, в частности развитие различных форм партнерства (коммерческое / некоммерческое). Их следствием стало появление взаимодополняющих товаров / услуг, удовлетворяющих потребности местного населения, а также площадок

¹ Социальный предприниматель РФ – автопортрет 2018. Краткий аналитический отчет по результатам исследования [Электронный ресурс]. – URL: <https://roscongress.org/materials/sotsialnyy-predprinimatel-rf-avtoportret-2018> (дата обращения: 10.02.2025).

для продуктивного взаимодействия участников социальных проектов, представителей бизнеса и жителей малых территорий (Богуславская и др., 2021).

Зарубежные исследователи социального предпринимательства в качестве системообразующих элементов данного вида деятельности выделяют следующие: во-первых, приоритет миссии, связанной с созданием и предложением общественных благ, не доступных по тем или иным причинам значительной части населения; во-вторых, инновационные подходы, связанные с созданием и предоставлением подобных благ; в-третьих, необходимая любому бизнесу финансовая устойчивость, обеспечиваемая его встроенностью в рыночные структуры и механизмы посредством реализации произведенного общественно значимого и востребованного продукта (Huylebrechts, Nicholls, 2012).

Анализ возможных моделей социального предпринимательства, их объективно существующее разнообразие в разных регионах мира позволяет выявить отношение к данному феномену в тех или иных странах. С этой целью важно осмыслить связь между формами социальных предприятий и характерными для страны социальными институтами; видами и качеством наличного капитала в политической, экономической и социальной сферах и мерой участия в управлении подобными предприятиями заинтересованных сторон (Mair et al., 2015).

В нашей стране исследование моделей социального предпринимательства началось только в конце первого десятилетия XXI в. (2009 г.). Впервые оно было проведено Российской микрофинансовым центром при поддержке Оксфам Великобритания в рамках «Пилотного проекта по изучению деятельности организаций социального предпринимательства». Эмпирической базой стали данные фокусированных полуструктурированных интервью с представителями 10 организаций, относящихся к социальному предпринимательству, из 7 регионов России, с использованием методологии case-study (Московская, Попова, 2022). Участниками интервью стали учредители предприятий, ориентированных на социальное предпринимательство, представители органов государственной власти, различные НКО, а также потребители социальных услуг.

Для полноценного функционирования любого бизнеса, включая социальное предпринимательство, необходимы стабильность и разработанность нормативно-правовой базы, а также «отзывчивость» местных органов власти на инициативные социальные проекты, поступающие со стороны предпринимательского сообщества. В равной мере представителям данной группы требуется партнерство в реализации деятельности различных форм социального взаимодействия (рыночных сделок, дарообмена, волонтерства).

В 2015 году ЦСП НИУ ВШЭ было проведено исследование «Социальное предпринимательство на рынке социальных услуг в России: модели, акторы и способы институционализации (в контексте Международного сравнитель-

ногого исследования моделей социальных предприятий ICSEM). Результаты исследования позволили выделить четыре модели социального предпринимательства: 1) «социальный бизнес», то есть ведение предпринимательской деятельности в социальной сфере; 2) «идеальный бизнес», по сути это социально ответственный бизнес; 3) предпринимательская деятельность НКО, (предпринимателями предпочтается именно последнее оформление); 4) «гибридные организации», ориентированные преимущественно на социальную миссию, но осуществляющие как коммерческую, так и некоммерческую деятельность (Московская, и др., 2017).

В итоге социологи пришли к выводу, что «первый дискурс продвигается преимущественно государством, второй – бизнесом, третий – НКО, четвертый – заметной частью действующих социальных предприятий. 1-я и 4-я модели оказались более устойчивыми» (Московская, и др., 2017. С. 42).

Социологические исследования позволяют выявить наиболее существенные проблемы, связанные с деятельностью социальных предпринимателей в нашей стране. На сегодняшний день можно констатировать следующее: во-первых, социальные предприниматели не создали консолидированной группы, объединенной общими интересами и целями; во-вторых, на фоне усиления неоднородности состава социальных предпринимателей нарастает их внутренняя разобщенность; в-третьих, социальное предпринимательство не сформировало ценностную основу своей деятельности; в-четвертых, в социальном предпринимательстве усиливаются индивидуалистические ориентации, следствием чего становится нарастание противоречия между общественной ориентацией деятельности и стремлением к личному успеху ее субъектов. Как результат, формирование сообщества, участниками которого были бы как социальные предприниматели, так и объекты их деятельности (различные общественные группы, не связанные с предпринимательством), на сегодняшний день остается под вопросом (Московская, Попова, 2022).

Заключение

На сегодняшний день развитие социального предпринимательства в России находится на начальной стадии. Тем не менее возникают предпосылки для его включения в социальную политику государства, подтверждением чего является генезис соответствующей инфраструктуры. Осознаваемая властью необходимость осуществления единственной социальной политики обусловлена негативными тенденциями в экономике, деструктивно влияющими на социальную сферу (финансовые кризисы, дифференциация и поляризация общества по имущественному критерию, наличие депрессивных регионов и др.). Все это способно стимулировать развитие социального предпринимательства, в частности, его правовых и технологических основ. В современных условиях российскому государству необходимо привлечение деловой и

гражданской инициативы для решения накопившихся социальных проблем (Якимец, Никовская, 2019).

Безусловно, потенциал исследования моделей социальных предприятий в России на сегодняшний день не исчерпан. Однако связь выявленных моделей с институциональным контекстом, зашкаливающее число ограничительных норм и жесткость условий осуществления деятельности способны привести к снижению социальной инициативы предпринимателей.

В подобных условиях выгодным может стать не реальный, а сугубо номинальный статус социального предприятия. Поскольку исторически в роли посредника между бизнесом и обществом в России выступало государство, у отечественного предпринимательского сообщества не сформировалась традиция активного участия в разрешении социально значимых проблем, тем более обращения к вопросам, беспокоящим общество. На эту особенность обратили внимание эксперты GEM. В условиях, когда монополизация экономики государством в силу политических трансформаций уступила место частному бизнесу, способствовала формированию рыночных механизмов и генезису гражданского общества, возникли объективные условия для установления более тесных связей между обществом и социальным предпринимательством, а следовательно, возможности для его перспективного развития.

Список источников

Богуславская С. Б. Социальное предпринимательство как драйвер развития социокультурной среды малых территорий / С. Б. Богуславская, К. А. Кузмина, Н. В. Рождественская // Журнал исследований социальной политики. – 2021. – Т. 19, № 1. – С. 85–100. – DOI 10.17323/727-0634-2021-19-1-85-100. – EDN VQRRKS.

Булавкина Л. В. Социальная ответственность – элемент бизнеса или инструмент PR? / Л. В. Булавкина // Маркетинговые коммуникации. – 2007. – № 6. – С. 386–393. – EDN IBNJOJ.

Ефременко Т. Экономическая культура как социологическое понятие / Т. Ефременко // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2005. – № 3. – С. 123–141.

Зарубина Н. Н. Модернизация и хозяйственная культура (концепция М. Вебера и современные теории развития) / Н. Н. Зарубина // Социологические исследования. – 1997. – № 4. – С. 46–54. – EDN MOXHNB.

References

Boguslavskaya S. B., Kuzmina K. A., Rozhdestvenskaya N. V. Social entrepreneurship as a driver for the development of the socio-cultural environment of small territories. *Zhurnal issledovanii sotsial'noy politiki* = *Journal of Social Policy Research*. 2021; 19(1): 85-100. DOI 10.17323/727-0634-2021-19-1-85-100. (In Russ.)

Bulavkina L. V. Social responsibility – an element of business or a PR tool? *Marketingovyye kommunikatsii* = *Marketing communications*. 2007; 6: 386-393. (In Russ.)

Efremenko T. Economic culture as a sociological concept. *Sotsiologiya: teoriya, metody, marketing* = *Sociology: theory, methods, marketing*. 2005; 3: 123-141. (In Russ.)

Zarubina N. N. Modernization and economic culture (the concept of M. Weber and modern theories of development). *Sotsiologicheskiye issledovaniya* = *Sociological studies*. 1997; 4: 46-54. (In Russ.)

Zaslavskaya T. I., Ryvkina R. V. Sociology of economic life. *Novosibirsk: Nauka* =

- Заславская Т. И. Социология экономической жизни / Т. И. Заславская, Р. В. Рыбкина. – Новосибирск: Наука, 1991. – 448 с. – ISBN 5-02-029106-4.
- Климов И. А. Модернизационные эффекты социального предпринимательства / И. А. Климов, С. Г. Климова // Петербургская социология сегодня. – 2015. – № 6. – С. 266–299. – EDN VHOGHJ.
- Московская А. А. Между социальным и экономическим благом: конфликт проектов легитимации социального предпринимательства в России / А. А. Московская, А. А. Берендеев, А. Ю. Москвина // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2017. – № 6(142). – С.31–51.–DOI10.14515/monitoring.2017.6.02.–EDN YLYOFS.
- Московская А. А. Социальное предпринимательство в России: уроки выборочных эмпирических исследований (2008–2021) / А. А. Московская, И. П. Попова // Социологические исследования. – 2022. – № 12. – С. 42–54. – DOI 10.31857/S013216250020296-8. – EDN FLMIYV.
- Норт Д. Институциональные изменения: рамки анализа / Д. Норт // Вопросы экономики. – 1997. – № 3. – С. 6–17.
- Рикардо Д. Начала политической экономии и налогового обложения / Д. Рикардо. – Москва: Эксмо, 2007. – 953 с. – ISBN 978-5-699-18745-4.
- Саймон Г. Рациональность как процесс и продукт мышления / Г. Саймон // THESIS. – 1993. – Вып. 3. – С. 16–38. – URL: https://igit.hse.ru/data/003/314/1234/3_1_2Simon.pdf (дата обращения: 10.02.2025).
- Селигмен Б. Основные течения современной экономической мысли / Б. Селигмен. – Москва: Прогресс, 1968. – 600 с.
- Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит. – Москва: Эксмо, 2009. – 956 с. – ISBN 978-5-699-18389-0.
- Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования / отв. ред. А. А. Московская. – Москва: Изд. дом ВШЭ, 2011. – 288 с. – URL: <https://publications.hse.ru/>
- Novosibirsk: Nauka. 1991; 448 p. ISBN 5-02-029106-4 (In Russ.)
- Klimov I. A., Klimova S. G. Modernization effects of social entrepreneurship. *Peterburgskaya sotsiologiya segodnya = Petersburg sociology today*. 2015; 6: 266-299. (In Russ.)
- Moskovskaya A. A., Berendyaev A. A., Moskvina A. Yu. Between Social and Economic Good: The Conflict of Social Entrepreneurship Legitimization Projects in Russia. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskiye i sotsial'nyye peremeny = Monitoring Public Opinion: Economic and Social Changes*. 2017; 6(142): 31-51. DOI 10.14515/monitoring.2017.6.02. (In Russ.)
- Moskovskaya A. A., Popova I. P. Social Entrepreneurship in Russia: Lessons from Selected Empirical Studies (2008–2021). *Sotsiologicheskiye issledovaniya = Sociological Research*. 2022; 12: 42-54. DOI 10.31857/S013216250020296-8. (In Russ.)
- North D. Institutional Change: A Framework for Analysis. *Voprosy ekonomiki = Economic issues*. 1997; 3: 6-17. (In Russ.)
- Ricardo D. Principles of Political Economy and Taxation. *Moskva: Eksmo = Moscow: Eksmo*. 2007; 953. ISBN 978-5-699-18745-4. (In Russ.)
- Simon G. Rationality as a Process and Product of Thinking. *THESIS*. 1993. Issue 3. 16-38. Available at: https://igit.hse.ru/data/003/314/1234/3_1_2Simon.pdf (Accessed: 10.02.2025). (In Russ.)
- Seligman B. Main Currents of Modern Economic Thought. *Moskva: Progress = Moscow: Progress*. 1968; 600 p. (In Russ.)
- Smith A. An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations. *Moskva: Eksmo = Moscow: Eksmo*. 2009; 956 p. ISBN 978-5-699-18389-0. (In Russ.)
- Social Entrepreneurship in Russia and the World: Practice and Research / ed. A. A. Moskovskaya. *Moskva: Izd. dom VSHE = Moscow: HSE Publishing House*. 2011; 288 p. Available at: <https://publications.hse.ru/data/2011/10/04/1270816208/978-5-7598-0883-1.pdf> (Accessed: 10.02.2025). (In Russ.)
- Shubina L., Zadorin I., Moisov V., Khalkina E., Kholmyakova A. Portrait of a

ru/data/2011/10/04/1270816208/978-5-7598-0883-1.pdf (дата обращения: 10.02.2025).

Шубина Л., Задорин И., Мойсов В., Халкина Е., Хомякова А. Портрет социального предпринимателя: ключевые характеристики: Итоговый аналитический отчет. ЦИРКОН. 2013. – URL: http://zircon.ru/upload/iblock/e4e/Portret_SP_Otchet.pdf (дата обращения: 11.02.2025).

Якимец В. Н. Поддержка социального предпринимательства: оценка механизмов и рейтинг регионов России / В. Н. Якимец, Л. И. Никовская // Социологические исследования. – 2019. – № 5. – С. 99–109. – DOI 10.31857/S013216250004962-1. – EDN ICJOVY.

Alvord S. H. Social Entrepreneurship and Societal Transformation. An Exploratory Study / S. H. Alvord, L. D. Brown, Ch. W. Letts // Journal of Applied Behavioral Science. – 2004. – Vol. 40, No. 3. – P. 260–282. – DOI 10.1177/0021886304266847. – EDN JMYIQP.

Huybrechts B. Social entrepreneurship: definitions, drivers and challenges / B. Huybrechts, A. Nicholls; Volkmann C. K., Tokarski K. O., Ernst K. (eds). In Social Entrepreneurship and Social Business. An Introduction and Discussion with Case Studies. Wiesbaden: Springer Gabler, 2012. – P. 31–48.

Mair J. Navigating Institutional Plurality: Organizational Governance in Hybrid Organizations / J. Mair, J. Mayer, E. Lutz // Organization Studies. – 2015. – Vol. 36 (6). – P. 713–739.

Для цитирования: Шевченко О. М., Штофер Л. Л. Экономическая культура социального предпринимательства в России: специфика социологического дискурса // Гуманитарий Юга России. – 2025. – Т. 14. – № 3(73). – С. 38–49.

DOI 10.18522/2227-8656.2025.3.3
EDN BQIRHY

social entrepreneur: key characteristics: Final analytical report. ZIRCON. 2013; Available at: http://zircon.ru/upload/iblock/e4e/Portret_SP_Otchet.pdf (Accessed: 11.02.2025). (In Russ.)

Yakimets V. N., Nikovskaya L. I. Support of social entrepreneurship: assessment of mechanisms and rating of regions of Russia. *Sotsiologicheskiye issledovaniya = Sociological research*. 2019; 5: 99-109. DOI 10.31857/S013216250004962-1. (In Russ.)

Alvord S. H., Brown L. D., Letts Ch. W. Social Entrepreneurship and Societal Transformation. An Exploratory Study. *Journal of Applied Behavioral Science*. 2004; 40(3): 260-282. DOI 10.1177/0021886304266847.

Huybrechts B., Nicholls A. Social entrepreneurship: definitions, drivers and challenges / Volkmann C. K., Tokarski K. O., Ernst K. (eds). In Social Entrepreneurship and Social Business. An Introduction and Discussion with Case Studies. Wiesbaden: Springer Gabler, 2012: 31-48.

Mair J., Mayer J., Lutz E. Navigating Institutional Plurality: Organizational Governance in Hybrid Organizations. *Organization Studies*. 2015; 36 (6): 713-739.

История статьи:

Поступила в редакцию – 04.04.2025

Одобрена после рецензирования –

15.05.2025

Принята к публикации – 23.05.2025

Сведения об авторах

Шевченко Ольга Михайловна

Доктор философских наук, профессор кафедры теоретической социологии и методологии региональных исследований Института социологии и регионоведения Южного федерального университета SPIN-код: 3349-6270 AuthorID РИНЦ: 479776 *olgashv2007@yandex.ru*

Штофер Людмила Львовна

Кандидат философских наук, доцент, заведующая кафедрой философии и культурологии Ростовского государственного экономического университета (РИНХ) SPIN-код: 2266-5569 AuthorID РИНЦ: 928937 *Filosofiya327@yandex.ru*

Information about authors

Olga M. Shevchenko

Doctor of Philosophical Sciences, Professor, Department of Theoretical Sociology and Methodology of Regional Studies, Institute of Sociology and Regional Studies, Southern Federal University Scopus AuthorID: 15819718000 *olgashv2007@yandex.ru*

Lyudmila L. Shtofer

Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor, Head of the Department of Philosophy and Cultural Studies, Rostov State University of Economics (RINH) *Filosofiya327@yandex.ru*

Авторы внесли эквивалентный вклад в подготовку публикации.

У авторов нет конфликта интересов для декларации.