
СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОБЩЕСТВА SOCIAL PROBLEMS OF A SOCIETY

Научная статья

УДК 316.334.22

DOI: 10.35854/2219-6242-2022-1-8-17

Социальное предпринимательство как фактор развития российской экономики

Светлана Олеговна Снисаренко^{1✉}, Анатолий Гаврилович Абызов²,
Сергей Николаевич Малявин³

^{1, 2} Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики,
Санкт-Петербург, Россия, sos60@inbox.ru^{1✉}, a.abyzov@spbacu.ru²

³ Российский государственный педагогический университет имени А. И. Герцена,
Санкт-Петербург, Россия, malyavins@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-3682-1156>

Аннотация. В статье речь идет о том, что динамичное развитие общества в пост-индустриальный период связано, с одной стороны, с массовым включением граждан в социально-экономическую активность и расширение инициативных проектов, с другой — с развитием коммуникационных технологий, позволяющих договариваться о совместной деятельности и достижении общественно значимых целей. Согласно авторской позиции, социальное предпринимательство представляет собой социальный институт, выполняющий в дифференцированной общественной структуре задачи и функции, которые ранее были случайным образом «разбросаны» по точечным видам деятельности (благотворительности, добровольчеству) наряду с политической активностью. Последняя должна быть направлена на реализацию общего блага. Предпринимательство как квинтэссенция самостоятельного осмысления и принятия решений, выходя на уровень решения общественных задач (вместе с задачей создания добавочной ценности), сегодня отражает формирование новой значимой силы, фактора, способного существенно изменить форматы решения групповых и общественных проблем в тех случаях, если рыночные и государственные механизмы не позволяют достичь целевого результата.

Ключевые слова: предпринимательское поведение, социальное предпринимательство, предприниматель, общественное взаимодействие, социальная активность

Для цитирования: Снисаренко С. О., Абызов А. Г., Малявин С. Н. Социальное предпринимательство как фактор развития российской экономики // Социология и право. 2022. Т. 14. № 1. С. 8–17. <https://doi.org/10.35854/2219-6242-2022-1-8-17>

Original article

Social entrepreneurship as factor of the Russian economy growth

Svetlana O. Snisarenko^{1✉}, Anatoliy G. Abyzov², Sergey N. Malyavin³

^{1, 2} St. Petersburg University of Management Technologies and Economics,
St. Petersburg, Russia, sos60@inbox.ru^{1✉}, a.abyzov@spbacu.ru²

© Снисаренко С. О., Абызов А. Г., Малявин С. Н., 2022

³ Herzen State Pedagogical University of Russia, St. Petersburg, Russia, malyavins@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-3682-1156>

Abstract. The dynamic development of society in the post-industrial period is associated, on the one hand, with the massive involvement of citizens in socio-economic activity and the expansion of initiative projects, on the other, with the development of communication technologies that are helpful for agreeing on joint activities and achieving socially significant goals. Social entrepreneurship is a social institution that, in a differentiated social structure, performs those tasks and functions that were previously randomly “scattered” among the point types of activities — charity, volunteering, along with the main essence of political activity, which should be aimed at realizing the common good. Entrepreneurship as the quintessence of independent comprehension and decision-making, reaching the level of solving social problems (along with the task of creating added value), today reflects the formation of a new significant force, a factor that can significantly change the formats for solving group and social problems in cases where market and state mechanisms do not allow achieving the target result.

Keywords: entrepreneurial behavior, social entrepreneurship, entrepreneur, social interaction, social activity

For citation: Snisarenko S. O., Abyzov A. G., Malyavin S. N. Social entrepreneurship as factor of the Russian economy growth. *Sociology and Law. 2022;14(1):8-17.* <https://doi.org/10.35854/2219-6242-2022-4-8-17>

Предпринимательство как форма проявления общественных отношений позволяет воздействовать на каждого человека и изменять его образ жизни; наряду с этим оно может способствовать повышению уровня благосостояния общества, создавая возможности для развития творческого потенциала каждого индивида и расширяя его потенциальный вклад в развитие общества.

В период бурного развития техники и технологий формировались теоретические подходы к интеграции экономического и социального в предпринимательской деятельности, развивались прикладные исследования в рамках производственной социологии, экономики, социологии труда и близких к ним смежных отраслях науки и практики управления. В этой связи можно рассматривать современное общество как сложное концептуальное пространство для анализа изменений, непрерывно и динамично происходящих в экономическом и социальном измерениях [1; 2; 3]. В связи с появлением новых способов организации производства, ведения бизнеса возникли и новые научные подходы, и отрасли знания, такие как социология предпринимательства, экономическая социология (в социологии), корпоративная социальная ответственность, управление социальным развитием организаций (в менеджменте) [4; 5; 6]. На стыке социальной и экономической науки широко изучают проблему все большей гуманизации трудовой деятельности [7; 8; 9]: смягчения жесткости товарно-денежных рамок на рынке труда, внедрения инклюзивного подхода в технологии найма, усиления социальной направленности в регулировании трудовых отношений в бизнес-структурах [10; 11].

Подходы к определению предпринимательства связывают с последовательной сменой моделей экономической деятельности: от индустриального к информационному обществу [12; 13; 14]. При этом традиционное индустриальное общество предполагало экономику физического и материального выживания с учетом таких социальных ее последствий, как социальное расслоение, абсолютная бедность и нищета.

Переход к информационному и постиндустриальному формату общественного устройства сопровождался необходимостью смягчения социальных противоречий, установления баланса между стратами, а также терминологического консенсуса.

Об этом, в частности, свидетельствует постепенный выход из научного оборота таких хрестоматийных понятий политэкономии К. Маркса, как «класс», «классовые противоречия», и их замена на более демократичные «социальные страты». Формирование новых классов отражает эволюцию человека как субъекта действия, включая действие интеллектуальное и предпринимательское [15; 16].

По мнению Ф. Уэбстера, «ловушка презентизма, то есть представления, что наше время радикальным образом отличается от всего, что было до него» позволяет снять ответственность с индивида: словно новые социальные формы случились сами собой, и человек не в силах что-либо изменить (хотя «что было сделано руками человека, то может быть этими руками и исправлено» [13, с. 365]). Стремление улучшить социальный мир позволяет опираться на концепцию преемственности и трансформировать регулятивные механизмы, исправляя «болезни» общества.

Наряду с социальными движениями XX в. глубокие изменения произошли в его социальной структуре и формировании гражданского общества. Сущностной характеристикой современного общества является его социальная детерминированность. Это находит отражение в разработке моделей и сценариев развития, концептуализации социально ориентированной рыночной экономики, капитализма «с человеческим лицом».

Социально-экономические изменения исследовал Дж. К. Гэлбрейт, показавший возникновение дисбалансов в обществе потребления и системное неравновесие между социальными группами, недостаточность рыночных сил и корпоративного менеджмента [1; 17; 18] для развития инфраструктуры, что вызывало необходимость вмешательства регулирующих структур общества в экономический рост. Согласно Дж. К. Гэлбрейту, взаимозависимость частного бизнеса и государственной экономики («сращивание капитализма и государственного империализма») играет существенную роль [17].

С позиции рассмотрения предпринимательства в его социальном измерении и значении для нашего общества можно утверждать, что в современном истолковании предпринимательство представляет собой в широком смысле деятельность по принятию управленческих решений в условиях неопределенности [19; 20]. Эту точку зрения дополняет Й. Шумпетер в его исчерпывающей характеристике субъектов предпринимательской деятельности. К предпринимателям он причисляет всех хозяйствующих субъектов, от капиталистов до крестьян и ремесленников, в качестве активных элементов производства. Понятие бизнеса Шумпетер связывает с предпринимательской функцией [21, с. 169–173] и индивидами, субъектами, которые при любой общественной формации осуществляют данную функцию в обществе [22; 23].

П. Друкер отводит особое место анализу предпринимательства как инновационной активности, рассматривает нововведение как категорию предпринимательства и акцентирует его роль во внедрении нововведений [23], показывая, что предпринимательское поведение ориентировано на поиск новых форм создания добавочной ценности [24; 25]. По мнению М. Портера, предложившего определить фирму как цепочку создания ценности, восходя в этом определении еще к взглядам Дж. Коммонса и Р. Коуза, главной задачей компании служит совершенствование внутренних бизнес-процессов таким образом, чтобы стратегия компании на рынке позволила в наибольшей мере отвечать запросам покупателей. Повышение эффективности внутренних процессов включает в себя, согласно этой концепции, прежде всего развитие стратегического планирования, ориентации цепочки создания ценности на максимальное удовлетворение потребностей общества [26].

Теоретическая модель свободного рынка в качестве естественного регулятора благосостояния возникла 250 лет назад. Исходя из главного ее постулата, «невидимая рука рынка» выступает гарантом свободной конкуренции в современной экономике, а также установления баланса в перераспределении общественных благ. Следствием реализации таких гарантий должно быть автоматическое повышение не только уровня, но и качества жизни каждого члена общества. В то же время современное состояние экономики в глобальном измерении свидетельствует о парадоксальной ситуации: накопление богатства в экономически развитых странах лишь усиливает имущественное неравенство и социальное расслоение.

Эту точку зрения подтверждает французский экономист Т. Пикетти в своем труде «Капитал в XXI веке» посредством красноречивого анализа сложившейся тенденции современного капитализма к увеличению экономического неравенства и социальной несправедливости. По его мнению, если концентрация богатства будет расти быстрее среднего уровня роста экономики, то в будущем это может привести к социально-экономической нестабильности [27].

Понимание масштабов проблемы социального расслоения и усиления неравенства находит сегодня отражение в политике государств с социально ориентированной рыночной экономикой. Их социальная политика составляет существенную статью расходов на разнообразные социальные программы для поддержки низодоходных групп и социально неимущих слоев населения. Между тем концепция благосостояния, популярная в 70–80-е гг. прошлого века, показала свою уязвимость, превратившись, по меткому выражению американского экономиста А. Оукена, в «дырявое ведро (деньги от богатых к бедным можно перетаскивать только дырявыми ведрами)», поскольку социальные программы не могут охватить всех нуждающихся, а потому неполны и несовершенны [28].

Достойное участие в стремлении уменьшить социальное неравенство демонстрирует благотворительность во всем многообразии ее форм. Благотворительные проекты бизнеса в форме корпоративной благотворительности, непосредственные пожертвования некоммерческим организациям и благотворительным фондам отражают степень социальной и личной ответственности доноров, но, очевидно, не могут решить рассматриваемую проблему по существу. В период пандемии 2020–2021 гг. волонтерское движение показало общественную значимость индивидуальных действий и инициатив, но и добровольческие ассоциативные формы нуждаются в регулировании [29; 30].

Нельзя не обратить внимание на существенный вклад в методологию предпринимательской деятельности, обусловленный разработкой концептуальной реализации принципов корпоративной социальной ответственности. Такая стратегия бизнеса сегодня служит еще одним способом решения проблемы бедности в глобальном измерении. Государство и структуры гражданского общества призывают компании проводить социально ориентированную политику как по отношению к своим работникам, так и во внешней среде. В действительности предпринимательская практика в сфере корпоративной социальной ответственности реализуется на основе двух условных принципов, первый из которых — «не вреди», а второй — «делай добро». Многие руководители крупного российского бизнеса, в частности в сфере добычи ресурсов, проявляют заинтересованность во внесении собственного посильного вклада в решение различных социальных проблем территории локации. Достаточно обратиться к ежегодно публикуемым отчетам о лучших корпоративных практиках в рамках проводимого с 2000 г. Российским союзом промышленников и предпринимателей (РСПП) конкурса «Российская организация высокой социальной ответственности», чтобы «знать в лицо» номинантов [31].

Отдавая должное усилиям и масштабу мероприятий, организованных в рамках социально ответственной политики этих компаний, тем не менее следует признать, что увеличение прибыли, о чем беспокоятся собственники, инвесторы и акционеры, всегда будет их приоритетной стратегической целью [32; 33]. Данное обстоятельство свидетельствует об ограниченности корпоративной социальной ответственности, если его рассматривать в качестве универсального перспективного инструмента для решения актуальных социальных проблем.

Освещая вопрос о предпринимательской деятельности, нельзя не обратить внимание на новую ее форму — так называемый социальный бизнес. Мухаммад Юнус, известный банкир и мыслитель из государства Бангладеш, лауреат Нобелевской премии мира 2006 г. за усилия по созданию экономического и социального развития снизу, автор популярных изданий, внесший неоценимый вклад в разработку модели социального бизнеса и углубивший содержание термина «социальное предпринимательство» на основе собственного практического опыта, определяет социальный бизнес как «не приносящую дивидендов компанию, целью которой является решение людских проблем» [34].

В настоящее время новая фаза развития социально-экономической жизни страны, постепенно выходящей из экономической рецессии, связана с концепцией устойчивого развития. Концепция устойчивого развития, которая стала популярной в начале 2000-х гг. и взята на вооружение представителями различных государственных структур и негосударственных институтов, в частности политологами, экономистами и социологами, дает возможность органично вписать социальный бизнес и социальное предпринимательство в контекст современной общественной парадигмы [35]. Непременным условием такого роста становится интенсификация развития предпринимательских структур, как внутри национальной экономики, так и во внешнеэкономической сфере. Предприятия малого и среднего бизнеса «осваивают» законные пути производственной деятельности.

Исходя из вышеизложенного, можно определить социальное предпринимательство как состояние социума, в котором предпринимательская система превращается в более гуманную сферу экономической деятельности человека, усиливая ее социальный и креативный компоненты, наполняя новым содержанием труд и традиционное предпринимательское мировоззрение. Российские исследования феномена социального предпринимательства содержат соответствующие аналитические и статистические обзоры теории и практики. Так, осмысление сущности социального предпринимательства, корпоративной социальной ответственности российских компаний, их социальных функций в качестве субъектов экономической деятельности, корпоративная благотворительность содержатся в трудах А. Ф. Векслера, Г. Л. Тульчинского, Ю. М. Беспаловой, Л. А. Темниковой, В. Н. Келасьева и других [36; 37; 38; 39; 40].

Характерные черты социального предпринимательства включают в себя создание общественно полезного продукта. Его пользователями или потребителями становятся целевые группы, которые условно можно назвать низкодоходными или социально уязвимыми. С учетом этого утверждения можно считать, что социальное предпринимательство ориентировано на поиск новых подходов в решении социальных проблем различной степени сложности. Следует сделать акцент и на том, что социальное предпринимательство предполагает создание специально оборудованных новых рабочих мест для людей с ограниченными возможностями, что, к сожалению, редко используется в малом и среднем российском предпринимательстве по целому ряду причин [41; 42; 43].

Недостаточное до недавнего времени внимание к вопросам формирования социального предпринимательства со стороны государства и общественных организаций мешало данному социальному институту развиваться в России настолько эффективно, насколько это происходит в западных странах. Еще одна причина низкой популярности идеи социального предпринимательства объясняется особенностями профессиональной подготовки специалистов для предпринимательской деятельности.

Моральные установки бизнес-образования, если о таковых можно говорить, формируются в традициях экономического императива. Этика предпринимательской деятельности носит, скорее, декларативный характер, что подтверждается особенностями менталитета отечественных предпринимателей, разделяющих по большей части убеждение в том, что альтруизму и бескорыстию нет места в прагматическом мире бизнеса. Это мнение нередко доказывают с помощью анализа результатов исследований, проводимых среди предпринимателей малого и среднего бизнеса [37; 44; 45; 46].

По мнению Ю. Э. Сивковой, в России объем научной литературы в области социального предпринимательства невелик, превалируют в основном работы обзорного характера (М. Баталина, А. Московская, Л. Тарадина; Г. Изотова; Ю. Благоев, Ю. Арай; Н. Зверева) [47]. Вместе с тем цифровая трансформация социально-экономических отношений демонстрирует широкие возможности для развития исследований практического социально-предпринимательского поведения [48], что позволяет не только констатировать, но и регулировать формирование гражданской инициативы на индивидуальном и ассоциативном уровнях социального действия [49; 50].

Центр социального предпринимательства и социальных инноваций Высшей школы экономики занимается исследованиями российской практики социального предпринимательства, в частности анализом проблемных зон развития социального предпринимательства на основе результатов кейсов социальных предприятий из зарубежной и отечественной практик. Руководитель данного центра А. А. Московская исследует социальное предпринимательство как инновационный механизм борьбы с бедностью и организацией рабочих мест [40; 51]. Концепция поддержки и развития социального предпринимательства разработана, например, Л. Фиглиным, В. Малым, Ю. А. Усиковой [42; 52]. Характеризуя технологии вовлечения участников социального предпринимательства, добровольцев и сотрудников социальных предприятий, необходимо выделить концепции партисипативности и геймификации [53; 54; 55], несмотря на разнонаправленность их воздействия на достижение целевых результатов [56; 57; 58], позволяющих сделать порой тяжелый и непривлекательный труд более осмысленным и осознанным.

Подводя итоги, можно утверждать, что современные вызовы в ведении социального бизнеса напрямую связаны с перманентной социально-экономической трансформацией российского социума, которая находится в состоянии выстраивания и развития архитектуры регулятивных механизмов и топологии общественных связей в контексте разумного и распределенного экономического поведения [59; 60; 61]. Развитие российского общества должно опираться на фундамент опережающих социальных и экономических исследований лучших отечественных и зарубежных практик в этой области. Сможет ли российское социальное предпринимательство стать драйвером экономического роста? Время покажет.

Список источников

1. *Galbreith J. K.* Economics and the Public Purpose. Boston: Houghton Mifflin, 1973. 334 p.
2. *Schutz A., Luckmann Th.* The Structures of the Life-World / Translated from the German by R. M. Zaner and H. T. Engelhardt Jr. Evanston, Illinois: Northwestern University Press, 1973. 335 p.
3. *Margulyan Yu., Pokrovskaya N.* Social regulations mechanisms in the post-modern changing world // GISAP: Economics, Jurisprudence and Management. 2014. No. 5. P. 6–8.
4. *Клепикова Т. В.* Развитие социального бизнеса в России // Вестник Иркутского государственного технического университета. 2015. № 4. С. 282–286.
5. *Дорошенко Н. Н., Капица С. И., Покровская Н. Н.* Модернизация социальной политики государства и реформирование социально-управленческих технологий // Социология и право. 2013. № 4 (21). С. 20–35.
6. *Капица С. И.* Решения 3D-менеджмента для управления компаниями: 15-летний опыт управленческого консультирования. СПб.: Гуманитарный фонд, 2008. 132 с.
7. *Kim S.* Participative Management and Job Satisfaction: Lessons for Management Leadership // Public administration review. 2002. Vol. 62. No. 2. P. 231–241. DOI: 10.1111/0033-3352.00173
8. *Покровская Н. Н.* Цифровая экономика как модель глобального планирования или система креативной гуманизации // Мировое развитие: проблемы предсказуемости и управляемости: XIX Междунар. Лихачевские научные чтения. СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского гуманитарного университета профсоюзов, 2019. С. 519–521.
9. *Бойко С. В., Покровская Н. Н., Тамбиев С. Г.* Перспективы общества постмодернизации и проблемы социологии управления // Научная мысль. 2019. Т. 9. № 3 (33). С. 41–50.
10. *Hamel G., Prahalad C. K.* The Core Competence of the Corporation // Harvard Business Review. 1990. Vol. 68. No. 3. P. 79–91.
11. *Zakharov N. L., Kuznetsov A. L., Perflyeva M. Yu.* The impact of Industry 4.0 on the labour market in Russia // Proceedings of the 2nd international scientific conference “The impact of Industry 4.0 on job creation 2019” (Trenčianske Teplice, Slovak Republic. 21.11.2019). Trenčín: Publishing House Alexander Dubček University in Trenčín, 2020. P. 454–456.
12. *Бойко С. В., Покровская Н. Н., Ходакова И. А.* Информационное общество как социально-экономическая парадигма // Научная мысль. 2020. Т. 12. № 2-1 (36). С. 39–50.
13. *Уэбстер Ф.* Теории информационного общества / пер. с англ. М. В. Арапова, Н. В. Малыхиной. М.: Аспект Пресс, 2004. 400 с.
14. *Civic Engagement in a Network Society* / eds. E. Bergrud, K. Yang. Charlotte, NC: Information Age Publishing, 2008. 323 p.
15. *Pokrovskaya N. N., Fedorov D. A., Korableva O. N., Cappelli L.* Digital Regulation of Intellectual Capital for Open Innovation: Industries’ Expert Assessments of Tacit Knowledge for Control-ling and Networking Outcome // Future Internet. 2021. Vol. 13. No. 2. P. 1–44. DOI: 10.3390/fi13020044
16. *Brusakova I. A.* About problems of management of knowledge of the digital enterprise in fuzzy topological space // Proceedings of the 2017 20th IEEE International Conference on Soft Computing and Measurements (SCM) (St. Petersburg, 24–26 May 2017). New York: IEEE, 2017. P. 792–795. DOI: 10.1109/SCM.2017.7970726
17. *Galbraith J. K.* The New Industrial State. Boston: Houghton Mifflin Co., 1967. 518 p.
18. *Galbraith J. K.* The Voice of the Poor. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1983. 88 p.
19. *Asanov I. A., Pokrovskaya N. N.* Digital regulatory tools for entrepreneurial and creative behavior in the knowledge economy // Proceedings of the 2017 International Conference “Quality Management, Transport and Information Security, Information Technologies”, IT and QM and IS, 23–30 Sep. 2017. IEEE Explore, 2017. P. 43–46. DOI: 10.1109/ITMQIS.2017.8085759
20. *Wei F.* Relationship on farmers’ entrepreneurial capital, business model and entrepreneurial performance // North Hortic. 2014. No. 23. P. 33–39.

21. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития (исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры). М.: Прогресс, 1982. 455 с.
22. Бурова Н. В., Коноплянник Т. М., Покровская Н. Н. Формы занятости высококвалифицированных специалистов промышленности: влияние прекаризации на интеллектуальный капитал // Планирование и обеспечение подготовки кадров для промышленно-экономического комплекса региона. 2019. Т. 1. С. 95–98.
23. Друкер П. Ф. Бизнес и инновации / пер. с англ. М.: Вильямс, 2007. 423 с.
24. Покровская Н. Н. Рациональность экономического поведения // Известия Российского государственного педагогического университета имени А. И. Герцена. Общественные и гуманитарные науки. 2007. № 12. С. 128–137.
25. Голохвастов Д. В. Формирование компетенций рыночного агента для оптимизации профессиональных навыков персонала предприятий и учреждений // Современная образовательная практика и духовные ценности общества: материалы II Междунар. конф. (6–7 февраля 2015 г.) / отв. ред. О. Б. Каверин. Череповец: филиал Санкт-Петербургского государственного экономического университета, 2015. С. 46–53.
26. Портер М. Бизнес и общество: конкурентоспособность и социальная ответственность // Harvard Business Review Россия. 2007. № 3. С. 72–86.
27. Пикетти Т. Капитал в XXI веке / пер. с фр. М.: Ад Маргинем Пресс, 2016. 591 с.
28. Okun A. M. Equality and Efficiency: The Big Tradeoff. Washington, D.C.: The Brookings Institution, 1975. 124 p.
29. Гелих О. Я., Покровская Н. Н., Фёдоров Д. А. Цифровая трансформация социальных институтов: блокчейн и смарт-контрактинг в регуляции рыночного поведения // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2021. № 6 (132). С. 124–128.
30. Oliveira M., Sousa M., Silva R., Santos T. Strategy and Human Resources Management in Non-Profit Organizations: Its Interaction with Open Innovation // Journal of Open Innovation: Technology, Market and Complexity. 2021. Vol. 7. No. 1. P. 1–20. DOI: 10.3390/joitmc7010075
31. Российский бизнес и цели устойчивого развития. Сборник корпоративных практик / Е. Н. Феоктистов, Г. А. Копылов, М. Н. Озерянская, М. В. Москвина, Н. И. Хофман, Д. Р. Пуртова. М.: Российский союз промышленников и предпринимателей, 2018. 200 с.
32. Покровская Н. Н. Цифровизация и смещение предпринимательских и инвестиционных функций в трудовом поведении // Трансформация труда в (де) глобализирующемся обществе: сборник ст. СПб.: Скифия-принт, 2021. С. 309–325.
33. Rawls J. B. A Theory of Justice. Cambridge, Massachusetts: The Belknap Press of Harvard University Press, 1971. 607 p.
34. Мухаммад Юнус Мир трех нулей. Как справиться с нищетой, безработицей и загрязнением окружающей среды. М.: Альпина Паблишер, 2019. 275 с.
35. Бойко С. В., Покровская Н. Н. Социальное прогнозирование и проблемы будущего // Научная мысль. 2021. Т. 15. № 1-1 (39). С. 27–35.
36. Векслер А. Ф., Тульчинский Г. Л. Зачем бизнесу спонсорство и благотворительность. М., СПб.: Вершина, 2006. 335 с.
37. Беспалова Ю. М. Ценностные ориентации предпринимательства России. СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов, 1999. 199 с.
38. Келасьев В. Н., Первова И. Л., Харламова А. В. Анализ становления социального предпринимательства в Санкт-Петербурге и регионах России // Социология и право. 2019. № 3. С. 6–12. DOI: 10.35854/2219-6242-2019-3-6-12
39. Pokrovskaja N. N. Leisure and Entertainment as a Creative Space-Time Manifold in a Post-Modern World // Handbook of Research on the Impact of Culture and Society on the Entertainment Industry / ed. R. G. Ozturk. Hershey, PA: IGI Global, 2014. P. 21–38. DOI: 10.4018/978-1-4666-6190-5
40. Московская А. А. Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования. М.: Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2011. 284 с.

41. Бойко С. В., Покровская Н. Н., Слободской А. Л., Спивак В. А. Социально-экономические вопросы мотивации сотрудников в условиях удаленной и распределенной работы // Социология и право. 2021. № 1 (51). С. 6–17. DOI: 10.35854/2219-6242-2021-1-6-17
42. Фиглин Л. А., Малый В. И. Социальный потенциал женского предпринимательства в России. Саратов: Поволжский институт управления имени П. А. Столыпина, 2016. 276 с.
43. Неклюдов В. С., Клюева Ю. С. Особенности развития социального предпринимательства в России // Вестник Нижегородского института управления РАНХиГС при Президенте РФ. 2016. № 1. С. 41–44.
44. Бурова Н. В., Покровская Н. Н. Эволюция личных адаптационных стратегий в период посткризисного развития экономики и переориентация коммуникационной политики международных образовательных программ // Маркетинг взаимодействия и технологии пространственно-системной экономики: материалы Междунар. науч.-практ. конф. (10–12 сентября 2015 г., Санкт-Петербург) / под науч. ред. Г. Л. Багиева, О. У. Юлдашевой. СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского государственного экономического университета, 2015. С. 74–81.
45. Wei F., Alushev R. S., Pokrovskaya N. N. Global harmonization of tax regulation within digital economy of knowledge. St. Petersburg: Publishing house of SPbSUE, 2018. 79 p.
46. Куценко Д. О. Анализ политико-правовых моделей организации местного самоуправления // Управленческое консультирование. 2020. № 5 (137). С. 154–165. DOI: 10.22394/1726-1139-2020-5-154-165
47. Сивкова Ю. Э. Особенности развития социального предпринимательства в российском контексте: автореф. дис. ... канд. социол. наук. Саратов, 2017. 18 с.
48. Pokrovskaya N. N. Tax, financial and social regulatory mechanisms within the knowledge-driven economy. Blockchain algorithms and fog computing for the efficient regulation // Proceedings of 2017 20th IEEE International Conference on Soft Computing and Measurements, SCM 2017. IEEE Explore, 2017. P. 709–712.
49. Слободской А. Л., Теребкова Т. А., Гарин А. К. Цифровое образование и новое технологическое поколение: спрос на новый контент в обучении // Наука о данных: материалы Междунар. науч.-практ. конф. 2020. С. 287–289.
50. Гарин А. К., Покровская Н. Н. Партиципативное конструирование коммуникационного пространства: инди-игра minecraft как реализация концепции распределенных сетей // Технологии PR и рекламы в современном обществе: материалы XIII Всерос. науч.-практ. конф. / под ред. И. Р. Тростинской. СПб.: Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 2018. С. 104–108.
51. Московская А. А. Потенциал третьего сектора: инновационные подходы для развития территорий (социальное предпринимательство). М.: ИД Высшей школы экономики, 2011. 108 с.
52. Усикова Ю. А., Зленко А. Н., Купоросов Ю. И. Особенности государственной поддержки в сфере социального предпринимательства // Экономика и предпринимательство. 2016. № 12-4 (77). С. 263–267.
53. Секун В. И. Партиципативное управление и демократия // Социологические исследования. 1992. № 2. С. 70–75.
54. Капица С. И., Гарин А. К., Покровская Н. Н. Игровые регулятивные механизмы в геймификации цифрового образования и передачи знаний // Технологии PR и рекламы в современном обществе. Инженеры смыслов: трансформация компетенций и мировые вызовы коммуникационной отрасли: материалы науч.-практ. конф. с междунар. участием. СПб.: Политех-Пресс, 2021. С. 167–175.
55. Бойко С. В., Гарин А. К., Покровская Н. Н. Игровые валюты как ценностно-регулятивный механизм в условиях цифровизации коммуникаций // Технологии PR и рекламы в современном обществе: материалы Всерос. науч.-практ. конф. СПб.: Политех-Пресс, 2020. С. 58–64.
56. Lutz C., Hoffmann C. P. The dark side of online participation: Exploring non-, passive and negative participation // Information, Communication and Society. 2017. Vol. 20. No. 6. P. 876–897. DOI: 10.1080/1369118X.2017.1293129
57. Бесчасная А. А., Покровская Н. Н. Городская партисипативность в социологическом дискурсе // Дискурс. 2020. № 6 (4). С. 46–61. DOI: 10.32603/2412-8562-2020-6-4-46-61

58. Качко Д. С. Социальное предпринимательство: проблемы и перспективы развития в России // Российское предпринимательство. 2017. Т. 18. № 3. С. 215–221. DOI: 10.18334/рр.18.3.37286
59. Покровская Н. Н. Новая экономическая архитектура в посткризисном мире: развитие регулятивных моделей // Социология и право. 2012. № 1. С. 20–33.
60. Платонов В. В. Статовская Е. Ю., Статовский Д. А. Локализация инновационных процессов: за пределами концепции географической близости // Инновации. 2015. № 7 (201). С. 56–59.
61. Botsman R., Rogers R. What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption. New York: Harper Business, 2010. 304 p.

Информация об авторах

С. О. Снисаренко — кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры экономики и управления социально-экономических систем; 190103, Санкт-Петербург, Лермонтовский пр., д. 44а;

А. Г. Абызов — кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры экономики и управления социально-экономических систем; 190103, Санкт-Петербург, Лермонтовский пр., д. 44а;

С. Н. Малявин — доктор философских наук, профессор, профессор кафедры социологии; 191186, Санкт-Петербург, наб. реки Мойки, д. 48.

Information about the authors

S. O. Snisarenko — PhD in Sociology, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics and Management of Socio-Economic Systems; 44A Lermontovskiy Ave., St. Petersburg 190103, Russia;

A. G. Abyzov — PhD in Philosophy, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics and Management of Socio-Economic Systems; 44A Lermontovskiy Ave., St. Petersburg 190103, Russia;

S. N. Malyavin — Doctor of Philosophy, Professor, Professor of the Department of Sociology; 48 Moyka River Emb., St. Petersburg 191186, Russia.

Конфликт интересов: авторы декларируют отсутствие конфликта интересов, связанных с публикацией данной статьи.

Conflict of interest: the authors declare no conflict of interest related to the publication of this article.

Статья поступила в редакцию 14.12.2021; одобрена после рецензирования 31.01.2022; принята к публикации 22.03.2022.

The article was submitted 14.12.2021; approved after reviewing 31.01.2022; accepted for publication 22.03.2022.