
Сергей Ушкин

СОЦИАЛЬНЫЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ МОРДОВИИ: НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ, НОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ

В последнее десятилетие в России наблюдается рост интереса к социальному предпринимательству, деятельность которого на законодательном уровне направлена на достижение общественно-полезных целей и решение социальных проблем. Анализ научной литературы показывает, что несмотря на разнообразие подходов, понятие социального предпринимательства остается размытым. Настоящая статья посвящена комплексному анализу положения дел в сфере социального предпринимательства в Республике Мордовия. Однако предполагается, что ряд сделанных выводов могут быть обобщены и для других регионов. В исследовании затрагиваются вопросы уровня развития социального предпринимательства, наиболее востребованных направлений, а также основных сдерживающих факторов и перспектив развития данного вида деятельности в современной России. Эмпирической базой исследования послужили результаты целевого опроса предпринимателей, предоставляющих услуги в сферах образования, социального обслуживания, медицины, спорта и здорового образа жизни, культуры и экологии ($n = 107$), дополненные глубинными полуструктурированными интервью с представителями профильных организаций, предпринимателями и представителями исследовательских компаний ($n = 10$). Проведенные исследования показывают, что уровень развития этой отрасли в республике соответствует общероссийским тенденциям, а наиболее доступными для входа на рынок являются образовательные и оздоровительные услуги. Тем не менее, несмотря на активность институтов развития, социально ориентированные предприниматели сталкиваются с определенными трудностями, прежде всего с недостаточной финансовой поддержкой. Дополнительно

Сергей Геннадьевич Ушкин — к. с. н., в. н. с., отдел мониторинга социальных процессов, Научный центр социально-экономического мониторинга, Саранск, Россия; исследовательский менеджер, департамент социальных исследований и консалтинга, Всероссийский центр изучения общественного мнения, Москва, Россия. Электронная почта: ushkinsergey@gmail.com

выявлена проблема, связанная с восприятием СП: ряд факторов указывает на то, что региональные социальные предприниматели находятся в ловушке двойной идентичности, что, вероятно, препятствует их способности полностью реализовать как социальный, так и предпринимательский потенциал.

Ключевые слова: социальное предпринимательство, социальное предприятие, социальные услуги, предприниматели, Республика Мордовия

Цитирование: Ушкин С. (2024) Социальные предприниматели Мордовии: новые возможности, новые проблемы. *Журнал исследований социальной политики*, 22 (4): 659–674.

DOI: 10.17323/727-0634-2024-22-4-659-674

Социальное предпринимательство (СП) — относительно новое явление в России (Московская 2011). Впервые о нем, как об успешной западной практике, заговорили сразу после распада Советского Союза. К началу нового столетия оно стало предметом высоких (если не сказать, завышенных) общественных ожиданий. Однако вплоть до начала системной государственной поддержки, развернувшейся в последнее десятилетие, проекты по развитию СП оставались единичными и исходили преимущественно от крупного бизнеса.

Переосмысление подхода к СП произошло в начале 2010-х гг., когда были запущены механизмы поддержки социально значимых предпринимательских инициатив. Активное развитие отрасли началось с 2019 г. и связано со стартом национального проекта «Предпринимательство», принятием закона о СП, направленного на оказание финансовой и иной поддержки социальному бизнесу, а также с внесением отметки о социальном статусе предпринимателя в реестр субъектов малого и среднего предпринимательства в соответствии с положениями нового закона.

На основе принятых нормативных правовых актов сформировано единое юридическое определение СП как предпринимательской деятельности, направленной на достижение общественно полезных целей и решение социальных проблем граждан и общества (ФЗ 2019). Безусловно, легитимация этого явления выходит за рамки присвоения ему юридического статуса и требует взаимодействия различных общественных сил. Его принятие зависит не только от фактических действий или прагматических интересов, но и от понимания его сущности (Московская и др. 2017: 33).

В данной статье мы предпримем попытку провести комплексный анализ состояния СП в конкретном регионе — Республике Мордовия (РМ). Особое внимание уделяется решению двух ключевых исследовательских задач: изучению восприятия СП различными акторами социального взаимодействия и прогнозированию тенденций его дальнейшего развития.

Теоретический контекст

В теоретическом поле изучения СП неоднократно подчеркивается, что подходы к его исследованию часто существенно различаются, а перечень признаков, приписываемых социальному предпринимательству, отличается значительной вариативностью (Албутова 2013: 110; Климова и др. 2015: 73). По подсчётам исследователей, на сегодняшний день существует около 40 трактовок, и для разных людей и исследователей сама концепция СП может означать совершенно разные вещи (Dacin et al. 2010; Nicholls 2008). Исследователи подчеркивают двойственную природу СП, отмечая, что оно включает два основных элемента — социальный и предпринимательский (Mair, Martí 2006). Такое разделение приводит к двум ключевым подходам к его рассмотрению: в первом случае СП трактуется как разновидность бизнеса, ориентированного на извлечение прибыли, создание и поддержание социальной миссии при постоянной вовлеченности в инновационную деятельность; во втором — как деятельность, в которой на первый план выходит создание социальных ценностей через стимулирование социальных изменений или удовлетворение социальных потребностей (Внутских и др. 2021: 167; Смирнов 2021: 24).

Тем не менее, несмотря на двойственность рассматриваемого явления, все большее число исследователей отмечает, что социальные предприниматели вынуждены совмещать стремление к поддержанию общественных благ с использованием рыночных инструментов и методов коммерческих организаций (Urbano et al, 2010; Gupta et al. 2020). Таким образом, социальные предприятия функционируют на пересечении философий организаций различного типа, обладая двойной идентичностью (Defourny, Nyssens 2010; Dees 2012). Такая ситуация может приводить к противоречивым институциональным логикам и усиливать напряжённость между социальной и экономической деятельностью (Pache, Santos 2013).

Социальные предприниматели обладают теми же качествами и чертами характера, что и обычные предприниматели, однако их деятельность направлена на общественные нужды, и они больше ориентированы на заботу и оказание помощи, а не на получение прибыли (Конобеева 2012: 209). Главное отличие социального предпринимателя заключается в осознании общественных проблем и стремлении изменить сложившуюся ситуацию, в использовании творческого подхода для поиска решений, мотивации других, создании социальных сетей, поиске необходимых ресурсов, преодолении препятствий, готовности к рискам и создании эффективных систем управления организациями (Thompson 2002: 415).

Учитывая ряд теоретических и практических пробелов, связанных с социальным предпринимательством, мы стремились ответить на несколько ключевых вопросов, требующих прояснения. Каков уровень развития СП в республике Мордовия? Какие ниши наиболее востребованы социальным

бизнесом? Как сами предприниматели и институты развития воспринимают ситуацию двойной идентичности? И, наконец, какие факторы сдерживают развитие СП, и каковы его перспективы в современной России?

Методология и методы

Для решения поставленных вопросов проведены два взаимосвязанных исследования, направленных на выявление мнений о мотивации к занятию социальным предпринимательством и основных трудностей, с которыми сталкиваются субъекты бизнеса при осуществлении этой деятельности. В целом, исследования представляют собой попытку объединения количественной и качественной методологий, что позволяет не только зафиксировать текущее состояние дел, но и объяснить причины, которые далеко не всегда очевидны. Оба исследования проведены коллективом Государственного казенного учреждения Республики Мордовия «Научный центр социально-экономического мониторинга».

Первое исследование представляет собой целевой опрос предпринимателей, чья деятельность связана с предоставлением услуг в сферах образования, социального обслуживания, медицины, спорта и здорового образа жизни, культуры и экологии. В опросе приняли участие 107 руководителей, владельцев бизнеса и их заместителей, из которых 44 включены в региональный реестр социальных предприятий (на момент проведения исследования в нем содержалось 62 наименования). Большинство опрошенных (82 чел.) идентифицируют себя как индивидуальных предпринимателей, остальные 25 — действуют от лица компаний. Половина респондентов (53 чел.) относят свой бизнес к микропредприятиям, почти столько же (48 чел.) — к малым предприятиям, и только 6 чел. представляют средние предприятия. Опрос проведён в марте–апреле 2023 г. посредством онлайн-анкетирования. Рекрутинг респондентов осуществлялся при поддержке региональных фондов и институтов развития СП.

Второе исследование основано на серии глубинных полуструктурированных интервью с представителями профильных организаций, занимающихся вопросами СП, самими предпринимателями и представителями исследовательских компаний. Общее количество информантов составило 10 чел., среди них — представители Министерства торговли, экономики и предпринимательства РМ, Центра «Мой бизнес» в РМ, Общественной палаты РМ, а также собственники региональных некоммерческих организаций. Глубинные интервью проведены в августе–сентябре 2023 г., их продолжительность варьировалась от 40 мин. до 1,5 часов, все они взяты дистанционно по телефону. Рекрутинг информантов осуществлялся на основе рекомендаций представителей региональных фондов и институтов развития.

Уровень развития СП в РМ и ключевые направления деятельности

РМ является дотационным регионом с относительно низкими показателями социально-экономического развития по сравнению с другими российскими территориями, с высокой концентрацией государственного сектора. По итогам реализации механизмов поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций (СОНКО) и социального предпринимательства, обеспечения доступа негосударственных организаций к предоставлению услуг в социальной сфере и внедрения конкурентных способов оказания государственных (муниципальных) услуг в социальной сфере за 2022 г. Министерство экономического развития РФ отнесло регион к группе субъектов, делающих первые шаги к успеху. РМ занимает 80-е место из 85 возможных (в 2021 г. — 81-е место), уступая только Республике Дагестан, Республике Тыва, Карачаево-Черкесской Республике, Республике Ингушетия и Еврейской автономной области. При этом по количеству СОНКО на 10 тыс. населения Мордовия находится на 28-м месте (10,85 ед.), а по количеству СП — на 48-м месте (0,47 ед.) (Рейтинг... 2022).

В регионе на базе Центра «Мой бизнес» функционирует Центр инноваций социальной сферы (ЦИСС), который предоставляет услуги как действующим предпринимателям, так и гражданам, желающим начать социальный бизнес. В рамках его деятельности предусмотрены различные виды поддержки: от помощи в поиске новых рынков до содействия в получении налоговых льгот, вычетов и прямой финансовой поддержки. В частности, Центр оказывает помощь в процессе вступления в реестр СП, предоставляет консультационные услуги по мерам государственной поддержки, проводит конкурс «Мой добрый бизнес», предоставляет льготные вакансии на *HeadHunter* при найме сотрудников, организует встречи Клуба Социальных предпринимателей «Бизнес с душой», а также проводит обучение в «Школе социального предпринимателя» (Центр «Мой бизнес» 2024).

На момент проведения исследования реестр СП насчитывал 62 субъекта малого и среднего предпринимательства, причем за год их число увеличилось на 26 позиций, а за два года — на 52. Тем не менее их доля в общем числе субъектов малого и среднего бизнеса в регионе остается относительно небольшой и составляет менее 0,3%, что выше среднего показателя по России (0,2%), рассчитанного нами на основе открытых данных Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства (Единый реестр 2023). В ходе глубинных интервью также высказывались мнения о том, что точечная работа с предпринимателями, особенно за последние два года, стала возможной благодаря усилиям институтов развития:

Когда я регистрировалась в реестре социальных предпринимателей, нас было всего 9 чел., сейчас уже 62 социальных предпринимателя.
<...> Насколько мне известно, Центр «Мой бизнес» в этом году

оказал грантовую поддержку 17 социальным предпринимателям, и сумма поддержки составила для каждого не менее 500 тыс. руб. (жен., руководитель бизнеса).

Почти половина опрошенных предпринимателей предоставляет образовательные услуги (26 чел.) или услуги, связанные со спортом и здоровым образом жизни (23 чел.). Ещё 16 чел. заняты в социальном обслуживании незащищённых групп населения. Наименее представленные сферы включают медицину (10 чел.), культуру (8 чел.) и экологию (5 чел.). У оставшихся 19 предпринимателей собственные, уникальные специализации, однако дополнительных уточнений по их деятельности не проводилось. В ходе глубинных интервью сферы образования, физкультуры и оздоровления отмечались как наиболее перспективные, в том числе благодаря относительной простоте выхода на рынок:

Больше популярна у социальных предпринимателей сфера образования, так как предпринимателю проще доказать свой социальный статус, если судить по данным реестра предпринимателей. Относящиеся к 4-й категории социальные предприниматели оказывают образовательные услуги, что упрощает процедуру признания их предпринимательской деятельности в соответствии с законом (жен., представитель института развития).

Субъективные оценки предпринимателей относительно наполненности рассматриваемых сфер действующими акторами почти полностью соответствуют описанному выше данным. Около трети респондентов считает, что в регионе наибольшее число компаний действует в сферах спортивно-оздоровительных (40 чел.), образовательных (36 чел.) и медицинских (35 чел.) услуг, что указывает на высокую конкуренцию в этих областях в представлении опрошенных. Единственным исключением является заметное укрепление позиций медицинских услуг, что, вероятно, связано с тем, что в регионе функционирует достаточно большое количество частных медицинских организаций, которые хотя формально не относятся к СП, близки к ним по своей миссии. Как показали результаты глубинных интервью, медицина — одна из наиболее проблемных отраслей для социальных предпринимателей, поскольку требует значительных затрат на лицензирование и на наличие квалифицированного персонала:

Сфера медицины более сложная в отношении признания статуса социального предпринимателя. Примером может быть социальный проект о коррекционных занятиях в оздоровительном центре «Соляная пещера» <...>. Здесь, наверное, микс образовательных и медицинских услуг (жен., руководитель бизнеса).

Государственная поддержка, вероятно, может быть сосредоточена в двух направлениях: первое — вовлечение медицинских организаций в деятельность СП через предоставление субсидий, что позволит снизить конечную

стоимость услуг для населения; второе — сокращение административных барьеров, связанных с лицензированием, хотя это может привести к риску появления на рынке непрофессионалов. Тем не менее эта ниша остается незаполненной и, следовательно, достаточно перспективной.

Проблемы и перспективы развития СП в РМ

Результаты проведенного исследования подтверждают, что ключевой особенностью СП является не столько стремление к получению прибыли, сколько решение социальных проблем на постоянной основе. Более половины опрошенных социальных предпринимателей (59 чел.) заявляют, что их деятельность в соответствии со статьей 24.1 ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» направлена на достижение общественно полезных целей. Чаще всего об этом говорят предприниматели, работающие в сфере образования, спорта и здорового образа жизни, а также в области сбора и утилизации отходов. Почти четверть респондентов (25 чел.) заявляют о реализации продуктов и услуг, производимых социально уязвимыми категориями населения, в основном это представители медицинской сферы. Еще 23 чел. занимаются производством товаров и услуг для социально уязвимых групп, а 18 чел. — трудоустройством представителей таких групп. Глубинные интервью с представителями институтов развития показывают, что в последние годы наблюдается значительный прогресс в достижении общественно полезных целей, решении социальных проблем и обеспечении занятости различных категорий граждан. В их число входят люди с инвалидностью и ограниченными возможностями здоровья, одинокие и/или многодетные родители (включая родителей детей с инвалидностью), пенсионеры и граждане предпенсионного возраста, выпускники детских домов до 23 лет, лица, осужденные к лишению свободы, беженцы и вынужденные переселенцы, малоимущие граждане, люди без определенного места жительства, граждане, нуждающиеся в социальном обслуживании, а также ветераны боевых действий:

У нас есть четыре категории социальных предпринимателей: трудоустройство на работу социально уязвимых категорий населения (пенсионеров, малообеспеченных, мам-одиночек). Полный перечень есть в статье 24.1, чтобы долго не перечислять. <...> Основной поток предпринимателей идет по четвертой категории, она самая широкая и предприниматели этим активно пользуются. Сейчас у нас хороший рост по первой категории, трудоустройство. Сами знаете, что у нас сейчас есть такая проблема, редко берут на работу лиц с ОВЗ (жен., представитель института развития).

Среди основных барьеров, с которыми сталкиваются опрошенные предприниматели, наиболее часто упоминаются недостаток государственной поддержки (39 чел.), нехватка квалифицированных кадров (39 чел.)

и чрезмерное налогообложение (38 чел.). Для медицинской и социальной сфер чаще отмечается нехватка квалифицированных кадров, тогда как для образовательной и культурной сфер — недостаточная государственная поддержка. Включение в реестр СП практически никем из опрошенных не воспринимается как серьезная проблема:

Слабая сторона СП — финансовая составляющая, потому что много приходится осуществлять расходов и доходы от социального бизнеса не всегда бывают высокими, например аренда помещений, покупка необходимого оборудования и др. И ещё необходимо иметь специалистов для той или иной сферы, например для проведения реабилитационных мероприятий для детей с особенностями. Необходимо, чтобы с ребёнком работал хороший педагог, который помог бы ему быстрее реабилитироваться. Кадры — это, наверное, ещё одна проблема социальных предпринимателей. Эти проблемы, конечно, отрицательно влияют на моральную составляющую социального предпринимателя (жен., руководитель бизнеса).

Ранее проведенные исследования ГКУ РМ «НЦСЭМ» среди малых и средних предпринимателей в РМ подтверждают, что качество трудовых ресурсов и сложности в получении финансовых преференций являются общими болевыми точками (Ушкин 2017: 145). Во второй эшелон проблем входят последствия пандемии и локдаунов (22 чел.), административные барьеры и бюрократия (21 чел.), а также высокая конкуренция (16 чел.). В третьем эшелоне отмечаются санкции со стороны зарубежных стран (8 чел.) и сложности вхождения в реестр социальных предприятий (7 чел.). Следует отметить, что уровень административных барьеров для СП соответствует средним показателям для всех региональных предпринимателей (Бикеева и др. 2020: 25). Более того, большинство из указанных проблем, за исключением вопроса вхождения в реестр социальных предприятий, присущи региональному предпринимательскому сообществу в целом. Это в определенной степени подрывает право социально ориентированного бизнеса на исключительный статус.

Лишь каждый четвёртый опрошенный социальный предприниматель (26 чел.) использовал существующие инструменты для развития предпринимательства, и столько же (26 чел.) участвовали в грантовой деятельности. Наибольший интерес к этим мерам проявляют представители из сфер спорта и здорового образа жизни, социального обслуживания и образования. В то же время, такие практики не распространены в сфере медицинских услуг, что указывает на наличие определенных институциональных проблем в этой области. При этом о существовании инструментов поддержки известно 93 предпринимателям, а о грантовых возможностях — 105. Только немногие не осведомлены о том, что они могут претендовать на государственную поддержку. Это также подтверждается результатами глубинных интервью, где отмечалось, что социальные предприниматели

часто не пользуются этими инструментами из-за неверия в свои силы или организационных трудностей:

Например, у нас в Саранске есть предприниматель, который оказывает услуги по транспортировке людей с ограниченными возможностями здоровья для посещения медицинских учреждений. Этот предприниматель уже в течение года пытается доказать, что он оказывает социальные услуги, но статус социального предпринимателя получить не может, так как ни одно министерство (социальной защиты, здравоохранения) не может решить, подходит ли он по статусу к социальному предпринимателю или нет (жен., представитель института развития).

Среди наиболее востребованных инструментов развития СП респонденты чаще всего называют финансовую (13 чел.) и нефинансовую (7 чел.) государственную поддержку. Лишь единично упоминаются такие меры, как работа с маркетплейсами (3 чел.) и освоение онлайн-сегмента (2 чел.). О поддержке со стороны частных компаний и фондов, а также о фандрайзинге или краудфандинге респонденты не упоминают. Таким образом, ситуация в регионе мало отличается от общероссийской: основным стейкхолдером развития СП выступает государство, а не крупный бизнес или частные фонды (Московская, Соболева 2016).

В настоящее время у социально ориентированных предпринимателей явно выражен запрос на государственную финансовую поддержку – об этом заявили 80 из 107 опрошенных. Важно отметить, что под финансовой поддержкой понимается широкий спектр предпочтений – от льготного налогообложения до помощи в решении проблем с высокой арендной платой за помещения. Менее востребованы инфраструктурная и имущественная поддержка (28 чел.) и консультационная помощь (27 чел.). Образовательная поддержка упоминается реже (12 чел.). Преобладание финансовой поддержки подтверждается и в результатах глубинного интервьюирования.

Социальный предприниматель нуждается в расширении перечня предоставляемых ему услуг. Актуальной является проблема снижения арендной платы, то есть предоставление государственных субсидий для оплаты социальными предпринимателями арендуемых площадей, помещений. Например, снижение ставок по аренде для социальных предпринимателей выразалось бы в том, что сумма льготы по арендной плате, которую бы получал социальный предприниматель, субсидировалась бы государством и выплачивалась владельцам арендуемых помещений, находящиеся в основном в частной собственности (жен., руководитель бизнеса)

В ходе исследования выявлен парадокс, связанный с мотивацией людей к занятию социальным предпринимательством. Представители институтов развития считают, что социальный предприниматель должен зарабатывать, в то время как сами социальные предприниматели акцентируют внимание

на реализации своей социальной миссии. Такие мировоззренческие конфликты достаточно типичны для этой сферы, особенно в российских условиях. Более того, отмечается, что данное противоречие создает значительные препятствия для моральной легитимации СП, и эта проблема сохраняется на протяжении длительного времени (Московская и др. 2017: 50).

Социальный бизнес — это не благотворительность, это бизнес прежде всего. Это надо понимать. Предприниматель должен зарабатывать деньги, будь он социальным, из сферы производства или торговли. Все они направлены на заработок (муж., представитель института развития).

Я бы сказала так: большинство социальных предпринимателей — это альтруисты. Потому что эта сфера развивается на энтузиазме самого предпринимателя (жен., руководитель бизнеса).

Таким образом, несмотря на существующие меры поддержки, региональные социальные предприниматели сталкиваются с серьезными вызовами. Прежде всего, это недостаток финансовой поддержки со стороны государства, несмотря на наличие различных форм нематериальной помощи, которые, тем не менее оцениваются достаточно высоко.

Заключение

Необходимость развития СП в России обусловлена наличием множества нерешённых социальных проблем, а также стремлением государства делегировать ответственность за достижение некоторых общественно значимых целей. Это включает, предоставление услуг для социально уязвимых категорий населения, содействие их трудоустройству, заботу об экологии, производство медицинских товаров и оборудования и другие направления. Вероятно, спрос на СП будет только возрастать, поскольку ориентация на человекоцентричность рассматривается социологами как основная идея развития современного российского общества (Седова, Якимова 2023).

СП в РМ развивается в соответствии с общероссийскими тенденциями, хотя и с небольшим запозданием, что подтверждают как статистические данные, так и проведенные глубинные интервью с руководителями бизнеса, представителями исследовательских компаний и институтов развития. Наиболее доступными для входа на рынок являются образовательные услуги и услуги в сфере физкультуры и оздоровления, поскольку для этих видов деятельности отсутствуют строгие требования по лицензированию. В этих секторах наблюдается наиболее высокая конкуренция среди социальных предпринимателей за конечного потребителя.

Несмотря на активную работу институтов развития, в первую очередь Центра «Мой бизнес» в РМ, представители социально ориентированного бизнеса сталкиваются с определенными трудностями в своей деятельности. Ключевая проблема — недостаток финансовой поддержки, которая

трактуются достаточно широко: речь идет как о нехватке субсидий, высоких налоговых ставках, так и о низкой окупаемости производственных затрат и других финансовых затрат. В целом существующие меры поддержки оцениваются позитивно, однако их востребованность указывает на то, что они удовлетворяют потребности лишь незначительной части сообщества социальных предпринимателей.

На текущем этапе социальные предприниматели оказываются в ловушке двойной идентичности. Суть этой проблемы заключается в том, что государство рассматривает социальное предпринимательство как деятельность, ориентированную на выполнение социальной миссии, при этом не освобождая ее участников от необходимости зарабатывать деньги и помещая их в достаточно жесткие законодательные рамки. В то же время сами социальные предприниматели рассматривают свою деятельность преимущественно с альтруистических позиций, поскольку получение прибыли для них не является главной целью. Максимально упрощая, в словосочетании «социальное предпринимательство» фокус внимания представителей власти и действующих институтов развития сосредотачивается на слове «предпринимательство», тогда как для самих социальных предпринимателей смысловое ударение падает на слово «социальное». Безусловно, предприниматели стремятся зарабатывать, однако их бизнес чаще всего можно охарактеризовать как борющийся за выживание. Некоторые информанты признавались, что неоднократно оказывались на грани закрытия из-за множества накопившихся проблем. Именно поэтому социальные предприниматели выражают повышенный запрос на расширение льгот и преференций, необходимых для устойчивого ведения их хозяйственной деятельности. Это особенно актуально в сравнении с другими субъектами малого и среднего бизнеса, которые располагают большими возможностями для максимизации своей прибыли.

Материалы для анализа

Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства (2023). Доступно по ссылке: <http://ofd.nalog.ru> (дата обращения: 01 декабря 2023).

Рейтинг субъектов РФ (2022) *По итогам реализации механизмов поддержки СОНКО и социального предпринимательства за 2022 г.* Доступно по ссылке: <https://nko.economy.gov.ru/upload/docs/rejting-v-regiony.pdf> (дата обращения: 10 июня 2024).

Федеральный закон (2019) *«О внесении изменений в Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» в части закрепления понятий «социальное предпринимательство», «социальное предприятие», № 245-ФЗ от 26.07.2019 г.*

Федеральный закон (2007) *«О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», № 209-ФЗ от 24.07.2007 (ред. от 29.05.2024).*

Центр «Мой бизнес» (2024) *Меры поддержки*. Доступно по ссылке: https://mbrm.ru/support_types/sotsialnoe-predprinimatelstvo (дата обращения: 10 июня 2024).

Список источников

Албутова А. И. (2013) Социальное предпринимательство в России: ключевые игроки и потенциал формирования. *Экономическая социология*, 14 (3): 109–132.

Бикеева М. В., Иншаков В. А., Фадеева И. М. (2020) Административные барьеры развития малого и среднего предпринимательства в Республике Мордовия: материалы практического исследования. *Статистика и Экономика*, 17 (6): 22–30.

Внутских А. Ю., Гасумова С. Е., Иванова М. М., Малкова Е. В., Петрова М. Д. (2021) Социальные предприятия и СО НКО в Пермском крае: проблемы и перспективы развития. *Журнал исследований социальной политики*, 19 (1): 166–176.

Климова С. Г., Климов И. А., Щербакова И. В. (2015) Сообщества социальных предприятий. *Вестник Института социологии*, 6 (2): 71–96.

Конобеева Е. А. (2012) Домашний детский сад: социальное предпринимательство или гражданская инициатива? *Вопросы образования*, (2): 207–221.

Московская А. А. (ред.) (2011) *Социальное предпринимательство в России и мире: практика и исследования*. М.: ВШЭ.

Московская А. А., Берендяев А. А., Москвина А. Ю. (2017) Между социальным и экономическим благом: конфликт проектов легитимации социального предпринимательства в России. *Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены*, (6): 31–51.

Московская А. А., Соболева И. В. (2016) Социальное предпринимательство в системе социальной политики: мировой опыт и перспективы России. *Проблемы прогнозирования*, (6): 103–111.

Седова Н. Н., Якимова О. А. (ред.) (2023) *Переустройство мира. Тренды Грушинской конференции*. М.: ВЦИОМ.

Смирнов В. А. (2021) Региональные системы социального предпринимательства в России: типология, факторы развития, ключевые противоречия. *Журнал исследований социальной политики*, 19 (1): 23–40.

Ушкин С. Г. (2017) «Лёгкий» бизнес, или с какими проблемами сталкиваются предприниматели в регионах? *Социологические исследования*, (3): 144–149.

Dacin P. A., Dacin M. T., Matear M. (2010) Social Entrepreneurship: Why We Don't Need a New Theory and How We Move Forward from Here? *Academy of Management Perspectives*, 24 (3): 37–57.

Dees J. G. (2012) A Tale of Two Cultures, Charity, Problem Solving, and the Future of Social Entrepreneurship. *Journal of Business Ethics*, 111 (3): 321–334.

Defourny J., Nyssens M. (2010) Conceptions of Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and Differences. *Journal of Social Entrepreneurship*, 1 (1): 32–53.

Gupta P., Chauhan S., Paul J., Jaiswal M. P. (2020) Social Entrepreneurship Research: A Review and Future Research Agenda. *Journal of Business Research*, (113): 209–229.

Mair J., Martí I. (2006) Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Prediction, and Delight. *Journal of World Business*, 41 (1): 36–44.

Nicholls A. (2008) *Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change*. Oxford: Oxford University Press.

Pache A., Santos F. (2013) Inside the Hybrid Organization: Selective Coupling as a Response to Competing Institutional Logics. *Academy of Management Journal*, (56): 972–1001.

Thompson J. L. (2002) The World of the Social Entrepreneur. *The International Journal of Public Sector Management*, 15 (5): 412–431.

Urbano D., Toledano N., Soriano D. (2010) Analyzing Social Entrepreneurship from an Institutional Perspective, Evidence from Spain. *Journal of Social Entrepreneurship*, 1 (1): 54–69.

Sergey Ushkin

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN MORDOVIA: NEW OPPORTUNITIES, NEW PROBLEMS

Over the past decade, there has been a noticeable upsurge in interest in social entrepreneurship in our country with legislation aimed at providing socially beneficial activities and addressing social issues. However, a thorough examination of the academic literature reveals that despite the plethora of approaches, the concept remains nebulous, mainly due to the dual mission undertaken by social enterprises. As a result, this dual mission generates a complex identity paradigm that is tied to the imperative of generating social value through market mechanisms. This article attempts to provide a comprehensive analysis of the landscape of social entrepreneurship within a specific region – the Republic of Mordovia. However, we believe that some of the conclusions drawn can be generalized to other regions. The research questions addressed in the study concern the level of development of social entrepreneurship, the most in-demand niches, the perceptions of various actors regarding dual identity, as well as the identification of the main restraining factors and prospects for the development of such activities in modern Russia. The empirical foundation of this study is based on the findings of a targeted survey conducted amongst entrepreneurs engaged in providing services within education, social welfare, healthcare, sports and wellness, culture, and ecology (n = 107). This survey is complemented by in-depth semi-structured interviews conducted with representatives of relevant organizations, entrepreneurs themselves, and representatives of research institutions (n = 10). The research conducted has revealed that the development trajectory of the studied sector within the republic is in line with the national trends, with educational services and offers related to physical education and health improvement emerging as the most accessible market entry points. However, despite the strong commitment of development institutions, actors in the social economy confront certain obstacles, in particular a lack of financial support. Another problem lies in the mental realm, as a number of direct and indirect factors suggest that regional social entrepreneurs are trapped in a dual identity that seems to prevent them from fully realizing either their social or their entrepreneurial potential.

Keywords: social entrepreneurship, social enterprise, social services, entrepreneurs, Republic of Mordovia

Citation: Ushkin S. (2024) Sotsial'nye predprinimateli Mordovii: novye vozmozhnosti, novye problemy [Social Entrepreneurship in Mordovia: New Opportunities, New Problems]. *Zhurnal issledovaniy sotsial'noi politiki* [The Journal of Social Policy Studies], 22 (4): 659–674.

DOI: 10.17323/727-0634-2024-22-4-659-674

References

- Albutova A. I. (2013) Social'noe predprinimatel'stvo v Rossii: ključevye igroki i potencial formirovaniya [Social Entrepreneurship in Russia: Key Actors and the Development Potential]. *Jekonomicheskaja sociologija* [Economic Sociology], 14 (3): 109–132.
- Bikeeva M. V., Inshakov V. A., Fadeeva I. M. (2020) Administrativnye bar'ery razvitiya malogo i srednego predprinimatel'stva v Respublike Mordovija: materialy praktičeskogo issledovanija [Administrative Barriers to the Development of Small and Medium-Sized Businesses in the Republic of Mordovia: Materials of Practical Research]. *Statistika i Jekonomika* [Statistics and Economics], 17 (6): 22–30.
- Dacin P. A., Dacin M. T., Matear M. (2010) Social Entrepreneurship: Why We Don't Need a New Theory and How We Move Forward from Here? *Academy of Management Perspectives*, 24 (3): 37–57.
- Dees J. G. (2012) A Tale of Two Cultures, Charity, Problem Solving, and the Future of Social Entrepreneurship. *Journal of Business Ethics*, 111 (3): 321–334.
- Defourny J., Nyssens M. (2010) Conceptions of Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and Differences. *Journal of Social Entrepreneurship*, 1 (1): 32–53.
- Gupta P., Chauhan S., Paul J., Jaiswal M. P. (2020) Social Entrepreneurship Research: A Review and Future Research Agenda. *Journal of Business Research*, (113): 209–229.
- Klimova S. G., Klimov I. A., Shherbakova I. V. (2015) Soobshhestva social'nyh predpriyatij [Enterprise Communities]. *Vestnik Instituta sociologii* [Bulletin of the Institute of Sociology], 6 (2): 71–96.
- Konobeeva E. A. (2012) Domashnij detskij sad: social'noe predprinimatel'stvo ili grazhdanskaja iniciativa? [Home-Based Kindergarten: Social Entrepreneurship or a Civil Initiative?] *Voprosy obrazovanija* [Educational Studies], (2): 207–221.
- Mair J., Martí I. (2006) Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Prediction, and Delight. *Journal of World Business*, 41 (1): 36–44.
- Moskovskaja A. A. (ed.) (2011) *Social'noe predprinimatel'stvo v Rossii i mire: praktika i issledovanija* [Social Entrepreneurship in Russia and the World: Practice and Research]. Moscow: HSE University.
- Moskovskaja A. A., Berendjaev A. A., Moskvina A. Ju. (2017) Mezhdru social'nym i jekonomicheskim bla-gom: konflikt proektov legitimacii social'nogo predprinimatel'stva v Rossii [Between Social and Economic Good: Conflicting Projects of Legitimation of Social Entrepreneurship in Russia]. *Monitoring obshhestvennogo mnenija: Jekonomicheskie i social'nye pere-meny* [Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes], (6): 31–51.

Moskovskaja A. A., Soboleva I. V. (2016) Social'noe predprinimatel'stvo v sisteme social'noj politiki: mirovoj opyt i perspektivy Rossii [Social Entrepreneurship in the System of Social Policy: World Experience and Prospects of Russia]. *Problemy prognozirovanija* [Problems of Forecasting], (6): 103–111.

Nicholls A. (2008) *Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change*. Oxford: Oxford University Press.

Pache A., Santos F. (2013) Inside the Hybrid Organization: Selective Coupling as a Response to Competing Institutional Logics. *Academy of Management Journal*, (56): 972–1001.

Sedova N. N., Jakimova O. A. (eds.) (2023) *Pereustrojstvo mira. Trendy Grushinskoj konferencii* [Remaking the World. Trends of the Grushinsky conference]. M.: VCIOM.

Smirnov V. A. (2021) Regional'nye sistemy social'nogo predprinimatel'stva v Rossii: tipologija, faktory razvitija, ključevye protivorechija [Regional Systems of Social Entrepreneurship in Russia: Typology, Development Factors and and Key Contradictions]. *Zhurnal issledovanij social'noj politiki* [The Journal of Social Policy Studies], 19 (1): 23–40.

Thompson J. L. (2002) The World of the Social Entrepreneur. *The International Journal of Public Sector Management*, 15 (5): 412–431.

Urbano D., Toledano N., Soriano D. (2010) Analyzing Social Entrepreneurship from an Institutional Perspective, Evidence from Spain. *Journal of Social Entrepreneurship*, 1 (1): 54–69.

Ushkin S. G. (2017) 'Ljogkij' biznes, ili s kakimi problemami stalkivajutsja predprinimateli v regionah? ['Easy' Business or What are the Problems Faced by Businesses in the Region?] *Sociologičeskie issledovanija* [Sociological Studies], (3): 144–149.

Vnutskih A. Ju., Gasumova S. E., Ivanova M. M., Malkova E. V., Petrova M. D. (2021) Social'nye predprijatija i SO NKO v Permskom krae: problemy i perspektivy razvitija [Social Enterprises and SO NPOs in the Perm Krai: Problems and Prospects of Development]. *Zhurnal issledovanij social'noj politiki* [The Journal of Social Policy Studies], 19 (1): 166–176.