

© Попов Е.В., Веретенникова А.Ю., Наумов И.В., Козинская К.М.

Неформальная институциональная среда социального предпринимательства*



**Евгений Васильевич
ПОПОВ**

Институт экономики Уральского отделения Российской академии наук
Екатеринбург, Российская Федерация, 620014, ул. Московская, 29
E-mail: epopov@mail.ru



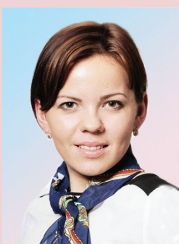
**Анна Юрьевна
ВЕРЕТЕННИКОВА**

Институт экономики Уральского отделения Российской академии наук
Екатеринбург, Российская Федерация, 620014, ул. Московская, 29
E-mail: vay_uiec@mail.ru



**Илья Викторович
НАУМОВ**

Институт экономики Уральского отделения Российской академии наук
Екатеринбург, Российская Федерация, 620014, ул. Московская, 29
E-mail: Iliia_naumov@list.ru



**Ксения Михайловна
КОЗИНСКАЯ**

Уральский федеральный университет имени первого Президента России
Б.Н. Ельцина, Институт государственного управления и предпринимательства
Екатеринбург, Российская Федерация, 620014, ул. Ленина, 136
E-mail: ksush1@yandex.ru

* Статья подготовлена в соответствии с государственным заданием ФАНО России для Института экономики УрО РАН на 2018 год.

Для цитирования: Неформальная институциональная среда социального предпринимательства / Попов Е.В., Веретенникова А.Ю., Наумов И.В., Козинская К.М. // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2018. Т. 11. № 4. С. 217–234. DOI: 10.15838/esc.2018.4.58.14

For citation: Popov E.V., Veretennikova A.Yu., Naumov I.V., Kozinskaya K.M. Non-formal institutional environment of social entrepreneurship. *Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast*, 2018, vol. 11, no. 4, pp. 217–234. DOI: 10.15838/esc.2018.4.58.14

Аннотация. Социальное предпринимательство как альтернативный способ решения социальных проблем стремительно приобретает свою популярность. Эффективность данного вида деятельности во многом зависит как от формальных институтов, действующих на рассматриваемой территории, так и от сложившихся ценностей, привычек, обычаев, свойственных социальным группам, не на ней проживающим, и формирующих неформальную институциональную среду. Целью данного исследования является моделирование влияния неформальной институциональной среды на социальное предпринимательство в мировом пространстве. В статье проведен анализ подходов к анализу неформальных институтов, показано, что данная проблема поднимается в работах как зарубежных, так и отечественных ученых. При анализе неформальной институциональной среды использовалась концепция модернизации, культурных изменений и демократии Инглхарта – Вельцеля. Информационной базой исследования стали международные отчеты Global Entrepreneurship Monitor (Глобальный мониторинг предпринимательства), World Values Survey (Всемирный обзор ценностей), World Bank (Всемирный банк) за 2015 год в 30 странах мира. Из анализа распределения стран по критериям карты Инглхарта показано, что успешному функционированию социального предпринимательства способствуют развитие в обществе постматериалистические ценности. Авторами статьи построена нелинейная многофакторная модель, демонстрирующая влияние неформальной институциональной среды на социальное предпринимательство. Обосновано, что наиболее значимыми факторами неформальной среды, оказывающими воздействие на социальное предпринимательство, является автономность членов в обществе, а также гендерное равенство. Значимость полученных результатов состоит в возможности использования выявленных закономерностей как непосредственно для развития социального предпринимательства, так и для решения социальных проблем в целом.

Ключевые слова: неформальная институциональная среда, социальное предпринимательство, факторы, концепция Инглхарта – Вельцеля, ценности.

1. Введение

Социальное предпринимательство, выступая сравнительно новым явлением для социально-экономических процессов различного уровня хозяйствования, обладает рядом особенностей, обусловленных трансформацией поведения экономических агентов в ходе реализации данного вида деятельности. Прежде всего, социальное предпринимательство ориентировано на достижение социальных, а не коммерческих целей. Потребителем результатов социально-ориентированной деятельности, в том числе социального предпринимательства, зачастую является не конкретный индивид, а некая группа лиц, обладающая общей социальной проблемой. Такое расширение объекта приложения усилий вносит изменения в механизмы привлечения ресурсов для развития данного вида деятельности. Социальный предприниматель получает моральное право привлекать общественные ресурсы для достижения социальных целей [1]. В данных условиях существенное влияние на результативность деятельности социального предпринимателя оказывают экономические, социальные, правовые условия, в

которых он действует. Однако не менее важное значение имеют отличительные черты, привычки поведения граждан, их ценности, обусловленные историческими, культурными, национальными и ментальными особенностями. Иначе говоря, особое значение приобретает потребность в рассмотрении неформальной институциональной среды, влияющей на развитие социального предпринимательства. Несмотря на существующую потребность в изучении неформальной среды социально-ориентированной деятельности, большинство исследований посвящены изучению преимущественно влияния формальных институтов [2] на социальное предпринимательство (М. Дасин [3], У. Стефан, Л. Уланер [4], Ш. Захра [5] и т. д.).

Исследование роли неформальных институтов важно по нескольким причинам. Во-первых, общественные ценности – это убеждения, связанные с действиями и целями экономических агентов [6], вследствие чего внедрение просоциальных ценностей мотивирует предпринимателей не только получать экономическую выгоду, но и решать социальные проблемы общества. Во-вторых, ценности

определяют стандарты и нормы, на основе которых делается оценка поступков и действий [6]. Поддержка общества осуществляется путем предоставления трудноприобретаемых ресурсов, что способствует снижению транзакционных издержек социальных предпринимателей [7].

Целью данного исследования является моделирование влияния неформальной институциональной среды на социальное предпринимательство в мировом пространстве.

Для достижения данной цели проведен обзор подходов к анализу влияния неформальной среды на экономические процессы, описана карта Инглахарта, отражающая развитие неформальных институтов в различных странах мира, на основе анализа зарубежной и отечественной литературы, а также посредством регрессионного анализа, определены факторы, влияющие на социальное предпринимательство, построена многофакторная нелинейная модель, демонстрирующая выявленные закономерности.

2. Неформальная институциональная среда социального предпринимательства: теоретический анализ

2.1. Социальное предпринимательство и подходы к его измерению

Социальное предпринимательство, с одной стороны, понимается как вид деятельности, обладающий такими характеристиками, как принятие миссии для создания и поддержания социальной ценности; выявление и использование новых возможностей для реализации выбранной миссии; осуществление непрерывного процесса инноваций, адаптации и обучения; решительность действий, не ограничиваемая располагаемыми ресурсами; высокая ответственность предпринимателя за результаты своей деятельности [8]; с другой стороны, – это альтернативный способ решения общественных проблем, набор правил и норм, определяющих поведение между экономическими агентами, ориентированных на решение общественных проблем путем развития коммерческой деятельности. Следует отметить, что в зарубежной практике сформировались следующие школы, исследующие данный феномен: социально-инновационная школа, социально-предпринимательская школа, а также европейская и английская научные школы.

Социально-инновационная школа, основными представителями которой являются Дж. Томпсон, С. Элворт, Дж. Маир и И. Марти [9], рассматривает социальное предпринимательство как деятельность физических лиц, удовлетворяющих социальные потребности инновационными методами. Предметом исследования представителей социально-предпринимательской школы (Р. Макдональд, Р. Дарт, Р. Андерсон) являются некоммерческие (nonprofit) организации (НКО), обслуживающие социальную сферу и получающие при этом дополнительный доход [10]. В рамках данной школы ученые занимаются поиском новых способов финансирования НКО, а также внедряют эффективные методы управления в деятельность социально-ориентированных предприятий. Однако акцент на инновационности представители данной школы не ставят. Представители европейской научной школы социального предпринимательства У. Стефан и Л. Уланер [4], а также Р. Спир и И. Видал видят цель социально-ориентированной деятельности в удовлетворении интересов общества и делают вывод о том, что эффективность их существования затруднена. Согласно подходу английской научной школы социального предпринимательства (Д. Тернер, К. Лиминг, С. Диксон и А. Клиффорд, Л. Дарби и Х. Дженкинс [11]), решение социальных проблем должно полностью возлагаться на бизнес, при этом получаемый доход направляется, прежде всего, на удовлетворение социальных нужд.

Среди отечественных исследователей социального предпринимательства следует отметить Н.Ф. Кадол [12], изучающую особенности социального предпринимательства в российской экономике, Ю.Н. Арай и Т.А. Бурмистрову [13], рассматривающих особенности бизнес-моделей в социальном предпринимательстве, А. Московскую, возглавляющую Центр социального предпринимательства и социальных инноваций НИУ ВШЭ и др [14]. Коллектив авторов под руководством А. Московской подробно исследует практику развития социального предпринимательства как на национальном, так и международном уровне, демонстрируя и обосновывая особый вектор развития данного вида деятельности в отечественной практике. Следует отметить, что отличительной особенностью социального предпринимательства от предпри-

нимательства в целом является преобладание социальных целей над коммерческими [15], что предполагает наличие особых условий, стимулирующих предпринимателей придавать предпринимательству социальный окрас.

Поскольку феномен социального предпринимательства является новым, существует проблема его количественного измерения. В результате поиска информационной базы и методов измерения социального предпринимательства были выявлены три подхода, наиболее часто описанные в научной литературе: Панельное исследование динамики предпринимательства (Panel Study of Entrepreneurship Dynamics, PSED II), Глобальный мониторинг предпринимательства (Global Entrepreneurship Monitoring, GEM), а также анализ налоговых деклараций некоммерческих организаций в различных странах мира. Рассмотрим данные подходы более детально, а также проанализируем возможность их использования в качестве источника данных о социальном предпринимательстве в рамках представляемого исследования.

PSED является крупным исследовательским проектом, изучающим процесс создания фирм и их развития на ранней стадии своего функционирования [16]. PSED берет свое начало в 1993 г. с исследований взрослого населения в штате Висконсин США. Университет Мичигана, развив методологию PSED, продолжил изучение домохозяйств в США с помощью телефонного анкетирования 64 000 американцев. Несмотря на масштабность данного исследования, используемая методика не была ориентирована на исследование исключительно социального предпринимательства, а также реализована непосредственно на территории США, что препятствует ее применению для определения межстрановых особенностей социального предпринимательства.

Глобальный мониторинг предпринимательства (GEM) направлен на изучение социального предпринимательства в 2009 и 2015 гг. более чем в 50 странах мира. В основе данного подхода лежит опрос, который позволяет определить долю населения, непосредственно занятого в социальном предпринимательстве в той или иной стране. Недостатки данного подхода состоят в сложности проверки достоверности полученных данных, а также в различии подхо-

дов в разных странах в вопросе о том, что конкретно следует относить к социальному предпринимательству.

В рамках последнего метода применяются налоговые декларации некоммерческих организаций. При этом, несмотря на большое количество данных, понятие некоммерческой организации в налоговом законодательстве разных стран может различаться. Кроме того, использование данного метода представляет сложность для научных исследований с точки зрения унифицирования всех полученных данных. Этот метод использовался в работе по изучению развития социального предпринимательства в США с 1982 по 2002 гг. и влияния государственной поддержки на его развитие [17]. Данный метод также используется в работе Д. Кэрол и К. Статер, которые исследуют влияние диверсификации доходов на социально-ориентированную деятельность в США [18]. Таким образом, можно сделать вывод, что данный метод применим для исследования феномена предпринимательства только в рамках одной страны.

2.2. Неформальные институты и подходы к их анализу

Потребность рассмотрения неформальной институциональной среды при анализе социального предпринимательства обусловлена прежде всего значимостью социальных связей для развития данного вида деятельности.

Идея неформальных институтов и их роли в развитии экономических процессов не является новой. В частности, Т. Веблен, определяя институты как привычные способы осуществления общественной жизни в ее связи с материальным окружением, в котором живет общество [19], заложил в них и неформальную составляющую. Г. Шмоллер к институтам относил не только «права», но и «нравы», составляющие суть неформальных институтов. Д. Норт при определении института также, помимо формальных правил, выделял неформальные ограничения, в частности общепризнанные нормы поведения, достигнутые соглашения, внутренние ограничения деятельности [20]. У. Скотт при рассмотрении когнитивного источника институтов раскрывает непосредственно их неформальную составляющую. В этом случае имеет место исключительно культурная регламентация [21].

Согласно теории К. Уильямсона, ограничения варьируются от установок, убеждений, обычаев, норм и традиций, руководящих повседневным поведением индивидов, до частных судебных систем. Ключевое различие между формальными и неформальными институтами состоит в том, что неформальные правила возникают спонтанно и не являются частью юридической системы, установленной государством [22]. Теорию К. Уильямсона развивает С. Пейович, также указывая на такие признаки неформальных институтов, как спонтанность возникновения и особенности санкций [23].

Согласно работам Д. Норта и К. Уильямсона, такие неформальные институты как социальные ценности, нормы и традиции, вытекающие из культурного наследия, являются определяющими факторами экономического поведения. Вместе с тем, неформальные институты оказывают влияние на механизмы стимулирования и нормативные структуры формальных институтов [20, 22].

Интерес к данной тематике постепенно растет и среди российских ученых, отводящих особое место роли неформальных институтов в экономической жизни общества. Монография В.Л. Тамбовцева «Экономическая теория неформальных институтов» посвящена анализу дефиниций и подходов к исследованию влияния неформальных институтов на экономическую динамику. Экономист, при формировании авторского понимания неформальных институтов и определения однозначного критерия их отделения от формальных, предлагает в качестве неформальных рассматривать институты, включающие неспециализированные механизмы принуждения правил к исполнению, что означает, что «в функции гарантов неформального института выступает любой индивид, полагающий по какой-то причине, что адресаты должны следовать соответствующему правилу; и применяющий санкции к нарушителям в случае их обнаружения» [24]. А. Аузан в работах, посвященных анализу экономического развития в странах мира, обращается к таким неформальным институтам, как доверие в обществе, гендерное равенство, индивидуализм членов общества [26].

Таким образом, институциональная среда, состоящая из устойчивых правил, социальных

норм и когнитивных структур, устанавливает рамки для трансакций на рынке и определяет «правила игры» [20]. В то время как формальные институты характеризуют ограничения и стимулы, возникающими в результате государственного регулирования, неформальные институты формируются внутри общества и носят когнитивный характер, а также отражают общественные соглашения и договоренности, оказывающие влияние на взаимодействие и координацию между людьми внутри общества [20]. Неформальные институты тесно связаны с ценностями, принятыми в обществе: именно ценности отражают степень важности убеждений и целей членов общества [25]. А. Аузан подчеркивает, что ценности определяют поведенческие установки [26]. Л. Полищук рассматривает в качестве неформального института, влияющего на экономическое развитие общества, социальный капитал, то есть способность людей действовать совместно без какого-либо принуждения (в данном случае имеется внешний механизм принуждения). Так называемую «триаду социального капитала» составляют доверие, разделяемые в обществе нормы и ценности, различного рода социальные сети. Суть взаимодействия данных элементов состоит в том, что «сети укрепляют доверие между участниками и способствуют распространению и укреплению просоциальных норм, а общность ценностей и взаимное доверие расширяет социальные сети и контакты». Вследствие отсутствия социального капитала экономическая деятельность «атомизируется и становится более примитивной, а возможности экономики оказываются недоиспользованными» [27].

Одно из основных свойств неформальных институтов – это замещение дисфункций формальных институтов. При этом процедура формирования формальных и неформальных институтов существенно отличается. С одной стороны, культурные особенности, модели поведения, обусловленные обычаями и традициями, могут быть формализованы и, таким образом, неформальный институт будет преобразован в формальный; с другой – дисфункции институтов и институциональные пустоты способствуют формированию новых моделей поведения, которые зачастую носят неформальный характер [4].

Один из наиболее распространенных подходов к анализу неформальной институциональной среды представлен Г. Хофстеде в работе «Последствия культуры», посвященной изучению национальных культурных ценностей. Данное исследование было проведено в 60–70 гг. XX века [28]. Г. Хофстеде с помощью опросов более 88 000 сотрудников IBM в 72 странах мира определил четыре ключевых аспекта культуры: дистанцию по отношению к власти, индивидуализм, маскулинность и избегание неопределенности. Дистанция по отношению к власти описывает восприятие гражданами феномена власти, структуры распределения власти, а также важность власти в шкале личных ценностей людей. Показатель индивидуализма характеризует предпочтения людей в отношении заботы о себе, своих родственниках и семьях (высокий уровень индивидуализма) или стремления объединяться в группы, которые несут коллективную ответственность за приверженных им членов. Маскулинность характеризует доминирующие ценности в обществе. Маскулинистическое содержание представляет собой предпочтение достижений героизма, материальной награды за успех, самоутверждения, а не заботы о других. Избегание неопределенности свидетельствует о том, каким образом граждане относятся к ситуации неопределенности и неоднозначности и будут ли они пытаться контролировать будущее. Страны, демонстрирующие высокие показатели избегания неопределенности, поддерживают жесткие кодексы убеждений и поведения, а также нетерпимы к неортодоксальным идеям [28]. Данную методику изучения неформальных институтов социального предпринимательства использовали в своей работе ученые К. Пумалайнен, Х. Сьегрен, П. Сурья и Дж. Барракет [29].

Распространенной концепцией при исследовании неформальной институциональной среды также является теория Ш. Шварца, выделяющая три биполярных измерения культуры, представляющих альтернативные решения каждой из проблем, с которым сталкиваются все общества: «Принадлежность» против «Автономии», «Иерархия» против «Равноправия», «Мастерство» против «Гармонии». Для выявления культурных особенностей разных регионов мира Шварц совместил данные опроса учителей и студентов и получил результаты по семи

ценностным ориентациям культур для 67 национальных групп. В результате исследования, реализованного с 1988 по 2005 г., Ш. Шварц пришел к выводу, что социально-экономический статус и культура взаимно обуславливают друг друга [30]. Подход Ш. Шварца (Ценностный опросник Ш. Шварца) позволяет диагностировать структуру ценностных ориентаций личности или группы. Главная особенность данной методики состоит в дифференциации понятия «ценность». Автор говорит о наличии двух видов ценностей: 1) ценности, как абстрактные идеалы и убеждения, оказывающие влияние на личность; 2) ценности как руководство к действию, представляющие собой «профиль личности». Если первая группа ценностей анализируется посредством оценки респондентом свойственных ему качеств, представленных в форме существительных и прилагательных, то вторая – путем оценки конкретных действий индивидов [31].

Согласно концепции Инглхарта – Вельцеля изменение культурных ценностей является результатом социально-экономического развития общества. Изменение ценностей – это эволюционный процесс, в ходе которого «естественный отбор» проходят ценности, в наибольшей степени подходящие для жизни в конкретных жизненных условиях [32, с. 43]. Процесс социально-экономического развития состоит из двух этапов: этапа индустриализации – перехода от аграрного общества к индустриальному, и этапа постиндустриализации – вытеснения сектора производства сектором услуг. На постиндустриальном этапе модернизации преобладающую роль начинает играть сдвиг в культурной сфере – ценности выживания замещаются ценностями самовыражения, что приводит ко все большей эмансипации общества [32, с. 17]. Однако, по мнению Р. Инглхарта и К. Вельцеля, модернизационные процессы, несомненно приводящие к культурным и ценностным изменениям, нельзя считать жестко детерминированными. Помимо социально-экономического развития, здесь действует ряд других факторов [32, с. 76]. Авторы выделяют два исторических фактора системного порядка, являющиеся устойчивыми к изменениям: религиозные традиции данного общества и его колониальное прошлое. Так, страны с протестантскими традициями, как правило, зани-

мают на шкале «выживание/самовыражение» более высокие позиции, чем католические [32, с. 100] Развитие культурных ценностей происходит нелинейно с социально-экономическим развитием, поскольку степень присутствия в обществе секулярно-рациональных ценностей и ценностей самовыражения можно объяснить сочетанием воздействия сдерживающих и движущих сил; при этом традиции и процесс модернизации воздействуют на культурные изменения по обоим указанным направлениям [32, с. 100].

Согласно Р. Инглхарту и К. Вельцелю, изменение культурных ценностей на личном уровне проявляются и в изменениях на уровне социума, что способствует формированию новых институтов. Однако взаимосвязь между ними зачастую бывает не однозначной [32, с. 100]. Тем не менее неформальные институты отражают коллективное мнение, влияющее на сотрудничество и координацию индивидов в обществе [20]. Разделяемые ценности являются значимым отражением неформальных институтов [33]. Таким образом, данный подход учитывает широкий диапазон показателей, характеризующих различные сферы общества: от религиозной и политической до экономической и социальной. Как и подход Г. Хофстеде, он имеет глобальный охват, при этом проводится регулярно и позволяет отслеживать изменения с течением времени, что формирует базу более актуальной информации в отношении функционирования неформальных институтов. Следует отметить, что данный подход к исследованию неформальных институтов использован в работах как отечественных [26], так и зарубежных авторов [4].

2.3. Обоснование авторского подхода к анализу неформальной институциональной среды социального предпринимательства

При анализе институциональной среды, влияющей на социальное предпринимательство, помимо регулятивных и поддерживающих институтов, особое внимание следует уделять институтам когнитивной среды, то есть правилам и убеждениям, устанавливаемым между индивидами и их группами посредством социального взаимодействия [2]. Данные взаимодействия являются наиболее устойчивыми и неформальными, что позволяет говорить о важности исследования влияния неформаль-

ной институциональной среды на социальное предпринимательство. Когнитивные институты зачастую неформализованы, зависят от так называемого предшествующего развития (path dependance) и определяют поведение целых групп индивидов. У. Стефан и Л. Уланер демонстрируют, что социальные предприниматели высоко оценивают как просоциальный характер своей деятельности, так и автономность – черты, характерные для постматериалистического общества [4]. Отсюда следует, что высокий уровень постматериалистической культуры в обществе оказывает положительное влияние на социальное предпринимательство. Социально-поддерживающие культурные нормы, относимые к неформальным институтам, поощряют сотрудничество, основанное на многократном опыте поддержки, дружелюбия, полезности, что стимулирует развитие социального предпринимательства.

На основе представленных в параграфах 2.1 и 2.2. подходов как к анализу социального предпринимательства, так и неформальной институциональной среды, были сформулированы положения, которые легли в основу представляемого авторами подхода.

Во-первых, в качестве информационной базы о состоянии социального предпринимательства использовано описанное выше исследование GEM, что обусловлено тем, что это единственная база данных, содержащая данные о развитии этого вида деятельности на межстрановом уровне. В исследование включены данные опросов населения, принимающего участие в социальном предпринимательстве на операционной стадии развития организации в широком смысле этого значения, то есть в любой коммерческой деятельности, имеющей социальную и экологическую цель.

Во-вторых, для исследования была использована методология измерения культурных ценностей Инглхарта – Вельцеля по причине более свежих данных (2015 г.), широкого охвата исследуемых ценностей, измеряемых в количественных показателях. Следует отметить, что метод Хофстеде был отвергнут по причине того, что временной лаг между данным исследованием и исследованием GEM составляет 45 лет, что значительно больше одного поколения. Доминирующая культурная ориентация меняется в ответ на изменение позиции власти, хотя это

изменение и происходит значительно медленнее. Адаптация обществ к эпидемиям, технологическому развитию, росту благосостояния, контакту с другими культурами, войнами и другими экзогенными факторами ведет к изменениям в ценностных установках культуры [35].

Таким образом, на основе представленных положений был сформирован подход к анализу неформальной среды социального предпринимательства, более подробно представленный в следующем параграфе.

3. Авторский подход к анализу институциональной среды социального предпринимательства

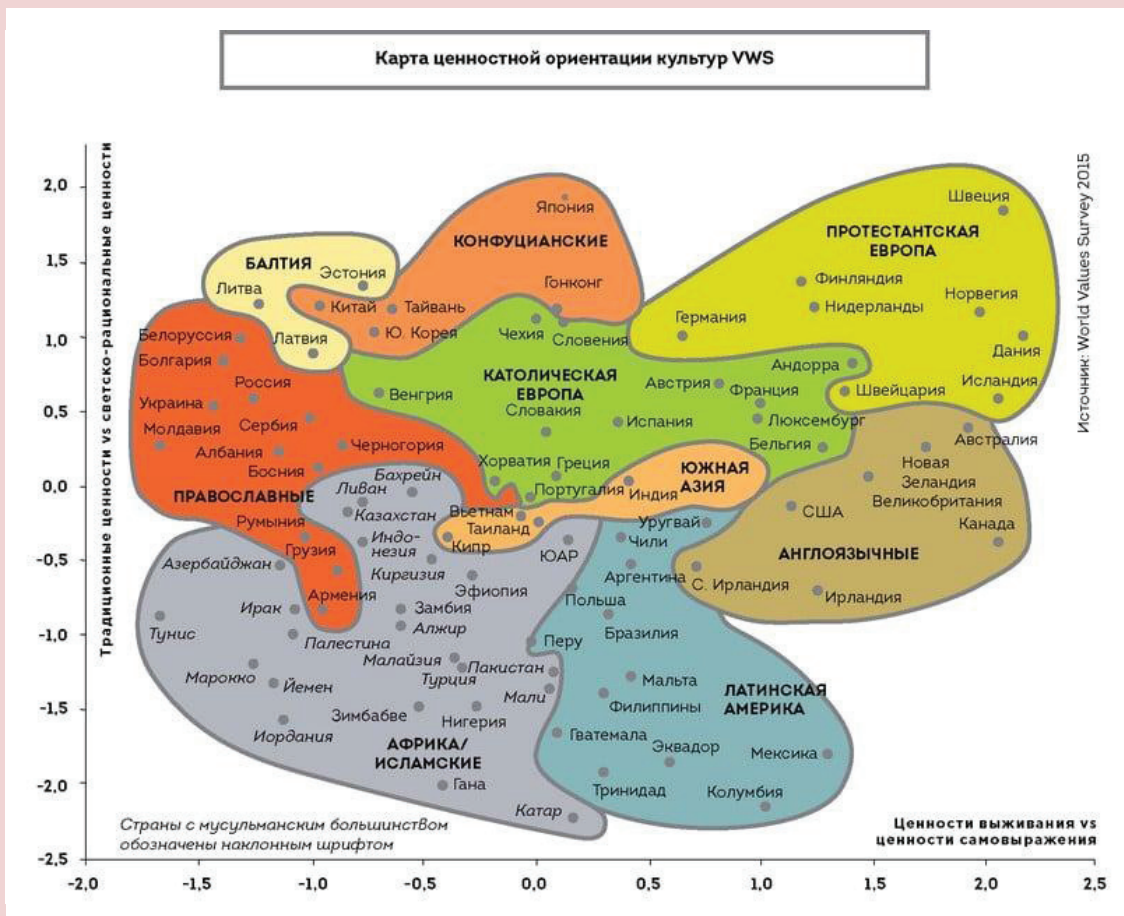
3.1. Применение карты культурных ценностей Р. Инглхарта – Вельцеля при анализе социального предпринимательства

На основе данных World Values Survey (WVS), в начале 70-х годов XX века, Р. Инглхарт и К. Вельцель сформулировали концепцию пост-

материалистических ценностей, в которой предложили новый подход к исследованию ценностей и их изменений от поколения к поколению. Согласно данной концепции, в западных странах молодые обеспеченные люди в меньшей степени интересуются проблемами доходов и безопасности в стране, а в большей – социальными проблемами, проблемами гражданских свобод и экологии. Р. Инглхарт отмечает, что «место экономических достижений как высшего приоритета в настоящее время в обществе постмодерна занимает все большее акцентирование качества жизни» [32]. Вследствие достижения высокого уровня экономической безопасности население стран, осуществивших индустриализацию первыми, сделали упор на постматериальные ценности.

Карта культурных ценностей Р. Инглхарта и Вельцеля представлена на *рис. 1*.

Рисунок 1. Карта культурных ценностей Р. Инглхарта – Вельцеля за 2015 г.



На карте отображены культурные ценности, систематизированные на 1) традиционные и секулярно-рациональные по оси У и 2) ценности выживания и саморазвития по оси Х. Движение снизу вверх характеризует переход от традиционных ценностей к секулярно-рациональным, а движение слева направо – переход от ценностей выживания к самовыражению (постматериалистическим). Традиционные ценности включают значимость религии, абсолютных стандартов и традиционных семейных ценностей; секулярно-рациональные – предполагают снижение внимания традиционным семейным ценностям и авторитету. Ценности выживания сконцентрированы на аспектах экономической и физической безопасности, а также связаны с низким уровнем доверия и терпимости в обществе. Ценности самовыражения придают первостепенное значение субъективному благополучию, самовыражению и качеству жизни.

В рамках данного исследования мы проанализировали, каким образом сочетание описанных ценностей связано с уровнем развития социального предпринимательства.

Культурные особенности поведения отражают собой совокупность личных ценностей, которых придерживаются граждане [25]. Отсюда следует, что количество социально-ориентированных предпринимателей пропорционально количеству людей в стране, придерживающихся ценностей, согласующихся с социальным предпринимательством. Социальные предприниматели стремятся путем своей деятельности решать социальные проблемы и участвовать в деятельности по производству общественных благ, что объясняет интерес граждан с просоциальными ценностями к социально-ориентированной деятельности. Таким образом, основной мотивацией социального предпринимателя является создание социальной ценности (а не личного благосостояния), что соответствует ценностям постматериалистических обществ.

Таким образом, теоретическая гипотеза, которая легла в основу исследования, может быть представлена следующим образом: уровень социального предпринимательства в стране зависит от ценностей постматериалистических обществ. Для подтверждения правомерности выдвижения данной гипотезы было проанализировано, каким образом страны с различным

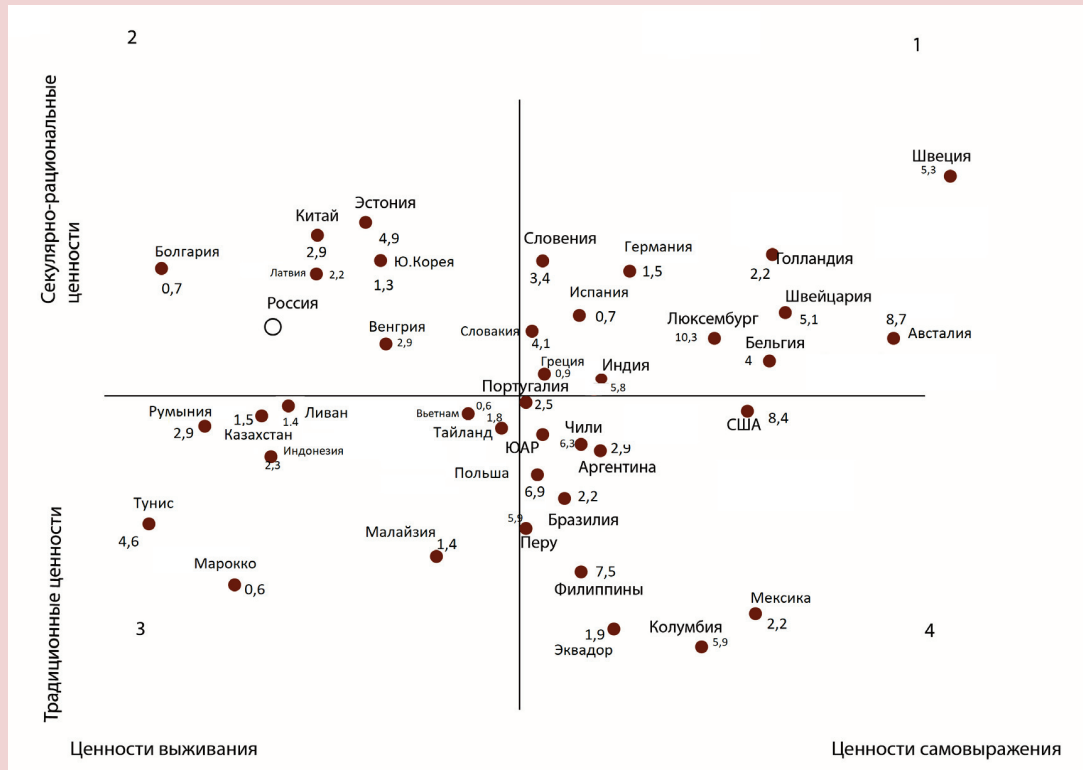
уровнем социального предпринимательства распределены по квадрантам карты Инглхарта (рис. 2). Уровень социального предпринимательства отмечен рядом точкой, показывающей положение страны на карте. Для этого были использованы корреляционный анализ и анализ статистических данных.

Прежде всего, было проверено, есть ли связь между уровнем социального предпринимательства и значением коэффициента, описывающим постматериалистические ценности на карте Инглхарта. Мы получили, что связь между данными переменными имеется, хотя она и является слабой ($r = 0,36$). Анализ средних значений в каждом из квадрантов показал, что в первом и четвертом квадранте среднее значение уровня социального предпринимательства 4,1% и 4,58% соответственно, в то время как во втором и третьем квадрантах – 2 и 2,63% соответственно. Также в 1 и 4 квадрантах находится 63% выборки.

Таким образом, предположение о том, что постматериалистические ценности влияют на уровень социального предпринимательства, определило дальнейшее направление нашего исследования, а также послужило обоснованием возможности применения опросника WVS для исследования социального предпринимательства.

Согласно последней волне исследования WVS, Россия на карте Инглхарта-Вельцеля находится в верхнем левом квадранте, что свидетельствует о высокой степени индустриального развития, но низком уровне постиндустриального. В отчете GEM за 2015 г., используемом в данной работе, показатели по России отсутствуют, однако доля населения, занятого в социальном предпринимательстве, в отчете за 2009 г. GEM составляла 1,23%, в то время как в США этот показатель был на уровне 5%. Если следовать концепции, что страны находящиеся на постиндустриальной стадии развития, имеют больше возможностей для изменения институциональной среды социального предпринимательства, то Россия находится на начальной стадии формирования социально-ориентированной деятельности, а, следовательно, с развитием постиндустриального этапа модернизации, изменением культурных ценностей и неформальных институтов будет развиваться и социальное предпринимательство.

Рисунок 2. Распределение стран с различным уровнем социального предпринимательства на карте Инглхарта – Вельцеля



Источник: составлено авторами на основе карты Инглхарта.

3.2. Факторы, влияющие на социальное предпринимательство

Для достижения цели данного исследования на основе теоретического анализа были определены факторы, характеризующие неформальную институциональную среду и в большей степени влияющие на уровень социального предпринимательства.

В качестве первого фактора рассмотрены социальные потребности общества. Как было отмечено ранее, приоритетность социальной миссии над иными целями является ключевым фактором принятия решения в пользу социально-предпринимательской деятельности [33]. При этом социальная миссия проявляется в выяснении неудовлетворенных социальных потребностей или формировании новых способов их решения. Переменная, отображающая социальные потребности, получена с помощью данных WVS, измеряющих ценности, которых придерживается общество с точки зрения при-

оритетных направлений развития их стран. Для исследования выбран показатель приоритетности социальных целей, отражающий процент взрослого населения, считающего достижение социальных целей более приоритетным, чем экономических.

В качестве второго фактора, характеризующего неформальную институциональную среду, использована активность населения в деятельности организаций с социальными целями. Данный выбор сделан на основе исследований С. Элворда, Л. Брауна и С. Летс, которые в качестве ключевого фактора развития социального предпринимательства рассматривают предшествующий социальный опыт предпринимателей, способствующий созданию поддерживающих сетей [34]. Предыдущие исследования показывают, что высокий уровень участия граждан в общественных организациях может позитивно влиять на увеличение количества социальных предпринимателей благодаря осоз-

нению общественных проблем и полученному опыту. Для измерения уровня социальной активности граждан мы использовали данные WVS, отражающие процент взрослого населения, являющегося частью ассоциаций или организаций с социальными целями, в частности религиозные, гуманитарные организации и группы взаимопомощи.

В качестве третьего фактора, характеризующего неформальную институциональную среду, была рассмотрена степень автономности общества. В обществах с сильными социальными связями между их членами отсутствует потребность в социально-ориентированной деятельности, так как все социальные проблемы решаются внутри семьи или общины. При высокой степени автономности общества, где наблюдается высокая обособленность членов общества, требуется особый механизм решения социальных проблем, которым, в том числе, может являться социальное предпринимательство. Кроме того, согласно концепции американской школы изучения социального предпринимательства, данный вид деятельности должен иметь инновационный характер [39]. В исследовании «Общественный договор» Г. Хофстеде приходит к выводу, что в странах с ярко выраженным индивидуальным началом наблюдаются высокие показатели инновационной деятельности. Для измерения степени автономности общества был использован показатель, характеризующий долю граждан, считающих себя автономными, то есть не рассматривающих себя как часть страны, региона или отдельного локального сообщества. В качестве информационной базы также использовались данные опроса WVS.

Четвертым фактором, анализируемым в научной литературе, является гендерное равенство в обществе. Культурные ценности и ожидания влияют на характер гендерных ролей, принятых в обществе, а именно на то, какие возможности для работы и карьеры приемлемы для женщин. Степень гендерных отличий – важнейший аспект социальной структуры, на который может воздействовать культура. Измерение равенства по гендерному признаку производится по таким параметрам, как социальное равенство, здоровье, трудоустройство. Гендерные роли значительно изменились за последние 25 лет, в то время как культура ме-

нялась не столь интенсивно. Однако культура обладает свойством ускорения или замедления изменения полоролевых отношений [32, с. 83]. В исследовании К. Николас и А. Рубио, посвященном распределению гендерных ролей в классическом и социальном предпринимательстве, сделан вывод, что в странах с неразвитой экономикой процент женщин, принимающих участие в социально-ориентированной деятельности на операционной стадии развития, в два раза ниже, чем мужчин. Разрыв между мужчинами и женщинами в развитых странах составляет 31% в пользу мужчин. Кроме того, хотя доля женщин, занятых в социальном предпринимательстве, постепенно увеличивается, инициативы, созданные женщинами в развивающихся странах, хрупки. Когда дело доходит до финансового обеспечения социальных предприятий, организованных женщинами, два из трех предприятий закрываются. В то время как предприятия, организованные мужчинами, прекращают свое существование только в половине случаев [37]. Представленные аргументы обосновывают правомерность включения данного фактора в модель.

Несмотря на общую тенденцию благоприятного устойчивого развития социального предпринимательства в странах с высоким уровнем гендерного равенства, в нашем исследовании есть исключения. Такие страны, как Индия и Ботсвана, имеют низкий показатель гендерного равенства, однако, по данным GEM, в этих странах высокий процент населения, занятого в социально-ориентированной деятельности. По данным исследования Фонда «Томпсон Рейтер», Индия является страной с огромным внутренним рынком и легким доступом к инвестициям. При этом иностранцы, особенно американцы, видят возможности инвестирования в проекты Индии¹. В то время как традиционные инвесторы могут скептически относиться к социальным предприятиям, существует сильная вовлеченность женщин и представителей населения в возрасте от 18 до 34 лет в данный вид деятельности. Согласно исследованию, проведенному Банком Америки в 2016 г., 85% молодежи были заинтересованы в том, чтобы их инвестиции привели к социальным изменениям. Было также установлено, что заинтере-

¹ <http://poll2016.trust.org>

сованность женщин в сравнении с мужчинами в данном вопросе выше. Согласно исследованию Фонда «Томсон Рейтер», получение доступа к инвестициям остается одной из крупнейших проблем для социальных предприятий. Однако Индия относится к странам с наиболее доступным финансированием, уступая только Канаде, Сингапуру, США и Бельгии². Высокий показатель социального предпринимательства в Сенегале обусловлен вовлеченностью власти в процесс привлечения иностранных инвестиций и упрощение легализации бизнеса. Так, упрощен доступ к недвижимости, а также созданы гарантийные фонды, покрывающие риски, связанные с сельским хозяйством и социальным предпринимательством [35]. Исследование о влиянии формальной институциональной среды, в том числе роли инвестиционного климата, также подробно изучается в настоящее время. Однако данные наблюдения могут являться признаком того, что инвестиции играют более важную роль, чем неформальная институциональная среда.

Для анализа данных о гендерном равноправии использован отчет The World Bank (CPIA Gender Equality rating) за 2015 год, в котором для каждой страны определен индекс равноправия женщин в обществе.

При определении влияния представленных факторов на социальное предпринимательство в качестве зависимой переменной использован показатель развития социального предпринимательства, приведенный в отчете Global Entrepreneurship Monitoring (GEM). GEM – это глобальное исследование предпринимательства, проводимое ассоциацией университетов. Цель данного исследования – межстрановое сравнение предпринимательской активности. В исследованиях GEM используется единая система измерений во всех изучаемых странах, к 2009 г. количество исследуемых стран достигло 80. GEM ежегодно проводит выборочные опросы случайных 2 000 человек взрослого населения в каждой стране, а затем аккумулирует информацию о всех сторонах деятельности социального предпринимательства. В данном исследовании используется отчет об исследованиях социально-ориентированной деятельности GEM за 2015г., в котором произведен

опрос 167 793 человек в 83 странах. GEM определяет показатели развития социального предпринимательства в странах мира с помощью процентного соотношения лиц, занятых в социально-ориентированной деятельности, и общего числа населения с 18 до 64 лет. Этот отчет является крупнейшим сравнительным исследованием социального предпринимательства в мире. С одной стороны, данная методология позволяет учесть неформальную предпринимательскую деятельность, но с другой – не дает гарантий объективных ответов респондентов.

4. Процедура исследования

С целью дальнейшего моделирования влияния неформальной институциональной среды на социальное предпринимательство были сформулированы 4 гипотезы о воздействии теоретически выявленных факторов на уровень развития социального предпринимательства:

1) *при росте приоритетности социальных целей над экономическими растет уровень социального предпринимательства (X_1);*

2) *при росте активности населения в деятельности организаций с социальными целями растет уровень социального предпринимательства (X_2);*

3) *при росте автономности общества растет уровень социального предпринимательства (X_3);*

4) *при росте гендерного равенства растет уровень социального предпринимательства (X_4).*

Помимо представленных факторов при анализе влияния неформальной институциональной среды, нами было проанализировано более 10 показателей, характеризующих религиозные особенности, активность граждан, экономический рост, уровень равноправия и т.д. Однако в связи с тем, что корреляция между данными факторами оказалась крайне слабой, коэффициенты регрессии незначимы, а также не подтверждены теоретически, они были исключены из дальнейшего анализа.

В ходе проверки данной гипотезы авторами были использованы статистические данные, предоставленные GEM, WVS, World Bank за 2015 год в 30 странах мира. С помощью многофакторного нелинейного регрессионного анализа, была разработана эконометрическая модель, отражающая зависимость социального предпринимательства от неформальных институтов.

² <http://poll2016.trust.org>

При построении модели был сделан предварительный анализ исходных статистических данных, в результате которого выявлен наиболее подходящий тип функциональной зависимости между рассматриваемыми экономическими процессами. На втором этапе проведен корреляционный анализ исследуемых факторов, который позволил определить, присутствуют ли в модели факторы, формирующие такое негативное явление, как мультиколлинеарность. На третьем этапе была непосредственно построена многофакторная модель; на четвертом этапе – проведено исследование качества построенной модели. Пятый этап включал в себя проверку и устранение автокорреляции остатков в модели. На этапах обработки данных применялись такие программные продукты, как MS Excel и E-views. Полученные в ходе анализа эконометрические модели представлены в следующем параграфе.

5. Результаты исследования

Для проверки сформулированных гипотез и дальнейшего моделирования влияния неформальной институциональной среды на социальное предпринимательство были рассмотрены следующие переменные:

Y – доля населения, занимающаяся социальным предпринимательством в конкретной стране;

X_1 – процент взрослого населения, считающего достижение социальных целей приоритетным над экономическим развитием;

X_2 – процент взрослого населения, являющегося частью ассоциаций или организаций с социальными целями, в частности религиозных, гуманитарных организаций и групп взаимопомощи;

X_3 – доля населения, считающая себя автономными членами общества.

На первоначальном этапе анализа данных было выявлено, что распределение случайных величин по тестируемым факторам и зависимой переменной Y является нелинейным. Распределение имеет форму степенной зависимости. В связи с этим исходные данные были преобразованы в нелинейный вид, а затем построена регрессионная нелинейная модель.

В результате анализа матрицы попарных корреляций установлено, что мультиколлинеарность в модели отсутствует (*табл. 1*).

После устранения факторов, не оказывающих существенного влияния по итогам проверки выполнения гипотезы незначимости коэффициентов регрессии, была установлена зависимость уровня социального предпринимательства от факторов X_3 и X_4 .

Результаты регрессионного анализа представлены в *таблице 2*.

Таблица 1. Результаты корреляционного анализа

	Y	X_1	X_2	X_3	X_4	X_5
Y	1					
X_1	0,30350605	1				
X_2	0,222013327	0,643	1			
X_3	0,382891553	0,227	0,341	1		
X_4	0,481958601	0,321	0,221	0,015	1	

Таблица 2. Результаты регрессионного анализа

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
LN_X3_	0.370193	0.150195	2.464755	0.0204
LN_X4_	2.858845	0.914802	3.125098	0.0042
C	-3.559549	1.200329	-2.965477	0.0063
R-squared	0.373294	Mean dependent var		1.074841
Adjusted R-squared	0.326871	S.D. dependent var		0.722148
S.E. of regression	0.592483	Akaike info criterion		1.885649
Sum squared resid	9.477964	Schwarz criterion		2.025769
Log likelihood	-25.28474	Hannan-Quinn criter.		1.930475
F-statistic	8.041184	Durbin-Watson stat		2.019726
Prob(F-statistic)	0.001821			

После преобразования данная модель была представлена в следующем виде:

$$y = e^{-3,56} \times X_3^{0,37} \times X_4^{2,86}.$$

На следующем этапе проведена оценка адекватности и достоверности полученных результатов. Значимость коэффициента детерминации (F -statistic=0.0018) позволяет сделать вывод о том, что модель в целом достоверна, а также подтверждает репрезентативность выборки. Коэффициент детерминации $R^2=0,37$ указывает на то, что вариация показателей развития социального предпринимательства примерно на 37% зависит от показателей, отобранных на этапе моделирования матрицы парных коэффициентов корреляции. Проверка нулевой гипотезы незначимости коэффициентов регрессии показала, что выбранные факторы действительно оказывают влияние, их коэффициенты регрессии статистически достоверны и значимы. Значение F -критерия и уровень значимости p демонстрируют, что построенная модель значима при уровне значимости $\alpha=0,05$. На заключительном этапе выполнена проверка выполнения предпосылок метода наименьших квадратов Гауса–Маркова. В частности, математическое ожидание случайного отклонения остатков для всех наблюдений стремится к 0. Тест Дарбина-Уотсона, используемый для проверки модели на наличие автокорреляции остатков ($d_{расч} = 2,278$) показал, что зависимость между остатками отсутствует, они распределены случайным образом:

$$DW = \frac{\sum(e_t - e_{t-1})^2}{\sum e_t^2} = \frac{19,1429}{8,4043} = 2,278.$$

Также модель прошла проверку на гетероскедастичность с помощью визуального анализа графика остатков. Признаков непостоянства дисперсии и зависимости остатков не обнаружено, модель является гомоскедастичной.

Таким образом, проверка качества показала, что модель является достоверной, и подтвердила влияние факторов неформальной институциональной среды на социальное предпринимательство.

6. Обсуждение результатов

Проведенный регрессионный анализ показал, что приоритетность социальных целей над экономическими и активность участия населе-

ния в деятельности организаций с социальными целями не оказывают влияния на уровень развития социального предпринимательства.

Согласно построенной модели значимыми факторами являются автономность членов в обществе и гендерное равенство. Это свидетельствует о том, что выполняются только третья и четвертая гипотезы.

Влияние автономности членов в обществе на уровень развития социального предпринимательства объясняется прежде всего тем, что в обществе с сильными социальными связями между ее членами решение социальных проблем зачастую происходит внутри семьи или общины, что свидетельствует об отсутствии потребности в формировании и развитии социального предпринимательства. При этом значение показателя степени при X_3 , равное 0,37, свидетельствует о том, что скорость роста автономности членов общества выше социального предпринимательства.

Влияния гендерного равенства на развитие социального предпринимательства подтверждает тезис Ф. Уилсона и Дж. Киккула о наличии «женского лица» у социального предпринимательства. Это связано с тем, что женщины более ориентированы на ценности самовыражения, чем на получение прибыли. Однако экономические и социальные мотивы не являются взаимоисключающими. Важно отметить, что для развития социального предпринимательства женщинам необходимо обладать правами, позволяющими вести социально-ориентированную деятельность. Значение показателя степени при X_4 свидетельствует о том, что значение данного фактора велико. Скорость роста социального предпринимательства выше скорости роста индекса гендерного равенства в обществе.

При анализе данной модели также следует упомянуть о значении свободного члена, равного $e^{-3,56}$ ($\approx 0,028$). Проверка качества данной модели показала, что свободный член для данной модели значим. Это свидетельствует о наличии других факторов, влияющих на социальное предпринимательство. Мы полагаем, что в величине свободного члена скрыто влияние формальных институтов на социальное предпринимательство. Более детально данный вопрос планируется изучить в будущих наших исследованиях.

Сопоставляя полученные в ходе моделирования результаты с картой Р. Инглхарта, правомерно сделать вывод о тесной связи степени автономности общества с формированием секулярно-рациональных ценностей в обществе (ось у), то есть чем выше показатель автономности, тем более вероятно развитие социально-ориентированной деятельности в данной стране.

Гендерное равенство влияет на формирование ценностей самовыражения, однако оно характеризует их не в полной мере. Таким образом, говорить о прямой зависимости между наличием ценностей самовыражения в обществе и гендерным равенством неправомерно. Но наиболее высокие показатели гендерного равенства, согласно данным Всемирного экономического форума, наблюдаются в странах Северной Европы, Северной Америки и Австралии. Все эти страны расположены в 1-м и 4-м квадранте карты Р. Инглхарта и им также присущи высокие показатели ценностей самовыражения.

7. Заключение

В данном исследовании с целью моделирования влияния неформальной институциональной среды на социальное предпринимательство в мировом пространстве были получены следующие результаты.

Во-первых, был проведен анализ подходов к анализу неформальных институтов. Показано, что данная проблема поднимается в работах как зарубежных, так и отечественных ученых.

В работе рассмотрены различные подходы к анализу влияния неформальной институциональной среды на социально-экономические процессы и обосновано применение карты Инглхарта при исследовании социального предпринимательства.

Во-вторых, на основе данных о развитии социального предпринимательства в различных странах, а также посредством применения карты Р. Инглхарта была построена адаптированная карта для стран с различным уровнем социального предпринимательства.

В-третьих, построена нелинейная многофакторная модель, демонстрирующая влияние неформальной институциональной среды на социальное предпринимательство. Обосновано, что наиболее значимыми факторами неформальной среды, оказывающими воздействие на социальное предпринимательство, является автономности членов и гендерное равенство в обществе.

Значимость представляемого исследования состоит в обосновании необходимости учета неформальной институциональной среды при исследовании социального предпринимательства. Данное исследование может быть развито посредством учета добавления факторов, описывающих формальную институциональную среду, а также факторов, определяющих данное влияние в различных группах стран. Данное направление будет реализовано в будущих исследованиях авторов.

Литература

1. Austin J., Stevenson H., Wei-Skillern J. Social and commercial entrepreneurship: same, different or both? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2006, no. 30 (1), pp. 1–22. DOI: 10.5700/rausp1055.
2. Попов Е.В., Веретенникова А.Ю., Козинская К.М. Социальное предпринимательство как объект институционального анализа // Вестник Пермского университета. Сер. «Экономика» = Perm University Herald. Economy. 2017. Том 12. № 3. С. 360–374. DOI:10.17072/1994-9960-2017-3-360-374.
3. Dacin M.T., Goodstein J., Scott W.R. Institutional theory and institutional changes. *The Academy of Management Journal*, 2002, vol. 45, no. 1, pp. 45–57. DOI: 10.2307/3069284.
4. Stephan U., Uhlaner L., Stride C. Institutions and social entrepreneurship: the role of institutional voids, institutional support, and institutional configurations. *Journal of International Business Studies*, 2015, vol. 46, no. 3, pp. 308–331. DOI: 10.1057/jibs.2014.38.
5. Zahra S., Gedajlovic E., Neubaum D., Shulman J. A typology of social entrepreneurs: motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 2009, no. 24, pp. 519–532. DOI: 10.1016/j.jbusvent.2008.04.007.
6. Schwartz S.H. A theory of cultural value orientations: explication and applications. *Comparative Sociology*, 2006, no. 5 (2–3), pp. 137–182.

7. Estrin S., Mickiewicz T., Stephan U. Entrepreneurship, social capital, and institutions: social and commercial entrepreneurship across nations. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2013, no. 37 (3), pp. 479–504. DOI: 10.1111/etap.12019.
8. Dees J., Emerson J., Economy P. *Enterprising nonprofits: a toolkit for social entrepreneurs*. New York: John Wiley & Sons, 2001.
9. Mair, J., & Marti, I. Social entrepreneurship research: a source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 2006, vol. 41, no. 1, pp. 36–44.
10. Dees J., Anderson B. Framing a theory of social entrepreneurship: building on two schools of practice and thought [Электронный ресурс]. URL: <https://centers.fuqua.duke.edu/case/wp->
11. Hoogendoorn Br. *What do we know about social entrepreneurship: an analysis of empirical research?* Erasmus University Rotterdam, 2009.
12. Кадол Н.Ф. Социальное предпринимательство в рыночной экономике. Брянск: Дельта, 2009. 148 с.
13. Арай Ю.Н., Бурмистрова Т.А. Специфика бизнес-моделей в социальном предпринимательстве // Российский журнал менеджмента. 2014. Т. 12, № 4. С. 55–78.
14. Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования / под ред. А.А. Московской; ВШЭ, М., 2011. URL: <http://parksqt.tsu.ru/upload/iblock/e78/e7831f3299fc0bdb41b45d08adc41e2b.pdf>
15. Попов Е.В., Веретенникова А.Ю., Козинская К.М. Эволюция социального предпринимательства в мировом пространстве // Вестник УрФУ. Серия: Экономика и управление. 2017. Т. 16. № 3. С. 379–402. DOI: 10.15826/vestnik.2017.16.3.019.
16. Gras D., Moss T., Lumpkin G. The use of secondary data in social entrepreneurship research: assessing the field and identifying future opportunities. In: Short J. (Ed.). *Social Entrepreneurship and Research Methods (Research Methodology in Strategy and Management)*. Emerald Group Publishing Limited, 2014. Vol. 9. Pp. 49–75.
17. Kerlin J.A. Pollak T. Nonprofit commercial revenue. A replacement for declining government grants and private contributions? *The American Review of Public Administration*, 2011, no. 41 (6), pp. 686–704.
18. Carroll D.A., Stater K.J. Revenue diversification in nonprofit organizations: does it lead to financial stability? *Journal of Public Administration Research and Theory*, 2008, vol. 19, no. 4, pp. 947–966.
19. Веблен Т. Теория праздного класса. М.: Прогресс, 1984. С. 204.
20. Норт Д.К. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. М.: Фонд экономической книги «Начала», 1997. 180с.
21. Scott W. R. *Institutions and Organizations*. Thousand Oaks: Sage Publications, 1995.
22. Williamson C.R. *Contracting Institutions*. Mississippi State University. December 18, 2012. Available at: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=219129S. P. 4.
23. Pejovich S. The effects of the interaction of formal and informal institutions on social stability and economic development, *Journal of Markets & Morality*, 1999, vol. 2, no. 2, pp. 164–181.
24. Тамбовцев В.Л. Экономическая теория неформальных институтов. М.: РГ-Пресс, 2014. 174 с.
25. Schwartz S.H. A theory of cultural value orientations: explication and applications. *Comparative Sociology*, 2006, no. 5 (2–3), pp. 137–182.
26. Аузан А.А., Никишина Е.Н. Долгосрочная экономическая динамика: роль неформальных институтов // Журнал экономической теории. 2013. № 4. С. 48–57.
27. Полищук Л., Меняшев Р. Экономическое значение социального капитала // Вопросы экономики. 2011. № 12. С. 46–65.
28. Hofstede G. *Culture Consequences: 2nd edition*. Sage Publications, 2001.
29. Puumalainen K., Sjögrén H., Syrjä P., Barraket J. Comparing social entrepreneurship across nations: An exploratory study of institutional effects. *Canadian Journal of Administrative Science*, 2015, no. 32, pp. 276–287. DOI: 10.1002/cjas.1356.
30. Schwartz S.H. Universals in the content and structure of values: theory and empirical tests in 20 countries. *Advances in Experimental Social Psychology*, 1992, vol. 25, pp. 1–65.
31. Лебедева Н.М., Татарко А.Н. Ценности культуры и развитие общества / ГУ ВШЭ, М., 2007. С. 81.

32. Инглхарт Р., Вельцель К. Модернизация, культурные изменения и демократия. Последовательность человеческого развития – Фонд «Либеральная миссия», М., Новое издательство, 2011.
33. Dees J. G. *The Meaning of Social Entrepreneurship. Draft Report for the Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership*. Stanford, CA: Stanford University, 1998.
34. Alvord S., Brown L., Letts C. Social entrepreneurship and societal transformation. *Journal of Applied Behavioral Science*, 2004, no. 40 (3), pp. 260–282.
35. Sara C., Minard L. Valuing entrepreneurship in the informal economy in Senegal. *Social Enterprise Journal*, 2009, vol. 5, no. 3, pp. 186–209.
36. Peng M., Wang D., Jiang Y. An institution-based view of international business strategy: a focus on merging economies. *Journal of International Business Studies*, 2008, vol. 39, no. 5, pp. 920–936.
37. Nicolas C., Rubio A. Social enterprise: gender gap and economic development. *European Journal of Management and Business Economics*, 2016, vol. 25, no. 2, pp. 56–62. DOI: 10.1016/j.redeen.2015.11.001.
38. Шварц Ш. Культурные ценностные ориентации: природа и следствия национальных различий// Психология. Журнал Высшей школы экономики, 2008. Т. 5. № 2. С. 39.
39. Zahra S., Rawhouser H., Bhawe N., Neubaum D., Hayton J. Globalization of social entrepreneurship opportunities. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2008, no. 2, pp. 117–131. DOI: 10.1002/sej.43.
40. Lepoutre J., Justo R., Terjesen S., and Bosma N. Designing a global standardized methodology for measuring social entrepreneurship activity: the global entrepreneurship monitor social entrepreneurship study. *Small Business Economics*, 2013, no. 40 (3), pp. 693–714. DOI: 10.1007/s11187-011-9398-4.

Сведения об авторах

Евгений Васильевич Попов – д.э.н., чл.-корр. РАН, руководитель Центра экономической теории, Институт экономики Уральского отделения Российской академии наук (620014, Российская Федерация, г. Екатеринбург, ул. Московская, 29; e-mail: erorov@mail.ru), профессор кафедры, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, Институт государственного управления и предпринимательства

Анна Юрьевна Веретенникова – к.э.н., научный сотрудник, Институт экономики Уральского отделения Российской академии наук (620014, Российская Федерация, г. Екатеринбург, ул. Московская, 29; e-mail: vay_uies@mail.ru), доцент кафедры, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, Институт государственного управления и предпринимательства

Илья Викторович Наумов – к.э.н., старший научный сотрудник, Институт экономики Уральского отделения Российской академии наук (620014, Российская Федерация, г. Екатеринбург, ул. Московская, 29; e-mail: Iia_naumov@list.ru), доцент кафедры, Уральский государственный экономический университет, Уральский государственный горный университет

Ксения Михайловна Козинская – магистрант, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, Институт государственного управления и предпринимательства (620014, Российская Федерация, г. Екатеринбург, ул. Ленина, 136; e-mail: ksush1@yandex.ru)

Popov E.V., Veretennikova A.Yu., Naumov I.V., Kozinskaya K.M.

Non-Formal Institutional Environment of Social Entrepreneurship

Abstract. Social entrepreneurship as an alternative way to solve social problems is rapidly becoming popular. The efficiency of this type of activity largely depends on the formal institutions operating in the territory under consideration, as well as on the prevailing values, habits, customs peculiar to social groups which do not live on it and form an informal institutional environment. The purpose of the study is to

simulate the impact of informal institutional environment on social entrepreneurship in the global space. The article analyzes the approaches to analysis of informal institutions; it is shown that this problem is raised in works of both foreign and domestic researchers. The Inglehart-Welzel concept of modernization, cultural change and democracy was used in analysis of informal institutional environment. The information framework of the research consists of international reports of the Global Entrepreneurship Monitor, the World Values Survey, the World Bank for 2015 in 30 countries. The analysis of distribution of countries according to Inglehart map criteria shows that successful functioning of social entrepreneurship is facilitated by post-materialistic values developed in the society. The authors of the article construct a non-linear multi-factor model demonstrating the influence of informal institutional environment on social entrepreneurship. It is proved that the most important factors of informal environment having an impact on social entrepreneurship is the autonomy of members in the society, as well as gender equality. The significance of the results is the opportunity to use the identified patterns directly for the development of social entrepreneurship, and solve social problems in general.

Key words: informal institutional environment, social entrepreneurship, factors, Inglehart-Welzel concept, values.

Information about the Authors

Evgenii V. Popov – Doctor of Sciences (Economics), RAS corresponding member, head of the Center for Economic Theory, Institute of Economics, Ural Branch of the Russian Academy of Sciences (29, Moskovskaya street, Yekaterinburg, 620014, Russian Federation; e-mail: epopov@mail.ru)

Anna Yu. Veretennikova – Candidate of Sciences (Economics), researcher, Institute of Economics, Ural Branch of the Russian Academy of Sciences (29, Moskovskaya street, Yekaterinburg, 620014, Russian Federation; e-mail: vay_uiec@mail.ru)

Il'ya V. Naumov – Candidate of Sciences (Economics), Institute of Economics, Ural Branch of the Russian Academy of Sciences (29, Moskovskaya street, Yekaterinburg, 620014, Russian Federation; e-mail: Ilia_naumov@list.ru)

Kseniya M. Kozinskaya – Candidate of Sciences (Economics), graduate student, Institute of Economics, Ural Branch of the Russian Academy of Sciences (13b, Lenin street, Yekaterinburg, 620014, Russian Federation; e-mail: ksush1@yandex.ru)

Статья поступила 12.04.2018.