

Социальный предприниматель как особый тип личности



Радостева Я.Н.
Магистрант, Среднерусский
институт управления – филиал
ФГБОУ ВО «Российская
академия народного хозяйства
и государственной службы при
Президенте РФ», г. Орел


e-mail: yana.r98@mail.ru

Аннотация

Статья направлена на обоснование необходимости исследования личности социального предпринимателя как особого типа. На данных теоретического анализа результатов, проведенных в 2012, 2017 и 2018 годах социологических исследований, выделяются типовые личностные и управленческие характеристики социального предпринимателя, проводится сравнительный анализ данных, выявляются их сходства и различия.

Ключевые слова

• социальный предприниматель • вторичный анализ • личностные характеристики • социологическое исследование • тип личности •



Существует множество типологий личности, которые могут быть разделены по различным основаниям: типы личности по темпераменту, социальные типы, типы личности в соционике и так далее. Среди большого разнообразия типов выделяется такой тип личности, как «Предприниматель ENTJ» (типология в рамках соционики). Интересным данный тип становится потому, что истинных предпринимателей, у которых предрасположенность к бизнесу существует с детства, крайне мало. Более того, данный тип объединяет всех предпринимателей в целом, однако рассматривая предпринимательство через призму экономики, стоит отметить разнообразие предпринимательства как такового. Предпринимательство может быть производственным, коммерческо-торговым и другим. В последние годы набирает популярность такое бизнес-направление, как социальное предпринимательство, которое стало промежуточным звеном между классическим предпринимательством и благотворительной деятельностью. В этой связи нам кажется важным исследование типа личности социального предпринимателя, определение его особенностей и отличий от классических предпринимателей.

В настоящей статье приводятся данные теоретического обзора, проведенного с использованием метода вторичного анализа материалов ранее проведенных социологических исследований и опросов, направленных на выявление специфических характеристик личности социального предпринимателя. Обзор проведен в целях формирования сводных характеристик типа личности «Социальный предприниматель» путем сравнения ранее полученных результатов, выявления изменений таких характеристик с течением времени.


Материалы теоретического анализа могут быть интересны и полезны специалистам и исследователям в области заявленной проблемы. Кроме того, результаты и выводы, к которым приходит автор, могут быть применены как в процессе разработки новых типов личности, ранее не изученных и не выделенных, так и в диагностике потенциальных социальных предпринимателей.

Переходя непосредственно к основной теме статьи, обозначим некоторые свойства бизнес-направления «социальное предпринимательство», которые помогут отличить его от других субъектов экономической деятельности и внести ясность в понимание самой сущности данного феномена.

Законодательно установлено, что предприятие может получить статус социального при удовлетворении одного из четырех возможных условий, которые сводятся к двум альтернативам: либо в штате социального предприятия числятся люди с ограниченными возможностями здоровья или иные наименее защищенные группы граждан, либо деятельность такого предприятия направлена на преодоление или компенсирование ограничений жизнедеятельности таких людей [1]. Социальное предпринимательство сочетает в себе признаки как классического предпринимательства (например, в части получения прибыли и ведения финансово-хозяйственной деятельности), так и благотворительной деятельности (в части социальной направленности). Такое предпринимательство отличается от других бизнес-направлений и структур тем, что для организации и ведения подобной деятельности нужен особый руководитель – социальный предприниматель, умеющий работать с людьми, понимать и защищать их интересы, отличающийся твердостью позиции и открытостью форм деятельности.

Анализ публикаций социологических исследований, посвященных личности социального предпринимателя показал, что социологические исследования на тему личности, её типа и характеристик проводятся достаточно часто, однако исследований личности социального предпринимателя не так много. Первое крупное социологическое исследование на данную тему было проведено в 2012 году АНО «Социологическая мастерская Задорина» (Исследовательская группа ЦИРКОН) [2]. Заказчиком исследования выступил крупнейший российский Фонд региональных социальных программ «Наше будущее». Исследовались ценностные ориентации и общественная активность, социальная ответственность, инновационность мышления и деятельности, экономическая эффективность бизнеса и другое. Также были дополнительно проанализированы такие параметры, как социально-демографические характеристики, мотивация к социальному предпринимательству и взаимодействие внутри сообщества социальных предпринимателей [2]. В результате исследования были определены типовые характеристики социального предпринимателя, среди которых:

1. Открытость и высокий уровень доверия к окружающим.
2. Высокая общественная активность.
3. Готовность помогать развитию местного сообщества.

- 
4. Готовность наряду с государством и общественными организациями участвовать в решении острых социальных проблем.
 5. Превалирование альтруистической мотивации перед финансовой и другие.

На основе данных этого исследования нами сформирован портрет социального предпринимателя того времени: это чаще всего женщина (64%) в возрасте 30-39 лет (32%) с высшим образованием, работающая в бизнесе, в котором участвует вся ее семья (50%). Также результаты показали, что социальный предприниматель 2012 года чаще всего имел опыт общественно полезной деятельности (65%) и стремление найти выход своей жизненной энергии в реализации новой идеи и осуществлении какой-либо социальной инновации (49%). Среди качеств социального предпринимателя отмечается высокий уровень социального доверия, общественная солидарность и выраженное желание к участию в общественной жизни. Такой социальный предприниматель, как правило, проявляет большую заинтересованность в развитии города, региона и целой страны. Важным является тот факт, что для социального предпринимателя главным мотивом занятия подобной деятельностью является самореализация (56%) и реализация определенной социально значимой идеи (53%).

Управленческие черты, отмеченные в теоретическом анализе социального предпринимателя, можно свести к следующему списку:

1. Высокая ответственность за результаты своей деятельности перед клиентами (покупателями) и перед всем обществом.
2. Инновационность и новаторство в комбинировании имеющихся ресурсов для решения социальных проблем, которые нельзя решить классическими способами.
3. Низкое стремление к личной выгоде, превалирование социальной миссии.
4. Стремление к долгосрочным социальным изменениям и трансформированию социальной реальности.
5. Высокоразвитая способность налаживать контакты с людьми, эмоциональная открытость и другое.

Таким образом, итоги указанного социологического исследования 2012 года еще задолго до законодательного признания бизнес-направления позволили сформулировать типовые характеристики личности социального предпринимателя и остаются актуальными и значимыми, несмотря на прошедшее почти десятилетие.

С позиций нашего анализа важным представляется и социологическое исследование, проведенное MeYou в ноябре 2017 года в рамках Всероссийского слета социальных предпринимателей с использованием нетворкинг-сервиса [4]. Его результаты позволили сделать вывод о том, что 44% опрошенных считают социальное предпринимательство благотворительностью, а социальных предпринимателей – участниками благотворительной деятельности. Однако две трети все-таки понимают, что социальное предпринимательство – это бизнес и, соответственно, называть социальных предпринимателей благотворителями не совсем корректно и правильно.

Почти 95% респондентов отметили, что считают подобную предпринимательскую деятельность одним из направлений решения социальных проблем предпринимательством, находящемся на пересечении бизнеса и благотворительности [4]. Анализ данных этого опроса позволяет сделать вывод, что даже спустя 5 лет после проведенного аналогичного исследования исследовательской группы ЦИРКОН (2012 г.) исследования все еще не сформировалось устойчивого понимания личности социального предпринимателя. Единственное, что осталось неизменным – превалирование социальной миссии и стремление к решению социальных проблем.

Еще один опрос, важный для нашего теоретического анализа, был проведен в 2018 году НИУ «Высшая школа экономики» совместно с исследовательской группой ЦИРКОН и Social Business Group. Отличие его от аналогичного опроса 2012 года в более углубленном формате, что позволило расширить характеристики социального предпринимателя за счет следующих характеристик:

1. «Семейность», которая проявляется в наличии у социального предпринимателя семьи, а также в участии её членов в социальном предприятии.
2. Отсутствие иных источников дохода, кроме предпринимательской деятельности, либо получение

социальных выплат от государства.

3. Понимание предназначения своего бизнеса не только как источника получения прибыли.

4. Ценности роста, открытость изменениям и выход из зоны комфорта.

5. Ценность заботы о других людях и тому подобное.

Сравнительный анализ включенных в теоретический обзор социологических исследований позволил установить, что с течением времени отношение к социальному предпринимателю как специфическому типу личности изменилось в сторону его признания не только в узких кругах предпринимателей и исследователей бизнеса, но и среди разных социальных слоев общества. Следует отметить единство результатов проведенных в разные годы опросов в части признания общественной значимости социального предпринимательства и роли в этом личности его руководителя (социального предпринимателя). Среди сходств, выявленных в ходе названных опросов, можно выделить: предприимчивость, склонность к инновациям; экстравертность, открытость миру и людям; оптимизм; оригинальность и креативность; гибкость к изменениям в окружающей среде.

Выделились и специфические черты типа «Социальный предприниматель», которые отличают его не только от указанного типа, но и от иных типов личности:

1. Повышенный уровень лояльности, отзывчивости и терпеливости в силу особенностей работы с наименее защищенными слоями населения.

2. Решительность и стойкость в принятии решений в кризисных ситуациях, стрессоустойчивость.

3. Превалирование социальной миссии, альтруистических мотивов к занятию социальным предпринимательством и другое.

Безусловно данные, полученные в результате нашего теоретического анализа, являются лишь обобщенными характеристиками, однако они указывают, что деятельность социального предпринимателя уникальна и общественно значима, отличается социальной направленностью (здесь наши идеи пересекаются с идеями коллег [5]), а его личность обладает особыми характеристиками, именно поэтому нуждается в более детальном изучении.

Список использованной литературы:

1. О внесении изменений в Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» в части закрепления понятий «социальное предпринимательство», «социальное предприятие»: Федеральный закон от 26.07.2019 № 245-ФЗ // СЗ РФ. – 27.07.2019. – № 30. – Ст. 4147.

2. Портрет социального предпринимателя: ключевые характеристики. Отчет по итогам опроса социальных предпринимателей, 2013. URL: http://www.zircon.ru/upload/iblock/e4e/Portret_SP_Otchet.pdf (дата обращения: 15.09.21).

3. Портрет социального предпринимателя. Кто он и как чувствует себя в России // Научно-образовательный портал IQ HSE RU. URL: <https://iq.hse.ru/news/226580020.html> (дата обращения: 15.09.21).

4. Что показал опрос участников Слета социальных предпринимателей? // НОВЫЙ БИЗНЕС: Социальное предпринимательство. URL: <http://nb-forum.ru/news/reportages/chto-pokazal-opros> (дата обращения: 15.09.21).

5. Синягин Ю.В. Социальная направленность как характеристика личности руководителя государственной службы // Образование личности. 2019. № 1. С. 40-45.

Social entrepreneur as a special type of personality

Radosteva Ya.N.

Central Russian Institute of Management – branch of The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration

E-mail: yana.r98@mail.ru

Abstract

The article is aimed at substantiating the need to study the personality of a social entrepreneur as a special type. Based on the data of a theoretical analysis of the results of sociological research conducted in 2012, 2017 and 2018, typical personal and managerial characteristics of a social entrepreneur are distinguished, a comparative analysis of the data is carried out, and their similarities and differences are revealed.

Key words

• social entrepreneur • secondary analysis • personal characteristics • sociological research • personality type •

References

1. On amendments to the Federal Law «On the Development of Small and Medium Business in the Russian Federation» in terms of consolidating the concepts of «social entrepreneurship», «social enterprise»: Federal Law of 26.07.2019 No. 245-FZ // SZ RF. – 27.07.2019. – No. 30. – Art. 4147.
2. Portrait of a social entrepreneur: key characteristics. Report on the results of a survey of social entrepreneurs, 2013. URL: http://www.zircon.ru/upload/iblock/e4e/Portret_SP_Otchet.pdf (accessed: 15.09.21).
3. Portrait of a social entrepreneur. Who is he and how he feels in Russia // Scientific and educational portal IQ HSE RU. URL: <https://iq.hse.ru/news/226580020.html> (accessed: 15.09.21).
4. What did the survey of the participants of the Meeting of Social Entrepreneurs show? // NEW BUSINESS: Social entrepreneurship. URL: <http://nb-forum.ru/news/reportages/что-показал-опрос> (accessed: 15.09.21).
5. Sinyagin Yu.V. Social orientation as a characteristic of the personality of the head of the civil service // Personality education. 2019. N 1. P.40-45.