

Для цитирования: Веретенникова А. Ю., Козинская К. М. Влияние цифровой трансформации неформальной институциональной среды на социальное предпринимательство с учетом концепции жизненного цикла // Журнал экономической теории. — 2020. — Т.17. — № 4 — С. 932-943

<https://doi.org/10.31063/2073-6517/2020.17-4.15>

УДК 330.341.2; 334.025

JEL: O35, C40

А. Ю. Веретенникова, К. М. Козинская

Институт экономики Уральского отделения Российской академии наук  
(Екатеринбург, Российская Федерация; e-mail: vay\_uiec@mail.ru)

## ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ НЕФОРМАЛЬНОЙ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ СРЕДЫ НА СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО С УЧЕТОМ КОНЦЕПЦИИ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА<sup>1</sup>

*Развитие социального предпринимательства как относительно новой формы решения социальных проблем в обществе зависит от множества факторов, в частности, от формальной и неформальной институциональной среды, поддающейся трансформации в условиях технологических изменений. Системы обработки информации и различные виды активности, связанные с цифровыми технологиями, затрагивают практически все аспекты экономической деятельности. Цель данного исследования — анализ и обоснование влияния процессов цифровой трансформации неформальной институциональной среды на различные стадии жизненного цикла социального предприятия на примере опыта европейских стран. Информационной базой исследования стали международные отчеты GEM (Global Entrepreneurship Monitor), EIDES (European Index of Digital Entrepreneurship Systems). В качестве метода исследования был применен регрессионный и корреляционный анализ. В ходе проверки гипотез о влиянии цифрового компонента неформальных институтов на развитие социального предпринимательства показана значимость доступности интернета для домохозяйств на этапе операционной деятельности.*

*Теоретическая значимость полученных результатов заключается в выявлении закономерностей развития социального предпринимательства при учете цифрового компонента развития неформальных институтов. Практическая значимость состоит в обосновании важности учета жизненного цикла организации при проектировании экономических институтов, стимулирующих развитие социального предпринимательства.*

**Ключевые слова:** социальное предпринимательство, цифровая трансформация, неформальная институциональная среда, доступность интернета

### 1. Введение

В последние два десятилетия социальное предпринимательство вызывает все больший интерес во всем мировом пространстве, в том числе в научных исследованиях. Данный феномен может быть объяснен экономическими, социальными и политическими изменениями, ориентированными на повышение эффективности ресурсов на различных уровнях управления. С одной стороны, как на региональном и национальном, так и на глобальном уровне наблюдается рост потребности в решении социальных проблем, с другой — формируются новые альтернативные способы решения данных задач путем повышения активности гражданского общества. Обозначенный тренд стимулирует интерес к развитию социального предпринимательства как новой форме предпринимательства и способу решения соци-

ально значимых задач, стоящих перед обществом. Ключевой особенностью данного типа деятельности является так называемая «гибридная ценность», предполагающая как социальную, так коммерческую значимость предлагаемых решений.

Ориентация социальных предпринимателей на решение социально значимых задач, а также развитие данного вида деятельности как результата повышения активности гражданского общества, свидетельствует о существенной роли неформальных институтов для его развития. Под неформальными институтами при этом понимается набор неформализованных правил и норм, разделяемых обществом и передаваемых посредством неофициально установленных каналов (Helmke and Levitsky, 2006). Если институты в целом определяют модели поведения отдельных групп экономических агентов или индивидов, то неформальные, в свою очередь, характеризуют по-

<sup>1</sup> © Веретенникова А. Ю., Козинская К. М. Текст. 2020.

веденческие паттерны в случае отсутствия их формального закрепления (Azari, Smith, 2012). Вместе с тем наличие институциональных пустот становится причиной формирования новых моделей поведения, имеющих в своей сути неформальные институты. В данном контексте С. Зара и М. Райт отмечают, что социальные предприниматели в большей степени способны формулировать социальные потребности и создавать смешанные ценности, поддерживаемые группой заинтересованных лиц, с целью создания новых продуктов и услуг, направленных на решение коммерческих и социальных задач (Zahra, Wrigh, 2012).

Развитие социального предпринимательства тесно связано с ускорением социально-экономических и технологических процессов, вызванных повышением скорости обмена данными и цифровой трансформацией в целом. Цифровые информационные технологии становятся важнейшим экономическим ресурсом и оказывают доминирующее воздействие на экономические отношения (Попов, 2018). Внедрение цифровых технологий как в технологические, так и социально-экономические процессы инициировало и процесс трансформации неформальных институтов, что нашло отражение в повышении значимости социальных сетей, уровня доверия и других факторов при реализации, в том числе, как социальных, так и коммерческих проектов. Поскольку социальное предпринимательство, как правило, взаимодействует с частными домохозяйствами и решает проблемы именно этой категории населения, важным фактором, влияющим на развитие данного вида деятельности, становится доступ к быстрому получению информации и реализации требуемых коммуникаций.

Целью данного исследования является анализ и обоснование влияния процессов цифровой трансформации неформальной институциональной среды на различные стадии жизненного цикла социального предприятия на примере опыта европейских стран. Для достижения данной цели была раскрыта суть понятия социального предпринимательства, показана значимость развития неформальной институциональной среды для развития данного вида деятельности, описан подход к учету цифрового компонента при анализе неформальных институтов, сформулированы и проверены гипотезы о влиянии субиндекса цифровизации неформальных институтов на различные стадии жизненного цикла социального предприятия.

## 2. Неформальная институциональная среда и развитие социального предпринимательства в условиях цифровой трансформации

Социальное предпринимательство как новая форма социально-инновационной деятельности имеет в своей сути институциональную природу, что подтверждается ее способностью ликвидировать провалы общественного сектора. За последние 10 лет поле научного исследования социального предпринимательства довольно расширилось, что было обусловлено способностью социального предпринимательства решать общественно значимые задачи; трансформацией бизнес-моделей в целом, суть которой состоит в необходимости учета не только финансовой, но и социальной и экологических целей для обеспечения эффективного функционирования (Halme, Laurila, 2009); распространением новых инструментов поддержки, а также оценки социальных проектов и т. д.

В настоящее время в научной литературе существует довольно широкий спектр исследований, раскрывающих суть данного термина. В частности, в предшествующих работах авторов были подробно описаны научные школы относительно развития социального предпринимательства (Попов, Веретенникова, Козинская, 2019), а также проведен исторический экскурс в развитие данного вида деятельности на международном уровне. Так, были выявлены и подробно проанализированы социально-предпринимательская (Crimmins, Keil, 1983) и социально-инновационная (Spear et al, 2001) школы, получившие распространение, прежде всего, на территории США и применяемые впоследствии на территории африканских стран; научная школа EMES (Международная сеть исследователей социальных предприятий), идеи которой были применены на территории стран Восточной и Южной Европы, а также английская школа развития социального предпринимательства (Dees, Anderson, 2006). Представленные школы различаются по объекту исследования, организационно-правовой форме, способам распределения прибыли, форме управления (Попов, Веретенникова, Козинская, 2019). В последние 5 лет интерес к данной тематике существенно возрос и в практической деятельности. Например, на Всемирном экономическом форуме, состоявшемся в Давосе в январе 2017 года, тематика социального предпринимательства стала одной из основных тем и обсуждалась с позиции потенциала данного вида деятельности стать новым способом или инстру-

ментом преодоления социальных заболеваний современного общества. Вместе с тем социальное предпринимательство, прежде всего, является результатом гражданской активности при наличии соответствующих условий, стимулирующих данный вид деятельности. Отсюда следует важность рассмотрения не только формальных институтов, но и неформальных норм и правил, определяющих развитие данного вида деятельности.

Согласно институциональной теории Норта (North, 1990) формальные институты являются результатом кристаллизации неформального компонента, откуда следует, что развитие формальных и неформальных институтов является комплексным. Формальные институты подчинены неформальным в том смысле, что первые являются средствами, используемыми для структурирования взаимодействий в обществе в соответствии с нормами и ценностями, которые они представляют (Fuentelsaz, Gonzalez, Maicas, 2020). Неформальные ограничения представляют собой нормы поведения, конвенции, добровольные кодексы поведения и их механизмы принуждения к исполнению (North, 1990) и позволяют реализовывать следующий набор функций: 1) заполнять пробелы формальных институтов; 2) координировать работу пересекающихся (и, возможно, конфликтующих) институтов; 3) действовать параллельно с формальными институтами в регулировании поведения экономических агентов или других участников взаимодействия (Azari, Smith, 2012). Г. Хелмке и С. Левицки отмечают, что неформальные нормы и правила действуют вне официально санкционированных каналов (Helmke, Levitsky, 2004). В то время как руководящий орган может оказывать непосредственное влияние на развитие формальных институтов общества, неформальные институты гораздо менее ощутимы и могут выходить за пределы прямого влияния государственной политики. В.Л. Тамбовцев показывает, что данному понятию близок термин «социальные нормы», которые не предполагают наличия централизованного механизма принуждения к исполнению правил для обеспечения поведения, соответствующего норме (Тамбовцев, 2014). В отношении взаимодействия формальных, неформальных институтов и соответствующих транзакционных издержек важно отметить, что неформальные институты саморегулируются, но если формальные институты не отражают лежащие в основе неформальные нормы, соблюдение формальных институтов будет дорогостоящим вследствие

противоречия основополагающим системам убеждений (Boettke, Coyne 2009). Напротив, если формальные нормы соответствуют неформальным, затраты на внедрение первых будут относительно низкими и они будут приниматься, поддерживаться и развиваться с течением времени (Weingast, 1995; Fuentelsaz, Gonzalez, Maicas, 2019).

Международные исследования социального предпринимательства подтверждают, что культура, ценности, верования и нормы страны влияют на предпринимательскую ориентацию ее жителей (Busenitz, Lau, 1996; Knight, 1997). Так, С. Шейн (1992) на основе анализа статистических данных по зарегистрированным патентам в разных странах мира и культурных ценностей выявил, что предпринимательская активность связана с национальным уровнем инновационности. Также им было обнаружено, что высокий индивидуализм и малая дистанция власти и общества оказывают положительное влияние на использование инноваций. Исследователи Й. МакМуллен (2007) и Р. Линн (1991) связали культурные ценности с относительным ростом национального дохода, придя к выводу, что упор на «конкурентоспособность» и «финансовую оценку» в стране положительно связан с ростом национального дохода. Также было обнаружено, что постматериалистические ценности оказывают влияние на предпринимательскую активность в различных странах (Uhlener, Thurik, 2007). Д. Альстром и Г. Брутон (2002) использовали показатели культурных ценностей для объяснения стратегических действий, предпринимаемых высокотехнологичными предпринимательскими фирмами в Китае для навигации во враждебной институциональной среде. Томас и Мюллер (2000) полагают, что намерение осуществлять предпринимательскую деятельность имеет положительную корреляцию с культурными ценностями в обществе (терпимостью к риску и независимостью). Рядом исследований выявлено, что взаимодействие между культурой и предпринимательством в большей степени проявляется у этнических групп и иммигрантов (Basu, Altinay, 2002). В противовес данным исследованиям Тан (2002) утверждает, что по сравнению с культурным контекстом национальная среда имеет более значимое воздействие на восприятие предпринимателями внешней среды.

В данном контексте одним из важнейших критериев развития институтов, в том числе неформальных, являются технологические изменения экосистем. Вследствие цифровой

трансформации информационные технологии и инфраструктура вплетаются в структуру экономики и общества. Данный феномен формирует новые возможности для бизнеса, способствует изменению ролей экономических агентов в цепочке создания стоимости и вносит кардинальные изменения в процессы организации производственных процессов, как удаляя, так и создавая новые звенья в цепочках производства, распределения и обмена. Однако влияние цифровизации социально-экономических процессов сопровождается не только позитивными, но и негативными последствиями, что напрямую связано с системой действующих на рассматриваемой территории институтов. Однако исследования данного явления носят зачастую фрагментарный и бессистемный характер.

Роль цифровизации, как важного условия развития институциональной среды, обусловлена ее способностью снижения транзакционных издержек, ускорения процесса получения необходимой информации, обеспечения мобильности ресурсов и появления новых способов поддержки. Научные работы по данной тематике (например, Najli, 2014; Igarashi, Okada, 2015) демонстрируют актуальность исследований, направленных на исследование роли цифровизации в создании социально-экономических изменений. Рост цифровых технологий привел к изменениям в сфере предпринимательства, а также открыл новые возможности с точки зрения повышения производительности, создания добавленной стоимости и разработки новых способов взаимодействия между экономическими агентами. Цифровизация предоставляет компаниям возможности для выхода на новые рынки и расширения числа клиентов (Nambisan, 2017). Цифровые изменения способствуют созданию новых возможностей для предпринимателей, в том числе социальных, путем расширения каналов получения ресурсов (Torres, Augusto, 2020). В данном контексте речь идет о таких инструментах платформенной экономики, развивающихся в настоящее время, как краудфандинг, краудсорсинг, краудворкинг, краудлендинг и другие.

Вместе с тем, как показывает Х. Проданов, процессы цифровизации и, соответственно, четвертая промышленная революция порождают набор социальных проблем, которые к настоящему времени хотя и не проявлены в полной мере, однако могут быть обнажены в скором будущем. В перечне данных проблем — рост социального неравенства, сокращение рабочих мест, упадок среднего класса и т. д.

Социальное предпринимательство, в свою очередь, получает новое поле, а также приобретает дополнительные стимулы для своего развития (Prodanov, 2018).

С целью учета цифрового компонента в институциональной среде нами был использован термин «цифровая трансформация институциональной среды», под которым мы понимаем изменение институтов и их отдельных характеристик в условиях проникновения информационно-коммуникационных технологий и процессов цифровизации в транзакции между экономическими агентами. Обращаясь к неформальной институциональной среде и соответственно к ее цифровой трансформации, речь пойдет о том, каким образом неформальные нормы и правила взаимодействия между экономическими агентами при условии применения цифровых технологий воздействуют на рассматриваемый объект исследования.

При анализе влияния цифровой трансформации неформальной институциональной среды на социальное предпринимательство также важно учитывать стадию развития социального предприятия. Влияние институциональной среды как в форме поддерживающих институтов, так и в виде барьеров, сдерживающих развитие предприятий, на различных этапах жизненного цикла субъекта социального предпринимательства будет неидентичным, что обусловлено различными потребностями в материальных, финансовых, информационных и трудовых ресурсах, а также наличием ограничений к их доступу. В связи с этим в данном исследовании были отдельно рассмотрены стартап-компании и социальные предприятия на этапе операционной деятельности.

Стартап-компании — это молодые организации, направленные на получение дохода путем реализации принципиально новой идеи и зачастую вынужденные бороться за свое существование в текущей конкурентной среде. Стабильная, эффективная и инновационная среда, поддерживающая реализацию новых идей, разработку инновационных продуктов, представляется одним из ключевых условий развития стартап-компании в данном виде деятельности. Институциональные условия при этом могут носить как формальную, так и неформальную природу. Одним из условий обеспечения эффективности функционирования социального предприятия является благоприятная среда для выстраивания коммуникаций. Кроме того, стартапам в социальной сфере требуются быстрый доступ ко всей необходимой информации, умение использовать

интернет-ресурсы для поиска дополнительных возможностей, поддержки и др. В данном контексте доступность Интернета и использование персональных компьютеров частными домохозяйствами может оказывать значимое влияние на появление социального предпринимательства, обеспечивая формирование и закрепление неформальных правил и норм, стимулирующих развитие данного типа деятельности. В связи с этим была сформулирована следующая гипотеза:

**Н1.** *Цифровая трансформация неформальной институциональной среды оказывает положительное влияние на развитие социального предпринимательства на этапе стартапа.*

Социальное предпринимательство на этапе операционной деятельности также нуждается в развитых институтах с точки зрения цифровизации. Перспективным направлением развития социального предпринимательства является вовлечение гражданского общества в реализацию социальных проектов. Формирующиеся в цифровой среде нормы и правила взаимодействия между заинтересованными лицами на этапе своего формирования институционально не закреплены, что является причиной их рассмотрения в качестве неформальных институтов. При этом цифровая среда для обеспечения данных социально-экономических отношений будет стимулировать их развитие. В частности, развитие краудфандинга как формы поддержки требует соответствующего уровня цифровизации, а также доступности к Интернету. С другой стороны, потребителями услуг и товаров, произведенных социальными предпринимателями, являются частные домохозяйства. Обеспеченность домохозяйств персональными компьютерами и Интернетом позволяет искать альтернативные способы решения социальных проблем без обращения к государству. Таким образом, была сформулирована следующая гипотеза.

**Н2.** *Цифровая трансформация неформальной институциональной среды оказывает положительное влияние на развитие социального предпринимательства на этапе операционной деятельности.*

### 3. Методология исследования. Данные

Для решения задач исследования были использованы следующие базы данных: Европейский индекс цифровых систем предпринимательства (European Index of Digital Entrepreneurship Systems, EIDES) и Глобальный мониторинг предпринимательства (Global Entrepreneurship Monitor, GEM).

Использование EIDES в данном исследовании обусловлено учетом цифрового компонента институциональной среды предпринимательства в целом. Данный индекс включает набор показателей, характеризующих культуру и неформальные институты, формальные институты, процессы регулирования и налогообложения, рыночные условия и инфраструктуру. К каждому из блоков добавлен цифровой компонент, который представляет собой набор показателей, описывающих цифровую трансформацию рассматриваемых условий. Значения субиндексов рассчитываются как среднее арифметическое значений переменных отдельных компонентов после проведения процедуры нормализации.

В связи с тем, что цифровая трансформация способствует быстрой смене социальных норм, культурных ценностей и практик, а также других неформальных институтов, ее влияние будет зависеть от наличия и доступности цифровых технологий и инфраструктур. Таким образом, цифровой компонент, дополняющий общий компонент «Культура и неформальные институты», описывает, насколько легко гражданам и компании могут использовать цифровую инфраструктуру своей страны. В EIDES для оценки доступности цифровых технологий и инфраструктуры как для домохозяйств, так и для предприятий использованы показатели из баз данных WEF (World Economic Forum) и Евростата. Данный набор показателей включал:

- (1) процент домохозяйств, оборудованных персональным компьютером (WEF),
- (2) процент домохозяйств, имеющих доступ к Интернету дома (WEF),
- (3) процент домохозяйств, пользующихся Интернетом (WEF),
- (4) доля предприятий, имеющих веб-сайт (Евростат).

В рамках данного исследования нами было учтено общее значение полученного субиндекса.

Уровень развития социального предпринимательства определяется долей населения, вовлеченного в данный вид деятельности на начальном и операционных этапах (Попов и др., 2018). В качестве зависимых переменных использованы данные из отчета GEM, который является глобальным исследованием предпринимательства, проводимым ассоциацией университетов. Уровни социального предпринимательства на начальной и операционной стадиях рассматривались в качестве зависимых переменных:

Результаты регрессионного анализа для проверки гипотезы H2

Регрессионная статистика	
Множественный R	0,62
R-квадрат	0,38
Нормированный R-квадрат	0,35
Стандартная ошибка	0,25
Наблюдения	21

Дисперсионный анализ					
	df	SS	MS	F	Значимость F
Регрессия	1	0,72	0,72	11,74	0,00282
Остаток	19	1,17	0,061		
Итого	20	1,89			

	Коэф-ты	Станд. ошибка	t-стат.	P-Значение	Нижние 95 %	Верхние 95 %	Нижние 95,0 %	Верхние 95,0 %
Y-пер.	-1,99	0,65	-3,04	0,0067	-3,36	-0,621	-3,36	-0,621
X <sub>1</sub>	1,25	0,36	3,43	0,0028	0,48	2,005	0,484	2,005

Y<sub>1</sub> — процент населения, занятого социальным предпринимательством в конкретной стране на этапе стартапа;

Y<sub>2</sub> — процент населения, занимающегося социальным предпринимательством в конкретной стране на этапе операционной деятельности.

В качестве независимой переменной был использован интегральный показатель, характеризующий цифровой компонент блока «Культура и неформальные институты» (X<sub>1</sub>). В исследовании были рассмотрены данные по 21 стране, в том числе: Болгария, Хорватия, Эстония, Венгрия, Латвия, Польша, Румыния, Словакия, Словения, Бельгия, Финляндия, Германия, Греция, Ирландия, Италия, Люксембург, Нидерланды, Испания, Португалия, Швеция, Великобритания.

В процессе построения модели был проведен предварительный анализ исходных статистических данных, в результате которого был выявлен наиболее подходящий вид функциональной зависимости между рассматриваемыми экономическими процессами. На втором этапе был сделан корреляционный анализ исследуемых факторов, который позволил определить, присутствуют ли в модели факторы, формирующие мультиколлинеарность. На третьем этапе непосредственно была построена регрессионная модель; на четвертом — проведено исследование качества построенной модели. Пятый этап включал проверку и устранение автокорреляции остатков в модели и проверку на гетероскедастичность.

На этапах обработки данных использовался программный продукт MS Excel.

#### 4. Результаты исследования

В ходе проверки гипотезы H1 было выявлено, что коэффициент корреляции между процентом населения, занятого социальным предпринимательством на этапе стартапа, и субиндексом цифрового компонента неформальных институтов оказался крайне низким, коэффициенты регрессии незначительны, а также теоретически не подтверждены, что стало основой для опровержения данной гипотезы.

В ходе проверки гипотезы H2 была установлена взаимосвязь между процентом населения, занимающегося социальным предпринимательством в конкретной стране на этапе операционной деятельности, и показателем, характеризующим цифровой компонент неформальной институциональной среды. Полученная зависимость описана следующим уравнением:

$$Y_2 = e^{-1,99} \times X_1^{1,25} \quad (1)$$

Результаты достоверности полученной модели представлены в таблице.

Анализ значимости коэффициента детерминации ( $F_{\text{statistic}} = 0,0028$ ) показал надежность построенной модели, а также подтвердил репрезентативность используемых данных. Коэффициент детерминации  $R^2 = 0,38$ , что свидетельствует о том, что разброс показателей развития социального предпринимательства примерно на 38 % зависит от показателей, вы-

бранных на этапе моделирования матрицы парных коэффициентов корреляции. Проверка нулевой гипотезы о незначимости коэффициентов регрессии показала, что выбранные факторы оказывают влияние; их коэффициенты регрессии статистически значимы. Величины  $F$ -критерия и  $p$  демонстрируют, что построенная модель значима на уровне значимости  $\alpha = 0,05$ . Тест Дарбина — Уотсона, использованный для проверки модели на наличие автокорреляции остатков ( $d_{calc} = 1,63$ ), показал, что между остатками нет никакой связи и они являются случайными.

### 5. Обсуждение результатов

Опровержение гипотезы  $H_1$  может быть, с одной стороны, обусловлено особенностями рассматриваемых баз данных; с другой стороны — необходимостью учитывать фактор времени, формирующий лаг между цифровой трансформацией институциональной среды и непосредственным ее отражением на уровне развития социального предпринимательства на этапе стартапа. Вместе с тем влияние доступности Интернета является косвенным фактором развития социального предпринимательства, а опровержение данной гипотезы свидетельствует о наличии иных барьеров, препятствующих реализации и развитию данного вида деятельности на стадии стартапа. Кроме того, отсутствие влияния цифрового компонента неформальной институциональной среды обусловлено также, по нашему мнению, недостатком статистических данных, позволяющих более подробно описать как различные способы цифровой трансформации, так и недостаточную развитость институциональной среды в целом для данного вида деятельности.

Важно отметить, что основным результатом влияния процессов цифровизации на социальное предпринимательство является развитие платформенных инструментов поддержки различных типов проектов, в частности, краудфандинг, краудворкинг, краудактинг и др. Особое внимание в данном контексте следует уделить последнему инструменту, что обусловлено его ориентацией преимущественно на поддержку проектов социальной и экологической направленности.

Краудактинг — это «скоординированные, условные, коллективные действия для достижения положительной социальной и/или экологической цели»<sup>1</sup>. В рамках данного инструмента речь идет о вложении своих усилий

в различных формах. Впервые термин был использован в 2015 году некоммерческой организацией CollAction, которой была создана первая в мире официальная платформа для краудактинга ([www.collaction.org](http://www.collaction.org)). Краудактинг развивается при условии выполнения трех условий: 1) ясности цели; 2) ориентации на социальные и экологические цели; 3) совместного действия. Применение краудактинга на этапе разработки проекта также показывает значимость проекта для потенциальной аудитории, участвующей в данном виде деятельности. В этом случае меняется механизм принуждения. Мотивацией для действия становится важность решения данной проблемы, а также коллективное участие, что является источником не только ресурсов, но и поддержки в возможности реализации той или иной цели.

Подтверждение гипотезы  $H_2$  обусловлено более высокой стабильностью институтов, влияющих на социальных предпринимателей на операционной стадии.

Положительный коэффициент при  $X_1$  свидетельствует о том, что при увеличении доступности к сети Интернет повышается уровень развития социального предпринимательства. Вместе с тем значение показателя степени при  $X_1$  больше 1 показывает, что при росте значения  $X_1$  скорость развития социального предпринимательства возрастает. Однако данный прирост в рамках рассматриваемого диапазона значений будет являться незначительным.

В отношении рассмотрения влияния неформальной институциональной среды на развитие социального предпринимательства на этапе операционной стадии также следует сделать отсылку к нашему предшествующему исследованию, которое показало, что для появления и развития данного вида деятельности необходим высокий уровень постматериалистических ценностей в обществе, связанных с вопросами гражданских свобод и экологии (Попов и др., 2018). Информационно-коммуникационные технологии и наличие доступа к Интернету среди домохозяйств, в свою очередь, служат дополнительным инструментом для его развития.

Важно также отметить, что в данном исследовании мы не только показали влияние цифрового компонента неформальных институтов на развитие социального предпринимательства на операционной стадии, но и подтвердили важность учета жизненного цикла предприятия при оценке влияния процессов цифровизации. Полученные результаты свидетельствуют о необходимости учета выявленной

<sup>1</sup> См.: <https://www.crowdacting.org/blog/what-is-crowdacting>.

особенности при проектировании формальных институтов.

Относительно российского опыта развития данного вида деятельности важно отметить, что, согласно данным GEM, уровень развития социального предпринимательства в России на всех этапах находится на довольно низком уровне. Однако организации, сумевшие преодолеть период становления и функционирующие на этапе операционной деятельности, имеют возможности для своего дальнейшего развития. В случае появления большого количества социально ориентированных организаций распространенность использования Интернета в России будет способствовать развитию данного вида деятельности. Так, по данным исследований Digital 2020, в России Интернетом пользуется 81 % населения (восьмая страна в мире по количеству пользователей), что объясняется высоким качеством широкополосного Интернета и его доступностью. Кроме того, Россия находится на третьем месте в рейтинге самого дешевого доступа к Интернету среди всех стран мира. Таким образом, российские социальные предприниматели могут выходить на рынок и находить потребителей своих товаров и услуг, а кроме того, пользоваться новыми способами поддержки и финансирования социально ориентированной деятельности.

За последние три года в российской практике наблюдаются серьезные подвижки в направлении развития социального предпринимательства и разработки механизмов регулирования и поддержки данного вида деятельности. В 2013 году в различных регионах России были инициированы проекты по созданию центров инноваций в социальной сфере, которые ориентированы непосредственно на информационную, координационную и образовательную поддержку социальных предпринимателей на этапе стартапа. В 2019 году в Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 № 209-ФЗ<sup>1</sup> были внесены изменения в части определения социального предприятия и уточнения особенностей субъектов малого и среднего предпринимательства, относящихся к социальным. В 2020 году при ак-

тивной поддержке Агентства стратегических инициатив ведется активная работа, направленная на стимулирование социального предпринимательства в России, в том числе с учетом платформенных инструментов. Все вышесказанное свидетельствует как о процессе развития социального предпринимательства, так и о постепенной цифровой трансформации институциональной среды, оказывающей влияние на данный вид деятельности.

### Заключение

В данном исследовании с целью анализа и обоснования влияния процессов цифровизации неформальной институциональной среды на различные стадии жизненного цикла социального предприятия на примере европейских стран были получены следующие результаты.

Во-первых, раскрыта сущность неформальной институциональной среды и описана ее роль в развитии социального предпринимательства. Показано, что, с одной стороны, социальное предпринимательство имеет институциональную природу, заполняя пустоты общественного сектора, а процессы цифровизации, в свою очередь, снижают барьеры доступа к ресурсам; с другой стороны, цифровизация в глобальном масштабе порождает ряд социальных проблем в обществе, решение которых возможно при стимулировании развития социального предпринимательства.

Во-вторых, на примере анализа европейского опыта определено, что цифровая трансформация неформальной институциональной среды вследствие повышения уровня доступности Интернета для домохозяйств оказывает положительное влияние на развитие социальных предприятий на операционной стадии.

В-третьих, полученные результаты сопоставлены с российским опытом развития социального предпринимательства и обозначены меры, направленные на его развитие в отечественной практике.

Теоретическая значимость полученных результатов заключается в выявлении закономерностей развития социального предпринимательства при учете цифрового компонента развития неформальных институтов. Практическая значимость состоит в возможности обоснования важности учета жизненного цикла организации при проектировании экономических институтов, стимулирующих развитие социального предпринимательства.

<sup>1</sup> Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 № 209-ФЗ // Доступ из СПС «КонсультантПлюс».



### Благодарность

Статья подготовлена в соответствии с Планом НИР Института экономики Уральского отделения Российской академии наук.

### Список источников

- Попов Е. В. Эконометрика // Экономика региона. — 2018. — Т. 14. — № 1. — С. 13–28.
- Попов Е. В., Веретенникова А. Ю., Наумов И. В., Козинская К. М. Неформальная институциональная среда социального предпринимательства // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. — 2018. — Т. 11. — № 4. — С. 217–234. — DOI: 10.15838/esc.2018.4.58.14.
- Попов Е. В., Веретенникова А. Ю., Козинская К. М. Мировые научные школы исследования социального предпринимательства // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. — 2019. — Т. 5. — № 1. — С. 157–177.
- Тамбовцев В. Л. Общественные блага и общественные интересы: есть ли связь? // Вопросы экономики. — 2014. — Т. 11. — С. 25–40. — <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2014-11-25-40>.
- Тамбовцев В. Л. Экономическая теория неформальных институтов. — М.: РГ-Прогресс, 2014.
- Шмерлина И. А. Понятие «социальный институт»: анализ исследовательских подходов // Социологический журнал. — 2008. — Вып. 4 [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-sotsialnyu-institut-analiz-issledovatel'skih-podhodov> (дата обращения: 05.05.2020).
- Ahlstrom D., Bruton G. D. An institutional perspective on the role of culture in shaping strategic actions by technology-focused entrepreneurial firms in China // Entrepreneurship Theory & Practice. — 2002. — № 26 (4). — P. 53–70.
- Autio E., et al. EIDES 2019 The European Index of Digital Entrepreneurship Systems / In Rossetti, F., Nepelski, D. et al. (Eds.). — Publications Office of the European Union, Luxembourg, 2019, available at: [https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC117495/jrc117495\\_eides\\_2019\\_final\\_with\\_identifiers.pdf](https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC117495/jrc117495_eides_2019_final_with_identifiers.pdf) (accessed: 03.09.2020).
- Azari J., Smith J. Unwritten rules: Informal institutions in established democracies // Perspectives on Politics. — 2012. — Vol. 10. — Issue 1. — P. 37–55. — DOI: 10.1017/S1537592711004890.
- Basu A., Altinay E. The interaction between culture and entrepreneurship in London's immigrant businesses // International Small Business Journal. — 2002. — Vol. 20. — No. 4. — P. 371–393.
- Battilana J., Lee M., Walker J., Dorsey C. In search of the hybrid ideal // Stanford Social Innovation Review. — 2012. — No. 10. — P. 51–55.
- Bosma N. et al. Global Entrepreneurship Monitor. Special topic Report on Social Entrepreneurship, 2016 [Electronic resource]. URL: <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2015-report-on-social-entrepreneurship> (accessed: 03.09.2020).
- Busenitz L., Lau C. New venture teams assessment of learning assistance from venture capital firms // Journal of Business Venturing. — 1996. — Vol. 20. — No. 4. — P. 25–40.
- Crimmins J. C., Keil M. Enterprise in the nonprofit sector. — New York, Rockefeller Brothers Fund, 1983.
- Dees J., Anderson B. Framing a theory of entrepreneurship: building on two schools of practice and thought // ARNOVA Occasional Paper Series: Research on Social Entrepreneurship: Understanding and Contributing to an Emerging Field. — 2006. — Vol. 1(3). — P. 39–66.
- Defourny J., Favreau L., Laville J.-L. Tackling social exclusion in Europe. The contribution of the social economy // Introduction to an International Evaluation / In Spear, R., Defourny, J., Favreau, L. and Laville, J.-L. (Eds.). — Aldershot: Ashgate Publishing Ltd, 2001. — P. 3–28.
- Elster J. Social Norms and Economic Theory // Journal of Economic Perspectives. — 1989. — Vol. 3. — No. 4. — P. 99–117.
- Fuentelsaz L., González C., Maicas J.P. Formal institutions and opportunity entrepreneurship. The contingent role of informal institutions // BRQ Business Research Quarterly. — 2019. — Vol. 22. — No.1. — P. 5–24. — DOI: 10.1016/j.brq.2018.06.002.
- Gartner W. A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation // Academy of Management Review. — 1985. — Vol. 10. — No. 4. — P. 696–706.
- Hajli M. Social commerce for innovation // International Journal of Innovation Management. — 2014. — Vol. 18. — No. 4. — P. 1–24.
- Halme M., Laurila J. Philanthropy, integration or innovation? Exploring the financial and societal outcomes of different types of corporate responsibility // Journal of Business Ethics. — 2009. — Vol. 84(3). — P. 325–339. — DOI: 10.1007/s10551-008-9712-5.
- Helmke G., Levitsky S. Informal Institutions and Comparative Politics: A research Agenda // Perspectives on Politics. — 2004. — Vol. 2. — No. 4. — P. 725–740.
- Helmke G., Levitsky S. (Eds.). Informal Institutions and Democracy: Lessons from Latin America. — Baltimore: Johns Hopkins University Press, 2006. — 368 p.
- Igarashi Y., Okada M. Social innovation through a dementia project using innovation architecture // Technological Forecasting and Social Change. — 2015. — Vol. 97. — P. 193–204.

- Knight G. A.* Strategy and entrepreneurship in a developing free trade area: the case of the textiles/apparel industry in Canada // *International Journal of Management*. — 1997. — No. 14(2). — P. 237–250.
- Lapinski M., Rimal R. N.* An Explication of Social Norms // *Communication Theory*. — 2005. — Vol. 15. — No. 2. — P. 127–147.
- Lynn R.* The Secret of the Miracle Economy: Different National Attitudes to Competitiveness and Money. — The Social Affairs Unit. — London, 1991.
- Mair J., Marti I.* Social entrepreneurship research: a source of explanation, prediction, and delight // *Journal of World Business*. — 2006. — Vol. 41. — No. 1. — P. 36–44. — DOI: 10.1016/j.jwb.2005.09.002.
- McMullen J., Bagby D., Palich L.* Economic freedom and the motivation to engage in entrepreneurial action // *Entrepreneurship Theory & Practice*. — 2008. — Vol. 32. — No. 5. — P. 875–895.
- North D.* *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. — Cambridge University Press, 1990.
- Prodanov H.* Social Entrepreneurship And Digital Technologies // *Economic Alternatives*. — 2018. — No. 1. — P.123–138.
- Schmoller G.* Grundriss der Allgemeinen Volkswirtschaftslehre. — Munich ; Leipzig : Duncker : Humblot, 1900.
- Scott R. W.* *Institutions and organizations: ideas, interests, and identities*. — Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2014. — 293 p.
- Shane S.* Why do some societies achieve and not others // *Journal of Business Venturing*. — 1992. — Vol. 7. — No. 1. — P. 29–46.
- Stephan U., Uhlaner L.* Performance-based vs. socially supportive culture: A cross-national study of descriptive norms and entrepreneurship // *Journal of International Business Studies*. — 2010. — Vol. 41. — No. 8. — P. 1347–1364.
- Tan J.* Culture, nation, and entrepreneurial strategic orientations: implications for an emerging economy // *Entrepreneurship Theory & Practice*. — 2002. — Vol. 26. — No. 4. — P. 95–111.
- Torres P., Augusto M.* Digitalisation, social entrepreneurship and national well-being // *Technological Forecasting & Social Change*. — 2020. — Vol. 161.
- Uhlaner L., Thurik R.* Postmaterialism influencing total entrepreneurial activity across nations // *Journal of Evolutionary Economics*. — 2007. — Vol. 17(2). — P. 85–161.
- Veblen T.* *Theory of the idle class*. — Moscow: Progress, 1984.
- Zahra S., Wright M.* Contextualization and the advancement of entrepreneurship research // *International Small Business Journal*. — 2014. — Vol. 32 (5). — P. 479–500. — DOI:10.1177/0266242613519807

### Информация об авторах

**Веретенникова Анна Юрьевна** — кандидат экономических наук, старший научный сотрудник, Институт экономики Уральского отделения Российской академии наук (Екатеринбург, Российская Федерация; e-mail: vay\_uiec@mail.ru).

**Козинская Ксения Михайловна** — младший научный сотрудник, Институт экономики Уральского отделения Российской академии наук (Екатеринбург, Российская; e-mail: ksush1@yandex.ru).

For citation: Veretennikova, A. Yu., & Kozinskaya, K. M. (2020). Digital Transformation of the Informal Institutional Environment and its Impact on Social Entrepreneurship Taking into Account the Life Cycle. *Zhurnal Ekonomicheskoy Teorii* [Russian Journal of Economic Theory], 17 (4), 932-943

**Veretennikova A. Yu., Kozinskaya K. M.**

Institute of Economics of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences  
(Ekaterinburg, Russian Federation; e-mail: vay\_uiec@mail.ru)

### Digital Transformation of the Informal Institutional Environment and its Impact on Social Entrepreneurship Taking into Account the Life Cycle

*Social entrepreneurship is a relatively new form of solving problems in society. The development of social entrepreneurship depends on many factors, particularly the formal and informal institutional environment. The latter is undergoing rapid transformations driven by digital technology. The purpose of this study is to analyze and substantiate the impact of digitalization on the informal institutional environment at various stages of a social enterprise's life cycle. The study uses the data on European countries provided by international reports the Global Entrepreneurship Monitor (GEM) and European Index of Digital Entrepreneurship Systems (EIDES). Methodologically, we rely on regression and correlation analysis methods. The study provides evidence of the significance of the Internet accessibility to households for the development of social entrepreneurship. The research also shows the features of informal institutions for social entrepreneurship. The theoretical significance of this study is that we showed the patterns of social entrepreneurship development, taking into account the digital component of informal institutions. As for the practical significance of the study, we have demonstrated that it is important to consider specific stages in the life cycle of an organization and their characteristics in designing economic institutions to stimulate the development of social entrepreneurship.*

**Keywords:** social entrepreneurship, digitalization, informal institutional environment, Internet accessibility

### Acknowledgements

The article has been prepared in accordance with the research plan of the Institute of Economics of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences.

### References

- Popov, E. V. (2018). Ekonotronika [Econotronics]. *Ekonomika regiona [Economy of the region]*, 14(1), 13–28. (In Russ.)
- Popov, E. V., Veretennikova, A. Yu., Naumov, I. V., & Kozinskaya, K. M. (2018). Neformal'naya institutsional'naya sreda sotsial'nogo predprinimatel'stva [Non-Formal Institutional Environment of Social Entrepreneurship]. *Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny: fakty, tendentsii, prognoz [Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast]*, 11(4), 217–234. DOI: 10.15838/esc.2018.4.58.14 (In Russ.)
- Popov, E. V., Veretennikova, A. Yu., & Kozinskaya, K. M. (2019). Mirovye nauchnye shkoly issledovaniya sotsial'nogo predprinimatel'stva [World research schools of social entrepreneurship]. *Vestnik Tyumenskogo gosudarstvennogo universiteta. Sotsial'no-ekonomicheskie i pravovye issledovaniya [Tyumen State University Herald. Social, Economic, and Law Research]*, 5(1), 157–177. (In Russ.)
- Tambovtsev, V. L. (2014). Obshchestvennye blaga i obshchestvennye interesy: est' li svyaz'? [Public goods and Public interests: Is There a Connection?]. *Voprosy ekonomiki [Voprosy Ekonomiki]*, 11, 25–40. <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2014-11-25-40> (In Russ.)
- Tambovtsev, V. L. (2014). *Ekonomicheskaya teoriya neformal'nykh institutov [Economic theory of informal institutions]*. Moscow, Russia: RG-Progress. (In Russ.)
- Shmerlina, I. A. (2008). Ponyatie «sotsial'nyy institut»: analiz issledovatel'skikh podkhodov [Social institutes: review of the research approaches]. *Sotsiologicheskii zhurnal [Sociological journal]*, 4, available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-sotsialnyy-institut-analiz-issledovatel'skikh-podkhodov> (accessed: 05.05.2020). (In Russ.)
- Ahlstrom, D., & Bruton, G. D. (2002). An institutional perspective on the role of culture in shaping strategic actions by technology-focused entrepreneurial firms in China. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 26(4), 53–70.
- Autio, E., et al. (2019). *EIDES 2019 The European Index of Digital Entrepreneurship Systems*. In Rossetti, F., Nepelski, D. et al. (Eds.). Publications Office of the European Union, Luxembourg, available at: [https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC117495/jrc117495\\_eides\\_2019\\_final\\_with\\_identifiers.pdf](https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC117495/jrc117495_eides_2019_final_with_identifiers.pdf) (accessed: 03.09.2020).
- Azari, J., & Smith, J. (2012). Unwritten rules: Informal institutions in established democracies. *Perspectives on Politics*, 10(1), 37–55. DOI: 10.1017/S1537592711004890.
- Basu, A., & Altinay, E. (2002). The interaction between culture and entrepreneurship in London's immigrant businesses. *International Small Business Journal*, 20(4), 371–393.
- Battilana, J., Lee, M., Walker, J., & Dorsey, C. (2012). In search of the hybrid ideal. *Stanford Social Innovation Review*, 10, 51–55.
- Bosma, N. et al. (2016). *Global Entrepreneurship Monitor. Special topic Report on Social Entrepreneurship*, available at: <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2015-report-on-social-entrepreneurship> (accessed: 03.09.2020).
- Busenitz, L., & Lau, C. (1996). New venture teams assessment of learning assistance from venture capital firms. *Journal of Business Venturing*, 20(4), 25–40.
- Crimmins, J. C., & Keil, M. (1983). *Enterprise in the nonprofit sector*. New York, Rockefeller Brothers Fund.
- Dees, J., Anderson, B. (2006). Framing a theory of entrepreneurship: building on two schools of practice and thought. *ARNOVA Occasional Paper Series: Research on Social Entrepreneurship: Understanding and Contributing to an Emerging Field*, 1(3), 39–66.
- Defourny, J., Favreau, L., & Laville, J.-L. (2001). Tackling social exclusion in Europe. The contribution of the social economy. In Spear, R., Defourny, J., Favreau, L. and Laville, J.-L. (Eds.). *Introduction to an International Evaluation*. Aldershot: Ashgate Publishing Ltd, 3–28.
- Elster, J. (1989). Social Norms and Economic Theory. *Journal of Economic Perspectives*, 3(4), 99–117.
- Fuentelsaz, L., González, C., & Maicas, J. P. (2019). Formal institutions and opportunity entrepreneurship. The contingent role of informal institutions. *BRQ Business Research Quarterly*, 22(1), 5–24. DOI: 10.1016/j.brq.2018.06.002.
- Gartner, W. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of Management Review*, 10(4), 696–706.
- Hajli, M. (2014). Social commerce for innovation. *International Journal of Innovation Management*, 18(4), 1–24.
- Halme, M., & Laurila, J. (2009). Philanthropy, integration or innovation? Exploring the financial and societal outcomes of different types of corporate responsibility. *Journal of Business Ethics*, 84(3), 325–339. DOI: 10.1007/s10551-008-9712-5.
- Helmke, G., & Levitsky, S. (2004). Informal Institutions and Comparative Politics: A research Agenda. *Perspectives on Politics*, 2(4), 725–740.
- Helmke, G., & Levitsky, S. (Eds.) (2006). *Informal Institutions and Democracy: Lessons from Latin America*. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 368.
- Igarashi, Y., & Okada, M. (2015). Social innovation through a dementia project using innovation architecture. *Technological Forecasting and Social Change*, 97, 193–204.
- Knight, G. A. (1997). Strategy and entrepreneurship in a developing free trade area: the case of the textiles/apparel industry in Canada. *International Journal of Management*, 14(2), 237–250.

- Lapinski, M. K., & Rimal R. N. (2005). An Explication of Social Norms. *Communication Theory*, 15(2), 127–147.
- Lynn, R. (1991). *The Secret of the Miracle Economy: Different National Attitudes to Competitiveness and Money*. The Social Affairs Unit, London.
- Mair, J., & Martí, I. (2006). Social entrepreneurship research: a source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36–44. DOI: 10.1016/j.jwb.2005.09.002.
- McMullen, J. S., Bagby, D. R., & Palich, L. E. (2008). Economic freedom and the motivation to engage in entrepreneurial action. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 32 (5), 875–895.
- North, D. C. (1990). *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. Cambridge University Press.
- Prodanov, H. (2018). Social Entrepreneurship And Digital Technologies. *Economic Alternatives*, 1, 123–138.
- Schmoller, G. (1900). *Grundriss der Allgemeinen Volkswirtschaftslehre*. Munich; Leipzig: Duncker: Humblot.
- Scott, R. W. (2014). *Institutions and organizations: ideas, interests, and identities*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 293.
- Shane, S. (1992). Why do some societies achieve and not others. *Journal of Business Venturing*, 7(1), 29–46.
- Stephan, U., & Uhlaner, L. (2010). Performance-based vs. socially supportive culture: A cross-national study of descriptive norms and entrepreneurship. *Journal of International Business Studies*, 41 (8), 1347–1364.
- Tan, J. (2002). Culture, nation, and entrepreneurial strategic orientations: implications for an emerging economy. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 26 (4), 95–111.
- Torres, P., & Augusto, M. (2020). Digitalisation, social entrepreneurship and national well-being. *Technological Forecasting & Social Change*, 161.
- Uhlaner, L., & Thurik, R. (2007). Postmaterialism influencing total entrepreneurial activity across nations. *Journal of Evolutionary Economics*, 17 (2), 161–185.
- Veblen, T. (1984). *Theory of an idle class*. Moscow, Progress.
- Zahra, S., & Wright, M. (2014). Contextualization and the advancement of entrepreneurship research. *International Small Business Journal*, 32 (5), 479–500, DOI: 10.1177/0266242613519807.

#### Authors

**Anna Yur'evna Veretennikova** — PhD in Economics, Senior Researcher, Institute of Economics of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences (Ekaterinburg, Russian Federation; e-mail: vay\_uiec@mail.ru).

**Ksenia Mikhaylovna Kozinskaya** — Senior Researcher, Institute of Economics of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences (Ekaterinburg, Russian Federation; e-mail: ksush1@yandex.ru).