

УДК 338.22

*СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В ЦИФРОВУЮ
ЭПОХУ: НОВЫЕ МОДЕЛИ И ТРАНСФОРМАЦИЯ ВОЗДЕЙСТВИЯ*
Шугаева В.Э.

Студент

Уфимский университет науки и технологий,

г. Уфа, Россия

Терлецкова Е.В.

к.с.н., доцент кафедры стратегического управления

Уфимский университет науки и технологий,

г. Уфа, Россия

Аннотация: В статье исследуется трансформация социального предпринимательства под влиянием цифровых технологий. Анализируется эволюция от традиционных форм к цифровым моделям, которые сочетают рыночную эффективность с социальной миссией. Особое внимание уделяется роли цифровых платформ, данных и сетевых экосистем в масштабировании социального воздействия. Рассматриваются новые механизмы создания гибридной ценности, а также барьеры и перспективы развития цифрового социального предпринимательства. Делается вывод о изменении логики социальных инноваций в условиях цифровизации.

Ключевые слова: социальное предпринимательство, цифровая трансформация, социальные инновации, цифровые платформы, гибридная ценность, воздействие, масштабирование, институциональная среда.

*SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN THE DIGITAL AGE: NEW
MODELS AND IMPACT TRANSFORMATION*
SHUGAEVA V.E.

Student

Ufa University of Science and Technology,

Ufa, Russia

Tereletskova E.V.

Ph.D., Assoc. Prof.

Ufa University of Science and Technology,

Ufa, Russia

Abstract: The article explores the transformation of social entrepreneurship under the influence of digital technologies. It analyzes the evolution from traditional forms to digital models that combine market efficiency with a social mission. Special attention is given to the role of digital platforms, data, and network ecosystems in scaling social impact. The article examines new mechanisms for creating hybrid value, as well as the barriers and prospects for the development of digital social entrepreneurship. The article concludes that the logic of social innovation has profoundly changed in the context of digitalization.

Keywords: social entrepreneurship, digital transformation, social innovation, digital platforms, hybrid value, impact, scaling, and institutional environment.

Во всем мире институт социального предпринимательства получил самое широкое распространение и активно используется для решения наиболее злободневных социальных проблем общества [2, С.98]. Социальное предпринимательство, исторически возникшее как ответ на ограниченность государственных и благотворительных механизмов в решении общественных проблем, переживает сегодня огромную трансформацию. Движущей силой этой трансформации выступает цифровизация, которая не просто предоставляет новые инструменты, но и переопределяет саму парадигму создания социальной ценности. Следует отметить, что в современных реалиях «цифровая трансформация играет ключевую роль в повышении конкурентоспособности компаний, способствуя росту эффективности, внедрению инноваций и адаптации к динамичным условиям рынка» [6, С.180]. Цифровая трансформация, понимаемая как процесс применения технологий для коренного улучшения бизнес-процессов, создания новых моделей деятельности и изменения общественных

отношений, становится ключевым контекстом для социальных инноваций. В этих условиях социальное предпринимательство эволюционирует в сторону цифровых моделей.

Ядром новой модели становится цифровая платформа. Если традиционные социальные предприятия часто были локализованы и ограничены в ресурсах, то цифровые платформы выступают инфраструктурой, позволяющей координировать распределённые усилия множества действующих субъектов: социальных предпринимателей, благотворителей, волонтёров, конечных благополучателей [5]. Такие платформы трансформируют коммуникацию в опорный механизм для кооперации, распределения ресурсов и выработки коллективных решений. Например, краудфандинговые платформы демократизируют доступ к финансированию, а платформы для микро-волонтерства позволяют вовлекать в социальные проекты людей по всему миру. Это ведёт к возникновению цифровых экосистем социального воздействия, где ценность создаётся сетевой синергией, а не усилиями одной организации.

Важнейшим следствием цифровизации является глубокая трансформация самого социального воздействия. Во-первых, радикально расширяется географический и количественный масштаб. Цифровые инструменты позволяют социальному предприятию оказывать услуги или распространять продукты в глобальном масштабе с минимальными предельными издержками [5]. Во-вторых, меняется природа воздействия: оно становится измеримым и управляемым на основе данных. Использование больших данных и аналитики позволяет точно оценивать социальные результаты, адаптировать решения в реальном времени и предоставлять прозрачную отчётность стейкхолдерам [3]. В-третьих, стирается жёсткая граница между социальной и экономической ценностью. Цифровые модели часто основаны

на создании «гибридной ценности», которая одновременно приносит общественную пользу и генерирует устойчивый доход, обеспечивая финансовую самодостаточность проекта [1].

Цифровая трансформация также оказывает большое влияние на институциональную среду, в которой действуют социальные предприниматели. Она модифицирует неформальные институты — нормы, практики и каналы доверия, что крайне важно для данного сектора. Социальные сети и онлайн-сообщества становятся новыми площадками для формирования социального капитала, распространения доверия и мобилизации коллективных действий. Однако эта же среда порождает и новые вызовы. Цифровое неравенство, выраженное в различии доступа к технологиям и цифровым навыкам, может усугублять социальную эксклюзию. Вопросы цифровой безопасности, защиты персональных данных уязвимых групп и этики использования алгоритмов выходят на первый план. Кроме того, сохраняются традиционные барьеры, такие как недостаток финансирования для цифровых стартапов на ранних стадиях и неадаптированность нормативно-правовой базы к быстро меняющимся реалиям.

Пандемия COVID-19 выступила мощным катализатором этих процессов, обнажив и усилив существовавшие тренды [4]. Вынужденный переход к дистанционным форматам взаимодействия ускорил внедрение цифровых решений в социальной сфере, от образования до здравоохранения, и показал критическую важность цифровой устойчивости социальных предприятий. Это событие подчеркнуло, что будущее социального предпринимательства неразрывно связано со способностью интегрировать технологические инновации в свою основную деятельность.

Одновременно с этим возникает и новая комплексная проблема — проблема «цифровой гонки воздействия». Простота создания цифрового присутствия и агрессивные маркетинговые стратегии могут приводить к тому, что формальные показатели охвата аудитории (такие как количество скачиваний приложения или подписчиков в социальных сетях) начинают подменять собой реальные, глубинные социальные изменения. В погоне за видимым масштабом и привлечением инвестиций некоторые проекты рискуют скатиться к симуляции деятельности, где цифровая активность не коррелирует с качественным преобразованием жизни целевых групп [5]. Это требует развития более сложных методологий оценки воздействия, которые бы сочетали «цифровые следы» с глубокими полевыми исследованиями и качественным анализом.

Ещё одним измерением трансформации является растущая роль искусственного интеллекта и машинного обучения. Эти технологии переходят из разряда вспомогательных инструментов в категорию архитекторов новых социальных решений [3]. Алгоритмы способны оптимизировать распределение благотворительной помощи, прогнозировать социальные риски на уровне отдельных районов или даже семей, персонализировать образовательные и реабилитационные траектории для нуждающихся. Однако это порождает серьёзные этические дилеммы, связанные с алгоритмической предвзятостью, прозрачностью принятия решений и делегированием важных социальных функций автоматизированным системам. Социальный предприниматель в цифровую эпоху вынужден становиться ещё и гарантом этичности используемых алгоритмов, что требует междисциплинарных компетенций на стыке социальной работы, права и науки о данных.

Финансовая модель цифрового социального предпринимательства также претерпевает изменения. Помимо традиционных грантов и социально-преобразующих инвестиций, возникают специфические механизмы, такие как токенизация социального воздействия или выпуск социальных связей в цифровой форме. Эти инструменты, основанные на технологии блокчейн, позволяют привлекать средства глобального пула инвесторов, обеспечивая при этом неукоснительную прозрачность и отслеживаемость использования средств и достижения заранее определённых социальных результатов [3]. Таким образом, цифровая трансформация затрагивает не только операционную деятельность, но и фундаментальные основы экономики социального сектора, создавая предпосылки для более тесной интеграции с глобальными финансовыми потоками.

Подводя итоги, можно сказать, что социальное предпринимательство в цифровую эпоху перестаёт быть нишевым явлением и становится мощным драйвером системных изменений. Новые цифровые модели, основанные на платформах, данных и сетевых экосистемах, позволяют достигать беспрецедентного масштаба и глубины социального воздействия. Успех в этой новой парадигме зависит от способности предпринимателей сочетать технологическую грамотность с глубоким пониманием социального контекста, а также от готовности институциональной среды поддерживать такие гибридные инициативы. Дальнейшее развитие будет определяться способностью сектора преодолеть цифровое неравенство, обеспечить этическое использование технологий и выстроить эффективное межсекторное партнёрство для создания устойчивой социальной ценности в условиях непрерывной технологической эволюции.

Библиографический список

1. 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.
2. Гришин, К. Е. Методический подход к определению сути и содержания деятельности субъектов социального предпринимательства / К. Е. Гришин, У. А. Назарова, Е. В. Терелецкова // Экономика и управление: научно-практический журнал. – 2018. – № 6(144). – С. 98-102.
3. Ермаков А. А., Денисова А. Н., Кобзев Д. С., Влияние цифровой трансформации на изменения экономики и социальной сферы // КиберЛенинка. 2024. № 3 (53). С. 148-153.
4. Разумова Т. О., Садовая Е. С., Чубарова Т. В. Новый социальный ландшафт эпохи цифровизации: уроки пандемии. Анализ и прогноз. Журнал ИМЭМО РАН. 2020. № 3. С. 24-34.
5. Сафиуллина Ф. Р., Социальное предпринимательство: новая модель взаимодействия бизнеса и общества // Экономика и Право. 2025. № 6-2. С. 88–97.
6. Фам, Ч. Б. Цифровизация бизнеса: понятие, основные современные направления и влияние на конкурентоспособность бизнеса / Ч. Б. Фам, В. Т. Н. Фам, Е. В. Терелецкова // Социосфера. – 2025. – № 2. – С. 179-182.