

УДК 334

DOI: 10.28995/2782-2222-2024-4-32-45

Социальные предприятия и социальное предпринимательство: отечественный и зарубежный опыт

Анастасия А. Плюхина

*Российский государственный гуманитарный университет,
Москва, Россия, pluhinaa@yandex.ru*

Аннотация. В статье сделан вывод о том, что социальное предпринимательство как всеобъемлющая движущая сила научно-технического прогресса, механизм обеспечения инновационного развития социально-экономических систем играет ведущую роль в процессе общественного благосостояния. Проводится анализ процесса становления и развития социального предпринимательства, предпосылок его зарождения в международной практике и раскрываются особенности создания социальной предпринимательской системы в России как социально ориентированном государстве с учетом возможного решения вопросов формирования устойчивых социально-экономических эффектов.

Ключевые слова: социальное предприятие, социальное предпринимательство, общественное благосостояние, социальные функции, социальная ответственность

Для цитирования: Плюхина А.А. Социальные предприятия и социальное предпринимательство: отечественный и зарубежный опыт // Наука и искусство управления / Вестник Института экономики, управления и права Российского государственного гуманитарного университета. 2024. № 4. С. 32–45. DOI: 10.28995/2782-2222-2024-4-32-45

Social enterprises and social entrepreneurship. National and foreign experience

Anastasiya A. Plyukhina

*Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia,
pluhinaa@yandex.ru*

Abstract. The article concludes that social entrepreneurship as a comprehensive driving force of scientific and technological progress, a mechanism for ensuring innovative development of socio-economic systems, plays a leading

© Плюхина А.А., 2024

role in the public welfare process. The author analyzes the process of formation and development of social entrepreneurship, the prerequisites for its emergence in international practice and reveals the features of the creation of a social entrepreneurial system in Russia as a socially oriented state, taking into account the possible solution to the issues of forming sustainable socio-economic effects.

Keywords: social enterprise, social entrepreneurship, social welfare, social functions, social responsibility

For citation: Plyukhina, A.A. (2024), "Social enterprises and social entrepreneurship. National and foreign experience", *Science and art of management / Bulletin of the Institute of Economics, Management and Law of the Russian State University for the Humanities*, no. 4. pp. 32–45, DOI: 10.28995/2782-2222-2024-4-32-45

Введение

В условиях обострения социально-экономических проблем и социальной напряженности в стране возникает необходимость углубленного исследования особенностей развития социального предпринимательства, его проблем и возможностей.

Социальное предпринимательство (СП) – это разновидность бизнеса, доходы которого направлены главным образом на его развитие, общественные дела или решения острых социальных проблем.

Как общественное явление оно появилось в западноевропейских странах во второй половине XVIII в., однако его легализация как социального института состоялась лишь примерно в конце XIX в. Более активное распространение социальное предпринимательство получило приблизительно 15–20 лет назад.

Данный вид деятельности связан с созданием новых бизнес-моделей, основной задачей которых являются устойчивые позитивные социальные результаты в инфраструктурном обеспечении общественной системы.

Решая социальные проблем, предприниматели действуют в соответствии с главными принципами ценностей, тем самым не только обогащаются материально, а также реализовываются духовно и морально.

СП формирует экономическую основу для решения социальных и эколого-туристских проблем инновационными методами, сочетая в себе черты государственного и частного секторов. Оно направлено на практическую реализацию инноваций для решения самых сложных проблем общества: бедности, голода, безработицы,

неграмотности, заболеваний. Результатом такой деятельности становится социальная инновация как новый способ решения наиболее острых проблем современного общества, таких как бедность, неграмотность, безработица и др. Ее ценность и значимость определяются способностью удовлетворять потребности населения новыми, более удобными способами.

Изучение зарубежного опыта реализации социальных проектов может оказаться полезным для российской практики в части выявления наиболее перспективных направлений развития и распространения социальных проектов в отечественной рыночной экономике, внедрения новых социальных технологий, а также анализа собственных ошибок. Это позволит избежать повторения негативного опыта других государств.

Особенности развития социального предпринимательства в России и мире

Современное социальное предпринимательство предоставляет равные права для людей, общества, природной среды, выступая глобальной силой, так как социальные предприятия и их сети развиваются и люди объединяются для создания жизнеспособных организаций. Каждый имеет право равной ценности собственности, право голоса и выбора, своего вклада в социальное и экологическое благополучие.

Таким образом, социальное предприятие является формой коммерческого предприятия, где собственность, контроль и богатства распределяются равномерно, способствуя становлению более открытого и честного общества.

С конца 1970-х гг. используется следующее определение социального предприятия:

...социальное предприятие – это юридически зарегистрированная организация, которая находится в совместной собственности и под контролем членов этой организации и основана на принципах равной доли собственности. Предприятие осуществляет коммерческую деятельность, создает общественное богатство и способствует улучшению экологии. Общественное богатство и экологические выгоды являются неотъемлемой частью целей деятельности социального предприятия, на их достижение предприятие направляет часть прибыли [Баталина и др. 2008, с. 30].

Социальное предприятие пытается быть коммерчески успешным, экологически чувствительным и создавать общественное богатство.

Успех социального предприятия измеряется тройным результатом деятельности [Пономарев, Светульников 2016, с. 39].

Финансовая независимость, создание общественного богатства, ответственность за окружающую среду определяются планированием и деятельностью предприятия и являются критериями для оценки успеха. Общественное богатство можно определить как преимущества и доходы, полученные группой людей, которые организовались для достижения определенных целей и результатов. Эти преимущества и прибыль не могут быть получены индивидуально, а только коллективно. То, каким образом социальное предприятие способствует общественному богатству, зависит от вида его коммерческой деятельности. Это может быть оказание помощи персоналу в профессиональном росте, закупка у определенных поставщиков, которые сотрудничают с движением «честная торговля» (Fairtrade), предоставление финансовых грантов местной общине или же пожертвование процента доходов на благочиние [Жохова 2015].

В каждой стране существуют свои правовые формы, которые будут определять форму деятельности социального предприятия. Регулятивная система страны использует правовые нормы, которые позволяют создать социальное предприятие в законодательных границах.

Рассматривая термин «предпринимательство» в общем смысле, необходимо обратиться к трудам Й. Шумпетера, который утверждал, что предприниматель – это

...инноватор, применяющий новые способы и методы производства, новейшие технологии, тем самым двигая экономику страны вперед и выводя на новый уровень [Шумпетер 2004, Т. 3, с. 206].

В современной трактовке социальное предпринимательство – это предпринимательская деятельность, направленная на улучшение жизни, удовлетворение потребностей населения, решение проблем, возникающих в социуме. Социальный бизнес стремится решить общественные проблемы, которые не удастся решить частному бизнесу и государству, другими, нетрадиционными, способами. Данная тенденция становится возможной за счет социальных инноваций, которые реализуются социальными предпринимателями.

В то же время слабыми сторонами социального предпринимательства являются необходимость государственной поддержки таких компаний вследствие ограниченного доступа к финансовым ресурсам для развития бизнеса. Как правило, коммерческие банки не склонны предоставлять кредиты субъектам социального

предпринимательства, даже учитывая их благородную миссию, поскольку их финансовые позиции ниже, чем у частного бизнеса. Отсутствие нацеленности на максимизацию прибыли существенно ограничивает возможности социальных предпринимателей расширять свое дело за счет собственных фондов, а грантовое финансирование и другие подобные механизмы не всегда способны удовлетворить потребность в необходимых средствах.

Одним из основных направлений поддержки социального предпринимательства является законодательное признание. Данная тенденция подтверждается опытом развитых стран, многие из которых приняли нишу базовых законов и подзаконных актов в сфере социального бизнеса. В отечественной практике задачи Федерального закона от 26.07.2019 г. № 245-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» в части закрепления понятий «социальное предпринимательство», «социальное предприятие» – выявить сферы деятельности, в которых желательно его развитие, определить и ввести меры государственной поддержки и стимулирующие механизмы для развития социальных предприятий. Основными являются закрепление самого понятия «социального предпринимательства» и критерии выделения его среди других форм хозяйственной деятельности [Иващенко, Булыгина 2019].

Таким образом, социальное предпринимательство – одно из перспективных направлений развития малого и среднего бизнеса, способствующее решению ряда социальных проблем. Развитие данного сектора в России обеспечит расширение спектра доступных социальных услуг и трудоустройство социально уязвимых слоев населения. Развитие института социального предпринимательства может стать действенным инструментом решения проблем государственной социальной политики, а социальные предприниматели – равноправными партнерами для правительства и частного бизнеса.

В свою очередь, под социальным предприятием понимается вид бизнеса, который отличается от типичной частной коммерческой компании, а также от публичной компании государственного сектора, чья миссия – удовлетворить социальные, экологические или другие потребности сообщества, в котором он планирует начать свою деятельность.

При этом социальные предприятия применяют рыночные методы для достижения социальных целей. К ним относятся как некоммерческие организации, так и компании с коммерческой, но социальной целью.

Поэтому вместо того, чтобы максимизировать участие своих акционеров, такие компании предлагают цели социального влияния

в их сообществах или мире, например финансирование бесплатной деятельности, поддержку микропредприятий, защиту самых слабых секторов и т. д.

Цели компаний такого типа часто называют «тройным результатом», поскольку они предполагают успех в трех интегрированных областях: финансовых, социальных и экологических. Это означает, что все социальное предпринимательство стремится сбалансировать эти три аспекта в своей основной миссии [Клиндук 2019].

В справочной литературе понятие «социальное предприятие» определяется как:

- бизнес-организация, приоритетная цель которой заключается в решении социальных проблем различных категорий населения;
- предпринимательская деятельность, направленная на реинвестирование, т. е. перенаправление полученных финансов на производство новых товаров или услуг, создание рабочих мест, развитие инфраструктуры и т. д.;
- основанная на самокупаемой базе хозяйственная деятельность по производству социально значимого продукта или услуги с применением инновационных решений для решения общественной проблемы (рис. 1).

Социальное предпринимательство помогает частично решать проблемы несостоятельности бюджетов разных уровней в финансовой поддержке наиболее уязвимых категорий населения, и его деятельность является особенно важной в условиях экономического кризиса, вызванного различными факторами эндогенного и экзогенного характера. Большинство источников финансирования социальных предприятий составляют собственные средства учредителей, международные гранты, помощь меценатов, государственные кредиты на развитие бизнеса и предпринимательства.

В отличие от традиционных коммерческих предприятий, заинтересованных в получении сверхприбыли (собственного обогащения), социальные бескорыстно помогают обществу ради достижения конкретной социальной цели. В данном случае формулировка социальной цели учитывает три важных компонента:

- имеющуюся социальную проблему, которую предприятие стремится решить [Урбанаева, Илтакова 2016];
- ассортимент товаров и услуг, которые будут производиться и предоставляться предприятием;
- категорию целевых групп потребителей (деятельность может быть ориентирована на бездомных, воспитанников интернатов, лиц с функциональными ограничениями и т. п.).



Рис. 1. Типизация субъектов социального предпринимательства.
Составлен автором

Основное различие между коммерческим и социальным предприятиями заключается в ценности производства товаров и услуг. В случае с коммерческим предприятием это рыночная ценность, которая может быть выражена в категориях дохода и прибыли. В свою очередь, ценностью социального предприятия являются создание и предоставление социального блага наименее защищенным слоям населения, не имеющим финансовых ресурсов или политических рычагов для достижения такого блага собственными силами.

Например, зарубежные авторы (Д. Борнштейн, С. Дэвис в книге «Социальное предпринимательство: что нужно знать каждому?» (“Social Entrepreneurship: What Everyone Needs to Know?”)) отмечают, что не стоит радикально разделять социальное и коммерческое предпринимательство и, соответственно, предпринимателей, поскольку и те, и другие создают рабочие места и удовлетворяют определенные потребительские потребности, выполняя, таким образом, социальные функции [Bornstein, Davis 2010].

К социально значимым задачам социального предпринимательства в России относят: трудоустройство уязвимых групп на-

селения (ветеранов СВО, внутренне перемещенных лиц, жителей сельской местности, людей пенсионного возраста, многодетных семей, реабилитированных наркотически зависимых, бывших заключенных, инвалидов, ВИЧ-положительных лиц); поддержку социальных, культурных, спортивных мероприятий / проектов, благотворительных организаций; направление части (не менее 30%) или всей прибыли на отдельные виды услуг для социально уязвимых групп населения.

Перспективы развития социального предпринимательства в России безусловно имеются, но в то же время наблюдается ряд препятствий. Это монополизация отраслей экономики, финансирование социальной сферы по остаточному принципу, зависимость от грантов, недостаточная поддержка со стороны государства малого и среднего бизнеса, а также потребительское отношение и равнодушие некоторой части населения ко всему тому, что не касается лично каждого.

Несмотря на сложности и ограничения, в России работают тысячи успешных социально ориентированных предприятия в сфере здравоохранения и реабилитации населения, в культуре и творческой индустрии, спорте и др. Среди благотворительных фондов в России по объему поступлений необходимо выделить БФ «Татнефть», Фонд «Подари жизнь», БФ «Память поколений», Всемирный фонд природы, Фонд Потанина, БФ «Алёша», Фонд «Искусство, наука и спорт» и др.

Деятельность существующих социальных предприятий свидетельствует о наличии большого количества великодушных людей, стремящихся помогать другим и в меру своих возможностей осуществляющих это. Однако они нуждаются во всесторонней поддержке, а, следовательно, приоритетные действия правительства должны быть направлены на:

- разработку нормативно-правового обеспечения развития социального предпринимательства в России;
- предоставление методологической и практической помощи по созданию и поиску источников финансирования социальных предприятий;
- содействие освещению их деятельности в СМИ, проведение тематических публичных мероприятий по популяризации такого вида предпринимательства;
- введение в учреждениях высшего образования учебной дисциплины «Социальное предпринимательство» с целью формирования у студентов системы специальных знаний в сфере организации и развития социальных предпринимательских инициатив, приобретения умений планирования, анализа и реализации социальных предпринимательских проектов.

Внедрение вышеупомянутых действий будет способствовать активизации интереса к социальному предпринимательству, увеличит общую занятость в регионах, обеспечит рост уровня взаимодоверия и взаимодействия в обществе, а также модернизирует и повысит качество предоставления социальных услуг особенно уязвимым категориям населения.

Рассматривая особенности становления социального предпринимательства в международном масштабе, необходимо отметить, что в большинстве развитых стран мира приветствуется развитие данного сектора.

Однако правительство каждого из государств в сфере формирования и продвижения инструментов социального предпринимательства наделено собственными принципами и функциями.

Например, в 2013 г. Европейской комиссией был проведен анализ нормативно-правовых баз разных стран, регламентирующих деятельность социальных предприятий, был сделан вывод о том, что в большинстве стран социальные предприятия не имеют отдельной формы организации и для работы используют такие же юридические формы, которые распространены на традиционные хозяйствующие субъекты.

Кроме того, в 16 европейских странах присутствуют юридические документы, регулирующие социальные предприятия на законодательном уровне [Логвинова 2015]. Однако законодательство только четырех из них имеет юридическую форму, созданную именно для социального предпринимательства, которая называется формой социального предприятия (Social Enterprise Form).

Анализируя зарубежный опыт институционализации социального предпринимательства, можно прийти к заключению о том, что основной движущей силой его развития является наличие четкой законодательной базы.

В большинстве стран социальные предприятия не имеют отдельной формы организации и для работы используют такие юридические формы, которыми наделены традиционные предприятия.

Например, социальные кооперативы коллективной собственности (Société Coopérative D'Intérêt Collectif – SCIC) являются формой социального предприятия-кооператива во Франции. SCIC предусматривает и коммерческие, и социальные цели (caractere d'utilite sociale), направленные на пользу общины, экономическая деятельность должно быть тесно связана с достижением социальных целей.

Социальная цель и полезность (Utilite Sociale) подразумевают в первую очередь помощь незащищенным группам людей или дея-

тельность, которая направлена на преодоление дискриминации и неравенства в социуме.

Так, итальянские социальные кооперативы – это модель кооперативного права собственности, в основе которой – достижение определенной социальной цели в отличие от традиционной привычной заинтересованности участников кооператива в получении прибыли.

Итальянское законодательство характеризует два вида социальных кооперативов:

- 1) кооперативы типа «А», предоставляющие социальные, медицинские и образовательные услуги (например, уход за лицами, имеющими инвалидность, или пожилыми людьми), участниками этих кооперативов выступают поставщики и получатели услуг;
- 2) кооперативы типа «В», ориентированные на социальную интеграцию конкретных уязвимых групп населения.

Но в некоторых европейских государствах выбрали иной подход к нормативно-правовому регулированию социального предпринимательства – адаптацию уже существующих организационно-правовых форм.

При изучении особенностей нормативно-правового регулирования социального предпринимательства на конкретных примерах обращает на себя внимание ряд характерных особенностей [Московская и др. 2011].

Например, в Бельгии компанией социального назначения (Social Purpose Company – SPC) может быть компания любой организационно-правовой формы при условии, что она имеет альтруистическую цель, являющуюся главным стимулом работы акционеров, а не обогащение.

Такая компания должна представлять ежегодный подробный отчет о своей деятельности, направленной на достижение выбранных социальных целей.

В 2005 г. в Великобритании был принят Закон № 1788 «О регулировании деятельности компаний общественного интереса» (Community Interest Company). Данные предприятия принадлежат некоммерческим организациям и должны работать над представлением интересов определенного местного сообщества.

Уникальность опыта Великобритании заключается в том, что под социальным предпринимательством изначально понимается альтернативный путь, объединяющий социальную справедливость и экономическое развитие. Социальное предпринимательство в Великобритании является важной частью политического дискурса и четко регламентируется законодательством.

В Польше действующего законодательства или нормативного акта относительно регламентации социального предпринимательства не было в течение долгого времени. Однако определенные шаги к юридическому определению социальных предприятий состоялись. Например, в Национальной программе развития социальной экономики, которая была принята Советом министров в 2014 г., социальными предприятиями считаются предприятия различных организационно-правовых форм, отвечающие следующим критериям:

- занимаются рыночной деятельностью;
- имеют не менее 30% рабочих, являющихся социально незащищенными лицами;
- основаны на демократическом управлении, имеют определенные ограничения в распределении доходов;
- предусматривают регламентированные ограничения различия в размерах заработной платы.

Само понятие «СП» в Польше закреплено «Законом о социальных предприятиях и поддержке социального хозяйства», который был разработан Министерством семьи, труда и социальной политики в 2017 г.

В Канаде присутствует рабочее законодательство о работе благотворительных и кооперативных корпораций, имеющее также отличие от законодательств в других странах. Данная тенденция помогает развитию социальных предприятий на уровне традиционных, тем не менее есть разграничения предприятий социального бизнеса и бизнеса социального назначения.

Для социальных предприятий обязательным условием выдвигается создание специального органа – Совета социального предприятия, которое обязано наблюдать за соблюдением правовых основ, касающихся социального предпринимательства.

Специалисты государственных служб, а также специалисты органов местного самоуправления должны безвозмездно и регулярно проводить встречи для оказания помощи и поддержки социальным предприятиям, их росту и развитию.

Законодательство США закрепляет процедуры осуществления определенных проектов. В законе конкретно определяются сфера интересов всех секторов экономики, права и обязанности финансовых и компенсационных структур.

Основными средствами являются торги и процедуры, установленные государственным департаментом.

Для проектов, которые стоят не меньше 300 млн долларов, по закону организуется консультативный комитет, рассматривающий предложения и их соответствие правовым актам.

Для конкурирующих и нежелательных проектов и предложений определяются показатели оценивания, учитывающие совокупность важных факторов, а именно: предыдущий опыт в этом направлении работы; демонстрацию возможности выполнить необходимые задачи и др.

В Ирландии действует закон об общем частном партнерстве, принятый в 2002 г., на основании которого государство делегирует полномочия управления частным компаниям, те, в свою очередь, передают его общественным объединениям. Поэтому рассматривают сразу два уровня партнерства: государственно-частное и общественно-частное.

При этом бизнес-структуры заключают соглашения с государством, а также с общественными объединениями. В центре партнерских отношений присутствует бизнес, который часть собственных полномочий передает общественности. Государство не вмешивается в контроль за данными процессами, в то же время ответственность ложится именно на бизнес.

Социальное предпринимательство и его развитие являются важным приоритетом как для государства, так и для граждан и бизнеса, поскольку именно данная модель способна защищать определенные слои населения и помогать им решать важные общественные проблемы, приносить прибыль своим владельцам и частично снять нагрузку с государства, оказывая адресную помощь.

Чтобы ускорить темпы развития социального предпринимательства в России, необходимо, прежде всего, закрепить на законодательном уровне методологически и определиться с возможными формами. Данный процесс происходит в двух направлениях: путем самоорганизации экономической деятельности сплоченных представителей социально незащищенных слоев населения и через начало разрешенной предпринимательской деятельности на базе неправительственных некоммерческих общественных организаций.

Заключение

В условиях обострения социально-экономических проблем и социальной напряженности в стране возникает необходимость углубленного исследования особенностей развития социального предпринимательства, его проблем и возможностей.

Понятие жизнеспособности в наше время становится более широким и включает в себя не только коммерческую самостоятельность, но и понятие экологической ответственности и создания

общественного богатства. Для того чтобы обеспечить их, и применяется в настоящее время новая модель бизнеса.

Социальное предпринимательство – это разновидность бизнеса, доходы которого направлены главным образом на его развитие, общественные дела или решения острых общественных, социальных проблем. Социальный предприниматель ставит перед собой задачу внесения позитивных изменений в инфраструктурном обеспечении общественной системы, обеспечивая достижение долгосрочного эффекта.

В процессе решения социальных проблем предприниматели действуют в соответствии с главными принципами ценностей, тем самым обогащаются не только материально, но и реализуются духовно и морально.

Литература

- Баталина и др. 2008 – *Баталина М., Московская А., Тарадина Л.* Обзор опыта и концепций социального предпринимательства с учетом возможностей его применения в современной России. М.: ГУ ВШЭ, 2008. 81 с.
- Жохова 2015 – *Жохова В.В.* Социальное предпринимательство: концепция, сущность и значение // Современная конкуренция. 2015. Т. 9. № 4 (52). С. 77–99.
- Ивашенко, Булыгина 2019 – *Ивашенко Н.П., Булыгина Н.И.* Социальное предпринимательство в России: текущее состояние и особенности развития // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2019. Т. 10. № 1. С. 114–132.
- Клиндух 2019 – *Клиндух Р.В.* Социальное предпринимательство: понятийно-терминологическая систематизация // Экономика, предпринимательство и право. 2019. Т. 9. № 3. С. 167–178.
- Логвинова 2015 – *Логвинова И.Л.* Обучение социальному предпринимательству: зарубежный опыт // Современная конкуренция. 2015. Т. 9. № 5 (53). С. 84–106.
- Московская и др. 2011 – *Московская А.А., Аларичева М.А., Албутова А.И. [и др.]* Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования. М.: НИУ «Высшая школа экономики», 2011. 286 с.
- Пономарев, Светульников 2016 – *Пономарев О.Б., Светульников С.Г.* К вопросу о базовых дефинициях теории предпринимательства // Современная конкуренция. 2016. Т. 10. № 1 (55). С. 33–42.
- Урбанаева, Илтакова 2016 – *Урбанаева Е.Г., Илтакова Н.В.* Исторические и социальные корни предпринимательства (В. Зомбарг, М. Вебер) // Социальная компетентность. 2016. Т. 1. № 2 (2). С. 97–104.
- Шумпетер 2004 – *Шумпетер Й.А.* История экономического анализа: В 3 т. / Пер. с англ, под ред. В.С. Автономова. СПб.: Экон. школа, 2004. Т. 3. X + 678 с.
- Bornstein, Davis 2010 – *Bornstein D., Davis S.* Social Entrepreneurship: What Everyone Needs to Know. N. Y., NY: Oxford Univ. Press, 2010. 147 p.

References

- Batalina, M., Moskovskaya, A. and Taradina, L. (2008), *Obzor opyta i kontseptsii sotsial'nogo predprinimatel'stva s uchetom vozmozhnostei ego primeneniya v sovremennoi Rossii*. [Review of the experience and concepts of social entrepreneurship taking into account the possibilities of its application in modern Russia], GU VShE, Moscow, Russia.
- Bornstein, D. and Davis, S. (2010), *Social Entrepreneurship: What Everyone Needs to Know*, Oxford University Press, New York, USA.
- Ivaschenko, N.P. and Bulygina, N.I. (2019), "Social entrepreneurship in Russia: current state and development features", *MIR (Modernization. Innovation. Development)*, vol. 10, no. 1. pp. 114–132.
- Klindukh, R.V. (2019), "Social entrepreneurship: conceptual and terminological systematization", *Economy, entrepreneurship and law*, vol. 9, no. 3, pp. 167–178.
- Logvinova, I.L. (2015), "Education social entrepreneurship: international experience", *Modern competition*, vol. 9, no. 5 (53), pp. 84–106.
- Moskovskaya, A.A., Alaricheva, M.A. and Albutova, A.I. (2011), *Sotsial'noe predprinimatel'stvo v Rossii i v mire: praktika i issledovaniya* [Social entrepreneurship in Russia and in the world: practice and research], NIU "Vysshaya shkola ekonomiki", Moscow, Russia.
- Ponomarev, O.B. and Svetunkov, S.G. (2016), "On the question of the basic definitions of the theory of entrepreneurship", *Modern competition*, vol. 10, no. 1 (55), pp. 33–42.
- Schumpeter, J.A. (2004), *Istoriya ekonomicheskogo analiza* [History of Economic Analysis, in 3 vols.], Ekonomicheskaya shkola, Saint Petersburg, Russia.
- Urbanaeva, E.G. and Iltakova, N.V. (2016), "Historical and social roots of entrepreneurship (V. Sombart, M. Weber)", *Social Competence*, vol. 1, no. 2 (2), pp. 97–104.
- Zhokhova, V.V. (2015), "Social entrepreneurship: concept, essence and meaning", *Modern competition*, vol. 9, no. 4 (52), pp. 77–99.

Информация об авторе

Анастасия А. Плюхина, кандидат экономических наук. Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия; 125047, Россия, Москва, Миусская пл., д. 6; pluhinaa@yandex.ru

Information about the author

Anastasiya A. Plyukhina, Cand. of Sci. (Economics), Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia; bld. 6, Miusskaya Square, Moscow, Russia, 125047; pluhinaa@yandex.ru