

МЕНЕДЖМЕНТ: СОВРЕМЕННЫЙ РАКУРС · MANAGEMENT: A MODERN PERSPECTIVE

Вестник МИРБИС. 2022. № 2 (30): С. 165–178.
Vestnik MIRBIS. 2022; 2 (30): 165–178.

Обзорная статья
УДК 334.72; 330.341.2
DOI: 10.25634/MIRBIS.2022.2.17

[Социальное предпринимательство как проводник социальных инноваций в современной экономике](#)

Татьяна Сергеевна Соловьева— Вологодский научный центр Российской академии наук. Вологда, Россия.
solo_86@list.ru, <https://orcid.org/0000-0003-1770-7566>

Аннотация. Актуальность исследуемой проблемы связана с сохранением ряда социальных и экономических проблем, многие из которых усугубились вследствие распространения коронавируса COVID-19. Это обуславливает необходимость поиска новых инструментов, способных решать стоящие перед обществом и экономикой задачи. Одним из таких направлений выступает поддержка и развитие социальных инноваций. В связи с этим цель настоящей статьи заключается в систематизации научных представлений о социальном предпринимательстве как одном из основных проводников социальных инноваций в современной экономике. В исследовании использовались данные российских и международных исследований, методы сравнительного и дескриптивного анализа, обобщения. В работе рассмотрены различные подходы к определению социального предпринимательства и основные критерии его идентификации. Показано, что в качестве одной из таких характеристик выступает инновационность. Выявлены ключевые сходства и отличия социальных инноваций и социального предпринимательства, в результате чего сделан вывод о том, что первая концепция является более широкой, охватывающей более объемный спектр представителей разных секторов общества. Обоснована тесная взаимосвязь рассматриваемых феноменов и обозначена необходимость создания благоприятной экосистемы для их развития.

Ключевые слова: инновации, социальные инновации, социальное предпринимательство, социально-экономическое развитие.

Для цитирования: Соловьева Т. С. Социальное предпринимательство как проводник социальных инноваций в современной экономике. DOI 10.25634/MIRBIS.2022.2.17 // Вестник МИРБИС. 2022; 2(30):165–178.

JEL: L31, O35

Review article

[Social entrepreneurship as a conductor of social innovation in the modern economy](#)

Tatiana S. Soloveva— Vologda research center of Russian academy of sciences (VoIRC RAS), Vologda, Russia.
solo_86@list.ru, <https://orcid.org/0000-0003-1770-7566>

Abstract. The relevance of the research issue is due to the persistence of a number of social and economic problems, many of which have been exacerbated by the spread of the COVID-19 coronavirus. This calls the search for new tools capable of solving the challenges facing society and the economy. One of these areas is the support and development of social innovations. In this regard, the purpose of the article is to systematize scientific ideas about social entrepreneurship as one of the main agents of social innovation in the modern economy. The study used data from Russian and international studies, methods of comparative and descriptive analysis, generalization. The paper defines various approaches to the definition of social entrepreneurship and the main criteria for its identification. The study shows that one of these characteristics is innovativeness. The research reveals the key similarities and differences between social innovation and social entrepreneurship, concludes that the first concept is broader, covering a larger spectrum of representatives of different sectors of society. The author determines the close interrelation of the phenomena under consideration and notes the need for creating a favorable ecosystem for their development.

Key words: innovations, social innovations, social entrepreneurship, socio-economic development.

For citation: Soloveva T. S. Social entrepreneurship as a conductor of social innovation in the modern economy. DOI 10.25634/MIRBIS.2022.2.17. Vestnik MIRBIS. 2022; 2(30):165–178 (in Russ.).

JEL: L31, O35

Введение

В контексте неопределенности глобальных экономических трендов для России сохраняются актуальными вопросы стабильности развития. При этом устойчивое социально-экономическое развитие страны связывается с необходимостью формирования инновационной модели экономики в условиях «отсутствия эффективных внутренних мотивов к инновационному развитию» [Нуреев 2017, 133]. Это выражается в неразвитости институциональной среды, невысоком спросе на инновационную продукцию, низкой инновационной активности населения, дефиците высококвалифицированных кадров и т. д. В то же время экспертами подчеркивается приоритет внеэкономических факторов развития страны в посткризисный период [May 2018, 25]. Ключевым приоритетом в данном случае становится сохранение человеческого капитала и повышение качества жизни населения. Пандемия COVID-19 только усилила эту ориентацию. На этом фоне важным аспектом выступает поиск эффективных решений, способных улучшить ситуацию в рассматриваемой сфере.

Одним из практических инструментов преодоления социальных, политических, экономических и экологических проблем в современном мире являются социальные инновации, интерес к которым возрос в контексте экономического и финансового кризиса 2008 года². В 2019–2021 гг. социальные инновации внесли существенный вклад в нивелирование негативных последствий распространения коронавируса [Соловьева 2021]. Под социальными инновациями понимаются «новые идеи, которые удовлетворяют социальные потребности, создают социальные отношения и способствуют развитию новых форм сотрудничества»³.

Социальные инновации могут быть инициированы различными акторами, которые также могут участвовать в их реализации на любой стадии

развития (социальные предприниматели, некоммерческие организации, государственный сектор, органы управления, бизнес-структуры и т. д.). Таким образом, они, в отличие от традиционных инноваций, затрагивают всех заинтересованных субъектов общества. В то же время социальное предпринимательство, как показывает практика, выступает общемировым трендом⁴, который оказывает значимое влияние на социально-экономическое развитие стран и регионов. В этой связи целью настоящей статьи является систематизация научных представлений о социальном предпринимательстве как одном из основных проводников социальных инноваций в современной экономике.

Материалы и методы

Информационной базой настоящего исследования являются данные международных и российских исследований, научные труды зарубежных и отечественных ученых в области социальных инноваций и социального предпринимательства. В работе использовались методы сравнительного и дескриптивного анализа, обобщения.

Результаты и обсуждения

Идеи социального предпринимательства имеют давнюю историю, хотя сам термин начал широко использоваться в 1990-х гг. XX в. [Dart 2004], отдельные его упоминания встречаются в научной литературе 1960–1970-х гг., посвященной социальным изменениям [Dobele 2010]. Предприятия с ориентацией на социальные цели начали появляться в Европе в середине XIX в. (сельскохозяйственные и жилищные кооперативы, кредитные союзы, сберегательные банки и др.) [Social Enterprise 2018, 15], и вносили вклад в повышение качества жизни отдельных групп населения.

Кризис в традиционной модели государства всеобщего благосостояния, оказавшегося неспособным удовлетворить спрос на необходимые социальные услуги, способствовал возникновению новой волны развития данного феномена в 1960–70 гг. XX в. К примеру, в 1964 году Джон Дюран начал работать с семьей умственно отсталыми людьми. В настоящее время эта инициатива выросла в предприятие Minnesota Diversified

© Соловьева Т. С., 2022

Вестник МИРБИС, 2022, № 2 (30), с. 165–178.

2 Social innovation trends 2020-2030. The next decade of social innovation. *Social Innovation Academy*: [website]. Open access. Available at: <http://www.socialinnovationacademy.eu/social-innovation-trends-2020-2030/> (accessed 02/01/2022).

3 European Commission «Annual Growth Survey». *European Commission*: [website]. Open access. Available at: http://www.ec.europa.eu/europe2020/pdf/ags2012_en.pdf (accessed 02/01/2022).

4 Салтыкова В. Как усидеть на двух стульях: бизнес, который улучшает жизни людей // *Forbes*: [сайт]. Доступ свободный. URL: <https://blogs.forbes.ru/2020/02/08/kak-usidet-na-dvuh-stuljah-biznes-kotoryj-uluchshaet-zhizni-ljudej/>. Дата публикации 08.02.2020.

Industries, в котором занято более 350 инвалидов, быстро, эффективно и качественно собирающих и упаковывающих продукцию⁵. Подобная практика трудоустройства инвалидов была развита общественными организациями инвалидов и в Советском Союзе⁶. Позже социальное предпринимательство стало рассматриваться в контексте идей социальной экономики и теории «провалов» государства и рынка. В первом случае оно определяется как неотъемлемый элемент социальной экономики, способствующий формированию устойчивой и инклюзивной модели социально-экономического развития территорий [Social economy... 2013, 73]. Во втором случае социальное предпринимательство предстает как решение проблем неспособности государства обеспечить население необходимыми услугами и несправедливого распределения товаров и услуг на свободных рынках [Speare 2001].

В настоящее время существует достаточно большое разнообразие трактовок социального предпринимательства. Ряд из них сфокусирован на социальной миссии, другие — на инновационном аспекте деятельности, третьи — на предпринимательском компоненте. В то же время многие содержат все три обозначенные характеристики.

С. Серто и Т. Миллер [Certo 2008] выделили два подхода к его пониманию:

- широкий, который определяет его как инновационное предприятие с социальными целями.
- узкий, который трактует социальное предпринимательство как экономическую деятельность, удовлетворяющую социальные потребности путем получения дохода. При этом добавление социального измерения к традиционному предпринимательскому процессу и в том, и в другом случае, само по себе выступает инновацией [Lisetchi 2014, 90].

В целом концепция социального предпринимательства, как отмечают большинство исследователей, развивалась в русле двух крупных направлений: школы социальных инноваций и шко-

лы социального предпринимательства (или «получаемого дохода») [Nicholls 2010b; Васц 2011b], характерных для американской традиции (таблица 1). Первое направление, к которому по мнению С. Бак и Ф. Янсена [Васц 2011b], относится большинство существующих трактовок социального предпринимательства, делает акцент на социальной ценности и социальных изменениях, в то время как второе – на новых возможностях для бизнеса и коммерческих моделях. Представители школы социальных инноваций на первый план выдвигали личность социального предпринимателя и его характеристики (в т. ч. способности использовать свои возможности для разработки новых способов решения социальных проблем), а школа социального предпринимательства изначально фокусировалась на предпринимательской деятельности некоммерческих организаций, что обусловлено исторической значимостью данного сектора в США в решении общественных проблем.

В европейской традиции выделяют подход исследовательской сети EMES, согласно которому социальное предпринимательство определяется как деятельность юридических лиц «с явной целью принести пользу обществу» [Defourny 2006, 5], инициированная группой граждан, отличающаяся высокой степенью автономии и экономического риска. При этом материальный интерес собственников ограничен, а также подчеркивается значимость вовлечения иных заинтересованных сторон, и создаются специальные организационно-правовые формы для социальных предприятий. Подход, используемый в Великобритании, отличается тем, что социальное предпринимательство на фоне стимулирования сотрудничества между государственным сектором, частным сектором и гражданским обществом, получило там широкую поддержку в виде самой развитой инфраструктуры в мире [Nicholls 2010a]. Здесь центральная роль также отводится социальному предприятию, которое определяется как предприятие с преимущественно социальными целями, а излишки прибыли в основном реинвестируются для достижения этих целей в бизнес⁷.

Российский подход к социальному предпринимательству, как отмечают эксперты, близок к американскому в отношении коммерческой деятельности, финансовой устойчивости и инно-

5 Production services. MDI : [website]. Open access. Available at: <https://www.mdi.org/services/> (accessed 02/01/2022).

6 Лев Индолев: Краткая история движения инвалидов в России (1921–2000) // Перспектива, РООИ : [официальный сайт]. Доступ свободный. URL: <https://2017.perspektiva-inva.ru/hist-soc-mov/2275-vw-2275>. Дата публикации 24.03.2015.

7 SEUK, www.socialenterprise.org.uk.

вационности [Попов 2019, 170]. В то же время с бизнеса. Однако, как показывает практика и науч- точки зрения организационно-правовых форм ный дискурс, социально-предпринимательская в отличие от американского подхода, где отсут- деятельность также характерна и для некоммер- ствуют четкие ограничения, в России с 2019 г. на ческих организаций. Кроме того, законодательно официальном уровне социальное предпринима- закреплено вложение не менее 50 % прибыли на тельство определено рамками малого и среднего функционирование предприятия.

Таблица 1. Основные научные школы исследования социального предпринимательства

Критерий	Частные критерии	Американская традиция		Европейская традиция		Российский подход
		Школа социаль- ных инноваций	Школа социаль- ного предпри- нимательства	Подход EMES	Подход Вели- кобритании	
Индивидуальный	Предприниматель	Центральная фигура	Второстепен- ная роль	Коллективные действия: «иници- ативы, выдвинутые группой граждан»	Второстепен- ная роль	Центральная фигура
Процессный	Миссия	Миссия лежит в ос- нове процесса соци- альных инноваций	Достижение со- циальных целей	«Явная цель принести пользу обществу»	«Преимущественно социальные цели, а излишки прибыли в основном реин- вестируются для этой цели в бизнес или сообщество»	Достижение обще- ственно полезных целей, решение со- циальных проблем
	Связь миссии с производительной деятельностью	Прямая	Социальное пред- принимательство заключается в реализации не- коммерческими организациями коммерческой де- ятельности с целью финансирования их социальной деятельности	Прямая: «характер экономической де- ятельности должен быть связан с соци- альной миссией»	Прямая/непрямая: «Предоставляемые товары и услуги могут быть связа- ны, не связаны или занимать централь- ное место в миссии предприятия»	Прямая
	Инновации	Необходимое условие	Акцент не делается	Акцент не делается	Акцент не делается	Официально не делается, в научном дискурсе — обя- зательное условие
Организационный	Предприятие	Второстепенное значение: деятель- ность, организо- ванная социальным предпринимателем	Центральное место: акцент на рисках, связанных с получением рыночного дохода	Центральное место: «значительный уровень экономи- ческого риска»	Центральное место	Центральное место
	Организацион- но-правовая форма	Отсутствие четких ограничений: выбор юридической формы скорее дол- жен диктоваться ха- рактером удовлет- воряемых социаль- ных потребностей и объемом необхо- димых ресурсов	Изначально: некоммерческие организации (поз- же: любой бизнес, который торгует в социальных целях)	Некоторые ограни- чения: помимо тра- диционных, новые специфические ор- ганизационно-пра- вовые формы (ОПФ) для поддержки соци- альных предпри- ятий (ассоциации, кооперативы, ком- пании обществен- ного интереса и др.)	Отсутствие четких ограничений	Официально: субъекты малого и среднего бизнеса, индивидуальные предприниматели; на практике и в научном дискурсе — плюс некоммер- ческие организации

Критерий	Частные критерии	Американская традиция		Европейская традиция		Российский подход
		Школа социальных инноваций	Школа социального предпринимательства	Подход EMES	Подход Великобритании	
Организационный (продолжение)	Распределение прибыли	Отсутствие четких ограничений	Ограничение на нераспределение прибыли (позже: допускается некоторое распределение прибыли)	Ограничено: «могут распределять прибыль в ограниченной степени до тех пор, пока избегается поведение, максимизирующее прибыль»	Ограничено: «могут распределять прибыль в ограниченной степени до тех пор, пока избегается поведение, максимизирующее прибыль»	Ограничено: не менее 50% от общего размера прибыли должно быть направлено на осуществление деятельности предприятия

Источник: [Васц 2011b; Hoogendoorn 2010; Попов 2019] с дополнениями автора.

Необходимо отметить, что для школы социальных инноваций и в российской научной традиции инновационный аспект деятельности является обязательным элементом, в то время как в других направлениях на этом акцент не делается, но может присутствовать. В настоящее время, по мнению исследователей, границы между различными направлениями стираются, и в понимании социального предпринимательства преобладают характеристики социальной миссии, ориентации на производство социальных изменений, решения социальных проблем посредством коммерческой деятельности [Лебединцева 2021, 162].

При том, что существуют разнообразные трактовки понятия «социальное предпринимательство», можно выделить ряд признаков, которые чаще всего встречаются при определении его сущности. Основным из них выступает социальная ориентированность. Поскольку социальное предпринимательство является прежде всего предпринимательством, оно имеет одной из своих целей получение прибыли, однако, эта цель вторична по отношению к его ключевой миссии, которая определяется прилагательным «социальное», и акцентирует внимание на решении тех или иных социальных/экологических проблем. В этом случае получаемая прибыль не распределяется между собственниками, а реинвестируется в достижение социальной миссии предприятия, т.е. является необходимым условием финансовой устойчивости. Такие предприниматели включены в местное сообщество, лучше понимают существующие проблемы и возможные направления их решения, что позволяет установить более широкий диалог между всеми участниками [Baggio 2019, 8–9].

В то же время есть точка зрения, согласно которой все типы предпринимательства являются

социальными, так как они создают рабочие места [Schramm 2010], в результате необходимость использования отдельного термина для социального предпринимательства подвергается сомнению. Однако данная позиция представляется спорной, поскольку, хотя в процессе любой предпринимательской деятельности и осуществляется трудоустройство населения, эта цель побочна по отношению к цели максимизации прибыли. Во-вторых, зачастую социальные предприниматели принимают на работу те категории людей, которые выпадают из фокуса внимания других субъектов экономики, в том числе и традиционных бизнес-структур. Кроме того, существуют различия и в плане распределения прибыли: в случае традиционного, пусть и социально ответственного бизнеса, прибыль распределяется между держателями капитала, тогда как социальные предприниматели, как правило, реинвестируют доход на достижение социальных целей.

Таблица 2. Сущность социального предпринимательства для субъектов различных секторов экономики

Субъект	Суть социального предпринимательства
Гражданское общество	• движущая сила системных социальных изменений, пространство для новых гибридных партнерств, модель политической трансформации и расширения прав и возможностей.
Органы власти	• одно из решений проблем, связанных с «провалами» государства в сфере социального обеспечения.
Бизнес-структуры	• новые рыночные возможности, естественное развитие в результате социально ответственных инвестиций.

Источник: составлено автором по [Huybrechts 2012, 33].

По мнению специалистов, разнообразие дискурса относительно социального предпринимательства

тельства связано и с формирующими среду его развития субъектами (таблица 2). Для каждого из них оно несет в себе определённые возможности для роста.

Как правило, исследователи выделяют 2–3 главных характеристики, отличающих социальное предпринимательство от традиционного. Так, А. А. Московская и И. В. Соболева на основе обзора теоретических подходов обозначили три следующих признака:

1) цель деятельности — не извлечение экономической выгоды, а удовлетворение социальной потребности или решение (уменьшение остроты) конкретной социальной проблемы;

2) экономическая устойчивость деятельности;

3) предложение качественно нового продукта (услуга) или качественно новой модели его предоставления [Московская 2016, 106].

С точки зрения EMES¹, социальное предпринимательство является гибридом, возникшим на пересечении государственного, частного и гражданского секторов, в связи с чем его зачастую обозначают как «четвертый сектор». Поэтому социальные предприятия рассматриваются как гибридные организации, что отражается в их целевой ориентации, способе управления и источниках дохода (это обусловлено тем, что нередко социальные предприятия создаются на основе партнерства между заинтересованными сторонами из различных секторов общества) и само по себе рассматривается как институциональная инновация [Defourny 2013, 49]. А новые гибридные организационные формы (социальные кооперативы, низкорентабельные общества с ограниченной ответственностью, компании общественных интересов и т. д.), в которых может воплощаться социальное предпринимательство, также являются инновационными и трактуются как социальные инновации [Lisetchi 2014, 90]. Элемент инновационности зачастую принимается априори в качестве критерия социального предпринимательства, поэтому если, к примеру, в отношении технологического предпринимательства имеет место употребление термина «инновационное технологическое предпринимательство» [Кадацкая 2020], то применительно к первому понятию это представляется тавтологией [Hulgård 2010, 5].

С точки зрения А. Николса, данный вид предпринимательства характеризуется двумя основ-

ными признаками: «главным стратегическим акцентом на социальное воздействие и инновационным подходом к достижению своей миссии» [Nicholls 2008, 13]. Именно это обуславливает позицию исследователей, которые обращают внимание на то, что социальное предпринимательство является одним из наиболее эффективных инструментов реализации социальных инноваций [Pisano 2015]. Более того, во многих работах социальные инновации определяются как неотъемлемый компонент социального предпринимательства [Dees 1998; Nicholls 2008].

Как было отмечено выше, социальное предпринимательство несет в себе элемент инновационности и направлено на социальные цели. В то же время вопросы о соотношении социальных инноваций и социального предпринимательства остаются в фокусе внимания многих исследователей, вплоть до того, так ли уж необходимо социальное предпринимательство для развития социальных инноваций [Groot 2014].

Некоторые исследователи [Lisetchi 2014, 90] отмечают, что, независимо от применяемого подхода к определению социального предпринимательства, оно так или иначе связано с «инновационной деятельностью и услугами, которые мотивированы целью удовлетворения социальных потребностей и которые преимущественно распространяются через организации, основными целями которых являются социальные»². В результате они приходят к заключению, что социальное предпринимательство само по себе является социальной инновацией³, так как оно соответствует условиям, обозначенным Д. Малгэном в данном расширенном определении социальных инноваций. Схожие выводы были получены А. Молиной в ходе анализа существующих трактовок социальных инноваций и социального предпринимательства. Он отмечает, что данные явления «демонстрируют большую синергию» и имеют схожие черты: тесную связь с бизнес-инновациями и предпринимательством, широкое внимание к социальным потребностям и проблемам, возникновение в различных секторах [Molina 2010, 9]. Представители школы социальных инноваций обозначили их как основную часть социального предпринимательства, так как послед-

1 EMES, <http://www.emes.net/>

2 Определение социальных инноваций, данное Д. Малгэном [Mulgan 2006, 146].

3 Так же, как и [Dacin 2010; Dees 2006].

нее может рассматриваться как институциональная структура для их разработки и реализации [Austin 2012; Bacq 2011b; Phillips 2015].

Представляется, что социальные инновации являются более широкой концепцией, поскольку их создание, продвижение и реализацию могут осуществлять не только социальные предприниматели, но и другие экономические агенты (государственные и некоммерческие организации, частные и научно-образовательные структуры, органы власти и т. д.). С другой стороны, далеко не все социальные предприятия реализуют инновационные бизнес-модели, что позволяет некоторым исследователям относить инновационность к желательным, но необязательным характеристикам социального предпринимательства [Зуева 2015, 48]. В то же время, ориентируясь на эпистемологический анализ существующих дефиниций, можно констатировать, что аспект инновационности выступает неотъемлемой чертой социального предпринимательства [Foroughfar 2018].

Роль социального предпринимательства в развитии социальных инноваций подчеркивается и в рамках эволюции концепции тройной спирали [Leydesdorff 1995], доказавшей свою эффективность в плане продвижения технологических инноваций. В то же время она показала недостаточную эффективность для решения сложных задач, стоящих перед обществом [Voelman 2014]. В связи с этим модель была расширена до четырех- и пятизвенной спирали, куда помимо государственного, академического и частного секторов были включены гражданское общество [Carayannis 2009] и социальные предприниматели [An ecosystem for... 2014].

Инновационность социального предпринимательства может выражаться в разработке новых моделей и процессов производства и предоставления товаров и услуг, формировании нового мышления и новых взглядов на решение социальных/экологических проблем, новых способов масштабирования и организации партнерских отношений и т. д. Исследование, проведенное П. Бенто среди 106 социальных предприятий по всему миру, показало, что инновационные аспекты в их деятельности проявляются, прежде всего, в модели поддержки сообщества (78 %), в организации обучения и переподготовки (73 %), методологии вовлечения и поощрения добровольцев

(63 %) [Bento 2015]. Кроме того, 54 % опрошенных отметили, что инновации можно обнаружить в организационной форме предприятия.

Данные исследования группы ЦИРКОН, осуществленного в 2012–2013 гг. среди социальных предпринимателей, свидетельствуют о том, что новаторство и инновационность как критерий своей деятельности воспринимает порядка трети опрошенных [Портрет социального предпринимателя... 2013, 28]. Данный признак был выбран ими и в качестве четырех основных, характерных для социального предпринимательства (наряду с социальной миссией, экономической устойчивостью и высокой ответственностью за результаты). Также результаты исследования выявили, что социальные предприниматели в большей степени, чем представители традиционных бизнес-структур проявляют инновационность в мышлении и деятельности (64 против 42 баллов соответственно). Схожие оценки были получены в исследовании, проведенном в Великобритании [Smith 2014, 14]. Это подтверждает тезис Ч. Лидбеттера о большей креативности социальных предпринимателей, по сравнению с традиционными [Leadbeater 1997]. Следующее исследование ЦИРКОНа 2018 г. показало, что «новаторство, инновационность в комбинировании социальных и экономических ресурсов для решения социальной проблемы» разделяют порядка 40 % социальных предпринимателей [Социальный предприниматель 2018, 29–34]. При этом совершенно новые продукты/услуги приходилось разрабатывать 59 % опрошенных, осуществлять новые методы ведения бизнеса и организации рабочих мест — 53 %, а новые методы продаж и продвижения товаров — 47 %.

По данным GEM Adult Population Survey 2009 года, степень инновационности деятельности социальных предпринимателей дифференцирована в зависимости от этапа жизненного цикла. Так, социальные предприятия, находящиеся на ранних стадиях развития, чаще, чем уже активно работающие организации, предлагают новые продукты/услуги потребителям, внедряют новые способы их производства и продвижения, занимали новые/оставленные без внимания ниши [Bacq 2011a, 29]. Снижение инновационности социальных предприятий с течением времени, вероятно, связано с тем, что в начале своей деятельности для того, чтобы конкурировать с бо-

лее опытными организациями, им необходимо разрабатывать новые продукты и услуги с целью иметь возможность развиваться дальше. В целом порядка 88% опрошенных социальных предприятий отметили, что за последний год они внедрили, как минимум, один новый или значительно улучшенный процесс, услугу и/или продукт, а иногда и их комбинации. В случае возникновения трудностей с реализацией инноваций социальные предприниматели в качестве основной причины выделяли финансовые проблемы. Некоторые примеры разных видов инноваций, реализуемых социальными предпринимателями, представлены в таблице 3.

Таблица 3. Примеры различных видов инноваций, внедряемых социальными предпринимателями

Вид инновации	Пример
Продуктовые	Запуск нового финансового инструмента, помогающего обучать молодежь ключевым навыкам финансовой грамотности; производство нового чатни (индийский соус), приготовленного с использованием излишков фруктов и овощей и произведенного людьми, находящимися в социально уязвимом положении; запуск нового виджета интеллектуального учета, предназначенного для снижения потребления энергии в домашних хозяйствах.
Сервисные	Запуск новой услуги, которая предлагает материалы многоразового использования в качестве сырья для креативных предпринимателей; внедрение тренингов «почини свой собственный велосипед» (социальное предприятие, миссия которого состоит в том, чтобы активно менять жизнь и распространять положительный опыт пользования велосипедом); внедрение услуги душа для бездомных.
Процессные	Внедрение новой распределительной системы, основанной на том, что матери продают товары другим матерям по всей стране; внедрение подхода, основанного на привлечении молодых людей, в прошлом убогавших из дома, для разработки коммуникационной стратегии для поддержки молодежи, сталкивающейся с аналогичными проблемами; внедрение новой логистической системы при закупке сельскохозяйственной продукции на местном уровне для распределения среди домашних хозяйств.

Источник: [Huysentruyt 2014, 15].

Таким образом, несмотря на различные точки зрения, в большинстве своем специалисты при-

держиваются мнения, что социальному предпринимательству свойственна инновационность, отражающаяся как в самом характере деятельности, так и в формах и моделях ее реализации. При этом, что касается реализации радикальных инноваций, социальные предприятия также превосходят организации государственного и частного секторов, в особенности если это связано с предоставлением услуг [Huysentruyt 2014].

Заключение

Социальное предпринимательство развивается в тех сферах, в которых другие сектора (государство, частный бизнес, некоммерческие организации) зачастую не могут эффективно справиться с решением социальных проблем, что требует поиска новых подходов. Некоторые эксперты выделяют шесть «естественных» областей для развития социального предпринимательства: услуги в сфере социального обеспечения и здравоохранения; образование и профессиональная подготовка; экономическое развитие; помощь в случае стихийных бедствий и международная помощь; социальная справедливость и политические перемены; экологическое планирование и управление [Huysentruyt 2012, 35]. В то же время практика показывает, что спектр «ниш» гораздо шире: сельское хозяйство, транспорт, энергетика, занятость, культура, общественная безопасность и т. д.

С теоретической точки зрения существующие подходы к пониманию социального предпринимательства нельзя назвать однородными, но определенная согласованность в выделении основных его характеристик присутствует. Так, среди ключевых признаков социального предпринимательства наиболее часто называются нацеленность на решение социальных проблем, а также инновационная и коммерческая составляющие. В связи с этим социальное предпринимательство, как правило, соотносится с социальными инновациями, хотя это может быть и не всегда так.

Анализ научного дискурса позволяет идентифицировать связи между концепциями социального предпринимательства и социальных инноваций. В первую очередь, само по себе социальное предпринимательство трактуется как инновационный вид предпринимательства. Как и социальные инновации, оно направлено на решение социальных проблем с тем, чтобы принести пользу обществу, зачастую используя иннова-

ционные способы и методы. Однако социальные альными предпринимателями, но и акторами из предприятия имеют рыночную ориентацию, а иных секторов (государственного, частного, не-социальные инновации не обязательно связаны коммерческого).

с коммерческим интересом. При этом социальные Как проводник социальных инноваций социальные инновации выступают инструментом, механальное предпринимательство в своем развитии низмом преодоления тех или иных проблем, тогнуждается в поддержке со стороны других заинтересованных сторон. Это обуславливает необходимость формирования благоприятной «экосистемы» [Соловьева 2017, 100], способствующей активизации инновационной и социальной активности населения, мобилизации необходимых ресурсов, созданию плодотворной среды для разработки и реализации социально-предпринимательских инициатив.

Список источников

1. Зуева 2015 — Зуева Е. Л. Возможности развития института социального предпринимательства в России / Е. Л. Зуева, С. Ю. Ховаев // *Ars Administrandi*. 2015; (3):46–59. ISSN: 2218-9173.
2. Кадацкая 2020 — Кадацкая Д. В. Тенденции развития инновационного технологического предпринимательства в условиях цифровой экономики / Д. В. Кадацкая, Ю. С. Лаврова. DOI 10.18334/vines.10.2.100800 // *Вопросы инновационной экономики = Russian journal of innovation economics*. 2020; 10(2):985–992.
3. Лебединцева 2021 — Лебединцева Л. А. Бизнес и социальное предпринимательство: обзор основных теоретических моделей / Л. А. Лебединцева, П. П. Дерюгин. DOI 10.17323/727-0634-2021-19-1-155-165 // *Журнал исследований социальной политики = The Journal of Social Policy Studies*. 2021; 19(1): 155–165.
4. Мау 2018 — Мау В. А. На исходе глобального кризиса: экономические задачи 2017–2019 гг. DOI 10.32609/0042-8736-2018-3-5-29 // *Вопросы экономики*. 2018; (3): 5–29.
5. Московская 2016 — Московская А. А. Социальное предпринимательство в системе социальной политики: мировой опыт и перспективы России / А. А. Московская, И. В. Соболева. DOI 10.1134/S1075700716060113 // *Проблемы прогнозирования*. 2016; 27(6): 701–706.
6. Нуреев 2017 — Нуреев Р. М. Сравнительный анализ инновационной активности российских регионов / Р. М. Нуреев, С. А. Симаковский. DOI 10.18522/2073-6606-2017-15-1-130-147 // *Terra Economicus*. 2017; 15(1):130–147.
7. Попов 2019 — Попов Е. В. Мировые научные школы исследования социального предпринимательства / Е. В. Попов, А. Ю. Веретенникова, К. М. Козинская. DOI 10.21684/2411-7897-2019-5-1-157-177 // *Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования = Tyumen State University Herald. Social, Economic, and Law Research*. 2019; 5(1):157–177.
8. Портрет социального предпринимателя... 2013 — Портрет социального предпринимателя: ключевые характеристики : Отчет по итогам опроса социальных предпринимателей. Москва : Циркон, 2013. 60 с. Доступ свободный. URL: http://www.zircon.ru/upload/iblock/e4e/Portret_SP_Otchet.pdf (дата обращения 02.02.2022).
9. Соловьева 2021 — Соловьева Т. С. Решение проблем развития территорий в условиях пандемии COVID-19: роль социальных инноваций. DOI 10.21777/2587-554X-2021-2-87-95 // *Вестник Московского университета им. С. Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление*. 2021; 2:87–95.
10. Соловьева 2017 — Соловьева Т. С. Роль социальных инноваций в решении социальных проблем: опыт России и Беларуси // *Белорусский экономический журнал*. 2017; 3(80): 92–103. ISSN: 1818-4510.
11. Социальный предприниматель... 2018 — Социальный предприниматель — 2018. Автопортрет : Краткий аналитический отчет по результатам исследования. Москва : Циркон, 2018. 37 с. Доступ свободный. URL: http://www.zircon.ru/upload/iblock/4e7/socialnyj_predprinimatel_2018_avtoportret.pdf (дата обращения 02.02.2022).
12. An ecosystem for... 2014 — An ecosystem for social innovation in Sweden. A strategic research and innovation agenda. Olofsson. Lund : Lund University, 2014. 44 p.
13. Austin 2006 — Austin J. *Social and commercial entrepreneurship: Same,*

- different, or both? / J. Austin, H. Stevenson, J. Wei-Skillern DOI:10.1590/S0080-21072012000300003 // *Revista de Administração*. 2012; 47(3):370–384.
14. Bacq 2011a — *Bacq S.* Social and commercial entrepreneurship: Exploring individual and organizational characteristics / S. Bacq, C. Hartog, B. Hoogendoorn, J. Lepoutre // *Scales Research Reports H201110*. Zoetermeer : EIM Business and Policy Research, 2011. 49 p.
15. Bacq 2011b — *Bacq S.* The multiple faces of social entrepreneurship: A review of definitional issues based on geographical and thematic criteria / S. Bacq, F. Janssen. DOI 10.1080/08985626.2011.577242 // *Entrepreneurship & Regional Development*. 2011; 23(5-6):373–403.
16. Baggio 2019 — *Baggio M. C.* Atravessando pontes: A banca e o empreendedorismo social periférico no Jardim Ângela / M. C. Baggio, G. C. Queiroz, L. C. Cunha // *Anais do XLIII Encontro da ANPAD – EnANPAD 2019*, São Paulo, Brasil, 43. São Paulo : Associação Nacional de PósGraduação e Pesquisa em Administração, 2019. 17 p.
17. Bento 2015 — *Bento P.* Innovation in social entrepreneurship: How social enterprises innovate in their organization. Open access. Available at: https://www.researchgate.net/publication/316861926_Innovation_in_social_entrepreneurship_How_social_enterprises_innovate_in_their_organization/citations. Publication date 08/21/2015.
18. Boelman 2014 — *Boelman V.* Growing Social Innovation: A Guide for Policy Makers / V. Boelman, A. Kwan, J. Lauritzen [et al.] // Deliverable D1.4 of the TEPsIE project, 2014. Open access. Available at: https://youngfoundation.org/wp-content/uploads/2015/04/YOFJ2786_Growing_Social_Innovation_16.01.15_WEB.pdf (accessed 02/02/2022).
19. Carayannis 2009 — *Carayannis E.* "Mode 3" and "Quadruple Helix": toward a 21st century fractal innovation ecosystem / E. Carayannis, D. Campbell. DOI 10.1504/IJTM.2009.023374 // *International Journal of Technology Management*. 2009; 46(3/4):201–234.
20. Certo 2008 — *Certo S.* Social entrepreneurship: Key issues and concepts / S. Certo, T. Miller. DOI 10.1016/j.bushor.2008.02.009 // *Business Horizons*. 2008; 51(4): 267–271.
21. Dacin 2010 — *Dacin P. A.* Social Entrepreneurship: Why We Don't Need a New Theory and How We Move Forward from Here / P. A. Dacin, M. T. Dacin, M. Matear. DOI 10.5465/amp.24.3.37 // *Academy of Management Perspectives*. 2010; 24(3): 37–58.
22. Dart 2004 — *Dart R.* The legitimacy of social enterprise. DOI 10.1002/nml.43 // *Nonprofit Management and Leadership*. 2004; 14(4): 411–424.
23. Dees 1998 — *Dees G.* Enterprising non-profits // *Harvard Business Review*. 1998; 76(1): 54–67.
24. Dees 2006 — *Dees J. G.* Framing a Theory of Social Entrepreneurship: Building on Two Schools of Practice and Thought / J. G. Dees, B. B. Anderson // *Research on Social Entrepreneurship*. ARNOVA Occasional Paper Series. 2006; 1(3): 39–66.
25. Defourny 2006 — *Defourny J.* Defining social enterprise / J. Defourny, M. Nyssens // *Social enterprises: At the crossroads of market, public policies and civil society*. London and NY : Routledge, 2006. 352 p. Pp. 3–26. ISBN 978-0415378796.
26. Defourny 2013 — *Defourny J.* Social innovation, social economy and social enterprise: what can the European debate tell us? / J. Defourny, M. Nyssens // *International Handbook on Social Innovation*. Social Innovation, Collective Action and Transdisciplinary Research. Cheltenham : Edward Elgar, 2013. p. 40–43. ISBN: 978-1782545590.
27. Dobele 2010 — *Dobele L.* The significance of social entrepreneurship in Latvia regions / L. Dobele, A. Dobele, A. Sannikova // *Proceedings of the International Scientific Conference Innovation Driven Entrepreneurship*. Vilnius : ISM University of Management and Economics, 2010. Open access. Available at: <http://www.ess-europe.eu/sites/default/files/publications/files/cp-66-lisite-dobele-sannikova.pdf> (accessed 02/02/2022).
28. Forouharfar 2018 — *Forouharfar A.* An epistemological critique of social entrepreneurship definitions / A. Forouharfar, S. A. Rowshan, H. Salarzahi. DOI 10.1186/s40497-018-0098-2 // *Journal of Global Entrepreneurship Research*. 2018; 8(11): 1–40.
29. Groot 2014 — *Groot A.* Does Social Innovation Require Social Entrepreneurship? / A. Groot, B. Dankbaar. DOI 10.22215/timreview/854 // *Technology Innovation Management Review*. 2014; 4(12): 17–26.
30. Hoogendoorn 2010 — *Hoogendoorn B.* What Do We Know about Social Entrepreneurship? An Analysis of Empirical Research / B. Hoogendoorn, H. Pennings, A. Thurik // *ERIM Report Series Reference No. ERS-2009-044-ORG*. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1462018> (accessed 02/02/2022).
31. Hulgård 2010 — *Hulgård L.* Discourses of social entrepreneurship – Variations of the same theme // *EMES European Research Network*, 2010. WP no. 10/01. 21 p.

32. Huybrechts 2012 — *Huybrechts B.* Social Entrepreneurship: Definitions, Drivers and Challenges / B. Huybrechts, A. Nicholls. DOI 10.1007/978-3-8349-7093-0_2 // Social Entrepreneurship and Social Business. 2012, p. 31–48. ISBN 978-3-8349-2729-3.
33. Huysentruyt 2014 — *Huysentruyt M.* Women's Social Entrepreneurship and Innovation. DOI 10.1787/5jxzkq2sr7d4-en // OECD Working Papers. 2014; 1: 25.
34. Leadbeater 1997 — *Leadbeater C.* The rise of the social entrepreneur. London : Demos, 1997. 94 p. ISBN 1898309531.
35. Leydesdorff 1995 — *Leydesdorff L.* The Triple Helix: University–industry–government Relations. A laboratory for knowledge based economic development // Glycoconjugate Journal. 1995; 14(1): 14–19.
36. Lisetchi 2014 — *Lisetchi M.* The entrepreneurship concept as a subject of social innovation / M. Lisetchi, L. Brancu. DOI 10.1016/j.sbspro.2014.02.463 // Procedia – Social and Behavioral Sciences. 2014; 124: 87–92.
37. Molina 2010 — *Molina A.* Hybridity in Social Innovation and Entrepreneurship: State of the Art and Theoretical Challenge. Rome : The University of Edinburgh Business School/Fondazione Mondo Digitale, 2010. 43 p. Open access. Available at: https://www.pure.ed.ac.uk/ws/portalfiles/portal/15031563/2010_Hybridity_in_Social_Innovation_and_Entrepreneurship.pdf (accessed 02/02/2022).
38. Mulgan 2006 — *Mulgan G.* The Process of Social Innovation, in Innovations. DOI 10.1162/itgg.2006.1.2.145 // Technology, Governance, Globalizations. 2006; 1(2): 145–162.
39. Nicholls 2010a — *Nicholls A.* Institutionalizing social entrepreneurship in regulatory space: reporting and disclosure by community interest companies. DOI 10.1016/J.AOS.2009.08.001 // Accounting, Organizations and Society. 2010; 35 (4): 394–415.
40. Nicholls 2008 — *Nicholls A.* Social entrepreneurship: New models of sustainable social change. Oxford : Oxford University Press, 2008. 504 p. ISBN 0199283885.
41. Nicholls 2010b — *Nicholls A.* The Legitimacy of Social Entrepreneurship: Reflexive Isomorphism in a Pre-Paradigmatic Field. DOI:10.1111/j.1540-6520.2010.00397.x // Entrepreneurship: Theory & Practice. 2010; 34 (4): 611–633.
42. Phillips 2015 — *Phillips W.* Social innovation and social entrepreneurship: A systematic review / W. Phillips, H. Lee, P. James, A. Ghobadian, N. O'Regan. DOI 10.1177/1059601114560063 // Group & Organization Management. 2015; 40 (3): 428–461.
43. Pisano 2015 — *Pisano U.* Social Innovation in Europe. An overview of the concept of social innovation in the context of European initiatives and practices / U. Pisano, L. Lange, G. Berger // ESDN Quarterly Report. 2015; 36: 26.
44. Schramm 2010 — *Schramm C.* All Entrepreneurship Is Social : Let's not overlook what traditional entrepreneurs contribute to society. DOI 10.48558/SW3A-0A02 // Stanford Social Innovation Review. 2010; 8 (2): 21–22.
45. Smith 2014 — *Smith R.* Personality trait differences between traditional and social entrepreneurs / R. Smith, R. Bell, H. Watts. DOI 10.1108/SEJ-08-2013-0033 // Social Enterprise Journal. 2014; 10(3); 200–221.
46. Social economy... 2013 — Social economy and social entrepreneurship. Social Europe guide. Vol. 4 / European Commission, 2013. 112 p. ISBN 978-92-79-26866-3. DOI 10.2767/79109.
47. Social Enterprise 2008 — Social Enterprise: A New Model for Poverty Reduction and Employment Generation / C. Borzaga, G. Galera, R. Nogales (eds). NY : UNDP Regional Bureau for Europe and the Commonwealth of Independent States, 2008. 216 p. ISBN 9789295042780.
48. Spear 2001 — *Spear R.* A Wide Range of Social Enterprises // The Emergence of Social Enterprise ; C. Borzaga, J. Defourny (eds.). London: Routledge, 2001. 396 p. Pp. 312–332. ISBN 9780415339216.

References

1. Zueva E. L. Vozmozhnosti razvitiya instituta sotsial'nogo predprinimatel'stva v Rossii [Opportunities for the development of the institution of social entrepreneurship in Russia]. By E. L. Zueva, S. Yu. Khovaev. *Ars Administrandi*. 2015; (3): 46–59. ISSN: 2218-9173 (in Russ.).
2. Kadatskaya D. V. Tendentsii razvitiya innovatsionnogo tekhnologicheskogo predprinimatel'stva v usloviyakh tsifrovoy ekonomiki [Trends in the development of innovative technological entrepreneurship in a digital economy]. By D. V. Kadatskaya, Yu. S. Lavrova. DOI 10.18334/vinec.10.2.100800. *Russian journal of innovation economics*. 2020; 10(2): 985–992 (in Russ.).
3. Lebedintseva L. A. Biznes i sotsial'noye predprinimatel'stvo: obzor osnovnykh teoreticheskikh modeley [Business and social entrepreneurship: a review of the main theoretical models]. By L. A. Lebedintseva, P. P. Deryugin. DOI 10.17323/727-0634-2021-

- 19-1-155-165. *The Journal of Social Policy Studies*. 2021; 19(1): 155–165 (in Russ.).
4. Mau V. A. Na iskhode global'nogo krizisa: ekonomicheskiye zadachi 2017–2019 gg. [At the End of the Global Crisis: Economic Tasks for 2017–2019]. DOI 10.32609/0042-8736-2018-3-5-29. *Voprosy ekonomiki*. 2018; (3): 5–29 (in Russ.).
 5. Moskovskaya A. A. Sotsial'noye predprinimatel'stvo v sisteme sotsial'noy politiki: mirovoy opyt i perspektivy Rossii [Social entrepreneurship in the system of social policy: world experience and prospects for Russia]. By A. A. Moskovskaya, I. V. Soboleva. DOI 10.1134/S1075700716060113. *Problemy prognozirovaniya* [Problems of Forecasting]. 2016; 27(6): 701–706 (in Russ.).
 6. Nureev R. M. Sravnitel'nyy analiz innovatsionnoy aktivnosti rossiyskikh regionov [Comparative analysis of the innovation activity of Russian regions]. By R. M. Nureev, S. A. Simakovskiy. DOI 10.18522/2073-6606-2017-15-1-130-147. *Terra Economicus*. 2017; 15(1): 130–147 (in Russ.).
 7. Popov E. V. Mirovyye nauchnyye shkoly issledovaniya sotsial'nogo predprinimatel'stva [World scientific schools for the study of social entrepreneurship]. By E. V. Popov, A. Yu. Veretennikova, K. M. Kozinskaya. DOI 10.21684/2411-7897-2019-5-1-157-177. *Tyumen State University Herald. Social, Economic, and Law Research*. 2019; 5(1): 157–177 (in Russ.).
 8. *Portret sotsial'nogo predprinimatelya: klyuchevyye kharakteristiki* [Portrait of a Social Entrepreneur: Key Characteristics] : Social Entrepreneur Survey Report. Moscow : Tsirkon Publ., 2013. 60 p. Open access. Available at: http://www.zircon.ru/upload/iblock/e4e/Portret_SP_Otchet.pdf (accessed 02.02.2022) (in Russ.).
 9. Solovieva T. S. Resheniye problem razvitiya territoriy v usloviyakh pandemii COVID-19: rol' sotsial'nykh innovatsiy [Solving the problems of territorial development in the context of the COVID-19 pandemic: the role of social innovations]. DOI 10.21777/2587-554X-2021-2-87-95. *Vestnik Moskovskogo universiteta im. S.Yu. Vitte. Seriya 1: Ekonomika i upravleniye* [Bulletin of the Moscow University. S.Yu. Witte. Series 1: Economics and Management]. 2021; 2:87–95 (in Russ.).
 10. Solovieva T. S. Rol' sotsial'nykh innovatsiy v reshenii sotsial'nykh problem: opyt Rossii i Belarusi [The role of social innovations in solving social problems: the experience of Russia and Belarus]. *Belorusskiy ekonomicheskiy zhurnal* [Belarusian Economic Journal]. 2017; 3(80): 92–103. ISSN: 1818-4510 (in Russ.).
 11. *Sotsial'nyy predprinimatel' – 2018. Avtoportret* [Social entrepreneur – 2018. Self-portrait] : Brief analytical report on the results of the study. Moscow: Zircon, 2018. 37 p. Open access. Available at: http://www.zircon.ru/upload/iblock/4e7/socialnyj_predprinimatel_2018_avtoportret.pdf (accessed 02.02.2022) (in Russ.).
 12. *An ecosystem for social innovation in Sweden*. A strategic research and innovation agenda. Olofsson. Lund : Lund University, 2014. 44 p.
 13. Austin J. Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both?. By J. Austin, H. Stevenson, J. Wei-Skillern DOI 10.1590/S0080-21072012000300003. *Revista de Administração*. 2012; 47(3):370–384.
 14. Bacq S. *Social and commercial entrepreneurship: Exploring individual and organizational characteristics*. By S. Bacq, C. Hartog, B. Hoogendoorn, J. Lepoutre. Scales Research Reports H201110. Zoetermeer : EIM Business and Policy Research, 2011. 49 p.
 15. Bacq S. The multiple faces of social entrepreneurship: A review of definitional issues based on geographical and thematic criteria. By S. Bacq, F. Janssen. DOI 10.1080/08985626.2011.577242. *Entrepreneurship & Regional Development*. 2011; 23(5-6): 373–403.
 16. Baggio M. C. Atravessando pontes: A banca e o empreendedorismo social periférico no Jardim Ângela. By M. C. Baggio, G. C. Queiroz, L. C. Cunha. *Anais do XLIII Encontro da ANPAD – EnANPAD 2019*, São Paulo, Brasil, 43. São Paulo : Associação Nacional de PósGraduação e Pesquisa em Administração, 2019. 17 p.
 17. Bento P. *Innovation in social entrepreneurship: How social enterprises innovate in their organization*. Open access. Available at: https://www.researchgate.net/publication/316861926_Innovation_in_social_entrepreneurship_How_social_enterprises_innovate_in_their_organization/citations. Publication date 08/21/2015.
 18. Boelman V. *Growing Social Innovation: A Guide for Policy Makers*. By V. Boelman, A. Kwan, J. Lauritzen [et al.]. Deliverable D1.4 of the TEPsIE project, 2014. Open access. Available at: https://youngfoundation.org/wp-content/uploads/2015/04/YOFJ2786_Growing_Social_Innovation_16.01.15_WEB.pdf (accessed 02/02/2022).
 19. Carayannis E. "Mode 3" and "Quadruple Helix": toward a 21st century fractal innovation ecosystem. By E. Carayannis, D. Campbell. DOI 10.1504/IJTM.2009.023374. *International Journal of Technology Management*. 2009; 46(3/4):201–234.
 20. Certo S. Social entrepreneurship: Key issues and concepts. By S. Certo, T. Miller. DOI 10.1016/j.bushor.2008.02.009. *Business Horizons*. 2008; 51(4): 267–271.
 21. Dacin P. A. Social Entrepreneurship: Why We Don't Need a New Theory and How

- We Move Forward from Here. By P. A. Dacin, M. T. Dacin, M. Matear. DOI 10.5465/amp.24.3.37. *Academy of Management Perspectives*. 2010; 24(3): 37–58.
22. Dart R. The legitimacy of social enterprise. DOI 10.1002/nml.43. *Nonprofit Management and Leadership*. 2004; 14(4): 411–424.
23. Dees G. Enterprising non-profits. *Harvard Business Review*. 1998; 76(1): 54–67.
24. Dees J. G. Framing a Theory of Social Entrepreneurship: Building on Two Schools of Practice and Thought. By J. G. Dees, B. B. Anderson. *Research on Social Entrepreneurship. ARNOVA Occasional Paper Series*. 2006; 1(3): 39–66.
25. Defourny J. Defining social enterprise. By J. Defourny, M. Nyssens. *Social enterprises: At the crossroads of market, public policies and civil society*. London and NY : Routledge, 2006. 352 p. Pp. 3–26. ISBN 978-0415378796.
26. Defourny J. Social innovation, social economy and social enterprise: what can the European debate tell us? By J. Defourny, M. Nyssens. *International Handbook on Social Innovation. Social Innovation, Collective Action and Transdisciplinary Research*. Cheltenham : Edward Elgar, 2013. p. 40–43. ISBN: 978-1782545590.
27. Dobele L. The significance of social entrepreneurship in Latvia regions. By L. Dobele, A. Dobele, A. Sannikova. *Proceedings of the International Scientific Conference Innovation Driven Entrepreneurship*. Vilnius : ISM University of Management and Economics, 2010. Open access. Available at: <http://www.ess-europe.eu/sites/default/files/publications/files/cp-66-lisite-dobele-sannikova.pdf> (accessed 02/02/2022).
28. Forouharfar A. An epistemological critique of social entrepreneurship definitions. By A. Forouharfar, S. A. Rowshan, H. Salarzahi. DOI 10.1186/s40497-018-0098-2. *Journal of Global Entrepreneurship Research*. 2018; 8(11): 1–40.
29. Groot A. Does Social Innovation Require Social Entrepreneurship? By A. Groot, B. Dankbaar. DOI 10.22215/timreview/854. *Technology Innovation Management Review*. 2014; 4(12): 17–26.
30. Hoogendoorn B. *What Do We Know about Social Entrepreneurship? An Analysis of Empirical Research*. By B. Hoogendoorn, H. Pennings, A. Thurik. ERIM Report Series Reference No. ERS-2009-044-ORG. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1462018> (accessed 02/02/2022).
31. Hulgård L. *Discourses of social entrepreneurship – Variations of the same theme*. EMES European Research Network, 2010. WP no. 10/01. 21 p.
32. Huybrechts B. Social Entrepreneurship: Definitions, Drivers and Challenges. By B. Huybrechts, A. Nicholls. DOI 10.1007/978-3-8349-7093-0_2. *Social Entrepreneurship and Social Business*. 2012, p. 31–48. ISBN 978-3-8349-2729-3.
33. Huysentruyt M. Women's Social Entrepreneurship and Innovation. DOI 10.1787/5jxzkq2sr7d4-en. *OECD Working Papers*. 2014; 1: 25.
34. Leadbeater C. *The rise of the social entrepreneur*. London : Demos, 1997. 94 p. ISBN 1898309531.
35. Leydesdorff L. The Triple Helix: University–industry–government Relations. A laboratory for knowledge based economic development. *Glycoconjugate Journal*. 1995; 14(1): 14–19.
36. Lisetchi M. The entrepreneurship concept as a subject of social innovation. By M. Lisetchi, L. Brancu. DOI 10.1016/j.sbspro.2014.02.463. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. 2014; 124: 87–92.
37. Molina A. *Hybridity in Social Innovation and Entrepreneurship: State of the Art and Theoretical Challenge*. Rome : The University of Edinburgh Business School/Fondazione Mondo Digitale, 2010. 43 p. Open access. Available at: https://www.pure.ed.ac.uk/ws/portalfiles/portal/15031563/2010_Hybridity_in_Social_Innovation_and_Entrepreneurship.pdf (accessed 02/02/2022).
38. Mulgan G. The Process of Social Innovation, in *Innovations*. DOI 10.1162/itgg.2006.1.2.145. *Technology, Governance, Globalizations*. 2006; 1(2): 145–162.
39. Nicholls 2010a — Nicholls A. Institutionalizing social entrepreneurship in regulatory space: reporting and disclosure by community interest companies. DOI 10.1016/J.AOS.2009.08.001. *Accounting, Organizations and Society*. 2010; 35 (4): 394–415.
40. Nicholls A. *Social entrepreneurship: New models of sustainable social change*. Oxford : Oxford University Press, 2008. 504 p. ISBN 0199283885.
41. Nicholls A. The Legitimacy of Social Entrepreneurship: Reflexive Isomorphism in a Pre-Paradigmatic Field. DOI 10.1111/j.1540-6520.2010.00397.x. *Entrepreneurship: Theory & Practice*. 2010; 34 (4): 611–633.
42. Phillips W. Social innovation and social entrepreneurship: A systematic review. By W. Phillips, H. Lee, P. James, A. Ghobadian, N. O'Regan. DOI 10.1177/1059601114560063. *Group & Organization Management*. 2015; 40 (3): 428–461.

43. Pisano U. Social Innovation in Europe. An overview of the concept of social innovation in the context of European initiatives and practices. By U. Pisano, L. Lange, G. Berger. *ESDN Quarterly Report*. 2015; 36: 26.
44. Schramm C. All Entrepreneurship Is Social : Let's not overlook what traditional entrepreneurs contribute to society. DOI 10.48558/SW3A-0A02. *Stanford Social Innovation Review*. 2010; 8 (2): 21–22.
45. Smith R. Personality trait differences between traditional and social entrepreneurs. By R. Smith, R. Bell, H. Watts. DOI 10.1108/SEJ-08-2013-0033. *Social Enterprise Journal*. 2014; 10(3); 200–221.
46. Social economy and social entrepreneurship. *Social Europe guide*. Vol. 4. European Commission, 2013. 112 p. ISBN 978-92-79-26866-3. DOI 10.2767/79109.
47. *Social Enterprise: A New Model for Poverty Reduction and Employment Generation*. By C. Borzaga, G. Galera, R. Nogales (eds). NY : UNDP Regional Bureau for Europe and the Commonwealth of Independent States, 2008. 216 p. ISBN 9789295042780.
48. Spear R. *A Wide Range of Social Enterprises*. The Emergence of Social Enterprise ; C. Borzaga, J. Defourny (eds.). London : Routledge, 2001. 396 p. Pp. 312–332. ISBN 9780415339216.

Информация об авторе:

Соловьева Татьяна Сергеевна — научный сотрудник, Федеральное государственное бюджетное учреждение науки «Вологодский научный центр Российской академии наук», ул. Горького, 56а, Вологда 160014, Россия. ResearcherID: I-8418-2016, РИНЦ AuthorID: 621475.

Information about the author:

Soloveva Tatiana S. – Researcher, Vologda research center of Russian academy of sciences (VoIRC RAS), 56A Gorky Street, Vologda 160014, Russia. ResearcherID: I-8418-2016, RSCI AuthorID: 621475.

Статья поступила в редакцию 25.02.2022; одобрена после рецензирования 02.03.2022; принята к публикации 16.05.2022.

The article was submitted 02/25/2021; approved after reviewing 03/02/2022; accepted for publication 05/16/2022.