

УДК 338.1

DOI: 10.34670/AR.2020.92.10.009

Особенности института социального предпринимательства России

Падалко Радмила Павловна

магистрант,
Факультет технологического менеджмента и инноваций
Национальный исследовательский университет
информационных технологий, механики и оптики
197101, Российская Федерация, Санкт-Петербург, Кронверкский пр-кт, д. 49
e-mail: radmila.padalko@mail.ru

Бурцев Даниил Сергеевич

кандидат сельскохозяйственных наук
преподаватель
Факультет технологического менеджмента и инноваций
Национальный исследовательский университет
информационных технологий, механики и оптики
197101, Российская Федерация, Санкт-Петербург, Кронверкский пр-кт, д. 49
e-mail: forest1641@gmail.com

Аннотация

В работе проведен анализ определений социального предпринимательства, приведенных в законодательных актах и документах стратегического развития Российской Федерации, научных статьях отечественных и зарубежных авторов в ходе которого было выявлено три различных подхода к пониманию социального предпринимательства. На основании результатов анализа предложена единая формула, включающая в себя основные признаки социального предпринимательства - «ИТМОРУ». В этой формуле «И» означает инновационные технологии, «Т» – тиражируемость опыта, «М» – миссия, решающая социальную проблему, «О» – ответственность перед обществом за проделанную работу; «Р» – ресурсы в постоянном поиске которых находится предприниматель; «У» – успех (экономический). Раскрыты понятия социальное воздействие и социальный эффект, как основные результаты деятельности социальных предпринимателей. На основании данных исследования мнений социальных предпринимателей проведен анализ влияния мер государственной поддержки на деятельность социальных предпринимателей. Обнаружен факт недопонимания социальными предпринимателями проблем и возможностей в ведении бизнеса в социальной сфере. Социальные предприниматели из разных сфер отрасли по-разному представляют предпринимательскую деятельность в социальной сфере. Для выхода из этой ситуации необходим единый закон, учитывающий особенности каждой сферы деятельности малого и среднего бизнеса.

Для цитирования в научных исследованиях

Падалко Р.П., Бурцев Д.С. Особенности института социального предпринимательства России // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2019. Том 9. № 10А. С. 79-87. DOI: 10.34670/AR.2020.92.10.009

Ключевые слова

Социальное предпринимательство, государственная поддержка, малые и средние предприятия, социальный эффект, экономическая эффективность, экосистема.

Введение

Социальное предпринимательство обладает значительным потенциалом, как фактор развития экономики нашей страны. Основное свойство данного явления заключается в способности создавать инновации социальной сферы в местах провалов рынка и государства, получая экономическую выгоду из рыночных отношений. Социальное предпринимательство только начинает развиваться в России. Первые научные публикации по данной проблематике начали появляться только в конце прошлого столетия с ростом актуальности исследования проблемы устойчивого развития. На данный момент практика социального предпринимательства идет впереди теоретических исследований, описывающих это явление, поэтому в мировой науке наблюдается постоянный рост публикационной активности среди групп ученых, занимающихся данной проблематикой. С одной стороны, этот факт несет положительный заряд, с другой стороны, общество, государство и традиционный бизнес пока не справляется с растущим потоком социальной несправедливости и социальных проблем, в том числе и ввиду отсутствия теоретических разработок в области управления этим явлением.

Исследование теоретических подходов к определению сущности понятия социального предпринимательства

Социальное предпринимательство как многогранное явление развивается в разных направлениях, формах, имеет свои особенности в зависимости от страны, в которой формируется. Именно поэтому в разных источниках существуют определения этого термина со всевозможными тонкостями. Самая главная особенность, которую выделяют и отечественные, и зарубежные авторы — это наличие в его определении социально-значимой миссии и инновационной составляющей предпринимательской деятельности (табл. 1).

Понятие социальное предпринимательство перестало носить размытый характер с вступлением в силу закона № 245-ФЗ в июле 2019 года [ФЗ от 26.07.2019 N 245-ФЗ, www...]: теперь понятие "социальное предпринимательство" в РФ закреплено на законодательном уровне. В нашей стране понятие сформировано в рамках развития и поддержки малого и среднего предпринимательства, потому как по своей специфике деятельности социальные предприниматели, в основном относятся, к данным категориям субъектов хозяйственной деятельности.

Изучая историю социального предпринимательства мнения ученых, сходятся к предположению, что появление социальных предпринимателей произошло по причине перенасыщения рынка разнообразными товарами и услугами, причем не только крупными компаниями, но и малым бизнесом [Пономарев, 2017].

Таблица 1 – Анализ определений и признаков категории социальное предпринимательство

Авторы	Определение	Основные признаки
Федеральный закон от 26.07.2019 N 245-ФЗ	предпринимательская деятельность, направленная на достижение общественно полезных целей, способствующая решению социальных проблем граждан и общества	решение социальной проблемы
Агентство стратегических инициатив	практическая деятельность, направленная на решение социальных проблем и достижение социально полезных целей.	решение социальной проблемы; инновационный метод; комбинирование экономических и социальных ресурсов
Юрина Е.А. [Юрина, 2014]	социально ориентированная деятельность, не связанная с основной миссией компании, а социальное предпринимательство подвижно и обусловлено социальной миссией.	миссию по созданию и поддержке социальной ценности; поиск и реализация новых возможностей; непрерывные процессы инноваций, адаптации и обучения; постоянный поиск ресурсов; высокая ответственность
Гарашкина Н.В; Дружинина А. А. [Гарашкина, Дружинина, 2013]	вид инновационной деятельности, нацеленной на смягчение или решение социальных проблем, прежде всего проблем социально-уязвимых групп населения	позитивные изменения; инновационность; получение дохода; масштабируемость, выход в тираж; наличие компетентности
Руководство по соц. предпринимательству балтийских стран [Nordic Council of Ministers, www.]	действие, которое создает социальную ценность, используя инновации и достигая экономического значения, где гражданский сектор играет важную роль в качестве инициатора или участника	создает социальную ценность; часть гражданского общества; имеет долю инноваций; имеет экономическую выгоду.
Г. Диз [Dees, 2007]	соединяет в себе страсть к социальной миссии со свойственной бизнесу дисциплиной, инновацией и решительностью	миссия с социальным ядром; инновации; «предпринимательская жилка».
Д. Брага Т. Проенса [Braga, Proenca, Ferreira, 2015]	Предпринимательство, подвижное альтруистическими чувствами вместе с необъятным желанием помочь миру, неся ответственность перед обществом.	любовь к миру; желание помочь; социально ответственное предприятие.
Арай Ю.Н., Благов Ю.Е. [Благов, Арай, 2010]	разновидность предпринимательской деятельности, которая имеет в основе некую социальную миссию, являющуюся «новой парадигмой предпринимательского мышления»	преследует социальную миссию; решает проблемы общества.

Авторы	Определение	Основные признаки
Московская А. А., Соболева И. В. [Московская, Соболева, 2016]	Предприниматель, ориентированный на решение социальной проблемы, предлагая совершенно новое технологическое бизнес-решение	выполнение социальной миссии; материальный успех; инновационность.
Жохова В.В. [Жохова, 2015]	это новый способ социально- экономической деятельности, в котором соединяется социальное назначение организации с предпринимательским новаторством и достижением устойчивой самокупаемости.	решение соц. проблемы; инновации; финансовая дисциплина.

Источник: составлено авторами по работам [ФЗ от 26.07.2019 N 245; Юрина, 2014; Гарашкина, Дружинина, 2013; Nordic Council of Ministers, www...; Dees, 2007, Braga, Proenca, Ferreira, 2015; Благов, Арай; 2010; Московская, Соболева, 2016]

Мы провели исследование определений социального предпринимательства, представленных в различных источниках: законодательных актах и документах стратегического развития Российской Федерации, научных публикация зарубежных и отечественных исследователей.

В ходе выполнения анализа определений социального предпринимательства мы выявили основные признаки социального предпринимательства. Теоретическое исследование, основанное на сравнении, показало, что, во-первых, понятийный аппарат сформирован не окончательно, есть различия в подходах и способах к определению явления. Во-вторых, мнения о сути рассматриваемого понятия разделились на три ветви. Одна рассматривает социальное предпринимательство как инновационный подход, улучшающий жизнь общества. Вторая как материальное предприятие, осознающее важность ответственности перед обществом. Третья как совмещение и альтруизма, и материальной составляющей.

Социальное предпринимательство представляет собой явление, которое обладает характеристиками включающих в себя различные аспекты общественной деятельности, поэтому мы пришли к мнению, что третья ветвь более полно описывает рассматриваемое понятие. Если соединить наиболее подходящие из предлагаемых в научной литературе признаков социального предпринимательства, мы можем выразить суть рассматриваемого понятия через формулу: «ИТМОРУ». В этой формуле «И» означает инновационные технологии, «Т» – тиражируемость опыта, «М» – миссия, решающая социальную проблему, «О» – ответственность перед обществом за проделанную работу; «Р» – ресурсы в постоянном поиске которых находится предприниматель; «У» – успех (экономический).

По нашему мнению, наиболее важный компонент в формуле - миссия, потому что данный элемент закладывается на самых ранних этапах и, следовательно, ошибки, допущенные при ее выборе, будут наиболее фатальны. Социальная миссия должна быть яркой, цепляющей и понятной как для общества, так и для сотрудников. Миссия, в которой заложено решение, ведет социального предпринимателя, который понимает за что он борется. Именно она должна стать отправной точкой, из которой будет вытекать стратегия развития социального предприятия [Зотова, 2019].

Социальное предпринимательство – это улучшающая общество система перемен, которая должна помочь экономике страны перейти на новый уровень развития экономики и общества.

Возможно, социальные предприниматели, движимые желанием помочь обществу и получить свою выгоду, будут быстрее и усерднее справляться с проблемами в различных сферах хозяйственной деятельности. Также в последующем масштабировании проекта социальный предприниматель будет передавать опыт и накопленные знания своим последователям, что в разы увечит его организаторские способности, повысит личные и профессиональные навыки, внося вклад в развитие интеллектуальных ресурсов страны.

Известно, что важным результатом деятельности социального предприятия является общественно-полезный эффект, достигнутый через воздействие на процессы в социуме. Такого рода воздействие достигается через достижение стратегических планов, а также планомерные положительные социальные подвижки. В своей работе предприниматель должен выделить некоторые критерии, параметры и шкалы оценки деятельности, по которым он может определить социальный эффект. В отличие от воздействия эффект сложнее отследить в динамике, потому что это длительный процесс сбора информации у благополучателей [Фонд Социальный Инвестиций, www...].

Для примера рассмотрим деятельность Монтессори-центров, которые занимаются всесторонним развитием детей младшего возраста. Для оценки их деятельности необходимо отслеживать положительные изменения в жизни ребенка на протяжении длительного периода. К критериям оценки можно отнести поступление в престижную школу, высокорейтинговый университет, получение высокооплачиваемого рабочего места, успех в предпринимательской деятельности. В итоге мы бы рассчитали процент благополучателей, которым удалось достичь хороших результатов в жизни и оцени бы эффективность такой формы воспитания детей.

Если мы обратимся к нормам, приведенным в федеральном законе №245-ФЗ, то узнаем, что не каждое предприятие можно назвать социальным. К ним можно отнести предприятия только, если предприниматель имеет в штате не менее 50% определенных категорий сотрудников, а также доля расходов на заработную плату этих сотрудников составляет не менее 25%. К таким категориям, например, относятся инвалиды, одинокие и многодетные родители, пенсионеры, беженцы и вынужденные переселенцы, малоимущие граждане, БОМЖи и другие. Таким образом, социальное предпринимательство позволяет увеличить экономическую эффективность страны, за счет вовлечения новой группы человеческих ресурсов в продуктивные рабочие классы.

Исследование практики социального предпринимательства в Санкт-Петербурге

На базе Центра инноваций социальной сферы в Санкт-Петербурге в ноябре 2019 года был проведен опрос социальных предпринимателей из разных сфер отрасли экономики на тему государственной поддержки социального предпринимательства в Санкт-Петербурге. В опросе приняли участие 360 предпринимателей Санкт-Петербурга. Ниже представлена таблица 2 с подробной информацией о респондентах, участвовавших в опросе.

Таблица 2 – Характеристика выборки респондентов, участвующих в опросе

Характеристика предприятия	Доля и объем выборки
Категория получателя поддержки:	
- юридическое лицо;	55,6 % (200 респондентов)
- индивидуальный предприниматель;	34,4 % (124 респондента)
- некоммерческая организация	8,8 % (36 респондентов)

Характеристика предприятия	Доля и объем выборки
Размер предприятия получателя поддержки:	
- микро;	44,4 % (160 респондентов)
- малое;	32,4 % (117 респондентов)
- среднее	23,0 % (83 респондента)

По информации из Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства по состоянию на 05.12.2019 в Санкт-Петербурге зарегистрировано 356 тыс. таких предприятий. Таким образом, объем выборки составил 0,1% от общей совокупности социальных предпринимателей Санкт-Петербурга.

При ответе на вопрос «Какая поддержка необходима вашему проекту?» с возможностью выбора нескольких пунктов, а также предложением своего ответа, были получены следующие результаты:

- более 70% респондентов ответило «информирование о программах поддержки»;
- около 55% респондентов посчитали, что для их проекта необходимы «льготные кредиты», «помощь с арендой помещений», «продвижение проекта», «помощь в поиске инвесторов»;
- около 30% отметили «необходимость в сертификации и стандартизации», «помощь во взаимодействии с контролирующими органами», а также «возможное снижение налоговых ставок»;
- чуть больше 20% социальных предпринимателей высказали мнение о необходимости различных консультаций (юридических, кадровых, маркетинговых и т.п.);
- около 5% просят государство и правительственные органы не мешать им в их деятельности.

Несомненно, в сфере СП преобладают риски и большие затраты, поэтому СП мало заманчиво для инвесторов, и как следствие, недостаточно развито на сегодняшний день [Большаков, Попов, Квашнева, 2017].

Самым интересным, с точки зрения нашего исследования, был вопрос «Знаете ли вы, кто относится к социальным предпринимателям?». На этот вопрос 79,9% ответило «да» (288 респондентов), 19,9% ответило «нет» (72 респондента).

Таким образом, исследование выявило, что около 20% опрошенных социальных предпринимателей сами не до конца разбираются в терминах и понятиях СП. Хотя, многие авторы отмечают, что практики бизнеса в данной сфере имеют лучшее представление о СП, нежели научные исследователи и законодатели.

В работе Герасиковой Е.Н. [Герасикова, 2019] утверждается, что в стране отсутствует массовое движение социального предпринимательства и сейчас пробиваются только отдельные инициативы. Мы не согласны с этим мнением по следующим причинам. Во-первых, мы только начинаем возвращать поколение будущих социальных предпринимателей и реализуемые ими проекты находятся на ранних стадиях развития, что мешает их четко идентифицировать. Во-вторых, зарождение предпринимательских инициатив происходит в разных областях деятельности, что также трудно отследить. В-третьих, небольшая часть социальных проектов уже запускает свои франшизы по стране (коворкинги «Busy moms», проект «Мир наощупь» и др.), тем самым популяризируя свой проект среди масс.

Заключение

В представленной работе мы исследовали как теоретический (нормативы представленные в законодательных актах РФ, стратегические документы развития РФ, российские и зарубежные научные исследования) так и практический аспекты (особенности деятельности социальных предпринимателей Санкт-Петербурга) функционирования сферы социального предпринимательства. В ходе анализа различных документов и мнений различных ученых мы выявили единую формулу социального предпринимательства из разрозненных признаков: «ИТМОРУ». Было определено, что существует противоречие о том, кто лучше понимает сущность социального предпринимательства: авторы научных работ говорят, что непосредственно социальные предприниматели, в то время как сами предприниматели обращаются в центры поддержки за информационными консультациями. Мы считаем, что социальные предприниматели из разных сфер отрасли по-разному представляют предпринимательскую деятельность в социальной сфере. В большинстве случаев представление может меняться от миссии, цели и задач конкретной организации. Для выхода из этой ситуации необходим единый закон, учитывающий особенности каждой сферы деятельности малого и среднего бизнеса.

Библиография

1. ФЗ от 26.07.2019 N 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" [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://rg.ru/2019/07/31/sozialnoe-predprinimatelstvo-dok.html> (Дата обращения: 02.10.2019)
2. Пономарев О.Б. О перспективах развития теории социального предпринимательства// Российское предпринимательство- Креативная экономика. Т.8 № 4 - 2017. С.561-570
3. Агентство стратегических инициатив. Социальное предпринимательство. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://asi.ru/social/business/> (Дата обращения: 02.10.2019)
4. Юрина Е.А. Социальное предпринимательство: тенденции развития // Сборник трудов конференции «Проблемы социально-экономического развития России на современном этапе. Тамбов. 2014. С. 298-302
5. Гарашкина Н.В., Дружинина А.А. Формирование компетентности в области социального предпринимательства как направление высшего профессионального социального образования // Вестник тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2013. №12. С. 105-112
6. Nordic Council of Ministers. Руководство по социальному предпринимательству. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.socialenterprisebsr.net/2018/08/руководство-по-социальному-прин/> (Дата обращения: 02.10.2019)
7. Dees G. Taking Social Entrepreneurship Seriously: Uncertainty, Innovation, and Social Problem Solving // Society. 2007. №. 3 (44). P. 24-31
8. Braga J.C., Proenca T., Ferreira M.R. Motivations for social entrepreneurship — Evidences from Portugal. // Tékhné - Review of Applied Management Studies. 2015. № 8. P. 11-21
9. Благов Ю.Е., Арай Ю.Н. Социальное предпринимательство: проблемы типологии // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8. Менеджмент. 2010. № 3. С. 109-114
10. Московская А.А., Соболева И.В. Социальное предпринимательство в системе социальной политики: мировой опыт и перспективы России // Проблемы прогнозирования. 2016. № 6 (27). С. 704
11. Жохова В.В. Социальное предпринимательство: концепция, сущность и значение // Современная конкуренция. 2015. № 4 (9). С. 77-100
12. Зотова А. Социальное предпринимательство: как сделать бизнес добрым? ТАСС- 11 окт. 2019. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://tass.ru/maloe-i-srednee-predprinimatelstvo/6989509> (Дата обращения: 01.10.2019)
13. Фонд Социальный Инвестиций. Подходы к оценке социальных результатов для социального предпринимательства. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://cutt.ly/ye3EWvr> (Дата обращения: 12.10.2019)
14. Большаков С.Н., Попов Д. А., Квашнева А.Е. Социальное предпринимательство как составляющая государственной экономической политики // Региональные проблемы преобразования экономики. 2017 №9 С. 71-81

15. Герасикова Е.Н. Социальное предпринимательство: потенциал и меры поддержки // Экономика и бизнес: теория и практика. 2019. №7 С. 26-32

Features of the institute of social entrepreneurship of Russia

Radmila P. Padalko

Master student
Faculty of Technology Management and Innovation
National Research University of Information Technology, Mechanics, and Optics
197101, Saint Petersburg, Kronverksky Prospect, 49
e-mail: radmila.padalko@mail.ru

Daniil S. Burtsev

PhD in agricultural sciences
Lecturer
Faculty of Technology Management and Innovation
National Research University of Information Technology, Mechanics, and Optics
197101, Saint Petersburg, Kronverksky Prospect, 49
e-mail: forest1641@gmail.com

Annotation

The paper analyzes the definitions of social entrepreneurship given in the legislative acts and documents of the strategic development of the Russian Federation, scientific articles of domestic and foreign authors, during which three different approaches to understanding social entrepreneurship were identified. Based on the results of the analysis, a unified formula is proposed that includes the main features of social entrepreneurship - ITMORU. In this formula, "I" means innovative technologies, "T" means the replicability of experience, "M" means a mission that solves a social problem, "O" means responsibility to society for the work done; "P" - resources which the entrepreneur is constantly searching for; "U" - success (economic). The concepts of social impact and social effect are disclosed as the main results of the activities of social entrepreneurs. Based on the results of a study of the opinions of social entrepreneurs, an analysis is made of the impact of state support measures on the activities of social entrepreneurs. A fact of misunderstanding by social entrepreneurs of the problems and opportunities in doing business in the social sphere was discovered. Social entrepreneurs from different spheres of the industry have different views on entrepreneurial activity in the social sphere. To overcome this situation, a unified law is required that takes into account the characteristics of each sphere of activity of small and medium-sized businesses.

For citation

Padalko R.P., Burtsev D.S. (2019) Osobennosti instituta sotsial'nogo predprinimatel'stva Rossii [Features of the institute of social entrepreneurship of Russia]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 9 (10A), pp. 79-87. DOI: 10.34670/AR.2020.92.10.009

Keywords

Social entrepreneurship, state support, small and medium enterprises, social effect, economic efficiency, ecosystem

References

1. FZ ot 26.07.2019 N 245-FZ "O vnesenii izmenenij v Federal'nyj zakon "O razvitii malogo i srednego predprinimatel'stva v Rossijskoj Federacii" v chasti zakrepleniya ponyatij "social'noe predprinimatel'stvo", "social'noe predpriyatie" [Elektronnyj resurs] Rezhim dostupa: <https://rg.ru/2019/07/31/sozialnoe-predprinimatelstvo-dok.html> (Data obrashcheniya: 02.10.2019)
2. Ponomarev O.B. (2017) O perspektivah razvitiya teorii social'nogo predprinimatel'stva// Rossijskoe predprinimatel'stva-Kreativnaya ekonomika. T.8 № 4 pp.561-570
3. Agentstvo strategicheskikh iniciativ. Social'noe predprinimatel'stvo. [Elektronnyj resurs] Rezhim dostupa: <https://asi.ru/social/business/> (Data obrashcheniya: 02.10.2019)
4. YUrina E.A. (2014) Social'noe predprinimatel'stvo: tendencii razvitiya // Sbornik trudov konferencii «Problemy social'no-ekonomicheskogo razvitiya Rossii na sovremennom etape. Tambov. pp. 298-302
5. Garashkina N.V., Druzhinina A.A. (2013) Formirovanie kompetentnosti v oblasti social'nogo predprinimatel'stva kak napravlenie vysshego professional'nogo social'nogo obrazovaniya // Vestnik tambovskogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki. №12. pp. 105-112
6. Nordic Council of Ministers. Rukovodstvo po social'nomu predprinimatel'stvu. [Elektronnyj resurs] Rezhim dostupa: <http://www.socialenterprisebsr.net/2018/08/rukovodstvo-po-social'nomu-prin/> (Data obrashcheniya: 02.10.2019)
7. Dees G. (2007) Taking Social Entrepreneurship Seriously: Uncertainty, Innovation, and Social Problem Solving // Society. №. 3 (44). pp. 24-31
8. Braga J.C., Proenca T., Ferreira M.R. (2015) Motivations for social entrepreneurship — Evidences from Portugal. // Tékhne - Review of Applied Management Studies. № 8. pp. 11-21
9. Blagov YU.E., Araj Yu.N. (2010) Social'noe predprinimatel'stvo: problemy tipologii // Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Seriya 8. Menedzhment. № 3. pp. 109-114
10. Moskovskaya A.A., Soboleva I.V. (2016) Social'noe predprinimatel'stvo v sisteme social'noj politiki: mirovoj opyt i perspektivy Rossii // Problemy prognozirovaniya. № 6 (27). pp. 704
11. ZHohova V.V. (2015) Social'noe predprinimatel'stvo: koncepciya, sushchnost' i znachenie // Sovremennaya konkurenciya. № 4 (9). pp. 77-100
12. Zotova A. Social'noe predprinimatel'stvo: kak sdelat' biznes dobrym? TASS- 11 okt. 2019. [Elektronnyj resurs] Rezhim dostupa: <https://tass.ru/maloe-i-srednee-predprinimatelstvo/6989509> (Data obrashcheniya: 11.10.2019)
13. Fond Social'nyj Investicij. Podhody k ocenke social'nyh rezul'tatov dlya social'nogo predprinimatel'stva. [Elektronnyj resurs] Rezhim dostupa: <https://cutt.ly/ye3EWvr> (Data obrashcheniya: 12.10.2019)
14. Bol'shakov S.N., Popov D. A., Kvashneva A.E. (2017) Social'noe predprinimatel'stvo kak sostavlyayushchaya gosudarstvennoj ekonomicheskoy politiki // Regional'nye problemy preobrazovaniya ekonomiki. №9 pp. 71-81
15. Gerasikova E.N. (2019) Social'noe predprinimatel'stvo: potencial i mery podderzhki // Ekonomika i biznes: teoriya i praktika. №7 pp. 26-32