

УДК 330.3

В.В. ЖОХОВА

### Социальное предпринимательство: сущность и понятие

*Исследуется сущность и понятие социального предпринимательства в российской и международной практике. Теоретические дискуссии при изучении основной концепции, определяющей социальное предпринимательство, различия в толковании понятия «социальное предпринимательство», выделение основных особенностей и характеристик социального предпринимательства актуализируют научные исследования, направленные на изучение факторов социального предпринимательства, влияющих на развитие социальных предприятий.*

*Ключевые слова:* социальное предпринимательство, социальное предприятие, концепция предпринимательства, социальная миссия, социальный эффект.

**Social Entrepreneurship: nature and definition.** V.V. ZHOKHOVA.

*The article investigates the nature, identification and examination of the concept of social entrepreneurship in the Russian and international practice. Theoretical discussions in the study of the basic concept of defining social entrepreneurship, different interpretations of the concept of «social entrepreneurship», highlighting the main features and characteristics of social entrepreneurship, actualize research aimed at studying the factors of social entrepreneurship, influencing the development of social enterprises.*

*Key words:* social entrepreneurship, social enterprise, the concept of entrepreneurship, social mission, social effect.

Социальное предпринимательство расценено в качестве важного источника социального, экономического и экологического богатства, и многие ученые активно исследуют данную область. Российские и зарубежные ученые рассматривают эволюцию социального предпринимательства, анализируют сущность и его понятие, определяют его особенности и характеристики социальных предприятий, разрабатывают классификацию видов социального предпринимательства. В научной литературе не всегда можно встретить целостный подход к изучению сущности и проблем социального предпринимательства. Теоретические дискуссии по концептуальной основе социального предпринимательства,

различность в толковании его понятия актуализируют научные исследования, направленные на изучение сущности и определение факторов социального предпринимательства, влияющих на развитие социальных предприятий. Использование теоретических и эмпирических методов исследования позволили всесторонне и достоверно изучить социальное предпринимательство и рассмотреть вопросы, связанные с его особенностями и характеристиками социальных предприятий.

В исследовании социального предпринимательства не следует рассчитывать «на применение одного, даже самого прогрессивного подхода... целесообразно использовать комплексный (интегративно-конвергенциальный) подход» [9, с. 121]. Специалисты отмечают высокую результативность использования интегративного подхода не только в исследовательской деятельности, но и в практической сфере – в стратегическом управлении фирмой [1, с. 148], в разработке и применении интегративной модели менеджмента предприятия [4, с. 43).

Социальное предпринимательство (СП) развивается во многих странах мира, среди них Америка, Великобритания, Испания, Индия, Египет, Польша, Россия. Наиболее успешно социальное предпринимательство реализуется в Великобритании, Германии и Нидерландах, где предпринимательская деятельность с использованием инновационных методов в производстве направлена на реализацию услуг и товаров социального значения. Социальное предпринимательство в данных странах демонстрирует тесное сотрудничество с представителями центрального и городского правительства, а также с муниципальными администрациями, которые активно участвуют в обсуждении важнейших вопросов, связанных с развитием городской системы.

Основные понятия «социальное предпринимательство» (англ. social entrepreneurship) и «социальный предприниматель» (англ. social entrepreneur) стали широко употребляться в 1980-х годах, благодаря усилиям исследователя Билла Дрейтона, основателя компании Ашока и Чарльза Лидбитера. В конце 1990-х годов социальное предпринимательство как профессию и область для изучения впервые представил Грегори Диз, директор Центра развития социального предпринимательства Университета Дьюка.

В 1950–1990-х годах большую роль в развитии социального предпринимательства играл Майкл Янг. Профессор Гарварда Дэниэл Белл назвал Янга «самым успешным в мире предпринимателем в области социальных инициатив» благодаря его роли в создании более 60 организаций по всему миру, включая несколько школ социального предпринимательства в Великобритании. Британский социальный предприниматель Эндрю Мосон являлся автором книги «Социальный предприниматель» и управляющим компанией «Эндрю Мосон и партнеры», которая занимается распространением его опыта.

В России социальное предпринимательство появилось на рубеже XIX–XX вв. Примером социального предпринимательства можно назвать Дом трудолюбия, основанный отцом Иоанном Кронштадтским.

Здесь каждый нуждающийся, от одиноких матерей до бездомных, мог найти себе работу, получить приют и заботу. Идея домов трудолюбия впоследствии получила распространение по всей России.

Социальное предпринимательство основано на общей теории предпринимательства и опирается на ее основополагающие принципы. Эволюция взглядов на предпринимательство разнообразна и противоречива. Исследователями и основоположниками данного понятия являлись Томас Гоббс, Ричард Кантильон, Адам Смит, Жан Батист Сей и др.

Английский философ Томас Гоббс рассматривал предпринимательство как труд, который несет в себе социальное благо [5]. Ричард Кантильон впервые ввел в научный оборот термин «предприниматель», обозначив так человека, несущего риск, покупающего по известной цене, а продающего по неизвестной [15]. Адам Смит указывал, что предприниматели являются ключевыми фигурами в поле свободной конкуренции, их соперничество ведет к сокращению издержек, снижению цен, внедрению передовых технологий [8].

Популярной базовой теорией предпринимательства является концепция Й. Шумпетера, сочетающая экономическое обоснование предпринимательской функции с попыткой отобразить психологический портрет предпринимателя. Ученый выдвинул гипотезу, согласно которой двигателем экономического развития, которое он мыслил как циклический процесс структурных изменений, рождающихся внутри экономики, является инновационная деятельность предпринимателя. В книге Й. Шумпетера «Теория экономического развития» (1911) предприниматель трактуется как новатор, ключевой игрок системы. Его функция – реализация нововведений, играющих главную роль в развитии капиталистической экономики, в обеспечении экономического роста [30].

Говард Стивенсон определил деятельность предпринимателей как погоню за возможностью без оглядки на ресурсы. Он отмечал, что предприниматели не только способны видеть и использовать свои возможности, которые ускользают от административных менеджеров, но и не позволяют собственным начальным запасам ресурсов ограничивать свои возможности [12].

Идеи Шумпетера, Друкера и Стивенсона, отмечал Г. Диз, привлекательны тем, что они могут легко применяться как в социальной сфере, так и бизнес-секторе. Он утверждал, что социальные предприниматели определяют социальную миссию, которая является центральной. Это влияет на то, как социальные предприниматели воспринимают и оценивают свои возможности. Богатство – средство для достижения основной цели для социальных предпринимателей [19].

Г.В. Широкова предлагает считать предпринимательством процесс создания ценности путем формирования уникального набора ресурсов через реализацию открывающейся возможности [11]. Авторы В.С. Бильчак и Н.Г. Дупленко отмечают, что «сложность природы предпринимательства обусловлена тем, что оно представляет собой

единство двух неразрывно связанных сторон: особый вид человеческой деятельности, основными признаками которого являются ответственность и хозяйственный риск, и тип хозяйственного поведения личности, который состоит в поиске и использовании новых экономических возможностей» [2, с. 74]. В.П. Смирнов показывает, что «сущностью предпринимательства является создание на инициативной рискованной основе рыночными агентами нового капитала или трансформация (изменение формы, направлений, способов применения) существующего капитала с целью получения предпринимательского дохода» [10, с. 272].

В группу научных исследователей, изучающих сущность и развитие социального предпринимательства в зарубежной практике, входят Г. Диз, Г. Стивенсон, Д. Томпсон, Д. Маир, Д. Остин, А. Николс, С. Захра и др. В современной российской практике научно-исследовательскую деятельность в данной области ведут А. Московская, директор Центра социального предпринимательства и социальных инноваций, М. Баталина, М. Тарадина (г. Москва, ГУ-ВШЭ, Институт управления социальными процессами); Ю.Е. Благов, директор программы «Управление проектами в области социального предпринимательства», Ю.Н. Арай (г. Санкт-Петербург, ВШМ, СПбГУ); А.Н. Макаревич, Т.Ю. Сазонова (г. Великий Новгород, Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого) и др.

В международной практике социальное предпринимательство есть предпринимательство, осуществляющее инновационную деятельность с определенными социальными целями и получением прибыли – в коммерческих организациях; не ставившее целью извлечение прибыли – в некоммерческих организациях; сочетающее в себе соединение коммерческих и некоммерческих подходов – в корпоративных организациях. В таблице представлены основные подходы к определению социального предпринимательства за период 1998–2014 года.

**Примеры определения понятия «социальное предпринимательство» в зависимости от цели исследования**

Работа	Определение	Цель исследования
[19]	Социальное предпринимательство определяется следующими основными характеристиками: 1) определение миссии в создании социальных ценностей; 2) изучение и формирование новых возможностей; 3) непрерывное участие в процессах инновации, адаптации и обучения; 4) смелые предпринимательские действия с ограниченными ресурсами; 5) принятие высокого чувства ответственности и результативности	Исследование сущности «социального предпринимательства» и различий в его определениях

Работа	Определение	Цель исследования
[27]	Социальное предпринимательство должно обеспечить: 1) создание социальной ценности с определенной целью; 2) признание и использование возможностей для создания социального значения. 3) использование инноваций; 4) терпимость при появлении риска в деятельности; 5) отказ принять ограничения в имеющихся ресурсах	Исследование сущности «социального предпринимательства»
[12]	Социальное предпринимательство должно обеспечивать: 1) социальность – выход или результат деятельности для общественных благ; 2) инновационность – внедрение новых идей и моделей для решения социальных или экологических проблем; 3) ориентация на рынок – деятельность, ориентированная на эффективность	Исследование сущности «социального предпринимательства»
[34]	Социальные предприниматели делятся на три категории в соответствии с их социальной деятельностью: 1) социальная ориентация – предприниматель, который участвует в небольших мероприятиях, направленных на общественные блага местного сообщества; 2) социальный конструктивизм – предприниматель, который стремится внедрять инновации и реформы; 3) социальный инженер – предприниматель, который хочет ввести революционные изменения	Исследование категорий «социального предпринимателя»
[20]	Осуществление целей социальным предпринимательством: 1) достижение социальных изменений; 2) достижение социальной миссии; 3) создание социального значения; 4) обеспечение помощи нуждающимся; 5) обеспечение помощи сообществу; 6) служба человечеству	Исследование сущности и целеполагания «социального предпринимательства»
[35]	1. Социальное предпринимательство имеет свою миссию в создании социальной ценности и получения прибыли в качестве косвенного воздействия. 2. Оценка эффективности деятельности сложно производится, т.к. существуют трудности в измерении социального значения. 3. Социальное предпринимательство использует ресурсы добровольно	Исследование различий социального предпринимательства и социально-предпринимательской деятельности

При анализе определений, представленных в таблице, выявлены следующие основные моменты:

- социальное предпринимательство рассматривается как процесс создания ценности благодаря набору ограниченных ресурсов;
- распределение ресурсов способствует созданию и формированию благоприятных возможностей для решения социальных и экологических проблем, обеспечивающих социальное значение и общественное благо;
- социальное предпринимательство осуществляет непрерывное участие в процессах инновации, адаптации и обучения.

Социальный предприниматель предъявляет высокие требования к соотношению экономической и социальной эффективности, самостоятельно решая социальные проблемы и становясь более ответственным в понимании социальной справедливости.

Российские ученые А.Н. Макаревич и Т.Ю. Сазонова определили сущность социального предпринимательства как новый способ экономической деятельности, имеющий следующие особенности:

- социальное назначение организации, т. е. социальный эффект является заранее запланированным и ожидаемым результатом, а не побочным, как это происходит в обычном коммерческом предпринимательстве. Такие предприятия изначально создаются для достижения социально значимых целей, проявляющихся в создании рабочих мест (в т. ч. для инвалидов), обучении (в т. ч. взрослых) и т.д.;
- предпринимательское новаторство, которое может быть реализовано путем использования новой идеи или новой комбинации ресурсов (в т. ч. не очень привлекательных с точки зрения рынка) для решения социальной проблемы;
- достижение устойчивой самоокупаемости за счет получения дохода от продажи результатов деятельности (товаров и услуг), а также за счет грантов и благотворительных пожертвований [6, с. 52].

Автором А. Московской рассмотрены основные компоненты социального предпринимательства [7, с. 112]:

- выявление стабильного, но по сути несправедливого равновесия, которое приводит к исключению, маргинализации или страданиям группы людей, которые не имеют достаточного количества финансовых средств или политической воли, чтобы добиться положительных изменений самостоятельно;
- выявление возможности в рамках этого несправедливого равновесия, выработка определения социальной ценности, использование таких личных качеств, как вдохновение, творческий подход, решительность, смелость и настойчивость, для того, чтобы нарушить господство существующего положения дел;
- создание нового стабильного равновесия, которое позволяет раскрыть потенциал или облегчить страдания целевой группы и через создание аналогов и построение стабильной экосистемы, основанной на новом равновесии, обеспечить целевой аудитории и обществу в целом лучшее будущее.

Российские эксперты из Фонда региональных социальных программ «Наше будущее» сформулировали свое видение и определили социальное предпринимательство как предпринимательскую деятельность, нацеленную на смягчение или решение социальных проблем, характеризующихся следующими признаками: социальное воздействие, инновационность, самоокупаемость и финансовая устойчивость, масштабируемость и тиражируемость, предпринимательский подход. Согласно данному определению, деятельность социального предпринимателя должна быть эффективной и полезной. Эффективность обеспечивается инновационностью, масштабируемостью и тиражируемостью, а полезность – социальным воздействием и предпринимательским подходом.

Исследование различных определений социального предпринимательства дало возможность взять за основу определение, сочетающее в себе многие приводимые исследователями аргументы и доводы: социальное предпринимательство – предпринимательская деятельность или процесс, формирующие возможность гибридного партнерства, направленные на установление социальной ответственности и решение проблем в системе социальной защиты, обеспечивающие систематические социальные изменения и генерацию общественных ценностей с созданием новых организаций или инновационных путей в управлении существующими организациями [12, 29].

В настоящее время авторы продолжают изучать сущность и определять понятие социального предпринимательства, исследовать его теоретические основы и концепцию, выявлять границы, классификацию и зоны социального предпринимательства [26, 29, 31, 34, 35].

Различия социального предпринимательства и традиционного предпринимательства выявлены авторами в следующих аспектах: в миссии, которая обеспечивает социальные изменения в обществе посредством создания как социальной, так и экономической ценности; в реализации целей социальными предприятиями, которые обеспечивают социальные нужды и не могут быть удовлетворены посредством частного или государственного секторов. Основные различия между социальным и традиционным предпринимательством заключаются в преимущественной концентрации и создании ценности, а не в присвоении ценности [12, 16].

Авторы Ю.Е. Благов и Ю.Н. Юрай определили типологию социальных организаций, вовлеченных в социальное предпринимательство, основанных на ключевых характеристиках: миссии (социальная и экономическая), получении дохода от основной деятельности, инновационной составляющей. К типологии относятся: традиционные некоммерческие организации; некоммерческие социально-ориентированные предпринимательские фирмы; гибридные организации и коммерческие социально ориентированные предпринимательские фирмы; бизнес, вовлеченный в социальную деятельность [2, с. 109].

Ученые обсуждают вклад социальных предприятий в создание общественного богатства, исследуют процессы, ведущие к открытию возможностей для организации социальных предприятий, анализируют

проблемы развития социального предпринимательства, изучают этическое поведение социального предпринимателя и рассматривают понятие «деловая этика» в предприятии [24, 26, 27].

Зарубежные исследователи определяют влияние социального предпринимательства на социальные ценности, социального предпринимательства и трансформационного лидерства на организационную эффективность предприятия [22], оценивают тесноту связи между социальным предпринимательством и экономическим ростом [28], изучают сущность «укорененности» в предпринимательстве, рассматривая социальные слои и гендерные вопросы при организации социальных предприятий [26, 36].

Инновационная деятельность социального предпринимательства влияет на эффективность бизнеса, когда генерирует чистый рост социального капитала. Замечено, что социальные предприятия, которые работают как коммерческие предприятия, более эффективны, чем традиционные социальные некоммерческие предприятия [23], инновационная деятельность способствует реализации социальных целей как в некоммерческом секторе, так и в корпоративном социальном предприятии [18].

Учеными предложен метод для измерения социального усилия и социального эффекта СП, результаты исследования данных понятий указывают на линейную корреляцию между ними. Социальный эффект здесь рассматривается как сумма социальных издержек и социальной ценности предприятия, определяемой потребностью общества [14], рассматриваются причинно-следственные связи инновационной стратегии, влияющей на успешное развитие социального предпринимательства [21].

Расширение прав и возможностей персонала считается важным аспектом потенциальных выгод в социальном предпринимательстве, улучшения качества работы, повышения удовлетворенности работой и производительности. Была предложена модель зависимости расширения прав и возможностей персонала от знаний и умений, связей, доверия и стимулов, при которой организационная работа в команде станет основным инструментом синергетического эффекта развития социального предприятия [23]. Как считают китайские исследователи, необходимо обратить внимание на проблемы в области подготовки профессиональных кадров, такие как приобретение умений и навыков выпускниками, реализация в вузах модуля «работа, сертификат и обучение» с целью обеспечить подготовку талантливых работников для удовлетворения потребностей социальных предприятий и общества в целом [33].

Исследователи также отмечают, что существование личных и профессиональных отношений в компании формирует уникальный контекст для развития социальных предприятий. При этом личное мастерство влияет на организационную деятельность как непосредственно, так и косвенно – через организационное обучение и инновации; организационное обучение влияет на организационную эффективность положительно, как непосредственно, так и косвенно, через организационные инно-

вазии; а организационная инновация влияет положительно на развитие социального предпринимательства [17, 23].

Активность исследования сущности и понятия социального предпринимательства зарубежными и российскими учеными показывает его актуальность. Понятие социального предпринимательства многогранно и отражает широкий спектр задач, его характеристик и особенностей. Анализ характеристик и особенностей социального предпринимательства будет способствовать выявлению факторов его развития и успешной деятельности социальных предприятий.

Социальное предпринимательство интенсивно развивается за рубежом. По данным же Агентства стратегических инициатив, в России социальным предпринимательством занимается только около одного процента компаний. Открытие возможности и создание условий для развития социального предпринимательства в России вызовут приток новых идей, технологий, повысят качество услуг, создадут сотни тысяч рабочих мест и новые объекты экономической инфраструктуры. Развитие данного предпринимательского направления поможет вовлечь в бизнес слабозащищенные социальные слои.

#### *Литература*

1. Белкин В.Г., Хлыстова О.В. Динамические способности как фактор конкурентно-способности предпринимательских структур // Менеджмент в России и за рубежом. 2013. № 4. С. 35–43.
2. Бильчак В.С., Н.Г. Дупленко. Эволюция междисциплинарного подхода в исследовании предпринимательства // Вестник ТГЭУ. 2012. № 3(63). С. 74–83.
3. Благов Ю.Е., Арай Ю.Н. Социальное предпринимательство: проблемы типологии (предисловие к разделу) // Вестник С.-Петербург. ун-та. Сер. Менеджмент. 2010. Вып. 3. С. 109–114.
4. Гафорова Е.Б. Вопросы создания единой системы менеджмента предприятия на основе качества // Проблемы управления. 2006. № 3. С. 43–47.
5. Гоббс Т. Левиафан, или Материя, форма и власть государства церковного и гражданского. Соч. в 2 т. М.: Мысль, 1991. Т. 2. С. 180–181.
6. Макаревич А., Сазонова Т. Сущность и специфика социального предпринимательства в России // Российское предпринимательство. 2012. № 24 (222). С. 52–56.
7. Московская А. Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования. М.: НИУ «Высш. школа экономики». 2011. 284 с.
8. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. М.: Эксмо, 2007. 960 с.
9. Смирнов В.П. Развитие теории управления предпринимательскими организациями // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. 2012. № 1. С. 113–123.

10. Смирнов В.П. Научные подходы к пониманию предпринимательства // Теория и практика общественного развития. 2012. № 2. С. 272–274.
11. Широкова Г.В. Управление предпринимательской фирмой: учебник. СПб.: Высш. школа менеджмента. 2011. 384 с.
12. Austin J., Stevenson H., Wei-Skillern J. Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both? // Entrepreneurship theory and practice. 2006, January. P. 1–22.
13. Bektas C., Sohrabifard N. Terms of Organizational Psychology, Personnel Empowerment and Team Working: A Case Study. World Conference on Psychology and Sociology. 2012. Procedia–Social and Behavioral Sciences. 2013. Vol. 82. P. 886–891.
14. Berntsen G., Gamnes B., Widding Q. Are All Ventures Social Ventures? A Method for Evaluating a Venture's Social Efforts and Social Effects // Energy Procedia. 2012. Vol. 20. P. 334–345. (Technoport 2012 – Sharing Possibilities and 2nd Renewable Energy Research Conference).
15. Cantillon R. Essai sur la nature du commerce en general. Paris. 1952. P. 28–33.
16. Certo S., Miller T. Social entrepreneurship: Key issues and concepts // Business Horizons. 2008. Vol. 51, issue 4. P. 267–271.
17. Ceci F., Daniela Iubatti D. Personal relationships and innovation diffusion in SME net-works: A content analysis approach // Research Policy. 2012. Vol. 41 (3). P. 565–579.
18. Chella E., Katerina Nicolopoulou K., Karatas-Ozkan M. Social entrepreneurship and enterprise: International and innovation perspectives // Entrepreneurship & Regional Development. 2010. Vol. 22 (6). October. P. 485–493.
19. Dees G. The Meaning of Social Entrepreneurship // Comments and suggestions contributed from the Social Entrepreneurship Funders Working Group. 1998. Vol. 31. P. 28–33.
20. Duvndс, H., Stenholm, P., Врднпback, M. What are the outcomes of innovativeness within social entrepreneurship? The relationship between innovative orientation and social enterprise economic performance // Journal of Strategic Innovation and Sustainability. 2012. Vol. 8 (1). P. 68–80.
21. Elizabeth Chella E., Nicolopoulou R., Karatas M. Social entrepreneurship and enterprise: International and innovation perspectives // Entrepreneurship & Regional Development. 2010. Vol. 22 (6). P. 485–493.
22. Felдcio A., Gondalves H., Gondalves V. Social value and organizational performance in non-profit social organizations: Social entrepreneurship, leadership, and socioeconomic context effects // Journal of Business Research. 2013. Vol. 66 (10). P. 2139–2146.
23. Germak A. Social Entrepreneurship: Changing the Way Social Workers Do Business // Administration in Social Work. 2010. N 34. P. 79–95.
24. Koggel C. Business Ethics and Gender Issues // Encyclopedia of Applied Ethics (Second Edition). 2012. P. 354–360.

25. Leadbeater C. The Rise of the Social Entrepreneur, Demos, London, 1997. Available at: <http://issuu.com/sepic/docs/theriseofthesocialentrepreneur>. (accessed 13.01.2015).
26. Mair J., Marti I. Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight // Journal of World Business. 2006. Vol. 41(1). P. 36–44.
27. Peredo A., Murdith McLeanb M. Social entrepreneurship: A critical review of the con-cept // Journal of World Business. 2006. Vol. 41 (1). P. 56–65.
28. Perrinia F., Vurroa C., Costanzob L. A process-based view of social entrepreneurship: From opportunity identification to scaling-up social change in the case of San Patrignano // Entrepreneurship & Regional Development. 2010. Vol. 22. (6). P. 515–534.
29. Smith B., Stevens C. Different types of social entrepreneurship: The role of geography and embeddedness on the measurement and scaling of social value // Entrepreneurship & Regional Development. 2010. Vol. 22. (6). P. 575–598.
30. Schumpeter Y.A. The Theory of Economic Development. Harvard University Press. -Cambridge. MA. 1934, (Русский перевод: Дж. Шумпетер. Теория экономического развития. М., 1982).
31. Swanson L., Zhang D. The Social Entrepreneurship Zone // Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing. 2010. Vol. 22. P. 71–88.
32. Thompson, J. The world of the social entrepreneur // International Journal of Public Sector Management. 2002. Vol. 15 (5). P. 412–431.
33. Xiao Y. International Trade Professional Curriculum System Innovation and Personnel Training Model Exploration. 2012 International Conference on Medical Physics and Biomedical Engineering // Physics Procedia 2012. N 33. P. 1420–1425.
34. Zahraa S., Gedajlovicb E., Neubaumc D., Shulman J.A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges // Journal of Business Venturing. 2009. Vol. 24 (5). P. 519–532.
35. Wiguna A., Asfi Manzilati. Social Entrepreneurship and Socioentrepreneurship: A Study with Economic and Social Perspective. Procedia-Social and Behavioral Sciences. 2014. Vol.115. P. 12–18

#### References

1. Belkin V.G., Hlystova O.V. Dinamicheskie sposobnosti kak faktor konkurentosposobnosti predprinimatel'skih struktur [Dynamic capabilities as a factor of competitiveness of enterprise structures]. Menedzhment v Rossii i za rubezhom = *Management in Russia and abroad*, 2013, no. 4, pp. 35–43.
2. Bil'chak V.S., N.G. Duplenko. EHvolyuciya mezhdisciplinarnogo podhoda v issledovanii predprinimatel'stva [Evolution of an interdisciplinary approach to the study of entrepreneurship]. *Vestnik TGEHU= Bulletin TSUE*, 2012, Vol. 3(63), pp. 7483.
3. Blagov YU.E., Araj YU.N. Social'noe predprinimatel'stvo: problemy tipologii (predislovie k razdelu) [Social Entrepreneurship: Challenges

- typology (preface to the section)]. *Vestnik St. Petersburg University. Ser. Management.* = *Vestnik S.-Peterb.un-ta. Ser. Menedzhment*, 2010, Vol. 3, pp. 109–114.
4. Gafforova E.B. Voprosy sozdaniya edinoj sistemy menedzhmenta predpriyatiya na osnove kachestva [Questions of creating a unified enterprise management system based on the quality] *Problemy upravleniya = Control*, 2006, no. 3, pp. 43–47.
  5. Gobbs T. Leviatan, ili Materiya, forma i vlast' gosudarstva cerkovnogo i grazhdanskogo [Leviathan, or the Matter, Form, and Power of ecclesiastical and civil], *Soch. v 2t. Moscow: Myst Puble.* 1991, pp. 180–181.
  6. Makarevich A., Sazonova T. Sushchnost' i specifika social'nogo-predprinimatel'stva v Rossii [The nature and specificity of social entrepreneurship in Russia]. *Rossijskoe predprinimatel'stvo = Russian Entrepreneurship*, 2012, vol. 24, no. 222, pp. 52–56.
  7. Moskovskaya A. Social'noe predprinimatel'stvo v Rossii i v mire: praktika i issledovaniya [Social entrepreneurship in Russia and in the world: Practice and Research]. *Moscow, Higher School of Economics Puble*, 2011, 284 p.
  8. Smit A. Issledovanie o prirode i prichinah bogatstva narodov [The Wealth of Nations]. *Moscow, EHksmo, Publ.*, 2007. 960 p.
  9. Smirnov V.P. Razvitie teorii upravleniya predprinimatel'skimi organizatsiyami [Development of the theory of management of business organizations]. *EHTAP: ehkonomicheskaya teoriya, analiz, praktika = STAGE: economic theory, analysis, and practice*, 2012, no.1, pp. 113–123.
  10. Smirnov V.P. Nauchnye podhody k ponimaniyu predprinimatel'stva [Scientific approaches to understanding the business] // *Teoriya i praktika obshhestvennogo razvitiya=Theory and practice of social development*, 2012, no. 2, pp. 272–274.
  11. SHirokova G.V. Upravlenie predprinimatel'skoj firmoj: uchebnik [Management of entrepreneurial firms: the textbook]. *Vyssshaya shkola menedzhmenta SPbGU. Sanct-Peterburg, Graduate School of Management Publ.* 2011. 384 p.
  12. Austin J., Stevenson H., Wei-Skillern J. Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both? // *Entrepreneurship theory and practice*. January, 2006. pp. 1–22.
  13. Bektas C., Sohrabifard N. Terms of Organizational Psychology, Personnel Empowerment and Team Working: A Case Study. *World Conference on Psychology and Sociology*. 2012. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 2013. vol. 82. pp. 886–891.
  14. Berntsen G., Gamnes B., Widding Q. Are All Ventures Social Ventures? A Method for Evaluating a Venture's Social Efforts and Social Effects. *Energy Procedia*, 2012, vol. 20, pp. 334–345 (Technoport 2012 – Sharing Possibilities and 2nd Renewable Energy Research Conference).
  15. Cantillon R. *Essai sur la nature du commerce en general*. Paris, 1952, pp. 28–33.

16. Certo S., Miller T. Social entrepreneurship: Key issues and concepts. *Business Horizons*, 2008, vol. 51, Issue 4, pp. 267–271.
17. Ceci F., Daniela Iubatti D. Personal relationships and innovation diffusion in SME networks: A content analysis approach. *Research Policy*, 2012, vol. 41 (3), pp. 565–579.
18. Chella E., Katerina Nicolopoulou K., Karatas – Ozkan M. Social entrepreneurship and enterprise: International and innovation perspectives. *Entrepreneurship & Regional Development*, 2010, vol. 22 (6). October, pp. 485–493.
19. Dees G. The Meaning of Social Entrepreneurship. *Comments and suggestions contributed from the Social Entrepreneurship Funders Working Group*, 1998, vol. 31, pp. 28–33.
20. Duvndс, H., Stenholm, P., Врдппback, M. What are the outcomes of innovativeness within social entrepreneurship? The relationship between innovative orientation and social enterprise economic performance. *Journal of Strategic Innovation and Sustainability*, 2012, vol. 8 (1), pp. 68–80.
21. Elizabeth Chella E., Nicolopoulou R., Karatas M. Social entrepreneurship and enterprise: International and innovation perspectives. *Entrepreneurship & Regional Development*, 2010, vol. 22 (6)., pp. 485–493.
22. Felncio A., Gonzalves H., Gonzalves V. Social value and organizational performance in non-profit social organizations: Social entrepreneurship, leadership, and socioeconomic context effects. *Journal of Business Research*, 2013, vol. 66 (10), pp. 2139–2146.
23. Germak A. Social Entrepreneurship: Changing the Way Social Workers Do Business. *Administration in Social Work*, 2010, no 34, pp. 79–95.
24. Koggel C. Business Ethics and Gender Issues. *Encyclopedia of Applied Ethics*, 2012, 2 nd, pp. 354–360.
25. Leadbeater C. The Rise of the Social Entrepreneur, Demos, London, 1997. Available: <http://issuu.com/sepcic/docs/theriseofthesocialentrepreneur> (accessed 13.01.2015).
26. Mair J., Martн I. Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 2006, vol. 41 (1), pp. 36–44.
27. Peredoa A., Murdith McLeanb M. Social entrepreneurship: A critical review of the concept. *Journal of World Business*, 2006. vol, 41(1), pp. 56–65.
28. Perrinia F., Vurroa C., Costanzob L. A process-based view of social entrepreneurship: From opportunity identification to scaling-up social change in the case of San Patrignano. *Entrepreneurship & Regional Development*, 2010, vol. 22 (6), pp. 515–534.
29. Smith B., Stevens C. Different types of social entrepreneurship: The role of geography and embeddedness on the measurement and scaling of social value. *Entrepreneurship & Regional. Development*, 2010, vol. 22 (6), pp. 575–598.
30. Schumpeter Y.A. *The Theory of Economic Development*. Harvard University Press, Cambridge, MA, 1934.

31. Swanson L., Zhang D. The Social Entrepreneurship Zone. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 2010, vol. 22, pp. 71–88.
32. Thompson, J. The world of the social entrepreneur. *International Journal of Public Sector Management*, 2002, vol. 15 (5), pp. 412–431.
33. Xiao Y. International Trade Professional Curriculum System Innovation and Personnel Training Model Exploration. 2012 International Conference on Medical Physics and Biomedical Engineering. *Physics Procedia*, 2012, no 33, pp. 1420–1425.
34. Zahraa S., Gedajlovicb E., Neubaumc D., Shulman J. A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 2009, vol. 24 (5), pp. 519–532.
35. Wiguna A., Asfi Manzilati. Social Entrepreneurship and Socio-entrepreneurship: A Study with Economic and Social Perspective. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 2014, vol. 115, pp. 12–18.