

УДК 332.14

DOI: 10.34670/AR.2021.13.71.039

Развитие института социального предпринимательства в регионах России

Карибов Аполлон Периклович

Кандидат экономических наук,
доцент кафедры экономической теории, мировой
и региональной экономики,
Волгоградский государственный университет,
400062, Российская Федерация, Волгоград, просп. Университетский, 100;
e-mail: akaribov@gmail.com

Аннотация

Исследование феномена социального предпринимательства приобретает большую популярность в России. Усиление интереса к нему со стороны научного сообщества и российского бизнеса обусловливается законодательным закреплением понятий «социального предпринимательства» и «социального предприятия». В статье рассматриваются концептуальные основы формирования института социального предпринимательства, его базовые принципы, факторы, механизмы и направления развития. Отличие социального предприятия от традиционной бизнес-компании состоит в том, что главным фактором его организации и функционирования является не получение прибыли, а реализация социальной миссии предпринимателя. В конечном счете, удовлетворение социальных потребностей и нужд, а также решение социально значимых вопросов в рамках отдельных территорий, являются основными стимулами для социального предпринимателя осуществлять экономическую деятельность. Прибыль выступает лишь средством достижения социальных целей и задач социально-предпринимательской деятельности. В работе было уточнено понятие социального предпринимательства как института, обоснована институциональная и организационная роль корпоративной социальной ответственности и социального партнерства в развитии социального бизнеса на современном этапе. Системное изучение данного института в России показало, что остается недостаточно реализованным потенциал социальных предприятий в качестве фактора посткризисной модернизации, требуется совершенствование как нормативно-правовой базы в этой области, так и переосмысление форм поддержки и развития социальных предприятий, а также механизмов взаимодействия бизнеса и власти в решении социальных проблем территорий. Одной из прогрессивных форм государственной политики в этой области может выступить формирование и поддержка социально-предпринимательских территориальных кластеров.

Для цитирования в научных исследованиях

Карибов А.П. Формирование и развитие института социального предпринимательства в России // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2020. Том 10. № 10А. С. 403-412. DOI: 10.34670/AR.2021.13.71.039

Ключевые слова

Социальное предприятие, социальная деятельность, корпоративная социальная ответственность, институт социального предпринимательства, социальное партнерство бизнеса и власти, кластер, региональное развитие.

Введение

Актуальные реалии российской экономики, связанные, в том числе, с последствиями пандемии, обуславливают поиск новых конкурентоспособных форм и практик хозяйствования бизнеса, с одной стороны, и совершенствование инструментов и методов регулирования социально-экономической сферы со стороны федеральных и региональных властей, с другой стороны. На современном этапе перед государством стоит задача не только минимизировать негативное влияние данных последствий, устранить нарастающую дифференциацию в социально-экономическом развитии регионов, но также качественно трансформировать региональную и социально-экономическую политику, сформировать новые и реанимировать старые жизнеспособные институты, среди которых особую роль и значение может сыграть институт социального предпринимательства (СП). Развитие данного института в системе других мер может выступить одним из важнейших условий и факторов посткризисной перестройки экономики.

Несмотря на достаточно длительную историю изучения социального предпринимательства, многие концептуальные и прикладные вопросы в данной области остаются недостаточно изученными, требуют анализа и переосмысления формы, методы и направления эффективного взаимодействия и кооперации социального бизнеса и властей в решении социально значащих вопросов. В этой связи исследование институциональных и организационных аспектов СП как перспективной формы реализации социальной инициативы на местном уровне представляет большой научный и практический интерес.

Специфика социального предпринимательства как института

В научной среде до сих пор не сформировалось единого мнения относительно природы и характеристик института СП. Сама концепция социального предпринимательства и желание выделить ее в отдельную предметную область нередко подвергается критике некоторыми авторами. Ими отмечается отсутствие достаточных признаков для отнесения СП в самостоятельную область исследования [Weerawardena, Mort, 2006; Choi, Majumdar, 2014]. Тем не менее, существует другая группа исследователей, для которых научный феномен СП не вызывает сомнения [Dees, 2001; Nicholls, Cho, 2008].

На данном этапе в теоретическом плане требуется систематизация сущности и функций, миссии и видения, стратегических целей и задач социального бизнеса, уточнение его субъектно-объектной структуры, перспективных форм и направлений развития [Иващенко, Булыгина, 2019]. В методологическом отношении ждут своего исследования вопросы трансформации хозяйственной, производственной и трудовой деятельности под влиянием института СП, проблемы повышения эффективности применяемых при этом инструментов и способов воздействия. Необходимо отметить, что исследование СП осложняется отсутствием достаточной информационной и эмпирической базы по данной проблематике [Жохова, 2015].

В концептуальном отношении институт СП представляет собой модель закрепления

социально-ответственного и социально-партнерского поведения за субъектами малого и среднего бизнеса, воплощающуюся в инновационном решении локальных проблем социального характера на основе принципов самоокупаемости и тиражируемости.

Многие зарубежные авторы сходятся во мнении, что в рамках института СП первостепенную роль играет реализация социальной миссии и ценностей субъектов социального бизнеса – отдельных предпринимателей или бизнесменов-партнеров. [Alter, 2008; Swanson, Zhang, 2010; Благов, Арай, 2010]. При этом получение экономической прибыли имеет второстепенное значение [Alter, 2006]. Социальных предпринимателей отличает желание создавать и распространять социальные и экологические ценности, при этом они осознают себя социально-ответственными акторами, от деятельности которых зависит успех и благополучие, образование и культура, здоровье и безопасность социально-незащищенных граждан и отдельных социальных групп [Dees, 2001].

Отличительной чертой социально-предпринимательской деятельности является применение инновационных технологий и техник производства социальных продуктов – создание социальных товаров, оказание социальных услуг, выполнение социальных работ [Thompson, Alvy, Lees, 2000]. Другими словами, характеристиками социального предпринимательства выступают: создание инновационных бизнес-моделей для производства и реализации социальных продуктов; расширение деятельности малого и среднего бизнеса в предоставлении социально-экономических благ; формирование архитектуры, структуры и инфраструктуры постиндустриальной экономики, в которой ключевую роль играют компании и проекты социально-ответственного типа [Seelos, Mair, 2005].

В арсенале современной российской экономической науки практически нет работ, посвященных механизму франчайзинга в социальном предпринимательстве. Вместе с тем использование социального франчайзинга могло бы значительно увеличить число малых и средних социальных компаний, обеспечивая распространение социальных изменений, а также повышение социальных, медицинских и экологических стандартов, особенно в отдаленных районах страны.

Институционализация социального предпринимательства в России

Отдельные примеры социальных предприятий существовали в России еще в начале XX века. Так, созданный для искоренения «лености, тунеядства и пьянства» Дом трудолюбия Иоанна Кронштадтского обладал рядом признаков социальных предприятий: во-первых, в нем трудились социально-незащищенные граждане (безработные и матери-одиночки), во-вторых, он осуществлял социально-востребованную деятельность (производство тканей и одежды для бедняков). Главными задачами организации, предложенной кронштадтским священником, были не только благотворительная помощь неимущим, оказываемая им взамен труда, но и забота о ремонте и украшении храма, благосостоянии прихода, а также учреждение начального народного училища. Регулировалась данная деятельность Положением о приходских попечительствах.

Советский период в истории России был ознаменован созданием масштабной государственной системы социальной защиты граждан. Сами учреждения социальной защиты, оказывая социальные услуги незащищенным гражданам и инвалидам, тем не менее, не обладали признаками социальных предприятий по причине отсутствия самоокупаемости и инновационной составляющей в их деятельности.

Трансформационный период в России, связанный с рыночными преобразованиями, вызвавший масштабную перестройку отношений и прав собственности, сформировал институциональные и организационные предпосылки для формирования института СП. Однако осознание хозяйствующими субъектами себя в качестве социально-ответственных акторов началось лишь в 2000-е годы.

Особое значение для институционализации СП в России сыграло создание в 2007 году руководством нефтяной компании «Лукойл» Фонда региональных социальных программ «Наше Будущее». Главной его целью было и остается финансовая и организационная, консультационная и информационная поддержка социальных инициатив и проектов. За время своего существования Фонд поддержал большое число социальных проектов, ставших предпосылками для организации самостоятельных социальных предприятий.

В июле 2019 года в России был принят федеральный закон, официально закрепивший понятия «социальное предприятие» и «социальное предпринимательство» [ФЗ № 245, 2019]. В соответствии с логикой принятых поправок социальному бизнесу предоставляется ряд преференциальных мер поддержки, направленных на повышение его финансовых возможностей: снижение налоговой нагрузки, льготное кредитование, субсидирование социальной деятельности, получение грантов. Достижением законодательской инициативы следует признать систематизацию условий отнесения субъекта бизнеса к социальному предприятию в зависимости от того, какая социальная группа является объектом решения проблемы – социально уязвимый работник, производитель, клиент или общество в целом.

Недостатком закона, на наш взгляд, является непризнание инноваций в качестве ключевого, сущностного критерия социального предпринимательства. В то время как в развитых странах социальное предпринимательство завоевало внимание именно благодаря своей направленности на качественные социальные трансформации. Социальных предпринимателей нередко называют лидерами и проводниками социальных изменений (*change makers*), признавая за ними, в том числе, роль социальных бизнес-ангелов (частных венчурных инвесторов, предоставляющим финансовую и экспертную поддержку социальным проектам). Очень часто для реализации социальных изменений требуются именно инновационные бизнес-модели, принципиально новые товары, услуги и работы [Арай, Бурмистрова, 2014].

Но в целом, принятие закона следует признать прогрессивным шагом в направлении институционализации СП в России, способствующим: дальнейшей социализации и демократизации не только крупного, корпоративного бизнеса, но, прежде всего, малого и среднего предпринимательства; более эффективному решению локальных социальных проблем за счет быстрого и гибкого реагирования на них со стороны малого и среднего бизнеса; формированию основ для конкурентоспособного, устойчивого и безопасного развития районной, муниципальной и региональной экономики.

Роль социального партнерства бизнеса и власти в развитии института социального предпринимательства в регионах России

Роль социальной ответственности и социального партнерства в развитии института СП чрезвычайно важна в России. Малый и средний бизнес должен ориентироваться на стратегические интересы и социальные потребности местного сообщества, понимать реальные нужды и проблемы населения, осознавать себя частью социально-экономической среды, в которой он функционирует. Он не должен ограничиваться лишь реализацией социальных

проектов крупного регионального бизнеса, встраиванием в цепочки государственной и региональной социальной политики. Как показывает опыт, успех отдельных социальных компаний лишь тогда устойчив и масштабируем, когда он связан с реальными нуждами людей. Такое понимание своей миссии и целей социальным бизнесом возможно только через государство и только в партнерстве с ним.

Основными принципами такого партнерства в региональной экономике должны выступать: равноправие всех стейкхолдеров социально-экономической деятельности; социальная солидарность и справедливость, согласование и защита интересов сторон; социальный диалог, сотрудничество, взаимодействие, свобода выбора в обсуждении и решении социальных вопросов [Михеев, 2001].

Зарубежный и российский опыт показывает, что развитие социальной политики, деятельности и инициативы возможно лишь на основе транспарентности и равноправности отношений субъектов бизнеса и государства, при этом необходимо четкое определение и разграничение границ социальной ответственности и сфер деятельности субъектов и участников партнерских отношений.

Формирование социально-предпринимательских территориальных кластеров в регионах России

Перспективным направлением государственной политики в отношении развития малого и среднего бизнеса может выступить организация и функционирование социально-предпринимательских территориальных кластеров в (СПТК) регионах.

Под СПТК следует понимать группу географически локализованных, взаимосвязанных компаний малого и среднего бизнеса, для которых характерны общность и взаимодополнение социально-экономической деятельности, наличие единого центра и системы сервисных услуг, использование общей материальной, социальной и информационной инфраструктуры, направленных на удовлетворение социальных нужд и потребностей местного населения (Рис.1). Цель функционирования СПТК заключается в эффективном комбинировании ключевых ресурсов и факторов социального производства, а также социально-экономических и географических условий территории для достижения синергетических эффектов от взаимосвязанного и взаимодополняющего функционирования предприятий социального бизнеса. Как отмечает Д. Рутко, «эффективная деятельность кластерных объединений в решающей степени зависит от воздействия системы факторов внешней и внутренней среды и определяется подготовленностью субъектов хозяйствования к их восприятию» [Рутко, 2009, С. 413].

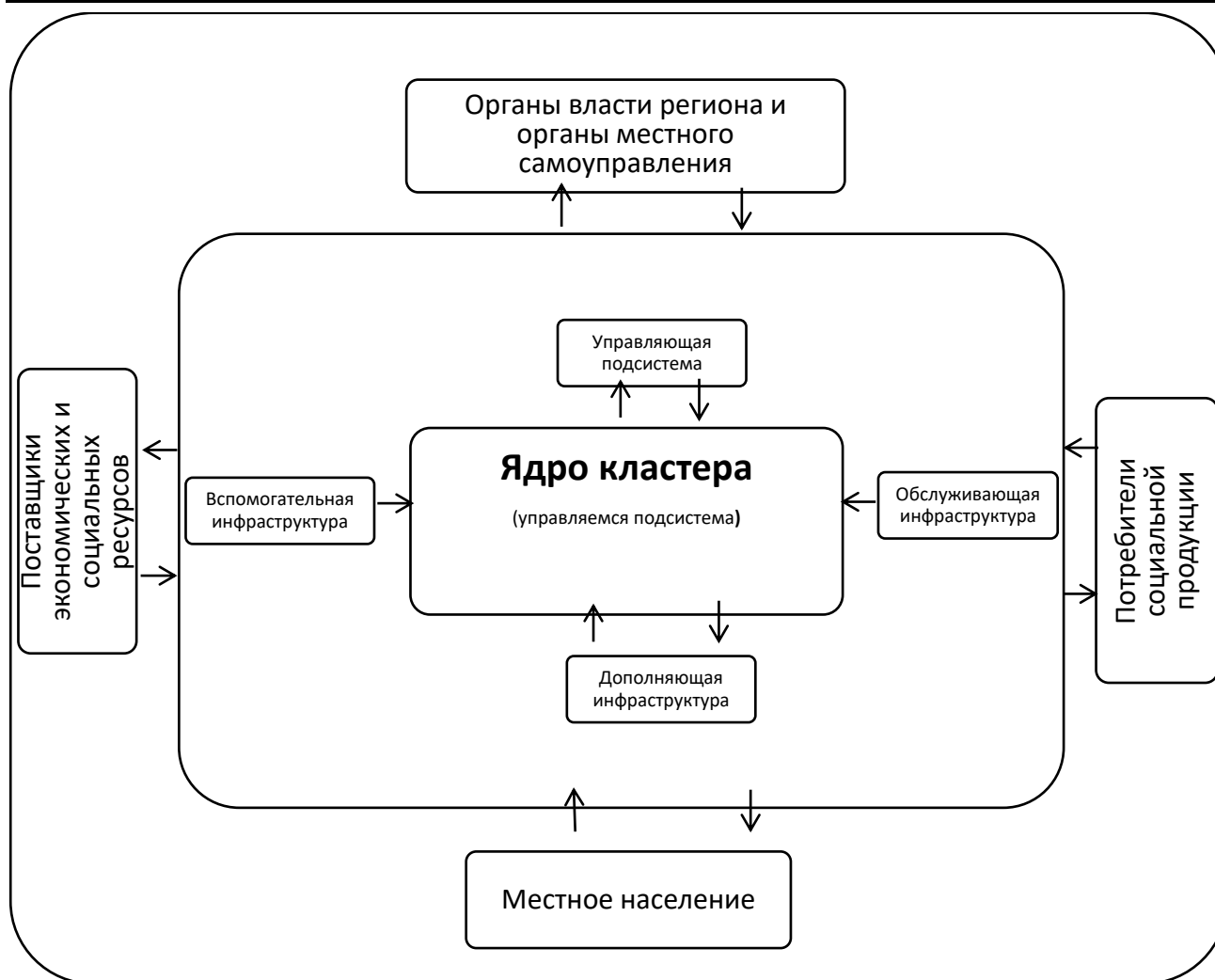


Рисунок 1 - Структура социально-предпринимательского территориального кластера

В качестве наиболее важных характеристик для СПТК следует отметить следующие:

- 1) Наличие группы эффективных социальных компаний и общественных организаций в регионе (городе, районе, микрорайоне).

На начальном этапе целесообразно выделить группу наиболее конкурентоспособных социальных предприятий – лидеров, образующих ядро и определяющих долговременную стратегию и деятельность СПТК. Масштабы и размеры кластера могут варьироваться от одного города до группы соседствующих муниципальных образований региона.

- 2) Наличие развитой институциональной, организационной и информационной инфраструктуры на территории базирования СПТК, включающей в себя:

- управляющую подсистему (экономические и социальные органы региональной власти, отвечающие за развитие предпринимательства и социальную защиту граждан, представители крупного бизнеса, а также общественных и некоммерческих организаций);
- вспомогательную инфраструктуру (консультационные, юридические, консалтинговые, финансовые, инвестиционные, страховые компании);
- обслуживающую инфраструктуру (сервисные компании, ремонтные центры, финансовые структуры – банковские и небанковские кредитные организации);

– дополняющую инфраструктуру (научно-исследовательские центры и лаборатории, социальные, культурные и образовательные учреждения, бизнес-инкубаторы).

3) Кооперирование и конкуренция социальных предприятий внутри кластера.

СПТК характеризуется устойчивостью хозяйственных связей и отношений его субъектов и участников. В кластере могут присутствовать предприятия разных социальных направленностей, между ними может выстраиваться различная по характеру система отношений: от жесткой конкуренции в некоторых областях деятельности до кооперации и координации по отдельным проектам, в частности, в производстве сопутствующих социальных товаров и услуг. Сохранение конкурентной борьбы между участниками кластера побуждает его субъектов и участников к постоянному совершенствованию своей деятельности и инновационному развитию.

4) Взаимосвязь интересов социальных предприятий кластера, региональных и муниципальных органов власти, а также местного населения

Эффекты взаимосвязи и дополнения, получаемые социальными предприятиями кластера, возможны только в случае многостороннего и многоаспектного учета интересов всех его стейкхолдеров: субъектов бизнеса, властей, потребителей социальных товаров и услуг [Трофимова, 2010].

В целях дальнейшего повышения результативности использования потенциала СПТК как инструмента территориального развития, увеличения эффективности поддержки предпринимательской деятельности и совершенствования социально-экономической политики целесообразным представляется разработка и реализация: на федеральном уровне – проекта «Развитие социально-предпринимательских территориальных кластеров как фактор социально-экономической модернизации регионов»; на региональном уровне – региональных целевых программ, предусматривающих поддержку и развитие социального предпринимательства, в том числе, на условиях софинансирования в рамках государственно-частного партнерства.

Результатами развития таких кластеров должно стать: рост качества, видов и объемов социальных товаров, услуг и работ, предоставляемых населению на инновационной основе; повышение социальной ответственности промышленных, торговых и розничных компаний, их кооперация с государством, культурными, социальными, научно-образовательными учреждениями и между собой в решении социальных проблем; создание и модернизации «социальных» рабочих мест; повышение статуса «социального предпринимателя»; снижение социальной напряженности на местном уровне и др.

В России социальное предпринимательство должно способствовать эффективному решению местных социальных и экологических проблем, обеспечивая в стратегической перспективе конкурентоспособность, устойчивость и безопасность региональной экономической системы.

Заключение

Конкурентоспособность и устойчивость развития региональной социально-экономической системы зависит, с одной стороны, от наличия конкурентоспособных отраслей, развитой производственной, информационной и социальной инфраструктуры, а, с другой стороны, способности региональных и местных органов власти создавать условия для формирования и развития бизнеса и предпринимательства, повышения уровня и качества жизни, решения социальных и экологических проблем.

Особую роль в обеспечении повышения уровня и качества предоставляемых социальных услуг и товаров может сыграть развитие института СП. Под СП понимается предпринимательская деятельность, формирующая институциональные и организационные возможности для реализации социальной ответственности бизнеса и социального партнерства бизнеса и власти в регионе, направленная на решение проблем социального характера инновационными методами, обеспечивающая социальные изменения и повышающая экономическое благосостояние граждан.

Современный малый и средний бизнес выступает субъектом социально-ориентированных действий, направленных на разрешение экономических, социальных и экологических противоречий, согласование целей и интересов различных категорий граждан и социальных общностей. В распространении института СП среди субъектов малого и среднего бизнеса закономерно проявляются современные тенденции развития экономики и общества, связанные с повышением социальной и экологической ответственности бизнеса и власти, солидарностью и сотрудничеством, создающей конкуренцией и кооперированием, в том числе, в рамках социального партнерства.

Взаимодействие социального бизнеса и органов власти региона является важным условием устойчивого и безопасного функционирования и развития экономики. Основой такого взаимодействия выступает выработка общей концепции и совместных целей на основе согласования региональных, общественных, частных и индивидуальных интересов.

Кластерный подход к управлению развитием социального предпринимательства позволит достичь конкурентного успеха в социальной сфере. Поэтому одна из задач повышения конкурентоспособности региона – выявление потенциала, условий и факторов его социально-предпринимательской кластеризации с последующей организационно-координационной работой со стороны органов региональной и местной власти.

Библиография

1. Арай Ю. Н., Бурмистрова Т. А. Специфика бизнес-моделей в социальном предпринимательстве // Российский Журнал Менеджмента. 2014. Т. 12. № 4. С. 55-78.
2. Благов Ю. Е., Арай Ю. Н. Социальное предпринимательство: проблемы типологии (предисловие к разделу) // Вестник С.-Петерб. ун-та. Сер. Менеджмент. 2010. Вып. 3. С. 109-114.
3. Жохова В. В. Социальное предпринимательство: концепция, сущность и значение // Современная конкуренция. 2015. Том 9. № 4(52). С. 77-99.
4. Иващенко Н. П., Булыгина Н. И. Социальное предпринимательство в России: текущее состояние и особенности развития // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2019. Т. 10. № 1. С. 114–132.
5. Михеев В.А. Основы социального партнерства: теория и политика. М.: Экзамен, 2001. 448 с.
6. Рутко Д. Ф. Оценка эффективности функционирования кластерных структур // Научные труды Республиканского института высшей школы. Философско-гуманитарные науки: сб. науч. ст. Вып. 7(12) / Под ред. В. Ф. Беркова. Минск: Республиканский институт высшей школы, 2009. С. 413-419.
7. Садков О., Кузнецова О. О модели социального партнерства в регионах России // Общество и экономика. 2007. № 4. С. 128-132.
8. Трофимова О. М. К вопросу о формировании инновационных кластеров в региональной экономике // Вопросы управления. 2010. № 02 (11). URL: <http://journal-management.com/issue/2010/02/10>
9. Федеральный закон от 26 июля 2019 г. 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" // Российская газета. 2019. Федеральный выпуск № 166 (7924). С. 24.
10. Alter S. K. Social enterprise models and their mission and money relationships. In A. Nicholls (Ed.). Oxford, UK: Oxford University Press. Social entrepreneurship: New models of sustainable social change, 2006. P. 205-232.
11. Alter S. K. Social Enterprise Typology. Virtue Ventures LLC, 2007, no. 27 (revised vers.). URL: <http://rinovations.edublogs.org/files/2008/07/setypology.pdf>

12. Dees J. Gregory. The Meaning of "Social Entrepreneurship", Reformatted and revised, May 30, 2001. URL: https://centers.fuqua.duke.edu/case/wp-content/uploads/sites/7/2015/03/Article_Dees_MeaningofSocialEntrepreneurship_2001.pdf
13. Nicholls A., Cho A. Social entrepreneurship: The structuration of a field. In Social entrepreneurship — new models of sustainable social change, ed. Oxford: Oxford University Press, 2008, P. 99-118.
14. Seelos C., Mair J. Social entrepreneurship: Creating new business models to serve the poor. Business Horizon, 2005. Vol. 48, no. 3, P. 241-246.
15. Swanson L., Zhang D. The Social Entrepreneurship Zone // Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing, 2010. Vol. 22, P. 71-88.
16. Thompson J., Alvy G., Lees A. Social Entrepreneurship: A New Look at the People and the Potential. Management Decision, 2000, vol. 38, P. 328–338.

Development of the institute of social entrepreneurship in the regions of Russia

Apollon P. Karibov

Candidate of Economics,
Department of Economic Theory, World
and Regional Economy,
Volgograd State University,
400062, 100, Prosp. Universitetsky, Volgograd, Russian Federation,
e-mail: akaribov@gmail.com

Abstract

Research on the phenomenon of social entrepreneurship is gaining popularity in Russia. The growing interest in it from the scientific community and Russian business is due to the legislative consolidation of the concepts of "social entrepreneurship" and "social enterprise". The article discusses the conceptual foundations of the formation of the institution of social entrepreneurship, its basic principles, factors, mechanisms and directions of development. The difference between a social enterprise and a traditional business company is that the main factor in its organization and functioning is not profit, but the implementation of the social mission of the entrepreneur. Ultimately, the satisfaction of social needs and needs, as well as the solution of socially significant issues within certain territories, are the main incentives for a social entrepreneur to carry out economic activities. Profit acts only as a means of achieving social goals and objectives of social and entrepreneurial activity. The work clarified the concept of social entrepreneurship as a socio-economic institution, substantiated the institutional and organizational role of corporate social responsibility and social partnership in the development of social business at the present stage. A systematic study of this institution in Russia has shown that the potential of social enterprises remains insufficiently realized as a factor in post-crisis modernization, it is necessary to improve both the regulatory and legal framework in this area, and to rethink the forms of support and development of social enterprises, as well as the mechanisms of interaction between business and government in solving social problems of the territories. One of the progressive forms of state policy in this area can be the formation and support of socio-entrepreneurial territorial clusters.

For citation

Karibov A.P. (2020) Razvitie instituta socialnogo predprinimatelstva v regionakh Rossii [Formation and development of the institute of the social entrepreneurship in Russia]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 10 (10A), pp. 403-412. DOI: 10.34670/AR.2021.13.71.039

Keywords

Social enterprise, social activity, corporate social responsibility, social entrepreneurship institution, social partnership between business and government, cluster, regional development.

References

1. Aray Yu. N., Burmistrova T. A. (2014) Spetsifika biznes-modeley v sotsial'nom predprinimatel'stve [Specificity of business models in social entrepreneurship]. *Rossiyskiy zhurnal menedzhmenta* [Russian Management Journal], vol. 12, no. 4, pp. 55-78.
2. Blagov Yu. E., Aray Yu. N. (2010) Sotsial'noe predprinimatel'stvo: problemy tipologii (predislovie k razdelu) [Social entrepreneurship: problems of typology (preface to the section)]. *Vestnik S.-Peterb. un-ta*. [Bulletin of St. Petersburg University], Ser. Management, vol. 3, pp. 109-114.
3. Zhokhova V. V. (2015) Sotsial'noe predprinimatel'stvo: kontseptsiya, sushchnost' i znachenie [Social entrepreneurship: concept, essence and meaning]. *Sovremennaya konkurentsia* [Modern competition], vol. 9, no. 4(52), pp. 77-99.
4. Ivashchenko N. P., Bulygina N. I. (2019) Sotsial'noe predprinimatel'stvo v Rossii: tekushchee sostoyanie i osobennosti razvitiya [Social entrepreneurship in Russia: current state and features of development]. *MIR (Modernizatsiya. Innovatsii. Razvitie)* [MID (Modernization. Innovations. Development)], vol. 10, no. 1, pp. 114–132.
5. Mikheev V. A. (2001) Osnovy sotsial'nogo partnerstva: teoriya i politika [Fundamentals of Social Partnership: Theory and Policy]. Moscow: "Ekzamen" Publ. 448 p.
6. Rutko D. F. (2009) Otsenka effektivnosti funktsionirovaniya klasternykh struktur [Assessment of the effectiveness of the functioning of cluster structures]. *Nauchnye trudy Respublikanskogo instituta vysshey shkoly. Filosofsko-gumanitarnye nauki*. Vyp. 7(12). Ed. V. F. Berkov. Minsk: "Republican Institute of Higher Education" Publ., pp. 413-419.
7. Sadkov O., Kuznetsova O. (2007) O modeli sotsial'nogo partnerstva v regionakh Rossii [On the model of social partnership in the regions of Russia]. *Obshchestvo i ekonomika* [Society and economy], no. 4, pp. 128-132.
8. Trofimova O. M. (2010) K voprosu o formirovaniy innovatsionnykh klasterov v regional'noy ekonomike [On the formation of innovative clusters in the regional economy]. *Voprosy upravleniya* [Management issues], no. 02 (11). URL: <http://journal-management.com/issue/2010/02/10>.
9. Federal'nyy zakon ot 26 iyulya 2019 g. N 245-FZ "O vnesenii izmeneniy v Federal'nyy zakon "O razvitiy malogo i srednego predprinimatel'stva v Rossiyskoy Federatsii" v chasti zakrepleniya ponyatiy "sotsial'noe predprinimatel'stvo", "sotsial'noe predpriyatie" (2019) [Federal Law of July 26, 2019 N 245-FZ "On Amendments to the Federal Law" On the Development of Small and Medium-Sized Businesses in the Russian Federation" in terms of consolidating the concepts of "social entrepreneurship", "social enterprise"]. *Rossiyskaya gazeta* [Russian newspaper], no. 166 (7924), p. 24.
10. Alter S. K. (2006) Social enterprise models and their mission and money relationships. In A. Nicholls (Ed.). Oxford, UK: *Oxford University Press*. Social entrepreneurship: New models of sustainable social change, pp. 205-232.
11. Alter S. K. (2007) Social Enterprise Typology. *Virtue Ventures LLC*, no. 27 (revised vers.). URL: <http://innovations.edublogs.org/files/2008/07/setypology.pdf>
12. Dees J. Gregory. (2001) The Meaning of "Social Entrepreneurship", Reformatted and revised, May 30. URL: https://centers.fuqua.duke.edu/case/wp-content/uploads/sites/7/2015/03/Article_Deess_MeaningofSocialEntrepreneurship_2001.pdf
13. Nicholls A., Cho A. (2008) Social entrepreneurship: The structuration of a field. In Social entrepreneurship – new models of sustainable social change, ed. Oxford: *Oxford University Press*, pp. 99-118.
14. Seelos C., Mair J. (2005) Social entrepreneurship: Creating new business models to serve the poor. *Business Horizon*, vol. 48, no. 3, pp. 241-246.
15. Swanson L., Zhang D. (2010) The Social Entrepreneurship Zone. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, vol. 22, pp. 71-88.
16. Thompson J., Alvy G., (2000) Lees A. Social Entrepreneurship: A New Look at the People and the Potential. *Management Decision*, vol. 38, pp. 328-338.