



УДК 334.021

DOI 10.52575/2687-0932-2024-51-4-814-823

Виды и формы социального предпринимательства

Морозова Е.А., Ларин С.С.

Кемеровский государственный университет

Россия, 650000, г. Кемерово, ул. Красная, 6

E-mail: morea@inbox.ru, larinstepansergeevich@gmail.com

Аннотация. Социальное предпринимательство призвано решать актуальные проблемы, возникающие в обществе, широкий спектр которых обуславливает различные виды и формы предпринимательской деятельности. Однако некоторые из них не представлены в научной литературе. Социальное предпринимательство нуждается не только в адекватной интерпретации своей сущности, но и в рациональной типологизации. На основе обзора существующих подходов к классификации разновидностей социального предпринимательства поставлена цель предложить новые признаки его дифференциации и сами группировки. Социальное предпринимательство по содержанию следует делить на отдельные виды по таким основаниям, как субъект предпринимательской деятельности, отраслевая направленность, объект; по форме – в зависимости от типа собственности на ресурсы, правового статуса, размера организации. Предлагаемые классификации социального предпринимательства позволяют полнее раскрыть его богатое содержание и способствовать более эффективному управлению им.

Ключевые слова: социальное предпринимательство, субъект, объект, отраслевая направленность, тип собственности, правовой статус

Для цитирования: Морозова Е.А., Ларин С.С. 2024. Виды и формы социального предпринимательства. Экономика. Информатика, 51(4): 814–823. DOI 10.52575/2687-0932-2024-51-4-814-823

Types and Forms of Social Entrepreneurship

Elena A. Morozova, Stepan S. Larin

Kemerovo State University

6 Krasnaya St, Kemerovo 650000, Russia

E-mail: morea@inbox.ru, larinstepansergeevich@gmail.com

Abstract. Social entrepreneurship is designed to solve urgent problems a wide range of which determines various types and forms of entrepreneurial activity. However, some of them are not represented in the scientific literature. Social entrepreneurship needs not only an adequate interpretation of its essence, but also a rational typologization that will make its management more effective. Based on the review of existing approaches to the classification of social entrepreneurship varieties, the authors aim to propose new differentiation criteria and groups. In terms of content, social entrepreneurship should be divided into separate types based on the subject of entrepreneurial activity, industry orientation, and object. In terms of its form, it is divided depending on the type of ownership of resources, legal status, and size of the organization. The proposed classifications of social entrepreneurship make it possible to reveal its rich content more fully and contribute to a more effective management.

Keywords: social entrepreneurship, subject, object, industry orientation, type of ownership, legal status

For citation: Morozova E.A., Larin S.S. 2024. Types and Forms of Social Entrepreneurship. Economics. Information technologies, 51(4): 814–823 (in Russian). DOI 10.52575/2687-0932-2024-51-4-814-823

Введение

Социальное предпринимательство уверенно вошло в российскую действительность и продолжает активно развиваться, продуцировать новые виды и формы, реагируя на внутренние и внешние вызовы. Однако научное осмысление данного явления еще далеко до завершения. Дискуссии отечественных и зарубежных ученых по теме социального предпринимательства демонстрируют широкий спектр мнений как о его сущности, содержании, так и о разновидностях [Гладкий, 2020; Зайнышева, Мешкова, 2018; Клиндух, 2019; Кошелев, Цацулин, 2022; Потапцева, Субботина, 2022; Certo, Miller, 2008]. Реальная же практика социально ориентированной деятельности юридических и физических лиц требует упорядочения соответствующих знаний. В данном случае трудно не согласиться с мнением В.В. Жоховой, которая считает, что «типология позволяет более полно раскрыть многоаспектность сущности социального предпринимательства, и классификации могут быть использованы для более четкого позиционирования социальных предпринимателей как на российском, так и международном уровне» [Жохова, 2015, с. 102].

Исходя из этого, целью настоящего исследования является выделение критериев и описание классификаций видов и форм социального предпринимательства. Для реализации данной цели, во-первых, проведен обзор существующих в научной литературе и законодательных документах типологий социального предпринимательства, во-вторых, выделены критерии дифференциации социального предпринимательства по видам и формам, в-третьих, описаны авторские классификации социального предпринимательства по разным основаниям.

Объект и методы исследования

Объектом исследования является социальное предпринимательство, которое как сложный и неоднозначный феномен целесообразно трактовать в широком и узком смысле слова [Морозова, Ларин, 2023]. В широком варианте социальное предпринимательство представляет собой организационно-экономическую деятельность, нацеленную на решение социальных проблем общества или его отдельных категорий на базе предпринимательского подхода. Данная трактовка охватывает все возможные варианты социально ориентированного бизнеса, включая корпоративную социальную ответственность (КСО), благотворительность, спонсорство, деятельность некоммерческих организаций (НКО), физических лиц. Узкий подход к пониманию социального предпринимательства соответствует его нормативной трактовке [Федеральный закон от 26.07.2019 N 245-ФЗ]: предпринимательская деятельность субъектов среднего и малого предпринимательства, направленная на достижение общественно полезных целей, способствующая решению социальных проблем граждан и общества. Узкий вариант дефиниции входит в состав широкого понимания социального предпринимательства.

Исследование опирается на системный подход и общенаучные методы: анализ и синтез; индукция и дедукция. Обзор научных источников и нормативно-правовых актов позволил сделать вывод, что существующие типологии социального предпринимательства не полностью раскрывают сущностное разнообразие данного явления, не отражают отличия его видов и форм, что обедняет соответствующую рефлексию, снижает эффективность управления социопредпринимательской деятельностью.

Результаты и их обсуждение

Исследователи, раскрывая содержание социального предпринимательства, зачастую предлагают его классификации или же группировки социальных предприятий, опираясь на различные признаки, но чаще всего таковым является степень коммерциализации компании, которая занимается социальным предпринимательством. Так, К. Альтер выделила организации, которые занимаются только филантропией, гибридные и чисто коммерческие [Alter, 2007].



Т. Лаонос и Д. Кикал в качестве критерия дифференциации социальных предприятий называют структурные формы, но по факту классифицируют их все на те же чисто некоммерческие, чисто коммерческие и гибридные [Лаонос, Кикал, 2014]. Похожий подход к группировке социальных предприятий демонстрирует Е.Н. Мельник, перечисляя коммерческие организации, использующие инструменты бизнеса для решения социальных задач; общественные или социально ориентированные НКО, не нацеленные на прибыль; гибридные предприятия, обладающие признаками и коммерческих компаний, и НКО [Мельник, 2020]. Ю.Е. Благоев и Ю.Н. Арай делят предприятия на четыре типа организации социального предпринимательства: традиционные НКО; некоммерческие социально ориентированные предпринимательские компании; коммерческие социально ориентированные предпринимательские фирмы; гибридные предприятия [Благоев, 2010; Арай, 2013].

Называют авторы и иные классификационные признаки социопредпринимательской деятельности. Например, Ш. Захра предлагает классификацию социальных предпринимателей в зависимости от масштабности решаемых социальных задач: социальный «bricoleur» («разнорабочий») нацелен на небольшие проблемы местного значения; социальный конструктивист решает более серьезные, масштабные социальные задачи, которые не попадают в поле зрения государственных учреждений; социальный инженер разрабатывает новые подходы к удовлетворению социальных потребностей людей на государственном или даже международном уровне [Zahraa, 2009].

М.С. Нетесова при классификации социального предпринимательства опирается на нормативно-законодательную базу и выделяет четыре вида предпринимательской деятельности, направленной на удовлетворение базовых потребностей социально уязвимых категорий населения: их трудоустройство; реализация производимых ими товаров и услуг; производство предназначенных для них товаров, работ, услуг; деятельность, направленная на достижение общественно полезных целей [Нетесова, 2020].

Н.В. Высоцкая и Е.В. Лылова предложили дифференциацию социально ориентированного предпринимательства по уровню зрелости (она распространяется прежде всего на коммерческие компании) [Высоцкая, Лылова, 2020]. К первому уровню они относят предприятия, в которых осознается влияние корпоративной социальной ответственности на бизнес, для сотрудников создаются благоприятные условия труда и отдыха, оздоровления и развития, реализуются программы по поддержке территорий присутствия, компенсации наносимого экологического ущерба. Второй уровень зрелости характеризуется активной благотворительной деятельностью организаций, предпринимателей, в частности, созданием благотворительных фондов. К третьему уровню зрелости относятся компании, которые создают не только благотворительные, но и фонды венчурной филантропии, помогая предприимчивой молодежи и НКО выйти на самоокупаемость или прибыльность. К четвертому уровню авторы относят непосредственно социальное предпринимательство, трактуя его достаточно узко и подчеркивая, что «социальное предприятие использует предпринимательский, инновационный и рыночный подходы для создания социальной ценности и изменения» [Там же, с. 152].

А.А. Московская и И.В. Соболева описывают две модели социального предпринимательства в зависимости от уровня его поддержки со стороны государства – европейскую (государство активно помогает социальным предпринимателям на основе принятых законов) и англо-американскую (государство слабо вовлечено в помощь социальному бизнесу, который опирается, прежде всего, на поддержку негосударственных фондов) [Московская, Соболева, 2016].

Таким образом, ученые разрабатывают разные типологии социального предпринимательства, но, на наш взгляд, они далеко не полностью раскрывают богатое содержание данной деятельности и нуждаются в развитии. Прежде всего следует подчеркнуть, что при типологизации социального предпринимательства важно различать его виды и формы. Если виды отражают внутренние, содержательные особенности предпринимательства, то формы – внешнюю, нормативно-правовую, формальную специфику.

В табл. 1 представлены виды социального предпринимательства (в его широкой трактовке) по ряду классификационных признаков.

Таблица 1
Table 1

Виды социального предпринимательства
Types of social entrepreneurship

Классификационные признаки	Виды социального предпринимательства
Субъект социального предпринимательства	Деятельность социальных предприятий в соответствии с ФЗ № 245
	Социально ориентированная деятельность коммерческих предприятий
	Деятельность социально ориентированных НКО
	Неформальное социальное предпринимательство
Отрасль деятельности	Социальное предпринимательство в социальной сфере
	Социальное предпринимательство в производственной сфере
	Социальное предпринимательство в сфере услуг и т. п.
Объект предпринимательской деятельности	Социально уязвимые категории граждан
	Окружающая природная среда
	Культурная инфраструктура
	Производственная обстановка
	Условия жизни людей
	Общественные отношения

Первый из них – *субъект социального предпринимательства*, то есть тот, кто его осуществляет. В данном случае предлагается выделять:

– деятельность социальных предприятий, определенных ст. 24.1 [Федеральный закон от 26.07.2019 N 245-ФЗ] в части закрепления понятий «социальное предпринимательство», «социальное предприятие» (узкая трактовка социального предпринимательства). В законе приводится достаточно обширный список условий, при соответствии которым предприятие может получить статус социального;

– социально ориентированная деятельность коммерческих предприятий. В данном случае речь идет, прежде всего, о КСО (или близком по содержанию понятию «социальная ответственность бизнеса»), рассмотрению которого посвящено немало научных трудов (Даньшина, 2017; Чеглакова, Батаева, Мелитонян, 2018; Сафин, 2022 и другие). В целом под КСО предлагается понимать добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической, экологической сферах, связанный с основной деятельностью компании, но выходящий за рамки определенного законом минимума. КСО может осуществляться по отношению к персоналу, к партнерам, к местному сообществу, к государству, к обществу. Одной из разновидностей КСО является спонсорство или спонсоринг (иногда оно рассматривается вне КСО), в справочной литературе оно рассматривается как форма продвижения интересов организации чрез поддержку социально значимых инициатив [АКАДЕМИК. Словари и энциклопедии на Академике, 2024]. «Спонсоринг социальный помогает поддерживать людей в трудной жизненной ситуации и одновременно решает задачу продвижения спонсора на рынке товаров или услуг, укрепления его имиджа» [Щетинина, Мурмыло, 2020, с. 45];

– деятельность социально ориентированных НКО (СО НКО), благотворительных фондов. В соответствии с Федеральным законом «О некоммерческих организациях» [Федеральный закон от 12.01.1996 N 7-ФЗ] к СО НКО могут относиться объединения юридических лиц, религиозные организации, автономные некоммерческие объединения, общественные организации, казачьи общества, фонды некоммерческого партнерства, общины малочисленных и коренных народов РФ, которые осуществляют хотя бы один из 17 видов деятельности, предусмотренных статьей 31.1. Благотворительные фонды также относятся к



НКО и чаще всего оказывают медицинскую, психологическую, социальную поддержку гражданам. В РФ благотворительность регулируется Федеральным законом «О благотворительной деятельности и добровольчестве (волонтерстве)» [Федеральный закон от 11.08.1995 N 135-ФЗ];

– неформальное социальное предпринимательство, включая меценатство. Если некоторым категориям граждан (инвалидам, переселенцам, безработным, военнослужащим и т. п.) оказывается поддержка частными лицами на неофициальной основе и при этом используются бизнес-инструменты, речь идет о неформальном предпринимательстве. Одной из разновидностей данной группы является меценатство, которое чаще всего осуществляется физическими лицами (иногда созданными ими фондами), успешными предпринимателями на безвозмездной основе в целях поощрения и поддержки представителей культуры, науки, образования.

Стоит уточнить, что на практике порой трудно отнести конкретный акт социального предпринимательства к тому или иному виду, поскольку некоторые из них близки по смыслу (например, спонсорство, благотворительность и меценатство), зачастую они сочетаются в одних социальных программах, дополняют друг друга. Однако некоторая условность характерна для большинства классификаций, касающихся социально-экономических объектов.

Следующая типология социального предпринимательства основана на *отраслевом* критерии, так как предпринимательская деятельность может осуществляться в различных направлениях и в организациях разного профиля деятельности. Чаще всего социальное предпринимательство ассоциируется с социальной сферой: образованием, воспитанием, здравоохранением, наукой, культурой и искусством, физкультурой и спортом, социальной защитой, досугом. Но социально ориентированное предпринимательство может осуществляться и в производственной сфере, и в финансовой, и в сфере бытового обслуживания, торговли, оказания услуг транспорта и связи, и в сельском хозяйстве, и в других отраслях экономики (например, трудоустройство уязвимых категорий населения на предприятия или производство для них продукции, оказание им услуг). Поэтому в данном случае целесообразно дифференцировать социальное предпринимательство и социальные предприятия в соответствии с традиционным отраслевым делением, а при необходимости объединять отрасли в более крупные группы, например, социальное предпринимательство в социальной сфере, социальное предпринимательство в производственной сфере, социальное предпринимательство в сфере услуг и т. п.

Важным критерием для типологизации социального предпринимательства является его *объект* – то, на что или кого направлена деятельность предпринимателей, проблемы какого плана оно решает. Такими объектами могут быть: социально уязвимые категории граждан (безработные, дети, малоимущие семьи, пожилые, инвалиды и т. д.); окружающая природная среда (водные ресурсы, леса, атмосфера и др.); культурная инфраструктура (театры, музеи, памятники, традиционные промыслы и ремесла); производственная обстановка (условия труда и отдыха работников, корпоративная культура и т. п.); условия жизни людей (придворовые территории, досуговая, оздоровительная инфраструктура и проч.); общественные отношения (сохранение и защита самобытности, культуры, народов, конфессий, поддержка общественных объединений, информационное сопровождение, юридическая помощь, военно-патриотическое воспитание и т. п.). Однако каков бы ни был объект социального предпринимательства, в конечном итоге, оно нацелено на решение проблем людей, улучшение материальных, социальных, духовных условий их существования.

Что касается форм социального предпринимательства, то предлагается их группировать по таким критериям, как: собственность на используемые ресурсы; правовой статус и формы организации предпринимательской деятельности; размер организации (табл. 2).

Если *собственниками* предприятий, занимающихся социальным предпринимательством, являются частные лица, то речь идет о частном социальном предпринимательстве. В случае коллективной собственности налицо коллективное

социальное предпринимательство. Также целесообразно выделить социальное предпринимательство с наличием государственной собственности (например, такие корпорации с государственным участием, как Газпром, Роснефть).

Таблица 2
Table 2

Формы социального предпринимательства
Forms of social entrepreneurship

Классификационные признаки	Формы социального предпринимательства
Собственность на используемые ресурсы	Частное социальное предпринимательство
	Коллективное социальное предпринимательство
	Социальное предпринимательство с наличием государственной собственности
Правовой статус	Социальное предпринимательство без образования юридического лица
	Социальное предпринимательство без образования юридического лица
Размер организации	Социальное предпринимательство крупных организаций
	Социальное предпринимательство средних организаций
	Социальное предпринимательство малых и микро- организаций
	Социальное предпринимательство отдельных частных лиц

По *правовому статусу* социальным предпринимательством занимаются как граждане без образования юридического лица (индивидуальные предприниматели, отдельные граждане), так и с образованием такового, причем в различных формах: товарищество, кооператив, акционерное общество, крестьянское фермерское хозяйство, общество с ограниченной ответственностью, хозяйственное партнерство, индивидуальное предприятие и другие [Гражданский кодекс РФ, 1994]. Исходя из этих форм, можно говорить о кооперативном социальном предпринимательстве, акционерном, индивидуальном и проч. Поскольку субъектами социального предпринимательства являются и НКО, которые также относятся к числу юридических лиц, следует указать и их возможные формы: фонды, общины, некоммерческие партнерства, религиозные организации, казачьи общества и проч. [Федеральный закон от 12.01.1996 N 7-ФЗ].

Социальное предпринимательство можно дифференцировать по *размеру* организаций, занимающихся им: крупного бизнеса, среднего бизнеса, малого бизнеса, индивидуальных предпринимателей (имеющих соответствующий официальный статус) и частных (физических) лиц. Что касается социального предпринимательства в узком смысле слова, то в законе четко указывается число участников для средних, малых и микропредприятий. Социальные предприятия могут быть средними с числом сотрудников до 250 человек, малыми – со штатом от 16 до 100 человек и микропредприятия – с числом работников до 15 человек [Федеральный закон от 24.07.2007 N 209-ФЗ]. В данном случае в классификацию не попали СО НКО. Но они также различаются по размеру (в частности, по количеству членов организации), а значит, могут быть сгруппированы по рассматриваемому признаку.

Предлагаемые виды и формы социального предпринимательства не являются исчерпывающими. Полагаем, что перечень классификаций может пополняться с его развитием и расширением соответствующего предметного поля исследования.

Заключение

Социальное предпринимательство – интенсивно развивающийся способ решения социальных проблем, возникающих в любых обществах, с помощью предпринимательского подхода. Разнообразие сфер его применения, подходов и методов реализации, субъектов и объектов воздействия требует систематизации его разновидностей. В настоящем исследовании



проведен обзор существующих вариантов типологизации социального предпринимательства и предложено различать его виды и формы.

В качестве дополнения к уже имеющимся группировкам социального предпринимательства рекомендуется выделять его виды по субъекту предпринимательской деятельности (деятельность социальных предприятий; социально ориентированная деятельность коммерческих организаций; деятельность социально ориентированных некоммерческих организаций; неформальное социальное предпринимательство); по отраслевой направленности (предпринимательство в социальной сфере: образовании, здравоохранении, культуре и т. п.; в производственной сфере; в сфере услуг и др.); по объекту (направлено на социально незащищенные категории населения; на окружающую среду; на культурную инфраструктуру; на производственную обстановку; на условия жизни людей; на общественные отношения в их разном проявлении).

По формам социальное предпринимательство следует классифицировать в зависимости от типа собственника имеющихся ресурсов (частное, коллективное, с государственным участием); от правового статуса (предпринимательство без образования юридического лица и с образованием юридического лица в форме кооператива, товарищества, индивидуального предприятия, акционерного общества, фонда, некоммерческого партнерства и т. п.); от размера организации (от крупного бизнеса или большой НКО до индивида).

Упорядочение такого богатого по содержанию и формам феномена, как социальное предпринимательство, будет способствовать более адекватному его восприятию, анализу, управлению и развитию.

Список источников

- О внесении изменений в Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации в части закрепления понятий "социальное предпринимательство", "социальное предприятие"». Федеральный закон от 26.07.2019 N 245-ФЗ (последняя редакция). Режим доступа: www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_329995
- О некоммерческих организациях. Федеральный закон от 12.01.1996 N7-ФЗ. (последняя редакция). Режим доступа https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8824/
- О благотворительной деятельности и добровольчестве (волонтерстве) Федеральный закон от 11.08.1995 N 135-ФЗ (последняя редакция). Режим доступа https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_7495/
- О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации. Федеральный закон от 24.07.2007 N209-ФЗ (ред. от 29.05.2024). Режим доступа https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/
- Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 08.08.2024). Режим доступа https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/
- АКАДЕМИК. Словари и энциклопедии на Академике. Маркетинг. Большой толковый словарь. Спонсорство. Режим доступа: <https://marketing.academic.ru/118/СПОНСОРСТВО> (Дата обращения 15.09.2024)

Список литературы

- Арай Ю.Н. 2013. Социальное предпринимательство в начале XXI века: основные понятия и страновые особенности. Российский журнал менеджмента, 11(1):111–130.
- Благов Ю.Е. 2010. Социальное предпринимательство: проблемы типологии. Вестник Санкт-Петербургского университета, 3:109–114.
- Высоцкая Н.В., Лылова Е.В. 2020. Лучшие практики социально-ориентированного предпринимательства: обзор и анализ. Путеводитель предпринимателя. Автономная некоммерческая организация Российская Академия предпринимательства, 13: 147–164.
- Гладкий Н.А. 2020. Типы социального предпринимательства и их роль в развитии национальной экономики. Вестник Донецкого национального университета. Серия В, Экономика и право, 2: 47–52.

- Даньшина В.В. 2017. Зарубежный опыт реализации социальной ответственности бизнеса Вестник Томского государственного университета. Экономика, 40: 152–170.
- Жохова В.В. 2015. Социальное предпринимательство: типология видов. Известия Дальневосточного Федерального университета. Экономика и управление, 4: 89–105.
- Зайнашева З.Г., Мешкова Н.Г. 2018. Особенности социальных предпринимателей и понятие социального предпринимательства. Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия: Экономика, 1: 45–53
- Клиндух Р. В. 2019. Социальное предпринимательство: понятийно-терминологическая систематизация. Экономика, предпринимательство и право, 9(3): 167–178. DOI: <https://doi.org/10.18334/epp.9.3.41085>
- Кошелев А.А., Цацулин Д.С. 2022. Молодежное предпринимательство: теоретическое обоснование понятия, основные виды и функции. Тенденции развития науки и образования, 84(1): 54–56. DOI: <https://doi.org/10.18411/tmio-04-2022-11>
- Лайонс Т., Кикал Дж. 2014. Социальное предпринимательство. Миссия – сделать мир лучше, Альпина Паблишер, 350 с.
- Мельник Е.Н. 2020. Критерии и организационно-правовые формы социального предпринимательства. Вестник ВГУ. Серия: Экономика и управление, 1: 64–70.
- Морозова Е.А., Ларин С.С. 2023. Социальное предпринимательство как научная категория. Вестник КемГУ. Серия: политические, социологические и экономические науки, 4 (30): 462–468. DOI: 10.21603/2500-3372-2023-8-4-462-468
- Московская А.А., Соболева И.В. 2016. Социальное предпринимательство в системе социальной политики: мировой опыт и перспективы России. Проблемы прогнозирования, 6(159): 103–111.
- Нетесова М.С. 2020. Виды социального предпринимательства: классификация и проблемы правового регулирования. Пробелы в российском законодательстве, 13(7): 056–062.
- Потапцева А.Г., Субботина Т.Н. 2022. Анализ видов предпринимательской деятельности в России: современная ситуация. Дневник науки, 5(65): DOI: https://doi.org/10.51691/2541-8327_2022_5_3
- Сафин Н.В. 2022. Корпоративная социальная ответственность малых предприятий. Управленческий учет, 11: 591–598.
- Чеглакова Л.М., Батаева Б.С., Мелитонян О.А. 2018. Характерные черты социальной ответственности и этики в организациях малого бизнеса в России. Российский журнал менеджмента, 16: 63–94.
- Щетинина Е.А., Мурмыло Ю.Д. 2020. Спонсорство: эффективный инструмент маркетинговой коммуникации или осознанная социальная практика? Экономический вектор. 2(21): 41–46.
- Alter S.K. 2007. Social Enterprise Typology. Virtue Ventures LLC. Njv. 27, (revised vers.).
- Certo S. T., Miller T. 2008. Social entrepreneurship: key issues and concepts. Business Horizons, 51(4): 267–271. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.bushor.2008.02.009>
- Zahraa, S., Gedajlovic Zahraa B, E., Neubaumc, D., Shulman, J. 2009. A typology of social entrepreneurs: motives, search processes and ethical challenges. Journal of Business Venturing (J BUS VENTURING). (5): 519–532. (In Engl.).

References

- Araj Yu.N. 2013. Social'noe predprinimatel'stvo v nachale XXI veka: osnovnye ponyatiya i stranovye osobennosti [Social entrepreneurship at the beginning of the XXI century: basic concepts and country features]. Rossijskij zhurnal menedzhmenta, 11(1): 111–130.
- Blagov Yu.E. 2010. Social'noe predprinimatel'stvo: problemy tipologii [Social entrepreneurship: problems of typology]. Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta, 3: 109–114.
- Vysokaya N.V., Lylova E.V. 2020. Luchshie praktiki social'no-orientirovannogo predprinimatel'stva: obzor i analiz [The best practices of socially oriented entrepreneurship: review and analysis. Entrepreneur's guide]. Putevoditel' predprinimatel'ya. Avtonomnaya nekommercheskaya organizaciya Rossijskaya Akademiya predprinimatel'stva, 13: 147–164.
- Gladkij N.A. 2020. Tipy social'nogo predprinimatel'stva i ih rol' v razvitii nacional'noj ekonomiki [Types of social entrepreneurship and their role in the development of the national economy]. Vestnik Doneckogo nacional'nogo universiteta. Seriya V, Ekonomika i pravo, 2: 47–52.



- Dan'shina V.V. 2017. Zarubezhnyj opyt realizacii social'noj otvetstvennosti biznesa [Foreign experience in the implementation of social responsibility of business]. Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Ekonomika, 40: 152–170.
- Zhohova V.V. 2015. Social'noe predprinimatel'stvo: tipologiya vidov [Social entrepreneurship: a typology of types]. Izvestiya Dal'nevostochnogo Federal'nogo universiteta. Ekonomika i upravlenie, 4: 89–105.
- Zajnasheva Z.G., Meshkova N.G. 2018. Osobennosti social'nyh predprinimatelej i ponyatie social'nogo predprinimatel'stva [Features of social entrepreneurs and the concept of social entrepreneurship]. Vestnik UGNTU. Nauka, obrazovanie, ekonomika. Seriya: Ekonomika, 1: 45–53.
- Klinduh R.V. 2019. Social'noe predprinimatel'stvo: ponyatijno-terminologicheskaya sistematizaciya [Social entrepreneurship: conceptual and terminological systematization]. Ekonomika, predprinimatel'stvo i pravo, 9(3): 167–178. DOI: <https://doi.org/10.18334/epp.9.3.41085>.
- Koshelev A.A., Caculin D.S. 2022. Molodezhnoe predprinimatel'stvo: teoreticheskoe obosnovanie ponyatiya, osnovnye vidy i funkcii [Youth entrepreneurship: theoretical substantiation of the concept, main types and functions]. Tendencii razvitiya nauki i obrazovaniya, 84(1): 54–56. DOI: <https://doi.org/10.18411/tmio-04-2022-11>.
- Lajons. T., Dzh. Kikal 2014. Social'noe predprinimatel'stvo. Missiya – sdelat' mir luchshe [Social entrepreneurship. The mission is to make the world a better place]. Alpina Publisher, 350 pp. Al'pina Publisher, 350 p.
- Mel'nik E.N. 2020. Kriterii i organizacionno-pravovye formy social'nogo predprinimatel'stva [Criteria and organizational and legal forms of social entrepreneurship]. Vestnik VGU. Seriya: Ekonomika i upravlenie, 1: 64–70.
- Morozova E.A., Larin S.S. 2023. Social'noe predprinimatel'stvo kak nauchnaya kategoriya [Social entrepreneurship as a scientific category]. Vestnik KemGU. Seriya, sociologicheskie i ekonomicheskie nauki, 4 (30): 462–468. DOI: 10.21603/2500-3372-2023-8-4-462-468.
- Moskovskaya A. A., Soboleva I.V. 2016. Social'noe predprinimatel'stvo v sisteme social'noj politiki: mirovoj opyt i perspektivy Rossii [Social entrepreneurship in the system of social policy: world experience and prospects for the development of Russia]. Problemy prognozirovaniya, 6(159): 103–111.
- Netesova M.S. 2020. Vidy social'nogo predprinimatel'stva: klassifikaciya i problemy pravovogo regulirovaniya [Types of social entrepreneurship: classification and problems of legal regulation] Probely v rossijskom zakonodatel'stve, 13(7): 056–062.
- Potapceva A. G., Subbotina T. N. 2022. Analiz vidov predprinimatel'skoj deyatel'nosti v Rossii: sovremennaya situaciya [Analysis of types of entrepreneurial activity in Russia: the current situation]. Dnevnik nauki, 5(65): DOI: https://doi.org/10.51691/2541-8327_2022_5_3.
- Safin N.V. 2022. Korporativnaya social'naya otvetstvennost' malyh predpriyatij [Corporate social responsibility of small enterprises]. Nauchnyj zhurnal «Upravlencheskij uchët», 11: 591–598.
- Cheglakova L.M., Bataeva B.S., Melitonyan O.A. 2018. Harakternye cherty social'noj otvetstvennosti i etiki v organizacijah malogo biznesa v Rossii [The characteristic features of social responsibility and ethics in small business organizations in Russia]. Rossijskij zhurnal menedzhmenta, 16: 63–94.
- Shchetinina E.A., Yu.D. Murmylo Yu.D. 2020. Sponsorstvo: effektivnyj instrument marketingovoj kommunikacii ili osoznannaya social'naya praktika? [Sponsorship: an effective marketing communication tool or a conscious social practice?]. Ekonomicheskij vektor. 2020, 2(21): 41–46.
- Alter S.K. 2007. Social Enterprise Typology. Virtue Ventures LLC. Njv. 27, (revised vers.).
- Certo S. T., Miller T. 2008. Social entrepreneurship: key issues and concepts. Business Horizons, 51(4): 267–271. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.bushor.2008.02.009>
- Zahraa S., Gedajlovic Zahraa B. E., Neubaume, D., Shulman, J. 2009. A typology of social entrepreneurs: motives, search processes and ethical challenges. Journal of Business Venturing (J BUS VENTURING). (5): 519–532 (In Engl.).

Конфликт интересов: о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

Conflict of interest: no potential conflict of interest related to this article was reported.

Поступила в редакцию 20.09.2024

Поступила после рецензирования 28.10.2024

Принята к публикации 31.10.2024

Received September 20, 2024

Revised October 28, 2024

Accepted October 31, 2024



ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Морозова Елена Алексеевна, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры менеджмента им. И.П. Поварича, Кемеровский государственный университет, г. Кемерово, Россия

Ларин Степан Сергеевич, аспирант кафедры менеджмента им. И.П. Поварича, Кемеровский государственный университет, г. Кемерово, Россия

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Elena A. Morozova, Doctor of Economics, Professor, Professor of the I.P. Povarich Department of Management, Kemerovo State University, Kemerovo, Russia

Stepan S. Larin, Postgraduate Student of the I.P. Povarich Department of Management, Kemerovo State University, Kemerovo, Russia