

УДК 316

DOI: 10.18799/26584956/2025/1/1945

Шифр специальности ВАК: 5.4.4

Размышления о книге Рашиды Л. Уивер «Социальное предпринимательство. Практическое руководство»

А.А. Атанасова✉

Федеральный научно-исследовательский социологический центр
Российской академии наук, Россия, г. Москва

✉atanasova.a.a@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена изданной в 2023 г. в США книге Р.Л. Уивер «Социальное предпринимательство. Практическое руководство», которая предлагает еще один подход к изучению феномена социального предпринимательства, а также предоставляет пошаговый план создания социального предприятия начинающим специалистам. **Цель:** проанализировать зарубежный опыт автора книги и оценить возможность использования этого опыта в РФ. К задачам статьи относятся: анализ содержания книги Р.Л. Уивер и выделение научной новизны, привнесенной автором; оценка возможностей применения нового подхода к изучению феномена социального предпринимательства в России. **Актуальность** заключается в том, что эта книга – первое учебное методическое пособие для самостоятельного обучения. **Методы:** метод вторичного анализа данных. К возможностям применения подхода Р.Л. Уивер к изучению социального предпринимательства в РФ относятся: рассмотрение ее книги как учебника для самостоятельного изучения предмета как с теоретической, так и с практической точек зрения; следование одной из приведенных выше моделей социального предприятия при начале бизнеса; использование схемы бизнес-плана для социального предприятия, описанной в книге. Книга будет полезна ученым, изучающим социальное предпринимательство, социальным предпринимателям, а также людям, желающим стать социальными предпринимателями.

Ключевые слова: социальное предпринимательство, руководство по социальному предпринимательству, самоучитель социального предпринимательства

Для цитирования: Атанасова А.А. Размышления о книге Рашиды Л. Уивер «Социальное предпринимательство. Практическое руководство» // Векторы благополучия: экономика и социум. – 2025. – Т. 53. – № 1. – С. 215–223. DOI: 10.18799/26584956/2025/1/1945

UDC 316

DOI: 10.18799/26584956/2025/1/1945

Reflections on Rasheda L. Weaver's book “Social entrepreneurship. A practical introduction”

А.А. Атанасова✉

Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences,
Moscow, Russian Federation

✉atanasova.a.a@mail.ru

Abstract. The article is written as reflections on the book by R.L. Weaver "Social entrepreneurship. A practical guide", published in the USA in 2023. The book offers another approach to studying the phenomenon of social entrepreneurship, and also provides a step-by-step plan for creating a social enterprise for specialists to change their communities. **Aim.** To analyze the foreign experience and assess the possibility of using this experience in Russia. To achieve this aim the author has analyzed the content of R.L. Weaver's book and highlighted its scientific novelty, as well as the possibilities of applying a new approach to studying the phenomenon in Russia. **Relevance.** This book is the first educational methodological manual for self-study. **Methods.** Secondary data analysis method. The possibilities of applying R.L. Weaver's approach in Russia include: consideration of the book as a textbook for self-study of the subject from both theoretical and practical points of view; following one of the models of social enterprise when starting a social enterprise; using the business plan scheme for a social enterprise described in the book. The book will be useful for scholars studying social entrepreneurship, social entrepreneurs, and people who want to become social entrepreneurs.

Keywords: social entrepreneurship, social entrepreneurship guide, social entrepreneurship training course

For citation: Atanasova A.A. Reflections on Rasheda L. Weaver's book "Social entrepreneurship. A practical introduction". *Journal of Wellbeing Technologies*, 2025, vol. 53, no. 1, pp. 215–223. DOI: 10.18799/26584956/2025/1/1945

Введение

Р.Л. Уивер, PhD, является основателем Weaver's Social Enterprise Directory – международной компании по обучению социальному предпринимательству, офис которой находится в США. Автором было создано руководство [1], которое позволяет рассматривать социальное предпринимательство как учебный предмет, который можно освоить самому.

Цель статьи – проанализировать зарубежный опыт автора книги и оценить возможность использования этого опыта в РФ. К задачам статьи относятся: анализ содержания книги Р.Л. Уивер и выделение научной новизны, привнесенной автором; оценка возможностей применения нового подхода к изучению феномена в России. Актуальность статьи заключается в том, что эта книга – первое учебное методическое пособие для самостоятельного обучения.

«Социальное предпринимательство как явление в современной России является актуальным для исследования, так как происходит его институционализация. Социальный предприниматель как индивид, личность и член общества представляет интерес для современной науки, так как является активным деятелем трансформаций, носителем эволюционных установок в современном обществе». ... «Социальное предпринимательство существует вне стран, политик, рас или еще каких-то разделений. Социальные предприниматели являются гражданами глобальной деревни, действуя во всех уголках планеты» [2, с. 86–88].

Научный обзор: определение, причины возникновения и функции социального предпринимательства

«Социальное предпринимательство включает в себя деятельность и процессы, предпринимаемые для открытия, определения и пользования возможностями для того, чтобы увеличить социальное богатство путем создания новых предприятий или управления существующими организациями в инновационной манере» [3, с. 519]. Социальное предпринимательство и социальные предприниматели появились вследствие трех возможных причин. Первая из них следующая: социальное предпринимательство возникло «на рубеже 19–20 вв., в момент развития меценатства в России, а за рубежом – гражданского общества, в период сокращения бюджетов некоммерческих организаций, вынужденных каким-то образом искать заработок и взявших на себя функции оказания социальных услуг населению» [4, с. 12]. Вторая причина скрывается в идее, что социальные предприятия появились из-за несостоятельности рынка. То есть, по мнению группы исследователей Остин, Стивенсон и Вей-Скиллерн,

рыночные силы не удовлетворяли социальную потребность, например, в общественных благах [5, с. 371]. «Часто это происходит из-за неспособности тех, кто нуждается в услугах, заплатить за них. Проблема для коммерческого предпринимателя – это возможность для социального предпринимателя. Несостоятельность рынка создает различные предпринимательские возможности для социального и коммерческого предпринимательства» [5, с. 371]. А.А. Атанасова выделяет еще одну причину становления социального предпринимательства – развитие и эволюция личности самого социального предпринимателя [6].

Приведем определение социального предпринимательства из ФЗ о социальном предпринимательстве, принятого в России в 2019 году. «Федеральный закон от 26.07.2019 № 245-ФЗ. С 26.07.2019 комментируемый закон (далее – Закон) ввел понятие “социальное предпринимательство». Это предпринимательская деятельность, направленная на достижение общественно полезных целей, способствующая решению социальных проблем граждан и общества. Субъекты малого и среднего предпринимательства, осуществляющие деятельность в этой сфере, являются социальными предприятиями (п. 1. ст. 1. Закона)» [7]. Существует достаточно большой ряд условий для того, чтобы организация могла себя назвать социальным предприятием, и с этими условиями можно ознакомиться в вышеуказанном законе.

К функциям социального предпринимательства относятся: социальное воздействие, социальная ценность, поддержание социально уязвимых категорий граждан, выявление и использование новых возможностей для реализации выбранной миссии, осуществление непрерывного процесса инноваций, адаптации и обучения, партнерства между корпоративными и некоммерческими организациями, а также социализирующая функция.

Результаты размышлений о книге

Первая глава называется «Что такое социальное предпринимательство?». В ней автор дает определение социального предпринимательства как бизнес-техники для получения прибыли, которые впоследствии используются для решения социальных проблем [1]. В исследовании проанализированы 115 социальных предприятий, и по материалам этой диссертации Рашида Л. Уивер опубликовала книгу. К особенным характеристикам социального предпринимательства, согласно этой книге, относятся: «1. Наличие двойного (учет социального следа) или тройного итога (учет еще и экологического следа в дополнении к социальному) у бизнеса; 2. Локальная включенность бизнеса в сообщества; 3. Помощь в разных социальных проблемах; 4. Наличие у социального предприятия гибкой организационной структуры» [1, с. 7].

Во второй главе «Появление социальных предприятий по всему миру» исследуются история и контекст возникновения феномена социального предпринимательства. Существует три институциональные теории возникновения социального предпринимательства: «1. Теория институциональных пустот (социальные предприятия развиваются там, где есть большое количество социальных нужд); 2. Теория институциональной поддержки (социальные предприятия развиваются там, где высока поддержка государства); 3. Теория институциональной достаточности (социальные предприятия развиваются в том контексте, где они могут удовлетворить весомые социальные нужды или есть возможность найти ресурсы для того, чтобы их удовлетворить). В результате исследования автором книги представлена третья теория как альтернативная первым двум» [1, с. 14].

В книге описаны важные экосистемные аспекты социальных предприятий: бизнес-тренинги и техническая поддержка; программы акселераторы; инкубаторы; партнерства; программы поддержки внутри колледжей и университетов; знаки сертификации, лейблы, реестры; официальные структуры по всему миру; государственная политика; нетворкинг; системы отчетности; социальное финансирование и возможности инвестирования. Приведем определение экосистемы бизнеса – «взаимозависимая структура, состоящая из центральной

организации (фирмы, бизнес-единицы или структурного подразделения) и ее окружения, связей между ними и создаваемого синергетического эффекта...» [8, с. 170].

Третья глава «Измеряя нужды для создания ценности» содержит информацию о важности исследования потребительских нужд и нужд людей, на помощь которым направлено социальное предприятие. В главе разбирается несколько видов клиентов социальных предприятий, например: классический потребитель, получатель благ, пользователь. Автор также рассматривает инструменты для идентификации и оценки потребностей потребителей: карта эмпатии (инструмент для визуализации эмоций, мыслей и действий потенциального или реального клиента компании), состоящая из нескольких блоков, каждый из которых тезисно описывает взаимодействие с продуктом глазами клиента, и дизайн-мышление (метод решения конкретных задач, который помогает понять пользователя, осмыслить его проблему и найти альтернативы). Для оценки социальных нужд применены следующие инструменты: оценка потребностей сообщества, модель интервенции при проведении тренингов и консультаций социальных предпринимателей и для усиления способности принесения социальной пользы.

Четвертая глава «Социальное предприятие и развитие сообщества» показывает связь между деятельностью социального предприятия и развитием сообщества. Автор книги различает восемь видов капитала: человеческий капитал (сотрудники, контрагенты, партнеры, интерны, менторы, возможности обучения, профессиональное развитие); социальный капитал (доверие, лидерство, сети, взаимные связи); физический капитал (здания, офисное пространство, оборудование, земля, средства передвижения); интеллектуальный капитал (различные базы, публикации, коммерческие тайны, патенты, торговые знаки, технологии, интеллектуальная собственность); экономический капитал (гранты, займы, кредитные линии, начальное финансирование, банки для развития сообщества, кредитные союзы, венчурные фонды, фонды займов микропредприятий, инвесторы-ангелы); природный капитал (погода, географическая локация, природные ресурсы, естественная красота, локальная флора и фауна); культурный капитал (язык, ритуалы, традиции, символы, одежда, питание); политический капитал (инклюзия/эксклюзия, голос, власть, ресурсы) [1]. Чем шире спектр видов капитала социального предпринимателя, тем быстрее развивается сообщество, в котором функционирует его социальное предприятие.

В пятой главе «Модели социального воздействия» автор рассматривает 10 моделей социального воздействия социальных предприятий [1]:

«Модель пожертвований. Фокус на пожертвования в виде финансов, времени, физических ресурсов нуждающимся или организациям, которые помогают нуждающимся.

Модель социального найма. Намеренно нанимать на работу людей из уязвимых групп населения, сталкивающихся с проблемами найма.

Модель обучения и повышения компетенций. Передача нужных умений, знаний, навыков, инструментов людям, сообществам и организациям на грани бедности для того, чтобы они могли себе помочь.

Модель социального служения и обеспечения. Доставка или предложение товаров, услуг, ресурсов, которые могут помочь бенефициарам противостоять социальным проблемам или удовлетворить свои потребности.

Модель социальных закупок. Приобретение разного рода активов и услуг с целью намеренно создать социальный вклад. Например, в США есть закон, обязывающий государство покупать товары и услуги у организаций, нанимающих людей с инвалидностью.

Модель продажи социально осознанных продуктов и услуг. Товары и услуги сами по себе также могут быть социально осознанными и полезными для людей, помогая решать определенную социальную проблему (например, органическая еда, устойчивая мода, медицинское оборудование со скидкой).

Модель социального маркетинга. Техники рекламы или рекламные компании, цель которых – распространение осознанного отношения к социальным проблемам.

Модель системного изменения. Систематическое изменение включает в себя адвокатуру или работу с институтами власти и элитой для того, чтобы создать условия системных трансформаций для решения таких социальных проблем, как расизм, бедность, криминал, а также деградация окружающей среды.

Модель социальных движений. Развитие социального движения включает в себя групповые действия, которые предпринимаются для социальных изменений, информирования людей о проблемах и преобразования их привычек, мышления, стиля жизни.

Модель развития социального финансирования или социальных финансовых продуктов. Создана для того, чтобы помогать уязвимым группам населения улучшить свое финансовое положение» [1].

Глава шесть «Финансирование стартапов» объясняет варианты и стратегии финансирования стартапов социальных предприятий. Здесь также показаны возможные вызовы при получении финансирования и описано то, как их преодолеть. Традиционные виды финансирования: гранты, инвестиции в проекты, кредитные линии, облигации социального воздействия, венчурные инвесторы, инвесторы-ангелы, социально-преобразующие инвесторы (или импакт-инвесторы, которые относятся к инвесторам, работающим с целью создания измеримого, общественно или экологически полезного воздействия, финансовой отдачи). Рашида Л. Уивер предлагает следующий перечень альтернативного финансирования: фандрайзинг, краудфандинг, коллективные круги благотворительного финансирования, клубы совместного накопления средств и ассоциации, организации микрофинансирования, уникальные или спорадические возможности финансирования. К практикам сокращения расходов относятся: работа из дома; покупка недвижимости; коворкинг; покупка оборудования и мебели секонд-хенд; сокращение своей зарплаты как директора предприятия и перенаправление денег на развитие социального предприятия; изучение юридических и бухгалтерских основ ведения дел социального предприятия; сокращение издержек на деловые полеты и конференции; наем стажеров и временных сотрудников вместо уже опытных сотрудников, а также использование профессиональных аутсорсинговых технологий; нетворкинга для развития бизнеса; проведение переговоров для заключения сделок; продолжение работы уже функционирующего социального предприятия; стратегическая экономия на не приносящих доход видах деятельности и реинвестиция в развитие бизнеса.

Глава семь «Модели получения прибыли» содержит информацию о моделях получения прибыли и потоках дохода социальных предприятий, рассматриваемых на нескольких примерах. Три стратегии, которые упоминаются как инновационные, на самом деле давно распространены и ранее использованы другими специалистами, поэтому в этой главе идет речь об известных способах и моделях. К этим стратегиям относятся: движение «Покупай социальное», социальные закупки, договоры о поддержке сообщества. Последнее описывается как договор между организацией и социальным предприятием иногда при помощи посреднической организации для поддержки организацией местного сообщества. Во многом данная глава повторяет главу пять, хотя и приведены три новых кейса.

Глава восемь «Бизнес-планирование и запуск» подчеркивает отличия бизнес-планирования классического бизнеса и социального предприятия. Представлены разные модели бизнес-планов для классического бизнеса и социального предприятия. Также особо выделены акселераторы и инкубаторы для социальных предприятий. В этой главе представлен список нужных основ для запуска социального предприятия. Р.Л. Уивер описала подход другого исследователя С. Конвэя к построению бизнес-плана социального предприятия в отличие от обычного коммерческого предприятия. С точки зрения автора книги, заголовки бизнес-плана коммерческого предприятия выглядят следующим образом: «1. Обложка; 2. Содержание; 3. Общее опи-

сание компании; 4. Продукты и сервисы; 5. Маркетинговый план; 6. Операционный план; 7. Описание менеджмента организации; 8. Личный финансовый отчет; 9. Затраты на стартап и капитализация; 10. Финансовый план; 11. Приложения. При этом заголовки бизнес-плана социального предприятия должны выглядеть так: 1. Обложка; 2. Благодарности; 3. Краткое содержание бизнес-плана; 4. Квалификация предпринимателя; 5. Предоставление подтверждения о необходимости создания социального предприятия; 6. Описание организации; 7. Миссия, ценности, цели, задачи организации; 8. Анализ заинтересованных сторон; 9. Аудит социального учета; 10. Воздействие на окружающую среду; 11. Маркетинговый план; 12. Финансовый план; 13. План работы и цели работы; 14. Обобщение и выводы; 15. Приложения» [9]. Заметим, что в бизнес-плане социального предприятия присутствует больше параграфов, связанных с расширенной ответственностью предприятия за среду, в которой оно функционирует, а также есть прямая связь с ценностями и миссией организации, которые подтверждены в обосновании необходимости социального предприятия, то есть в существовании социальной проблемы, которая иначе, без создания конкретно этого социального предприятия, решена быть не может.

В девятой главе «Измерение социального воздействия» уделяется особое внимание оценке социального вклада уже созданных социальных предприятий. Представлены как качественные, так и количественные способы оценки социальных предприятий. Автор опубликовал в этой главе свой «Список Главных Социальных Возможностей», с помощью которых можно оценивать социальное воздействие. На самом деле это список проблемных сфер, которые выбирают социальные предприниматели для решения в социуме. К ним, согласно автору, относятся: «1. Здоровье; 2. Ментальное/эмоциональное здоровье; 3. Безопасность и насилие; 4. Образование; 5. Планирование жизни/принятие решений; 6. Владение собственностью; 7. Тренинги по получению занятости; 8. Социальные вопросы и инклюзия; 9. Вопросы дискриминации; 10. Взаимодействие с природой; 11. Политическое участие; 12. Независимое/креативное самовыражение; 13. Рекреация и развлечения» [10, 11].

В главе десять «Масштабирование социального предприятия» обсуждается масштабирование социального предприятия двух видов: 1) путем увеличения самого предприятия; 2) путем увеличения его социального воздействия. Описаны три модели масштабирования социального предприятия: приобретение человеческого капитала, его развитие и удержание.

Глава одиннадцать «Вызовы и факторы успеха социальных предприятий» раскрывает вопросы часто встречающихся трудностей и факторов успеха социального предприятия. К трудностям относятся: доступ к финансированию и инвестициям, подбор и наем персонала, сохранение и развитие талантов, менеджмент предприятия в стадии роста, ценообразование и оборот средств. Здесь описаны методы преодоления этих трудностей и условия для приобретения успеха. К индикаторам успеха социальных предприятий относятся: 1) социальные индикаторы: количество бенефициаров социального предприятия; количество полученных пожертвований; типы социальных проблем, которые решает социальное предприятие; глубина проработки решений этих проблем; результаты для разных заинтересованных сторон; 2) экономические индикаторы: прибыль gross и нетто; сумма финансирования стартапа; степень заинтересованности клиентов в бизнесе, даже если прибыль предприятия низка; количество лет существования социального предприятия; размер предприятия.

В главе двенадцать «Законы для социальных предприятий» автор книги изучает различные организационно-правовые формы функционирования социальных предприятий. Рассмотрены сильные и слабые стороны ведения социального предприятия как коммерческого, некоммерческого или гибридного по правовой форме предприятия.

В заключении книги автор приводит центральную мысль о том, что «социальное предприятие – это социальная интервенция в форме организованного бизнеса, которая должна быть экономически устойчивой» [1, с. 5].

Заключение

Книга Р.Л. Уивер помогает осознать более глубокую связь между инструментами современного коммерческого предпринимательства и стратегиями социального предпринимательства для увеличения социального воздействия внутри сообществ и местностей, где эти социальные предприниматели ведут свою деятельность. К возможностям применения подхода Р.Л. Уивер к изучению социального предпринимательства в РФ относятся: 1) использование книги в качестве учебника для самостоятельного изучения социального предпринимательства как с теоретической, так и с практической точек зрения; 2) при организации своего социального предприятия – следование одной из приведенных выше моделей социального предприятия; 3) использование схемы бизнес-плана для социального предприятия. Для социальных предпринимателей, а также исследователей социального предпринимательства книга может предоставить знания об опыте их иностранных коллег, а для вновь входящих в тематику социального предпринимательства – послужить комплексным и лаконичным изданием для самообразования.

К отличиям социального предпринимательства в США и России относятся: разница в юридических формах регистрации социального предприятия, а также схемы финансирования самого предприятия. Суть социального предпринимательства – усилия решать социальные проблемы, которые не затронуло государство и частный сектор – остается прежней для любой страны. Для дальнейшего исследования феномена социального предпринимательства в США и России автор статьи предлагает сравнение баз кейсов фонда «Ашока» [12] и фонда «Наше Будущее» [13] с момента создания фонда «Наше Будущее». Сравнение можно провести по критерию «социальная проблема». Таким образом, можно будет посмотреть, какие социальные проблемы преобладали в умах социальных предпринимателей США и России последние 15–20 лет.

«Несмотря на то, что социальные предприниматели часто не готовы платить рыночные зарплаты сотрудникам, люди тянутся к ним, в том числе в качестве волонтеров, чтобы поддержать, помочь и продвинуть их предприятия. Парадоксально, что несмотря на то, что нет четких критериев оценки деятельности социальных предпринимателей, инвесторы все равно находят их деятельность стоящей инвестиций, а также дают послабления в случае ошибок» [6, с. 42]. «...Социальные предприниматели – люди, которые реализуют себя через помощь другим, принимая как ответственность за себя, так и часть общественной ответственности. Социальные предприниматели – трансформационные деятели, способствующие сглаживанию многих социальных и экологических парадоксов и противоречий» [2, с. 93]. Время показало, что социальное предпринимательство в российском пространстве дальше распространяется, развивается и продолжает институционализацию как явление.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Weaver R.L. Social entrepreneurship. A practical introduction. – London: Routledge, 2023. – 131 p. DOI: 10.4324/9781003226963.
2. Атанасова А.А., Георгиев М.Д. Сообщества социальных предпринимателей в природоохранной сфере: актуальные проблемы // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. – 2020. – № 1. – С. 86–94. EDN: CEPLGZ.
3. A typology of social entrepreneurs: motives, search processes and ethical challenges / S. Zahra, E. Gedajlovic, D. Neubaum, J. Shulman // Journal of Business Venturing. – 2009. – Vol. 24. – Iss. 5. – P. 519–532. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.04.007>.
4. Атанасова А.А. Социальное предпринимательство в современной России: факторы становления (на примере природоохранной деятельности). – М.: ФНИСЦ РАН, 2018. – 154 с.
5. Austin J., Stevenson H., Wei-Skillern J. Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both? // Revista de Administração. – 2012. – Vol. 47. – № 3. – P. 370–384. DOI: 10.5700/rausp1055.

6. Атанасова А.А. Сравнение феноменов социального предпринимательства и предпринимательства // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. – 2022. – № 4. – С. 35–44. DOI: 10.24412/2071-6141-2022-4-35-44. EDN: MBUSQM.
7. Что такое социальное предприятие и какие льготы оно получит? URL: <https://its.1c.ru/db/newscomm/content/464144/hdoc> (дата обращения 28.12.2024).
8. Василенко Е.В. Бизнес-экосистема: определения и подходы // Стратегии развития социальных общностей, институтов и территорий: Материалы VI Международной научно-практической конференции. Том 1. – Екатеринбург: Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, 2020. – С. 166–172. EDN: ABGORY.
9. Conway C. Business planning training for social enterprise // *Social Enterprise Journal*. – 2008. – № 4 (1). – P. 57–73. DOI: 10.1108/17508610810877731.
10. Weaver R.L. Social enterprise and the capability approach: Exploring how social enterprises are humanizing business // *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*. – 2020. – № 32 (5). – P. 427–452.
11. Weaver R.L. Social enterprise and the capability approach: examining the quest to humanize business. Dr. Diss. USA, 2017. URL: <https://rucore.libraries.rutgers.edu/rutgers-lib/52898/PDF/1/play/> (дата обращения 19.12.2024).
12. Ashoka foundation. URL: <https://www.ashoka.org/en-us> (дата обращения 19.12.2024).
13. Фонд региональных социальных программ «Наше Будущее». URL: <https://nb-fund.ru/?region=ya&ysclid=m4v2xlange914160412> (дата обращения 19.12.2024).

Информация об авторе

Анна Атанасовна Атанасова, младший научный сотрудник Института социологии Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук, Россия, 117218, г. Москва, ул. Кржижановского, 24/35, корп. 5; atanasova.a.a@mail.ru, <https://orcid/0000-0002-5047-1287>, Researcher ID: AАН-9324-2020

Поступила в редакцию: 10.01.2025

Поступила после рецензирования: 25.02.2025

Принята к публикации: 27.03.2025

REFERENCES

1. Weaver R.L. Social entrepreneurship. A practical introduction. – London: Routledge, 2023. – 131 p. DOI: 10.4324/9781003226963.
2. Atanasova A.A., Georgiev M.D. Social entrepreneurs' communities in environmental protection sphere: urgent problems. *Izvestiya Tula State University. Humanities*, 2020, no. 1, pp. 86–94. (In Russ.) EDN: CEPLGZ.
3. Zahra S., Gedajlovic E., Neubaum D., Shulman J. A typology of social entrepreneurs: motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 2009, vol. 24, Iss. 5, pp. 519–532. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.04.007>.
4. Atanasova A.A. *Social entrepreneurship in modern Russia: factors of formation (on the example of environmental activities)*. Moscow, Federal Research Sociological Center of the Russian Academy of Sciences Press, 2018. 154 p. (In Russ.)
5. Austin J., Stevenson H., Wei-Skillern J. Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both? *Revista de Administração*, 2012, vol. 47, no. 3, pp. 370–384. DOI: 10.5700/rausp1055.
6. Atanasova A.A. The origin of social entrepreneurship and its differences from entrepreneurship. *Izvestiya Tula State University. Humanities*, 2022, no. 4, pp. 35–44. (In Russ.) DOI: 10.24412/2071-6141-2022-4-35-44. EDN: MBUSQM.
7. *What is a social enterprise and what benefits will it receive?* (In Russ.) Available at: <https://its.1c.ru/db/newscomm/content/464144/hdoc> (accessed 28 December 2024).
8. Vasilenko E.V. Business ecosystem: definitions and approaches. *Strategies for the Development of Social Communities, Institutions and Territories. Proceedings of the VI International Scientific and Practical Conference. Volume 1*. Yekaterinburg, Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin, 2020. pp.166–172. (In Russ.) EDN: ABGORY.
9. Conway C. Business planning training for social enterprise. *Social Enterprise Journal*, 2008, no. 4 (1), pp. 57–73. DOI: 10.1108/17508610810877731.
10. Weaver R.L. Social enterprise and the capability approach: exploring how social enterprises are humanizing business. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 2020, no. 32 (5), pp. 427–452.
11. Weaver R.L. *Social enterprise and the capability approach: examining the quest to humanize business*. Dr. Diss. USA, 2017. Available at: <https://rucore.libraries.rutgers.edu/rutgers-lib/52898/PDF/1/play/> (accessed 19 December 2024).

12. *Ashoka foundation*. Available at: <https://www.ashoka.org/en-us> (accessed 19 December 2024).

13. *Fund for regional social programs "Our Future"*. (In Russ.) Available at: <https://nb-fund.ru/?region=ya&ysclid=m4v2xlange914160412> (accessed 19 December 2024).

Information about the author

Anna A. Atanasova, Junior Researcher, Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences, 24/35, bld. 5, Krzhizhanovsky street, Moscow, 117218, Russian Federation; atanasova.a.a@mail.ru, <https://orcid/0000-0002-5047-1287>, Researcher ID: AAH-9324-2020

Received: 10.01.2025

Revised: 25.02.2025

Accepted: 27.03.2025