УДК 330.162 JEL Classification: D64, O35

Людмила Сергеевна Киселева,
канд. экон. наук, профессор, научный сотрудник Центра миграционных исследований, Пражская бизнес-школа (г. Прага, Чешская Республика))
Хосе Луис Ниньо-Амезкуита,
д-р экон. наук, профессор, Региональный Центр Исследования Инноваций Боджака (г. Боджака, Колумбия);
Татьяна Леоновна Вейнбендер,
канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры экономики и организации производства, Тюменский индустриальный университет (г. Тюмень, Россия);
Валерий Жоресович Дубровский,
д-р экон. наук, профессор, научный сотрудник Центра наукометрических исследований, Пражская бизнес-школа (г. Прага, Чешская Республика)

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ЯВЛЕНИЕ: ИННОВАЦИИ И ИНДИКАТОРЫ РАЗВИТИЯ

Статья представляет собой анализ современного состояния социального предпринимательства на примере социальных предприятий в Колумбии и России. Полученные результаты показывают, что за десятилетие существования данного явления сложились устойчивые проекты поддержки инвалидов, пожилых людей, возрождения ремёсел и народных промыслов, местного туризма. Накоплен опыт социальных проектов, готовых к тиражированию. Создана инфраструктура поддержки и финансирования социальных проектов. В то же время сохраняется проблема распознавания социального предпринимательства в восприятии россиян в исходном понимании сущности явления. В связи со слабой распространенностью образовательных программ по социальному предпринимательству ощущается нехватка компетентных специалистов в сфере социального предпринимательства.

Ключевые слова: социальные предприятия, миссия, модель социального предпринимательства, краудфандинг, Россия, Колумбия.
DOI: 10.21272/mmi.2017.4-22

Постановка проблемы. Впервые термин «социальное предпринимательство» был применен в 1960-70-е годы в зарубежной научной литературе, посвященной социальным изменениям, но активно начал использоваться только в 1990-е годы. В России, как и в некоторых странах Южной Америки, зарождение социального предпринимательства относится к первой половине 2000-х годов, и в настоящее время данное явление находится в стадии становления. По оценкам Агентства стратегических инициатив, в 2016 году в России социальным предпринимательством в том или ином виде занимались только около 1% компаний, тогда как в Колумбии этот показатель достигает 25% [5]. Совершенно очевидно, что пока еще рано говорить о социальном предпринимательстве как о самостоятельной области деятельности в России, учитывая его незначительные масштабы. Тем не менее, именно такой бизнес будет во многом определять будущее социально-ориентированных экономик. В России, однако, развитие социального предпринимательства оказалось сопряжено с целым рядом проблем, которые, по нашему мнению, можно сформулировать следующим образом:

- историческая память о социальной политике советского государства, сформировавшей устойчивое восприятие всех элементов, связанных с социальной жизнью общества, как являющихся прерогативой государства;
- слабость теоретической базы социального предпринимательства, отсутствие четко обозначенного, системного взгляда на это явление в научном и экспертном сообществе;

- отсутствие полноценной нормативно-правовой базы социального предпринимательства в России;
- недостаточная информированность и просвещенность граждан в данном вопросе;
- неподготовленность социальных предпринимателей, разобщенность среды, малая узнаваемость персоналий.

Исследовательская группа ЦИРКОН, в период 2008-2016 гг. осуществлявшая мониторинг общественного мнения в России о социальном предпринимательстве, констатирует, что за период наблюдений оно так и не стало значимым общественным явлением, оставаясь в фокусе внимания сравнительно узкой категории причастных к теории или практике социального предпринимательства экспертов и специалистов [9]. Лишь 4-7% респондентов всероссийских опросов уверенно заявляли о своей осведомленности о том, что такое «социальное предпринимательство». Четкой и определенной точки зрения относительно того, что такое социальное предпринимательство, в массовом сознании россиян пока не сложилось. Россияне путают социальное предпринимательство с социально ответственным бизнесом, деятельностью органов социальной защиты, поддержкой бизнеса со стороны государства и т.п.

Анализ последних исследований и публикаций. Универсального определения термина «социальное предпринимательство» в настоящее время не существует в силу сложности данного явления. Однако все исследователи единодушно отмечают коренное различие между обычным (коммерческим) предпринимательством и социальным предпринимательством, которое заключается в определении ценностей. Для обычного предпринимателя ценность состоит в служении рынкам, и ориентирована на извлечении прибыли как для себя, так и для инвесторов. Ценность в понимании социального предпринимателя – «служить социально уязвимому и бедствующему населению, которому не хватает собственных финансовых средств или политической воли, чтобы самому добиваться положительных изменений» [17]. По мнению Дж. Кокса, социальное предпринимательство – это экономическая деятельность, основной целью которой является решение социальных или экологических проблем, а не извлечение прибыли, как у традиционного бизнеса [2]. С точки зрения Г. Диза, который первым представил социальное предпринимательство как профессию и область для изучения в конце 1990-х гг., социальное предпринимательство – это применение лучших практик традиционного предпринимательства для реализации социальной миссии или цели [14]. Х. Хох и П.Трейси рассматривают социальное предпринимательство с экономической точки зрения и считают, что социальные предприниматели занимаются коммерческими операциями во имя социальной цели. Они совмещают инновации, предпринимательство и социальную цель и стремятся обрести финансовую стабильность благодаря доходам от коммерции. Их миссия ставит социальные преимущества выше финансовой прибыли, а возникающие излишки используются в интересах «клиентов» социального предприятия, а не лиц, его контролирующих [2].

Существует достаточно большое количество исследователей, которые выделяют другие аспекты социального предпринимательства. В частности, С.Элворд, Д.Браун и К. Леттс добавляют к определению данного термина тему устойчивости и трансформации: «социальное предпринимательство находит инновационные решения для самых актуальных социальных проблем и мобилизует идеи, ресурсы и социальные меры, необходимые для устойчивых социальных трансформаций» [2]. Исследователи из Университета Наварры в Барселоне Дж. Мэйр и И. Марти отмечают, что социальное предпринимательство – это процесс, который катализирует социальные изменения и затрагивает социальные потребности таким образом, что прямая финансовая выгода не является доминирующей для предпринимателя [16].

Несмотря на различные подходы исследователей к социальному предпринимательству, они сходятся в том, что данная деятельность всегда характеризуется следующими основными признаками:

– социальное воздействие;

– инновационность – применение новых, уникальных подходов;

– самоокупаемость и финансовая устойчивость;

– масштабируемость и тиражируемость – увеличение масштаба деятельности и распространение опыта с целью увеличения социального воздействия;

– предпринимательский подход – способность социального предпринимателя видеть провалы рынка, аккумулировать ресурсы, разрабатывать новые решения [6].

В России группа ученых Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» под руководством А.А. Московской в 2007 и в 2011 гг. опубликовали обширные результаты исследований социального предпринимательства в России и в мире, обобщающие опыт и концепции социального предпринимательства с учетом возможностей его применения в России [1], [10]. С точки зрения данной группы ученых, социальное предпринимательство – это новый способ социально-экономической деятельности, в котором соединяется социальное назначение организации с предпринимательским новаторством и достижением устойчивой самоокупаемости. Часто цитируемым определением является определение социального предпринимательства, данное экспертами Фонда региональных социальных программ «Наше будущее»: социальное предпринимательство – это новаторская предпринимательская деятельность, направленная на решение или смягчение социальных проблем в обществе.

В законодательстве РФ закреплено понятие социального предпринимательства, под которым понимается «социально ответственная деятельность субъектов малого и среднего предпринимательства, направленная на обеспечение занятости инвалидов, матерей, имеющих детей в возрасте до 3 лет, выпускников детских домов, а также лиц, освобожденных из мест лишения свободы <…>, при условии, что среднесписочная численность указанных категорий граждан среди работников составляет не менее 50%, а доля в фонде оплаты труда – не менее 25%» [8]. В 2016 году был внесен законопроект, предусматривающий внесение изменений в отдельные законодательные акты в части закрепления понятия «социальное предпринимательство». Но даже предлагаемые поправки подвергаются экспертами справедливой, с точки зрения авторов, критике, основным посылом которой является подмена явления «социальное предпринимательство» другим явлением – «предпринимательство в социальной сфере», что существенно искажает основную идею и смысл социального предпринимательства, но является более понятным российским законодателям и государственным деятелям. Авторами предлагается определение понятия «социальное предпринимательство» как сферы экономической деятельности, направленной на решение социальных проблем и улучшение качества жизни населения.

В отношении моделей осуществления социального предпринимательства сформировались три варианта: 1) *встроенная* – предпринимательская деятельность полностью нацелена на реализацию социальной миссии; 2) *интегрированная* – предпринимательская деятельность сочетает реализацию миссии и расширение бизнеса либо покрытие операционных расходов; 3) *внешняя* – предпринимательская деятельность нацелена на получение прибыли, которая выступает источником финансирования социальных программ [13].

Первая модель распространена в странах Северной и Южной Америки, где социальным предпринимательством называют предпринимательскую деятельность неприбыльных организаций, доход от которой направляется на реализацию уставных целей организации [14]. Предусматривается, что миссия и уставные цели неприбыльных организаций направлены соответственно на решение социальных проблем, предоставление услуг целевой группе, ради которой создавалась организация, и улучшение качества жизни. Вторая модель преобладает в европейских странах, где социальное предпринимательство определяется, в основном, как бизнес

с социальной миссией, в котором приоритетом является социальный эффект от предпринимательской деятельности, а затем финансовая эффективность. Субъектом социального предпринимательства в данной модели выступают предприятия бизнеса с выраженной социальной миссией. Третья модель социального предпринимательства используется в большинстве международных частных и общественных фондов, созданных с целью развития и поддержки данного направления социально-экономической деятельности.

Цель статьи – проанализировать основные параметры современного состояния социального предпринимательства в России и Колумбии и выявить тенденции развития данной сферы.

Результаты исследования. Точкой отсчета для развития социального предпринимательства в России можно считать середину 2000-х годов, когда на российском рынке стали появляться организации, развивающие инфраструктуру социального предпринимательства, разрабатывающие и пропагандирующие теоретическую базу данного явления, финансирующие и стимулирующие идеи социального предпринимательства. За десятилетие существования социального предпринимательства в России наиболее крупными структурами подобного рода стали: Фонд региональных социальных программ «Наше будущее»; Фонд «Навстречу переменам»; Лаборатория социальных инноваций Cloudwatcher; Фонд развития медиапроектов и социальных программ Gladway и многие другие.

В настоящее время в России функционируют 457 социальных предприятий в более чем 33 сферах деятельности [4]. Социальные предприятия представлены практически во всех регионах страны с тенденцией их концентрации в гг. Москве, Санкт-Петербурге, Перми, Кемерово (Рис.1).

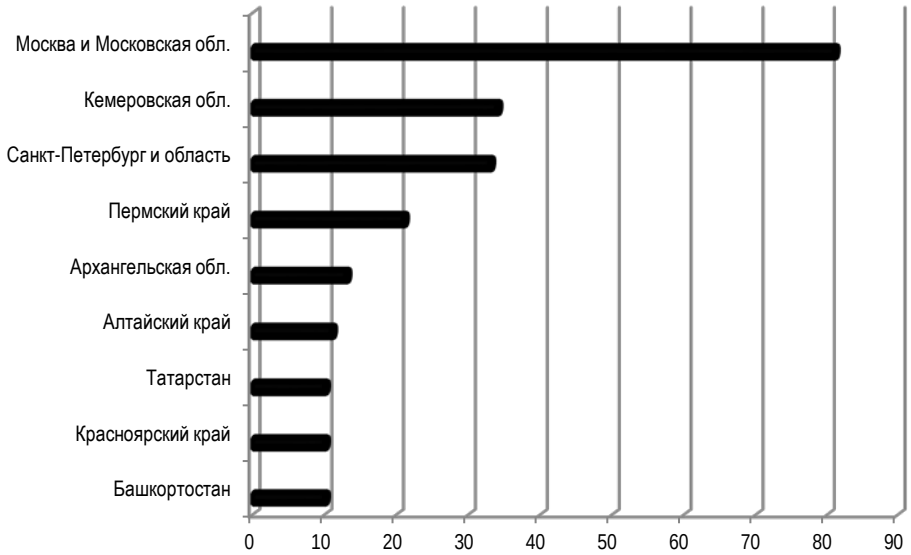

Рисунок 1 – **Распределение социальных предприятий по российским регионам**

Почти половина социальных предприятий сосредоточена в 9 российских регионах. В остальных регионах количество социальных предприятий в среднем составляет от 1 до 5. Очевидно, что концентрация большинства социальных предприятий обусловлена сосредоточением экспертного сообщества, образовательных учреждений в регионах, приведенных на диаграмме, и, параллельно, заинтересованностью региональных органов государственной власти в поддержке и развитии социальных инициатив.

Анализируя распределение социальных предприятий по сферам деятельности, мы выделили сферы, которые в большей степени охвачены социальным предпринимательством (табл.1).

Таблица 1 – **Распределение социальных предприятий по сферам деятельности**
(рассчитано авторами на основе [4])

Сферы деятельности социальных предприятий	**Количество предприятий**	**Доля в общем количестве, %**
Социально-ориентированные НКО	70	15,3
Образование	53	11,5
Сфера услуг	36	7,8
Социальное обслуживание граждан	33	7,2
Здравоохранение	26	5,6
Культурно-просветительская деятельность	22	4,8
Вовлечение в социально-активную деятельность социально незащищенных групп	17	3,7
Медтехника, протезно-ортопедические, другие тех.средства	16	3,5
Детские товары и услуги	15	3,2
Занятия в детских и молодежных кружках, секциях, студиях	15	3,2
Здравоохранение и содействие здоровому образу жизни	14	3,0
Легкая промышленность	13	2,8
Туризм	13	2,8
Профориентация и трудоустройство	12	2,6
Физическая культура и массовый спорт	12	2,6
Отдых и досуг	11	2,4
Другие	79	17,2
ИТОГО	457	100

Социальное предпринимательство осуществляется в России социально-ориентированными некоммерческими организациями (15,3%), значительная доля социальных предпринимателей занята в сфере образования (11,5%). Если к сфере образования присоединить профориентацию, занятия в детских и молодежных кружках, то сегмент получится достаточно солидный. В России к настоящему времени сложились устойчивые проекты поддержки инвалидов, пожилых людей, возрождения ремёсел и народных промыслов, местного туризма. В то же время заметим, что практически без внимания социальных предпринимателей остаются такие проблемные области как наркомания, алкоголизм, безработица, общий низкий уровень жизни.

В том, что касается портрета российского социального предпринимателя, то, опираясь на масштабные исследования группы ЦИРКОН [7], делаем вывод о том, что среди социальных предпринимателей преобладают женщины (64%). Неудивительно, поскольку женщины более отзывчивы к помощи и поддержке социально незащищенных групп, к решению острых социальных проблем, на что, собственно, и направлено социальное предпринимательство. Уровень образования социальных предпринимателей можно признать очень высоким: большинство имеют высшее либо незаконченное высшее образование, что характеризует социальных предпринимателей как социально активных, склонных к обучению, познанию граждан. Большинство социальных предпринимателей состоят в браке (79%) и имеют детей (89%). Социальное предпринимательство – это чаще всего семейный бизнес, точнее – общее дело близких людей, основанное на взаимном уважении, доверии, вовлеченности, на разделении членами семьи стремления к общественному благу, к улучшению

социальной реальности. Мотивационная структура российских социальных предпринимателей включает такие позиции как самореализация, личностный рост (56%), реализация определенных идей (53%), желание быть полезным обществу (40%), стремление изменить мир к лучшему (35%) и удовлетворение потребностей общества через максимизацию собственной прибыли (24%).

Анализ целевых групп, на которые направлена деятельность социальных предприятий, показывает, что данная сфера в основном направлена на удовлетворение потребностей родителей с детьми, людей с ограниченными возможностями, инвалидов, дошкольников, студентов. Сравнительно меньшую долю занимают такие целевые аудитории как лица без определенного места жительства, неполные семьи, безработные.

Российский опыт социального предпринимательства к настоящему времени накопил уже достаточное количество серьёзных примеров социальных проектов, готовых к тиражированию. Во многом данный опыт состоялся благодаря деятельности Фонда региональных социальных программ «Наше будущее», который с 2008 года проводит Всероссийский конкурс проектов «Социальный предприниматель», предусматривающий финансирование проектов-победителей (рис.2).

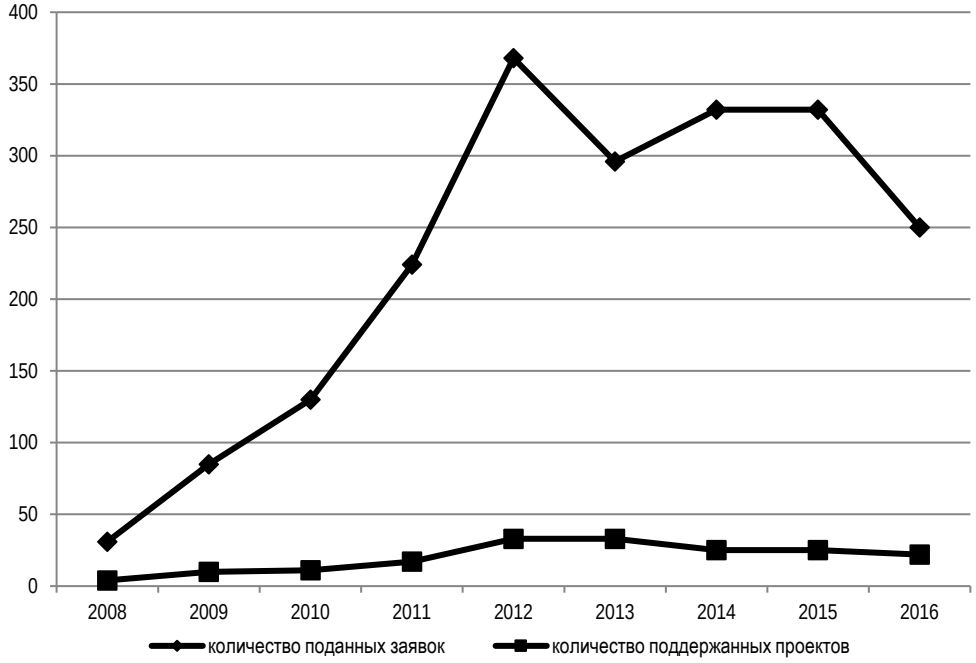

Рисунок 2 – **Соотношение поданных и поддержанных заявок конкурса «Социальный предприниматель», 2008-2016 гг.**

В течение 9 лет поддержку получали в среднем 20 социальных проектов ежегодно. За анализируемый период количество заявленных на конкурс проектов возросло более чем в 8 раз, что, безусловно, свидетельствует о поступательном развитии сферы социального предпринимательства в России.

В настоящее время заинтересованные в финансировании своих проектов социальные предприниматели имеют возможность получить поддержку посредством, как минимум, 12 источников (табл.2).

Таблица 2 – **Российские источники финансирования социальных проектов**
(составлено авторами на основе [11])

Название конкурса	Организатор	Требования к проектам	Объем финансирования
Всероссийский конкурс проектов «Социальный предприниматель»	Фонд региональных социальных программ «Наше будущее»	Должны обладать новизной в решении социальных проблем, иметь потенциал к тиражированию	Беспроцентный заем до 10 млн. рублей
Программа «Неравнодушные соседи»	Фонд поддержки и развития филантропии «КАФ» и благотворительная программа сети магазинов «ДИКСИ»	Проекты должны быть направлены на повышение качества локальной социальной среды, развитие добрососедства путем поддержки организаций – поставщиков социальных услуг	Бюджет формируется за счет части средств от продаж определенных продуктов. Точная сумма не указывается
Премия в области гражданской активности «Я - гражданин!»	Общественная палата РФ	Заявки подаются лидерами НКО, руководителями социальных проектов, социально активными гражданами	Призовой фонд премии – 200 тыс. рублей
Конкурс социальных стартапов SAP UP	Компания «SAP СНГ»	Участие принимают социальные предприятия, ведущие деятельность по 9 направлениям (экология, культура, новые технологии и др.)	Три призовых места получают сертификат на поездку в Social Impact lab (г. Берлин), Гран-при – грант 450 тыс. рублей
Конкурс социальных предпринимателей «Навстречу переменам»	Фонд поддержки социальных инициатив в сфере детства «Навстречу переменам»	Поддерживаются проекты, предлагающие инновационные способы решения проблем детей и подростков	Четыре победителя получают грант для начального финансирования проекта (общая сумма фонда конкурса 1,2 млн. рублей)
Конкурс на получение субсидий для НКО	Комитет общественных связей г. Москвы	Приоритетные направления отбора: развитие добровольчества, помощь в преодолении трудных жизненных ситуаций, проекты в сфере урбанистики и повышения качества жизни горожан; работа с детьми в области физического и интеллектуального развития и др.	Бюджет конкурса – более 200 млн. рублей
Конкурс «Прямые инвестиции в социальное предпринимательство»	Фонд региональных социальных программ «Наше будущее»	Участниками конкурса могут быть юридические лица – коммерческие организации, относящиеся к субъектам малого и среднего предпринимательства	Фонд приобретает акции или долю в уставном капитале компании-победителя на сумму до 50 млн. рублей
Конкурс социально-предпринимательских проектов Social Impact Award	Сообщество «Impact Hub Moscow»	Принимаются проекты на стадии идеи или ранней разработки, не получавшие ранее финансовую поддержку от других организаций. Возраст членов проектной команды – не старше 30 лет	Три победителя получают денежную премию, возможность пройти инкубационную образовательную программу 90 Days Challenge
Конкурс «Создавая возможности»	Фонд поддержки и развития филантропии «КАФ»	Принимаются проекты от НКО, направленные на создание и развитие возможностей для реализации потенциала социально незащищенных групп населения или на повышение доступности среды	Сумма, распределяемая в рамках конкурса, около 12 млн. рублей
Конкурс социально значимых проектов г. Москвы	Московское региональное отделение Общероссийского народного фронта	Тематика проектов должна быть связана с поручениями и указами Президента России. Гранты распределяются среди некоммерческих неправительственных организаций	Сумма гранта на реализацию одного проекта - не более 1 млн. рублей
Конкурс по распределению президентских грантов некоммерческим организациям	Общественная палата РФ	Гранты распределяются через грантооператоров на проекты по таким направлениям: социальная поддержка пенсионеров; охрана здоровья; развитие и поддержка массового студенческого спорта и т.д.	По решению грантооператоров
Конкурс Lipton Goodstarter	Компания «Unilever»	Принимаются идеи социально полезных проектов, у которых есть коммерческий потенциал. Победитель определяется путем он-лайн-голосования	Победитель получает 300 тыс. рублей

На основе проведенного анализа авторами обозначены следующие ***тенденции***, способные обусловить качественные сдвиги в развитии сферы социального предпринимательства в России, в случае их успешной реализации:

1. Внесение поправок в законодательство РФ, детализирующих правовые основания функционирования социального предпринимательства.

2. Активное использование сети Интернет в качестве инструмента, позволяющего стать мощной площадкой для социальной организации людей. Краудсорсинг (англ. *crowd* – толпа и *soursing* – поиск ресурсов) – это мобилизация ресурсов людей посредством информационных технологий с целью решения задач, стоящих перед бизнесом, государством и обществом в целом, - активно завоевывает свое место в сфере социального предпринимательства в виде одного из видов – краудфандинга, а также его подмножества – краудинвестинга. Краудфандинг (от англ. *crowd* – толпа и *funding* – вложение средств) – это коллективное сотрудничество людей (доноров), которые добровольно объединяют свои деньги или другие ресурсы вместе, как правило, через Интернет, чтобы поддержать усилия других людей или организаций (реципиентов). По своей сути, краудфандинг – это массовый и быстрый сбор средств у большого количества людей, который стал возможен благодаря краудфандинг-платформам в сети, посредством которых люди жертвуют средства (например, на лечение больных детей). Наиболее известные в России краудфандинг-площадки: «С миру по нитке», Planeta.ru, Indigogo, Kroogi и другие. Например, Planeta.ru привлекла за год работы средств в объеме 10 млн. рублей. В ближайшие годы, по оценкам экспертов, ожидается бум в сфере краудфандинга, а рост данного рынка прогнозируется в 7-9 раз ежегодно, что является позитивным фактом для российских социальных предприятий.

3. Распространение образовательных программ, включающих учебные дисциплины, модули, профили, практическую подготовку, направленных на формирование у будущих специалистов способности и готовности эффективно работать в сфере социального предпринимательства. Наряду с такими известными университетами как Стэнфордский, Йельский, Нью-Йоркский, Оксфордский, а также Гарвардская бизнес-школа, практически в каждой стране мира можно найти учебное заведение, предлагающее курсы по социальному предпринимательству. В России пока только ведущие университеты предлагают учебные курсы и программы для социальных предпринимателей: Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Высшая школа управления и инноваций МГУ им. М.В. Ломоносова, Высшая школа менеджмента СПбГУ, Центр социального предпринимательства и социальных инноваций НИУ «Высшая школа экономики».

Выводы. В данной статье исследуются основные количественные и качественные параметры развития социального предпринимательства в России на современном этапе. Мы обнаружили, что в России только в середине 2000-х годов стали возникать организации, занимающиеся социальным предпринимательством, а также организации, развивающие инфраструктуру данной сферы и пропагандирующие теоретическую базу данного явления [3]. До настоящего времени не сформулировано универсального определения термина «социальное предпринимательство». Российское законодательство и государственные деятели склонны подменять социальное предпринимательство другим явлением – предпринимательством в социальной сфере, что существенно искажает идею и смысл социального предпринимательства.

Проведенный авторами анализ сферы социального предпринимательства позволил заключить, что в России к настоящему времени социальные предприятия функционируют более чем в 33 сферах. Концентрация социальных предприятий по стране неравномерна, почти половина сосредоточена в 9 российских регионах из 85. В отношении целевых групп, на которые направлена деятельность социальных предприятий, следует заметить, что данная деятельность в основном направлена на удовлетворение потребностей родителей с детьми, людей с ограниченными возможностями, дошкольников, студентов.

Анализ возможностей получения финансирования заинтересованными в поддержке и продвижении своих проектов социальными предпринимателями показывает, что в России имеется свыше 10 источников, поддерживающих реализацию социальных проектов. В то же время, наряду с выявленными позитивными тенденциями развития социального предпринимательства, авторы отмечают низкую интенсивность распространения данной сферы, обусловленную отсутствием понимания сущности явления социального предпринимательства у широкой общественности и, как следствие, отсутствием заинтересованного и деятельного участия в такой деятельности. Решение данной проблемы нам видится в активном освещении опыта социального предпринимательства в средствах массовой информации, а также в расширении подготовки специалистов с высшим образованием, компетентных в сфере социального предпринимательства.

1. Batalina, M. (2008). *Obzor opyta i koncepcij social'nogo predprinimatel'stva s uchetom vozmozhnostej ego primeneniya v sovremennoj Rossii* [Review of experience and concepts of social entrepreneurship, taking into account the possibilities of its application in modern Russia]. Moscow. High School of Economics Publisher [in Russian].

2. Abrhám, J., Bilan, Y., Krauchenia, A., & Strielkowski, W. (2015). Planning horizon in labour supply of Belarusian small entrepreneurs. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja, 28(1)*, 773-787. DOI: https://doi.org/10.1080/1331677X.2015.1084238.

3. Simionescu, M., Ciuiu, D., Bilan, Y., & Strielkowski, W. (2016). GDP and Net Migration in Some Eastern and South-Eastern Countries of Europe. A Panel Data and Bayesian Approach. *Montenegrin Journal of Economics*, *12 (2)*, 161-175. DOI: https://doi.org/10.14254/1800-5845.2016/12-1/10.

4. Jankelová, N., Jankurová, A., & Masár, D. (2017). Effective management and self-government: current trends. *Czech Journal of Social Sciences, Business and Economics*, *6(2)*, 21-31. DOI: https://doi.org/10.24984/cjssbe.2017.6.2.3.

5. Niño-Amézquita, J., Dubrovsky, V., & Jankurová, A. (2017). Innovations and competitiveness in regional development: a comparison of Latin America, Europe, and China. C*zech Journal of Social Sciences, Business and Economics*, *6(1)*, 28-36. DOI: https://doi.org/10.24984/cjssbe.2017.6.1.4.

6. Janda, K., Rausser, G., & Strielkowski, W. (2013). Determinants of Profitability of Polish Rural Micro-Enterprises at the Time of EU Accession. *Eastern European Countryside, 19*, 177-217. DOI: https://doi.org/10.2478/eec-2013-0009.

7. Sabic-Lipovaca, A., Strielkowski, W., & Bilan, Y. (2016). Intertemporal substitution and labour supply of Bosnian SME's. *Amfiteatru Economic, 18(43),* 634-653.

8. Streimikiene, D., Strielkowski, W., Bilan, Y., & Mikalauskas, I. (2016). Energy dependency and sustainable regional development in the Baltic States - a review. *Geographica Pannonica, 20(2)*, 79-87. DOI: https://doi.org/10.5937/GeoPan1602079S.

9. Varanavicius, V., Navikaite, A., Bilan, Y., & Strielkowski, W. (2017). Analysis of Consumer Behaviour in Regional Energy Consumption. *Economy of Region, 13(1)*, 147-156. DOI: https://doi.org/10.17059/2017-1-14.

10. Chvátalová, I. (2016). Social policy in the European Union. *Czech Journal of Social Sciences, Business and Economics*, *5(1)*, 37-41. DOI: https://doi.org/10.24984/cjssbe.2016.5.1.4.

11. Moyseyenko, I., & Ryvak, N. (2016). Indirect taxes in the mechanism of state regulation. *International Economics Letters, 5(2),* 63-71. DOI: https://doi.org/10.24984/iel.2016.5.2.4.

12. Strielkowski, W., Šperková, L., & Jacek, B. (2017). Migration and Remittances Nexus: Economic Implications and Analysis. *Amfiteatru Economic*, *19(46)*, 772-772.

13. Strielkowski, W., Bilan, Y., & Demkiv, O. (2016). Religion and International Migration: A Case Study of Ukraine. *Religions, 7(6)*. DOI: https://doi.org/10.3390/rel7060064.

14. Jiroudkova, A., Rovna, L. A., Strielkowski, W., & Slosarcik, I. (2015). EU Accession, Transition and Further Integration for the Countries of Central and Eastern Europe. *Economics & Sociology*, *8(2)*, 11-14. DOI: https://doi.org/10.14254/2071-789x.2015/8-2/1.

15. Defourny, J., & Nyssens, M. (2011). Approches europeennes et americaines de l'entreprise social: une perspective comparative. *Revue international de l'economie sociale*, *319*, 18-35. DOI: https://doi.org/10/7202/1020805ar.

16. Mair, J., & Marti, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business, 41(1)*, 36-44. DOI: https://doi.org/10/1016/j.jwb.2005.09.002.

17. Martin R.L., & Osberg S. (2007). Social Entrepreneurship: The Case for Definition. *Stanford Social Innovation Review*, Spring.

18. Machnacek, V., Strielkowski, W., Shishkin, A., & Bilan, Y. (2015). Determinants of Innovations and Competitiveness in the European Union. *Marketing and Management of Innovations*, *4*, 224-232.

19. Peredo, A.M., & McLean, M. (2006). Social entrepreneurship: A critical review of the concept. *Journal of World Business*. 41 (1), 56-65. DOI: https://doi.org/10.1016/j.jwb.2005.10.007.

20. Seelos C., & Mair J. (2005). Social enrepreneurship: Creating new business models to serve the poor. *Business Horizons, 48 (3)*, 241-246. DOI: https://doi.org/10/1016/j.bushor.2004.11.006.

21. *Koudelková, P., & Svobodová, P. (2014).* Knowledge creation & sharing as essential determinants of SMEs innovation. *International Economics Letters, 3(1),* 12-20. DOI: https://doi.org/10.24984/iel.2014.3.1.3.

Л.С. Кисельова, канд. екон. наук, професор, науковий співробітник Центру міграційних досліджень, Празька бізнес-школа (м Прага, Чеська Республіка);

Х.Л. Ніньо-Амезкуіта, д-р екон. наук, професор, Регіональний Центр Дослідження Інновацій Боджак (м. Боджак, Колумбія);

Т.Л. Вейнбендер, канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри економіки та організації виробництва, Тюменський індустріальний університет (м. Тюмень, Росія);

В.Ж. Дубровський, д-р екон. наук, професор, науковий співробітник Центру наукометричних досліджень, Празька бізнес-школа (м. Прага, Чеська Республіка)

Соціальне підприємництво як економічне явище: інновації і індикатори розвитку

У статті поданий аналіз сучасного стану соціального підприємництва на прикладі соціальних підприємств в Колумбії і Росії. Отримані результати показують, що за десятиліття існування цього явища склалися стійкі проекти підтримки інвалідів, людей похилого віку, відродження ремесел і народних промислів, місцевого туризму. Накопичено досвід соціальних проектів, готових до тиражування. Створена інфраструктура підтримки та фінансування соціальних проектів. У той же час зберігається проблема розпізнавання соціального підприємництва в сприйнятті росіян в вихідному розумінні сутності явища. У зв'язку зі слабкою поширеністю освітніх програм по соціальному підприємництву відчувається брак компетентних фахівців у цій сфері.

Ключові слова: соціальні підприємства, місія, модель соціального підприємництва, краудфандінг, Росія, Колумбія.

L. Kiseleva, Candidate of Economic Sciences, Professor, Associate Researcher of Centre for Migration Studies, Prague Business School (Prague, Czech Republic);

J.L. Niño-Amézquita, Doctor of Economics, Professor at the Regional Research Centre for Competitiveness and Innovation of Boyacá (CRePIB) (Boyacá, Colombia);

T. Veynbender, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of Department of Economics and Organization of Production, Industrial University of Tyumen (Tyumen, Russian Federation);

V. Dubrovsky, Doctor of Economics, Professor and Researcher at the Centre for Scientometrics Research, Prague Business School (Prague, Czech Republic)

Social entrepreneurship as an economic phenomenon: innovations and indicators of development

The aim of the article. Its purpose is to analyse the main parameters of social entrepreneurship development in Columbia and Russia and identify the trends prevailing in this area.

Results. A certain combination of the following methods was used: historical-comparative, empiric generalization, analysis, synthesis, comparison, clustering. The results obtained show that over a decade of existence of social entrepreneurship in Russia, stable projects of support of the disabled and elderly, revival of people's crafts and trades, local tourism have been established. Experience of replicable social projects has been accumulated. Review of social entrepreneurship conducted by the authors has allowed concluding that as of today, social enterprises operate many areas in countries in question. Concentration of social enterprises is uneven across the country; almost half of them are concentrated in a few key regions. Social entrepreneurship is practiced by socially oriented non-profit organizations (15.3%); a large proportion of social entrepreneurs are engaged in education (11.5%). The authors have concluded that women prevail among social entrepreneurs (64%). As of now, infrastructure has been created to support and fund social projects. Still, the problem of social entrepreneurship recognition and perception in the original sense of the phenomenon remains. Due to low prevalence of educational programs in social entrepreneurship, there is a tangible lack of competent experts in social entrepreneurship.

Concusions. The analysis of the obtaining financing possibilities by social entrepreneurs shows that there are more than 10 sources in Russia supporting of the social projects implementation. At the same time, along with the revealed positive tendencies in the social entrepreneurship development, the authors noted the low intensity of this sphere spread, due to the lack of understanding of the social entrepreneurship phenomenon among the general public and, as a result, the lack of interested and active participation in such activities. The solution to this problem we see in the active coverage of the experience of social entrepreneurship in the media, as well as in expanding the training of specialists with higher education, competent in the field of social entrepreneurship.

Keywords: social enterprises, mission, social entrepreneurship, crowdfunding, Russia, Columbia.

Отримано** 11.04.2017 **р.