

Особенности социального предпринимательства в сфере культуры

Анастасия А. Плюхина

*Российский государственный гуманитарный университет
Москва, Россия, pluhina.a@rggu.ru*

Аннотация. На сегодняшний день социальное предпринимательство является одним из наиболее динамично развивающихся видов предпринимательской деятельности и выступает, наряду с государственными структурами, драйвером социокультурных изменений в обществе. Используя предпринимательский подход, социальные предприниматели решают актуальные социальные проблемы и действуют, исходя из общественных интересов. Возможность оперативного реагирования на возникающие запросы общества, удовлетворение потребностей разных категорий населения, предоставление равного доступа и новых возможностей, способствующих социально-экономической адаптации и построению инклюзивного общества, являются определяющими для развития института социального предпринимательства. Специфика такого вида деятельности определяется конкретной сферой, в рамках которой реализуются, к примеру, социокультурные проекты. Рост интереса к сфере культуры и тенденция активной поддержки проектов в данной сфере обусловили цель настоящей статьи – анализ особенностей социокультурного предпринимательства.

Ключевые слова: социальное предпринимательство, предпринимательская деятельность, сфера культуры, социокультурный проект, социальная ценность, инклюзивное общество

Для цитирования: Плюхина А.А. Особенности социального предпринимательства в сфере культуры // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право». 2024. № 2. С. 85–99. DOI: 10.28995/2073-6304-2024-2-85-99

Features of social entrepreneurship in the field of culture

Anastasiya A. Plyukhina

Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia, pluhina.a@rggu.ru

Abstract. Today, social entrepreneurship is one of the most dynamically developing types of entrepreneurial activity and acts, along with government agencies, as a driver of sociocultural changes in society. Using an entrepreneurial approach, social entrepreneurs solve pressing social challenges and act

in the public interest. The ability to quickly respond to emerging demands from society, meet the needs of different categories of the population, provide equal access and new opportunities that promote socio-economic adaptation and build an inclusive society are decisive for the development of the institution of social entrepreneurship. The specific nature of such activity is dependent on the particular field, within which, for example, sociocultural projects are implemented. The growing interest in the cultural sphere and the trend of active support for projects in that area determined the purpose of the article – an analysis of the characteristics of sociocultural entrepreneurship.

Keywords: social entrepreneurship, entrepreneurship, cultural sphere, sociocultural project, social value, inclusive society

For citation: Plyukhina, A.A. (2024), “Features of social entrepreneurship in the field of culture”, *RSUH/RGGU Bulletin. “Economics. Management. Law” Series*, no. 2, pp. 85-99, DOI: 10.28995/2073-6304-2024-2-85-99

Введение

Государство неизбежно сталкивается с необходимостью решения широкого спектра социальных проблем, поиска и применения методов социальной поддержки. Преимущественно это касалось помощи жертвам стихийных бедствий (пожары, наводнения) и чрезвычайных ситуаций (голод, войны, эпидемии), а также оказания помощи социально уязвимым категориям населения.

На современном этапе развития общества становится все более актуальным вопрос создания новых инструментов и механизмов регулирования социальных отношений в соответствии с меняющимися условиями, способствующими экономическому развитию и созданию более устойчивого общества [Сопилко и др. 2017].

Следует признать, что развитие института социального предпринимательства в России становится, а в некоторых странах уже стало, важнейшей составляющей частью политики государства [Плюхина 2018].

Рассматривая российскую практику, мы видим, что официальное признание данный вид деятельности получил не так давно. Согласно принятому в 2019 г. законодательству, социальное предпринимательство – предпринимательская деятельность, направленная на достижение общественно полезных целей, способствующая решению социальных проблем граждан и

общества и осуществляемая в соответствии с условиями, предусмотренными частью 1 статьи 24.1 ФЗ № 245 от 26.07.2019 г.¹

Исследования социального предпринимательства консолидируются, главным образом, в таких сферах, как социальное обеспечение, образование, здравоохранение, занятость, и лишь в небольшой степени затронута социокультурная сфера [Калинина 2017].

Цель данной статьи – анализ особенностей социального предпринимательства в сфере культуры.

Для реализации поставленной цели необходимо:

- проанализировать литературу и рассмотреть различные подходы к определению термина «социальное предпринимательство»;
- дать определение понятия «социальное предпринимательство»;
- выделить аспекты взаимодействия социального предпринимательства и сферы культуры;
- провести обзор существующих социокультурных проектов в России и за рубежом.

Сущность и особенности социального предпринимательства

Понятие социального предпринимательства (СП) появилось относительно недавно и на данный момент в научных исследованиях нет единого мнения об определении данного вида деятельности. Трактовка зависит от научного направления, которого придерживаются ее авторы. Одно из самых первых и наиболее распространенных определений принадлежит Грегори Дизу, который в 1990-х гг. впервые представил социальное предпринимательство как «применение лучших практик традиционного предпринимательства для реализации социальной миссии» [Dees 1998].

Все чаще термин «социальное предпринимательство» используется в качестве обобщающего для организаций, которые занимаются производством и продажей товаров, а также оказанием услуг и внедряют инновации в социальных целях.

¹ Федеральный закон от 26.07.2019 № 245-ФЗ (посл. ред.) «О внесении изменений в Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации в части закрепления понятий “социальное предпринимательство”, “социальное предприятие”». URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_329995/ (дата обращения 18 января 2024).

Есть сходства между «классическим» предпринимательством и социальным, в частности, получение прибыли, рисковый характер деятельности, использование творческого подхода и/или инноваций в деятельности.

Важность инноваций была обоснована Й. Шумпетером в начале двадцатого века. Он отмечал, что в развитии предпринимательства инновации имеют важное значение для любого вида предпринимательской деятельности, которая обеспечивает экономический рост. Он также считал, что инновации играют определяющую роль для получения прибыли, и выделил пять типов инноваций [Шумпетер 2008]:

- 1) новый или улучшенный продукт;
- 2) новый или улучшенный процесс;
- 3) открытие нового рынка;
- 4) приобретение нового источника поставок сырья или полуфабрикатов;
- 5) организационные изменения.

Перечисленные типы инноваций по-прежнему актуальны и используются социальными предпринимателями.

Концепция социального предпринимательства связана с институциональными инновациями, возникающими в форме новых типов организаций, а также с влиянием деятельности этих организаций на существующие институты. Таким образом, СП можно рассматривать как меняющий свой институциональный контекст, включая не только социальные, но и культурные последствия [Попов и др. 2017].

Ряд исследователей предполагают, что социальные предприятия отличаются от волонтерских организаций и находятся за пределами государственного сектора, но могут иметь связи с ним [Birch, Whittam 2008; Bussell, Forbes 2006]. Социальные предприятия являются компонентом «социальной экономики», которая относится к третьему сектору – сектору услуг, и может включать общественные группы, ассоциации взаимопомощи и зарегистрированные благотворительные организации. Социальное предприятие определяется Джоном Томпсоном и Бобом Доэрти [Thompson, Doherty 2006] как «организации, ищущие бизнес-решения социальных проблем». Социальное предпринимательство – это бизнес, который занимается производством и продажей товаров, а также оказанием услуг с целью использования своей прибыли (реинвестирования) для решения ряда социокультурных, экономических или экологических проблем.

В зависимости от институционального контекста и истории, концепция социального предпринимательства принимает разные значения. Англосаксонская традиция уделяет больше

внимания характеристикам бизнеса и новым способам работы в рыночной экономике [Young, Lescy 2014]. Данный подход рассматривает СП как деятельность, сочетающую в себе черты коммерческих и некоммерческих предприятий [Alter 2007]. В рамках этой концепции СП в сфере культуры и искусства описывается как баланс между художественными и культурными, социальными и экономическими целями [McQuilten et al. 2020]. Европейский подход [Defourny, Nyssens 2017] также мобилизует социальные и экономические аспекты, но добавляет третий, вытекающий из европейской традиции социальной экономики и третьего сектора, – аспект управления.

Еще одно отличие европейского подхода от англосаксонского заключается в причинах возникновения социального предпринимательства. В то время как англосаксонская традиция склонна объяснять возникновение СП результатом неудач государства и рынка, европейский подход предпочитает объяснение СП как контекстуально сформированного и находящегося под влиянием различных институтов, которые в определенные моменты теряют свою актуальность и заменяются другими институтами, выполняющими сходные функции.

В обеих традициях социальные предприятия часто рассматриваются как гибриды, сочетающие в себе различную логику. В сфере культуры и искусства дебаты о гибридизации СП указывают на наличие социальных, экономических, политических, творческих и художественных логик/целей в различном сочетании.

Одна из первых организаций, занимающаяся поддержкой СП в Великобритании (Social Enterprise UK – SEUK), определила ряд особенностей данного вида предпринимательской деятельности:

- наличие четкой социальной, культурной или экологической миссии;
- большая часть дохода формируется за счет производства и продажи товаров и/или оказания услуг;
- большая часть полученной прибыли реинвестируется;
- сохраняется автономность и может использовать свой капитал, а также самостоятельно принимать решения по реализации социокультурных проектов;
- будучи подотчетными и прозрачными СП, таким образом, фундаментально отличаются от традиционных коммерческих предприятий из-за своей направленности на социальную миссию, и это не в меньшей степени справедливо для творческого и культурного секторов, которые имеют более явную социальную миссию, чем предприятия, работающие в частном секторе.

Резюмируя вышесказанное, можно выделить четыре основных группы подходов к определению сущности современного социального предпринимательства (табл. 1).

Таблица 1

Основные подходы к современному пониманию
социального предпринимательства

Подход к пониманию сущности социального предпринимательства	Трактовка социального предпринимательства
Подход 1: СП содержит обязательный инновационный компонент, который служит источником долгосрочных социальных изменений и получения положительного социального результата	«Мы рассматриваем социальное предпринимательство в широком смысле как процесс, связанный с новаторскими методами использования и комбинации ресурсов, который ориентирован на возможность стимулирования социальных изменений и/или удовлетворения социальных потребностей общества» (<i>Johanna Mair and Ignasi Marti</i>)
Подход 2: СП является источником социальных трансформаций в обществе	«Социальное предпринимательство – это разработка, оценка и поиск новых возможностей для радикальных социальных преобразований, которые осуществляются самоотверженными, преданными своему делу людьми» (<i>Dave Roberts and Christine Woods</i>)
Подход 3: СП представляет собой комбинацию достижения двойного эффекта – социокультурного и экономического (иногда экологического)	«Я определяю социальное предпринимательство как процесс, включающий в себя выявление конкретной социальной проблемы и конкретные методы ее решения, оценку степени социального влияния, бизнес-модели и устойчивости проекта, а также создание коммерческой структуры (ориентированной на выполнение социальной миссии) или некоммерческой структуры (выполняющей бизнес-задачи), обеспечивающей двойной (или тройной) результат» (<i>Jeffrey Robinson and Kai Hockerts</i>)
Подход 4: СП строится на личных качествах человека, реализующего проект в данной сфере (креативность и творческий подход, смелость и настойчивость)	Социальные предприниматели характеризуются совершенно особыми чертами: крепкими моральными устоями (<i>Bill Drayton</i>), особыми лидерскими качествами (<i>John Thompson, Geoff Alvy and Ann Lees</i>) и стремлением реализовать желаемое (<i>David Bornstein</i>). Предприниматели верят в то, что могут успешно достичь своих целей, и получают поддержку у тех, кто разделяет их представление о лучшем будущем.

Источник: составлено автором.

Разнообразие трактовок термина «социальное предпринимательство» и попытки определить сущность данного вида деятельности наглядно демонстрирует, что эта область научного исследования быстро растет и меняется.

Взаимосвязь социального предпринимательства и сферы культуры

С ростом внимания к творческим индустриям наблюдается тенденция увеличения числа социальных предприятий, связанных со сферой культуры и искусства.

Социальное предпринимательство в сфере культуры определяется как организации, производящие «товары и услуги, которые направляют выразительные потребности и эстетические чувства» [Barbieri et al. 2012], а также организации, сочетающие художественный и эстетический аспект с экономическим, стремясь реформировать социальные и производственные отношения [Marques 2021].

Социальное вмешательство в сфере культуры оказывает эффект социальной интеграции. С одной стороны, предлагая стратегии вмешательства, альтернативные традиционным, а с другой – продвигая ценность различий в обществе, в частности для социально уязвимых категорий населения.

Если рассматривать конкретную сферу реализации СП, то необходимо учитывать культурные и экономические особенности каждого региона. Например, в некоторых районах и областях могут быть развиты культурные центры, музеи и театры, которые могут стать основой для создания социальных предприятий и способствовать развитию местного сообщества.

Взаимосвязь социального предпринимательства и сферы культуры можно рассмотреть в нескольких аспектах.

Во-первых, раскрытие и реализация творческого потенциала общества, а также сохранение культурного наследия. Социальное предпринимательство играет важную роль в сохранении исторического наследия, местных культурных традиций и обычаев, оказывает поддержку творчеству и инноваций в сфере культуры. Это может включать в себя создание социокультурных проектов, направленных на поддержку традиционных искусств, ремесел, исторических памятников или организацию культурных мероприятий, а также развитие культурных центров и музеев, которые способствуют изучению и сохранению культурного наследия.

Во-вторых, создание дополнительных рабочих мест и развитие местных сообществ: многие СП в сфере культуры и искусства реализуют социокультурные проекты, создавая рабочие места и стимулируя развитие регионов, поскольку социокультурные проекты, такие как театры, галереи, музеи, могут стать одним из важнейших источников притока капитала для местных сообществ.

В-третьих, образование и просвещение: социокультурные проекты, реализованные СП в сфере культуры, могут быть использованы для обучения и просвещения населения, особенно молодежи (образовательные программы, фестивали, выставки и мастер-классы).

В-четвертых, укрепление равенства и борьба с дискриминацией. Реализация социокультурных проектов в сфере культуры, объединяющих различные группы населения, позволит сформировать более инклюзивное общество, снизить социальную напряженность, стимулируя взаимное уважение, а также сотрудничество, что в конечном итоге содействует обеспечению роста благосостояния общества.

В-пятых, реализация принципов устойчивого развития, в том числе экологический аспект. В данном пункте необходимо отметить роль сферы культуры как инструмента и движущей силы устойчивого развития согласно отчету ЮНЕСКО. Выделенный ряд показателей и индикаторов (рис. 1), таких как окружающая среда и ее устойчивость, благополучие, знания и навыки, а также обеспечение интеграции и участия – предполагает довольно тесное взаимодействие социальной и культурных сфер. Они вовлекают более широкое сообщество в процессы принятия решений и обеспечивают социокультурную деятельность и открывают новые возможности (в том числе трудоустройства) в местах, где эти возможности часто ограничены. Создание социального предприятия в сфере культуры может дать его основателю возможность воплотить свои идеи во что-то, что обеспечит рабочими местами, одновременно оказав положительное влияние на место, где они живут. Это может стать важным опытом обучения, который предлагает личное и профессиональное развитие людям, которые в противном случае могли бы иметь ограниченный доступ к такого рода возможностям. Сосредоточив внимание на работе с конкретными категориями населения и для него, социальные предприятия могут укрепить социальную структуру сообществ, в которых они работают, и служить гарантом долгосрочных позитивных изменений.



Рис. 1. Показатели вклада сферы культуры в реализацию Повестки–2030
 Источник: составлено по данным отчета ЮНЕСКО «Культура. Показатели до 2030 г.»²

Рассмотрим несколько примеров проектов в сфере культуры, которые иллюстрируют выделенные выше аспекты.

«Взаимодействие» – это социокультурный проект, в рамках которого приглашенные режиссеры, драматурги и артисты работают над постановками с актерами с синдромом Дауна. Проект включает в себя различные форматы (театральные постановки, тренинги, художественные ролики, документальные фильмы, театральные занятия) и успешно реализуется с 2016 г. Среди задач проекта:

...просвещение общественности, распространение информации о способностях и потенциале людей с синдромом Дауна и, как следствие, предоставление людям с синдромом Дауна дополнительных возможностей для социализации, получения достойно-

² Culture | 2030 indicators. Paris: UNESCO, 2019. URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000371562> (дата обращения 22 января 2024).

го образования и трудоустройства. Достижение целей проекта не только существенно улучшит качество жизни людей с синдромом Дауна и их семей, но и в долгосрочной перспективе будет способствовать формированию толерантной социальной среды, в которой каждый человек вне зависимости от возможностей здоровья может чувствовать себя полноценной и свободной личностью³.

«Упсала-Цирк» – инновационный социокультурный проект, основанный в 2000 г. в Санкт-Петербурге. Миссия проекта отражается в

...раскрытии творческого потенциала и созидательного начала в каждом человеке, а цель – изменение жизненного сценария и социального статуса детей и подростков с помощью современного циркового творчества⁴.

Через соединение творческого и социального начал «Упсала-Цирк» стремится дать подросткам из групп социального риска и детям с особенностями развития эффективные инструменты для социализации в обществе и способствовать их внутреннему развитию и росту.

«Архидети» – социокультурный проект, основанный в Татарстане в 2008 г., сейчас известен по всей России. Проект объединяет детей и подростков из совершенно разных жизненных условий для развития творческого потенциала. Цель проекта – развивать таланты, получать новые знания в области искусства и открывать неограниченные возможности посредством создания уникальных арт-объектов. Под эгидой проекта проводятся лагерь «Архисмена», архитектурный проект «Море за поворотом», а также множество других образовательных мастерских и креативных мероприятий.

Музейно-творческий кластер «Коломенский посад» является социокультурным проектом, реализуемым с помощью принципов и подходов социального предпринимательства. Цель проекта заключается в сохранении и реновации исторического города Коломна через культуру и туризм.

Интересен опыт взаимодействия коммерческих компаний и социальных предприятий в создании совместного социокуль-

³ Взаимодействие. Инклюзивный кино-театральный проект. URL: <https://exactlyawards.ru/works/view/139> (дата обращения 6 февраля 2024).

⁴ Упсала-Цирк. URL: <https://upsalacircus.ru/> (дата обращения 6 февраля 2024).

турного проекта. Так, российский бренд аксессуаров и одежды “Agyu Praht” и представители СП-Центра «Антон тут рядом» в 2023 г. разработали и выпустили коллекцию сумок с дизайном, вдохновленным рисунками студентов центра. Необходимо отметить, что это уже третья совместная коллаборация, часть средств от продажи которой направляется на реализацию программ поддержки и помощи людей с аутизмом.

Показательным является зарубежный опыт реализации СП в сфере культуры. Когда в 1980-е гг. лауреат премии «Фонда Шваба» Андреас Хайнеке работал на радиостанции, его попросили переобучить журналиста, ослепшего после автомобильной аварии.

В его голове были определенные образы об этом человеке. Затем дверь открылась, и появился красивый молодой парень, который спросил его, хочет ли он кофе. И тут он понял, что столкнулся со всеми своими стереотипами⁵,

– рассказала его коллега А. Мейер, руководитель проекта «Диалог в темноте».

Вскоре после этого А. Хайнеке запустил социокультурный проект «Диалог в темноте», чтобы бросить вызов представлениям общества о слепоте. Его организация, социальное предприятие «Диалог», предлагает выставки и бизнес-обучение в полной темноте, создавая рабочие места для слепых, инвалидов и обездоленных во всем мире. В рамках реализации проекта работают незрячие гиды, которые проводят посетителей через обстановку в полной темноте, где они учатся взаимодействовать без зрения, помогая изменить отношение к инвалидности. Выставку посетили более 7 млн человек из 30 стран, что с 1988 г. дало рабочие места более 7000 людям с ограниченными возможностями по зрению.

В своей статье «Повестка дня» для Всемирного экономического форума А. Хайнеке написал, что пришло время для большего количества «артепренеров» – термин, по его словам, «который может относиться к людям, которые выполняют свою социальную миссию с помощью художественных средств и соз-

⁵ Dialogue in the Dark: Exhibition reveals what it's like to be blind. URL: <https://www.smh.com.au/entertainment/art-and-design/dialogue-in-the-dark-what-its-like-to-be-blind-20161226-gthw4w.html> (дата обращения 15 января 2024).

дают модели, которые являются инновационными, масштабируемыми и измеримыми»⁶.

Рена Эффенди – азербайджанский фотограф, чьи работы объединены в проект, изображающий социально-экономические последствия глобализации для маргинализированных сообществ по всему миру и прославляют силу человеческого духа.

Эффенди посвятила свою сессию в Давосе–2020 рассказу трогательной истории одного 50-летнего мужчины, который боролся за спасение своих семи внуков-сирот в Сирии и которого она никогда не встречала. Есть причина, по которой Рена Эффенди захотела поделиться этой историей. По ее словам, поскольку мы больше полагаемся на Четвертую промышленную революцию, мы теряем сочувствие. «Лица исчезают за данными, моя работа – вернуть эти лица»⁷, – сказала она в своем выступлении.

“Art-Switch” – социокультурный проект, который был запущен предпринимателем Параг Шахом в 2005 г. в Лондоне, способствует открытию индустрии искусства, поскольку она часто предназначена для элиты. В интервью для газеты “The Guardian” П. Шах объясняет, что мир искусства – это «закрытая дверь для непосвященных, с неясными, а иногда и произвольными ценами, которые наполняют карманы богатых дилеров»⁸.

На веб-сайте проекта представлен онлайн-каталог произведений искусства – это база данных, обращаясь к которой клиенты могут покупать и/или брать напрокат произведения современного искусства по приемлемым ценам. При таком подходе искусство становится доступным для тех, кто владеет им или берет его взаймы. В то же время художникам платят как за процесс аренды, так и за возможную продажу, что может увеличить общий доход арт-сообщества.

Благодаря тому, что проект уделяет особое внимание культурному развитию арт-сообщества, осведомленности и трудо-

⁶ How arts and culture can serve as a force for social change. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2020/10/how-arts-and-culture-can-serve-as-a-force-for-social-change/> (дата обращения 17 января 2024).

⁷ This man travelled to Syria to rescue his 7 orphaned grandchildren. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2020/01/rena-effendi-photography-syria-refugees-children-man-rescued-grandchildren/> (дата обращения 17 января 2024).

⁸ Art-Switch Lets Clients and Businesses Borrow First. URL: <https://www.trendhunter.com/trends/art-switch> (дата обращения 17 января 2024).

устройству, искусство становится неотъемлемой частью жизни людей.

Таким образом, можно отметить, что социальное предпринимательство в сфере культуры будет способствовать устойчивому развитию, образованию, социальному благополучию и культурному разнообразию.

Определилась тенденция появления нового класса предпринимателей: творческих социальных предпринимателей, целью которых является создание положительного социального, культурного и/или экологического воздействия и получение прибыли. Творческие социальные предприниматели создают рыночный спрос на свои товары и услуги, а также способствуют динамичному сдвигу в культурной устойчивости и социальной справедливости.

Заключение

Социальные предприятия – это не просто общественный бизнес, они являются катализаторами перемен и побуждают переосмыслить значение и цель предпринимательства. Отдавая приоритет социальному воздействию, этическим практикам и устойчивости, социальные предприятия меняют отрасли, расширяют возможности сообществ и вдохновляют работать над более справедливым, инклюзивным и устойчивым будущим.

В одном из последних отчетов Организации Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО) особое внимание уделено социально-экономическим аспектам культуры, увеличению вклада социального предпринимательства в сферу культуры, что позволит реализовать большее количество проектов.

Поскольку социальное предпринимательство продолжает развиваться, а креативный сектор экономики активно набирает обороты, несомненно, будет появляться все большее количество социальных предприятий, реализующих социальные проекты в сфере культуры и искусства. Объединение усилий на общей социально-экономической и культурной платформе – это необходимый шаг к становлению социально-ориентированного сектора экономики, в том числе и культурной экономики.

Литература

- Калинина 2017 – *Калинина Л.Л.* Активизация социальных функций российского предпринимательского сектора как условие построения социального государства // Вестник РГГУ. Серия: Экономика. Управление. Право. 2017. № 3 (9). С. 61–71.
- Плюхина 2018 – *Плюхина А.А.* Экономическое содержание и принципы функционирования современного социального предпринимательства // Человеческий капитал и профессиональное образование. 2018. № 1 (25). С. 31–39.
- Попов и др. 2017 – *Попов Е.В., Веретенникова А.Ю., Козинская К.М.* Социальное предпринимательство как объект институционального анализа // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. 2017. Т. 12. № 3. С. 360–374. DOI: 10.17072/1994-9960-2017-3-360-374.
- Сопилко и др. 2017 – *Сопилко Н.Ю., Орлова А.Ф., Лисицкая С.М.* Теоретические основы экономики устойчивого развития. М.: Рос. ун-т дружбы народов (РУДН), 2017. 165 с.
- Шумпетер 2008 – *Шумпетер Й.А.* Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия М.: Эксмо, 2008. 864 с. (Антология экономической мысли).
- Alter 2007 – *Alter K.* Social Enterprise Typology // *Virtue Ventures LLC*. 2007. Vol. 12 (1). P. 1–124.
- Barbieri et al. 2012 – *Barbieri N., Fina X. and Subirats J.* 2012. Culture and Urban Policies: Dynamics and Effects of Cultural Third Sector Interventions in Barcelona // *Métropoles*. 2012. Vol. 11. P. 1–21. DOI: 10.4000/metropoles.4605.
- Birch, Whittam 2008 – *Birch K., Whittam G.* The third sector and the regional development of social capital // *Regional Studies*. 2008. Vol. 42 (3). P. 437–450.
- Bussell, Forbes 2006 – *Bussell H., Forbes D.* Understanding the volunteer market: the what, where, who, and why of volunteering // *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*. 2006. Vol. 7 (3). P. 244–257.
- Dees 1998 – *Dees J.G.* The meaning of “social entrepreneurship”. Palo Alto, CA: Graduate School of Business, Stanford University, 1998.
- Defourny, Nyssens 2017 – *Defourny, J., Nyssens M.* Fundamentals for an International Typology of Social Enterprise Models // *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*. 2017. Vol. 28 (6). P. 2469–2497. DOI: 10.1007/s11266-017-9884-7.
- Marques 2021 – *Marques J.* 2021. Transformar o mundo pelo trabalho, pela estética e pela política: uma análise de coletivos teatrais como utopias reais // *Revista Crítica de Ciências Sociais*. 2021. Vol. 124. P. 157–178. DOI: 10.4000/rccs.11669.
- McQuilten et al. 2020 – *McQuilten G., Warr D., Humphery K., Spiers A.* Ambivalent Entrepreneurs: Arts-Based Social Enterprise in a Neoliberal World // *Social Enterprise Journal*. 2020. Vol. 16 (2). P. 121–140. DOI: 10.1108/SEJ-03-2019-0015.
- Thompson, Doherty 2006 – *Thompson J.L., Doherty B.* The diverse world of Social Enterprise: A collection of Social Enterprise stories // *International Journal of Social Economics*. 2006. Vol. 33 (5–6). P. 361–375.
- Young, Lecy 2014 – *Young D., Lecy J.* Defining the Universe of Social Enterprise: Competing Metaphors // *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*. 2014. Vol. 25 (5). P. 1307–1332. DOI: 10.1007/s11266-013-9396-z.

References

- Alter, K. (2007), “Social Enterprise Typology”, *Virtue Ventures LLC*, no. 12 (1), pp. 1–124.
- Barbieri, N., Fina, X. and Subirats, J. (2012), “Culture and Urban Policies: Dynamics and Effects of Cultural Third Sector Interventions in Barcelona”, *Métropoles*, no. 11, pp. 1–21, DOI: 10.4000/metropoles.4605.

- Birch, K. and Whittam, G. (2008), "The third sector and the regional development of social capital", *Regional Studies*, no. 4 (3), pp. 437–450.
- Bussell, H. and Forbes, D. (2006), "Understanding the volunteer market: the what, where, who, and why of volunteering", *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, no. 7 (3), pp. 244–257.
- Dees, J.G. (1998), The meaning of "social entrepreneurship", CA: *Graduate School of Business*, Stanford University, Palo Alto, USA.
- Defourny, J. and Nyssens, M. (2017), "Fundamentals for an International Typology of Social Enterprise Models", *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, no. 28 (6), pp. 2469–2497. DOI: 10.1007/s11266-017-9884-7.
- Kalinina, L.L. (2017), "Activation of social functions of the Russian business sector as a condition for building a social state", *RSUH/RGGU Bulletin, "Economics. Management. Law" Series*, no. 3 (9), pp. 61–71.
- Marques, J. (2021), "Transformar o mundo pelo trabalho, pela estética e pela política: uma análise de coletivos teatrais como utopias reais", *Revista Crítica de Ciências Sociais*, no. 124, pp. 157–178, DOI: 10.4000/rccs.11669.
- McQuilten, G., Warr, D., Humphery, K. and Spiers, A. (2020) "Ambivalent Entrepreneurs: Arts-Based Social Enterprise in a Neoliberal World", *Social Enterprise Journal*, no. 16 (2), pp. 121–140, DOI: 10.1108/SEJ-03-2019-0015.
- Plyuhina, A.A. (2018), "Economic contents and principles for the functioning of modern social businesses", *Human capital and professional education*, no. 1 (25), pp. 31–39.
- Popov, E.V., Veretennikova, A.Yu. and Kozinskaya, K.M. (2017), "Social entrepreneurship as an object of institutional analysis", *Vestnik Permskogo universiteta. Seriya: Ekonomika*, no. 12 (3), pp. 360–374, DOI: 10.17072/1994-9960-2017-3-360-374.
- Shumpeter, J.A. (2008), *Teoriya ekonomicheskogo razvitiya. Kapitalizm, sotsializm i demokratiya* [Theory of economic development. Capitalism, socialism and democracy], Eksmo, Moscow, Russia.
- Sopilko, N.Yu., Orlova, A.F. and Lysytskaya, S.M. (2017), *Toreticheskie osnovy ekonomiki ustoichivogo razvitiya* [Theoretical foundations for economics of sustainable development], RUDN, Moscow, Russia.
- Thompson, J.L. and Doherty, B. (2006), "The diverse world of Social Enterprise: A collection of Social Enterprise stories", *International Journal of Social Economics*, no. 33 (5–6), pp. 361–375.
- Young, D. and Lecy, J. (2014), "Defining the Universe of Social Enterprise: Competing Metaphors", *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, no. 25 (5), pp. 1307–1332. DOI: 10.1007/s11266-013-9396-z.

Информация об авторе

Анастасия А. Плюхина, кандидат экономических наук. Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия; 125047, Россия, Москва, Миусская пл., д. 6; pluhina.a@rggu.ru

Information about the author

Anastasiya A. Plyukhina, Cand. of Sci. (Economics), Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia; bld. 6, Miusskaya Square, Moscow, Russia, 125047; pluhina.a@rggu.ru