

# ВЫЗОВЫ XXI ВЕКА И СТРАТЕГИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ



**Е. В. ВАНКЕВИЧ, К. И. КРАЕНКОВА**

## СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ: СУЩНОСТЬ И МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

В работе обоснована необходимость комплексного подхода к определению понятия «социальное предпринимательство», в котором используются критерии его идентификации и показатели, определяющие уровень социализации бизнеса. Предложен методический комплексный подход к расчету уровня социализации бизнеса, апробированный на примере отдельных организаций Республики Беларусь.

**Ключевые слова:** социальное предпринимательство; субъекты социального предпринимательства; уровень социализации бизнеса.

УДК 338.22:316.4

**Сущность социального предпринимательства.** В современной экономической литературе существует множество подходов к определению социального предпринимательства, с некоторой долей допущения их можно разделить на две группы.

Во-первых, понимание *социального предпринимательства в узком смысле* — как метода решения некоммерческими организациями инновационных подходов с целью получения дохода [1].

В этом определении в качестве субъекта социального предпринимательства выделяется некоммерческая организация (НКО). В свою очередь НКО рассматривается как организация, не имеющая в качестве основной цели своей деятельности извлечение прибыли и не распределяющая полученную прибыль между участниками. Некоммерческие организации могут создаваться для достижения «социальных, благотворительных, культурных, образовательных, политических, научных и управленческих целей, в сферах охраны здоровья граждан, развития физической культуры и спорта, удовлетворения духовных и иных нематериальных потребностей граждан, защиты прав, законных ин-

*Елена Васильевна ВАНКЕВИЧ (Vankevich\_ev@tut.by), доктор экономических наук, профессор, проректор по научной работе Витебского государственного технологического университета (г. Витебск, Беларусь);*

*Кристина Игоревна КРАЕНКОВА (Kristina-zhavrnk@rambler.ru), ассистент кафедры экономики Витебского государственного технологического университета (г. Витебск, Беларусь).*

тересов граждан и организаций, разрешения споров и конфликтов, оказания юридической помощи, а также в иных целях, направленных на достижение общественных благ» [2].

Во-вторых, понимание *социального предпринимательства в широком смысле* как социальной ориентированной инновационной деятельности и в коммерческом, и в некоммерческом секторах [3].

В соответствии с представленным подходом субъектами социального предпринимательства могут быть как некоммерческие, так и коммерческие организации.

В свою очередь коммерческая организация — организация (юридическое лицо), деятельность которой направлена на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг [4].

Мировое развитие экономических и социальных взаимоотношений субъектов хозяйствования позволяет выделить три направления развития социального предпринимательства в бизнесе:

- некоммерческая деятельность, активно приносящая доход;
- коммерческая деятельность с корпоративной социальной ответственностью (КСО);
- социально ориентированные коммерческие проекты.

Некоммерческая деятельность, активно приносящая доход, должна служить достижению социальных целей, ради которых была создана некоммерческая организация, посредством ведения предпринимательской деятельности.

Коммерческая деятельность с корпоративной социальной ответственностью бизнеса, или бизнес с КСО — это концепция, в соответствии с которой организации учитывают интересы общества, беря на себя ответственность за влияние их деятельности на заказчиков, поставщиков, работников, акционеров, местные сообщества и прочие заинтересованные стороны общественной сферы. Это обязательство выходит за рамки установленного законом обязательства соблюдать законодательство и предполагает, что организации добровольно принимают дополнительные меры для повышения качества жизни работников и их семей, а также местного сообщества и общества в целом [5].

На наш взгляд, бизнес с КСО можно отнести к субъекту социального предпринимательства в том случае, если его деятельность направлена на защиту и поддержку социально незащищенных слоев населения (СНСН), решению социальных проблем общества.

Социально ориентированные проекты создаются для решения поставленной социальной проблемы и имеют непосредственное отношение к развитию социальной сферы, при этом они функционируют на принципе самофинансирования и самоокупаемости.

Итак, в мировой практике сформировались смешанные типы ведения бизнеса: некоммерческая деятельность, активно приносящая доход, коммерческая деятельность с корпоративной социальной ответственностью бизнеса и социально ориентированные проекты. Данные субъекты хозяйствования являются новой тенденцией современного развития организации и общества, которую можно трактовать как «социальное предпринимательство».

По Дизу, социальное предпринимательство — это применение лучших практик традиционного предпринимательства для достижения социальных целей или выполнения социальной миссии [6]. Г. Диз выделил пять факторов, определяющих социальное предпринимательство:

- принятие на себя миссии создания и поддержания социальной ценности (блага);
- выявление и использование новых возможностей для реализации выбранной миссии;
- осуществление непрерывного процесса инноваций, адаптации и обучения;

– решительность действий, не ограничиваемая располагаемыми ресурсами;  
 – высокая ответственность предпринимателя за результаты своей деятельности — как перед непосредственными клиентами, так и перед обществом [6].

Исследование подходов к определению социального предпринимательства показало, что в настоящее время нет единства среди ученых и практиков в отношении предмета социального предпринимательства (см. перечень).

### Перечень определений категории «социальное предпринимательство»

| <i>Автор</i>  | <i>Определение</i>  |
|---|---|
| Дж. Робинсон, Дж. Мэйр и<br>И. Марти, В. К. Литвак  | <i>Первый подход</i>  |
|   | Социальное предпринимательство как процесс решения социальных проблем   |
| И. В. Манахова, Фонд «Наше будущее», А. Г. Скларин, С. К. Альтер, Закон о развитии социального предпринимательства в Республике Корея от 07.01. 2007 г., Дж. Боши, Б. Б. Давронов, М. Юнус, А. Жоли, Дж. Керлин, Т. Бурмистрова, А. Маковская, Ш. Захра | <i>Второй подход</i>  |
|   | Социальное предпринимательство как баланс между коммерческой и некоммерческой деятельностью, направленных на решение социальных проблем                               |
| Н. Бунга, А. В. Гурина, О. Рябова   | <i>Третий подход</i>  |
|   | Социальное предпринимательство как направление развития среднего и малого бизнеса, главной целью которого является не получение прибыли, а решение социальных проблем |

*Примечание:* составлен нами на основе [7–23].

Первая группа авторов [7–9] в основу термина «социальное предпринимательство» вкладывает такое понятие, как процесс, который позволяет решить поставленную социальную проблему. Эта проблема может быть разрешена инновационным путем при применении современных инструментов и технологий традиционного предпринимательства.

Вторая группа авторов [10–20] подразумевает, что социальное предпринимательство указывает на баланс между коммерческой и некоммерческой деятельностью, которая направлена на решение социальных проблем и может способствовать повышению качества жизни, созданию рабочих мест и т. д. При этом деятельность может быть как предпринимательская (коммерческая), так и некоммерческая. Субъекты социального предпринимательства должны обладать следующими признаками: социальное воздействие, инновационность, самокупаемость и финансовая устойчивость, масштабируемость и тиражируемость, предпринимательский подход.

Третья группа авторов [21–23] говорит о социальном предпринимательстве в первую очередь, как о бизнесе, делая акцент на том, что это либо малый, либо средний бизнес, содействующий расширению спектра социальных услуг и трудоустройству незащищенных слоев населения. На второе место ставится выполнение социальных задач, чаще всего посредством полученной прибыли.

Как видим, направления социального предпринимательства многогранны. Правомерно выделить два критерия его классификации — социальная направленность деятельности и ориентация на прибыль, от степени выраженности и сочетания которых зависит выделение конкретных видов социального предпринимательства (рис. 1).

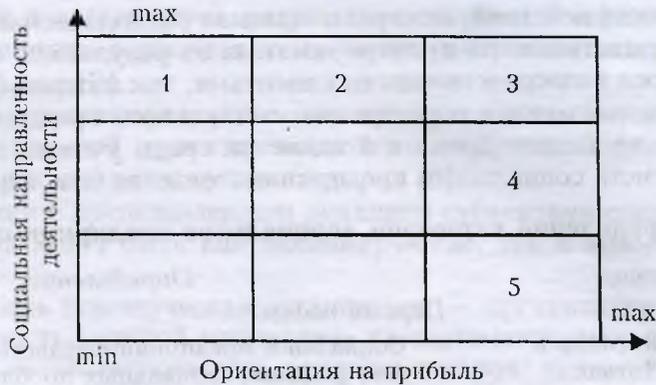


Рис. 1. Виды социального предпринимательства

В соответствии с данной классификацией правомерно выделить следующие виды социального предпринимательства:

- 1 — деятельность некоммерческих организаций;
- 2 — некоммерческая социально ориентированная деятельность, активно приносящая доход;
- 3 — социально ориентированные проекты коммерческих организаций;
- 4 — коммерческая деятельность с КСО;
- 5 — деятельность коммерческих организаций.

Логика разработки данной классификации следующая:

– некоммерческие социально ориентированные организации, активно приносящие доход, часть своих социальных задач решают посредством фандрайзинга и получения пожертвований, а часть — за счет коммерческой деятельности;

– социально ориентированные проекты предполагают решение поставленных задач за счет ведения предпринимательской деятельности на принципе стопроцентного самофинансирования;

– главной целью любой коммерческой организации является получение прибыли. Организации, применяющие в своей практике КСО, часть полученной прибыли направляют на решение важных социальных задач.

Однако стоит отметить, что ни одно из представленных в Перечне определений не позволяет провести четкую границу между социальным предпринимательством и другими экономическими агентами. Решению данной задачи, на наш взгляд, может способствовать разработка комплексного подхода к идентификации понятия «социальное предпринимательство», а также выявление границ его функционирования в экономической среде. Комплексность предлагаемого подхода обеспечивается сочетанием качественных критериев и количественных показателей (рис. 2).

В ходе анализа существующих исследований в области социального предпринимательства было выявлено несколько характерных признаков данного феномена: 1) социальное предпринимательство направлено на решение каких-либо социальных проблем или достижение социальных целей [24–30]; 2) социальное предпринимательство находится на стыке некоммерческого и коммерческого секторов экономики, следовательно, может принимать как форму НКО, так и коммерческую организационную форму [31–36]; 3) использование предпринимательского подхода в деятельности, т. е. создание финансовой самостоятельности, достижение социальной и экономической устойчивости. Организация получает прибыль и направляет ее на решение поставленных социальных задач, либо на развитие деятельности [31; 37–40]; 4) использование инноваций для решения социальных проблем [32; 35; 41–43]; 5) масштабируемость и тиражируемость деятельности субъекта социального предпринимательства [25; 39; 44].

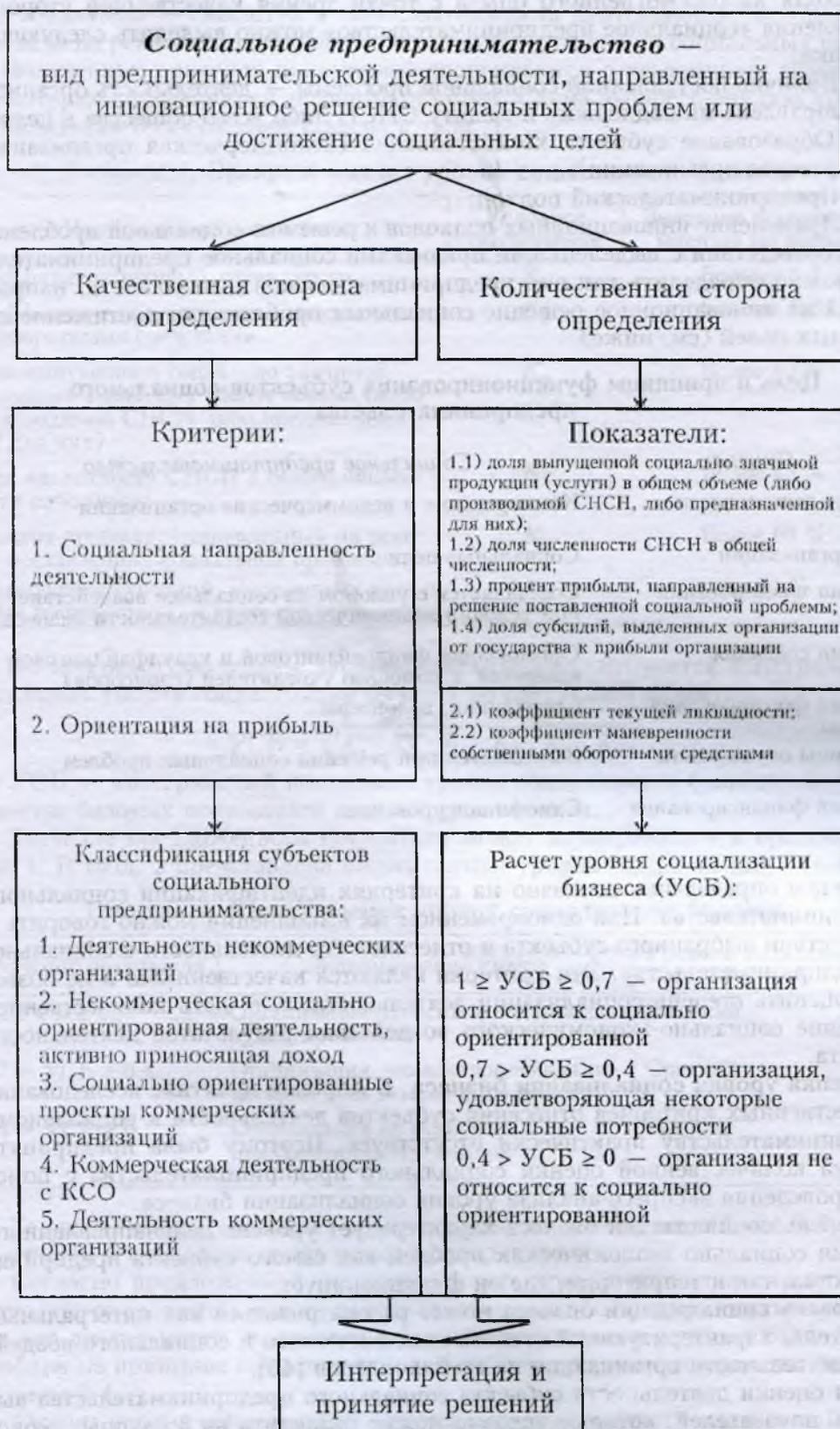


Рис. 2. Операционализация категории «Социальное предпринимательство» на основе комплексного подхода

Исходя из рассмотренного опыта с точки зрения качественной стороны определения «социальное предпринимательство» можно выделить следующие признаки:

1. Наличие поставленной социальной проблемы — деятельность организации направлена на поддержку и защиту СНСН либо всего общества в целом;
2. Образование субъекта хозяйствования (некоммерческая организация, коммерческая организация);
3. Предпринимательский подход;
4. Применение инновационных подходов к решению социальной проблемы.

В соответствии с выделенными признаками социальное предпринимательство можно определить как вид предпринимательской деятельности, направленный на инновационное решение социальных проблем или достижение социальных целей (см. ниже).

### Цель и принципы функционирования субъектов социального предпринимательства

| <i>Признак</i>               | <i>Социальное предпринимательство</i>  |
|------------------------------|--|
| Субъект деятельности         | Коммерческие и некоммерческие организации  |
| Цель организации             | Социальные цели  |
| Принцип планирования         | Составляется с уклоном на социальное воздействие при условии экономической состоятельности бизнеса |
| Принцип создания             | Организация фандрайзинговой и краудфандинговой кампании, с помощью учредителей (спонсоров)         |
| Принцип формирования команды | Сотрудники, волонтеры  |
| Принципы окупаемости         | Замедляется при решении социальных проблем   |
| Принцип финансирования       | Самофинансирование   |

Данное определение основано на критериях идентификации социального предпринимательства. При одновременном их выполнении можно говорить о соответствии выбранного субъекта и отнесения его деятельности к социальному предпринимательству. Эти критерии являются качественными и не позволяют оценить степень социализации деятельности, т. е. дать количественное измерение социально-экономического воздействия результатов деятельности субъекта.

**Оценка уровня социализации бизнеса.** В мировой практике исследование количественных критериев отнесения субъектов деятельности к социальному предпринимательству практически отсутствует. Поэтому была предпринята попытка количественной оценки социального предпринимательства с помощью проведения экспресс-анализа уровня социализации бизнеса.

Степень социализации бизнеса характеризует уровень целенаправленного решения социально-экономических проблем как самого субъекта предпринимательства, так и территории, где он функционирует.

Уровень социализации бизнеса может рассматриваться как интегральный показатель, характеризующий степень экономического и социального воздействия деятельности организации на стейкхолдеров [45].

Для оценки деятельности субъекта социального предпринимательства выбрано 6 показателей, которые условно можно разделить на 3 группы: экономические, социальные и бюджетные. Экономические показатели позволяют оценить финансовую самостоятельность организации, социальные и бюджет-

ные показатели — масштаб и самостоятельность деятельности, которая направлена на решение социальных проблем или достижения социальных целей.

Полученные значения показателей сравниваются с эталонными значениями, которые определяются экспертным путем. Схема экспресс-анализа уровня социализации бизнеса представлена в табл. 1.

*Таблица 1. Экспресс-анализ уровня социализации бизнеса*

| Наименование показателя  | Условное обозначение | Значение эталона (по мнению экспертов) |
|--|----------------------|--|
| Коэффициент текущей ликвидности  | $K_1$                | Больше 1,7                             |
| Коэффициент маневренности собственными оборотными средствами   | $K_2$                | Больше 0,3                             |
| Доля выпущенной социально значимой продукции (услуги) в общем объеме (либо производимой СНСН либо предназначенной для них) | $K_3$                | Более 40 %                             |
| Доля численности СНСН в общей численности работников   | $K_4$                | Более 25 %                             |
| Процент прибыли, направленный на решение поставленной социальной проблемы  | $K_5$                | Более 60 %                             |
| Соотношение субсидий, выделенных организации государством, и прибыли организации   | $K_6$                | До 30 %                                |

По итоговым значениям экспресс-анализа рассчитывается интегральный показатель уровня социализации бизнеса по следующей формуле:

$$УСБ = \sqrt[6]{K_1 \cdot K_2 \cdot K_3 \cdot K_4 \cdot K_5 \cdot K_6},$$

где УСБ — интегральный показатель уровня социализации бизнеса; 6 — количество базовых показателей для экспресс-анализа.

Значение предложенного показателя может варьироваться в пределах от 0 до 1. В табл. 2 представлена шкала оценки уровня социализации бизнеса.

*Таблица 2. Шкала оценки уровня социализации бизнеса*

| Значение показателя   | Экономический смысл   | Уровень социализации бизнеса |
|-----------------------|---|------------------------------|
| $1 \geq УСБ \geq 0,7$ | Организация относится к социально ориентированной             | Высокий                      |
| $0,7 > УСБ \geq 0,4$  | Организация, удовлетворяющая некоторые социальные потребности | Средний                      |
| $0,4 > УСБ \geq 0$    | Организация не относится к социально ориентированной          | Низкий                       |

Те организации, у которых уровень социализации бизнеса более 0,4, можно отнести к субъектам социального предпринимательства.

Согласно предложенной методике расчета уровня социализации бизнеса, авторское определение можно дополнить: социальное предпринимательство — это вид деятельности, направленный на инновационное решение социальных проблем на принципе самофинансирования при уровне социализации бизнеса не ниже 0,4.

Оценка уровня социализации бизнеса позволяет оценить степень выраженности социального предпринимательства и обосновать необходимый уровень его поддержки.

**Социальное предпринимательство в Республике Беларусь.** В Республике Беларусь на законодательном уровне отсутствует термин «социальное предпринимательство». Это обуславливает необходимость разработки нормативно-правового поля в данной сфере деятельности.

На основании выделенных критериев идентификации социального предпринимательства в 2016 г. НКО «ОДБ Брюссель» был проведен мониторинг потенциальных организаций в Республике Беларусь, которые могут являться субъектами социального предпринимательства.

По результатам исследования был составлен каталог субъектов социального предпринимательства, который насчитывает 204 организации [46]. Круг деятельности данных организаций достаточно обширен: производство промышленной и социально значимой продукции (44 %), оказание развлекательных и социально-психологических услуг (46 %), а также услуг в сфере культуры и спорта (10 %).

В большинстве организаций, включенных в каталог, работают люди с ограниченными возможностями. В Республике Беларусь созданы Общественные объединения «Белорусское общество глухих», «Белорусское товарищество инвалидов по зрению» и «Белорусское общество инвалидов», которые содействуют занятости данной категории граждан, их интеграции в современное общество. Эти организации имеют налоговые преференции, финансовую поддержку государства и т. д. Те субъекты социального предпринимательства, которые не используют труд людей с ограниченными возможностями, функционируют на общих основаниях и налоговых нагрузках, несмотря на имеющуюся социальную миссию в своей деятельности.

Социальное предпринимательство в Республике Беларусь находится на этапе зарождения, в связи с чем нет единого отношения к данному экономическому явлению. Создание каталога субъектов социального предпринимательства с использованием качественных критериев необходимо для его институционализации и закрепления на законодательном уровне.

Использование каталога позволило сгруппировать и классифицировать субъекты социального предпринимательства в Республике Беларусь. На основе разработанного комплексного подхода к его определению и рассчитывается показатель уровня социализации бизнеса за 2014–2016 гг. (табл. 3).

*Таблица 3. Оценка уровня социализации бизнеса в 2014–2016 гг.*

| Организация   | Год  |      |      | УСБ     |
|---------------|------|------|------|---------|
|               | 2014 | 2015 | 2016 |         |
| Организация 1 | 0,43 | 0,56 | 0,71 | Высокий |
| Организация 2 | 0,88 | 0,98 | 0,89 | Высокий |
| Организация 3 | 0,75 | 0,68 | 0,54 | Средний |

Согласно рассчитанным данным и предложенной шкале оценки уровня социализации бизнеса, выбранные организации можно отнести к субъектам социального предпринимательства.

Предложенная методика экспресс-анализа уровня социализации бизнеса позволит идентифицировать субъекты социального предпринимательства и дать количественное измерение социально-экономического воздействия результатов деятельности.

Так, данные показывают, что уровень социализации бизнеса в организации 1 и 2 растет, в организации 3 — снижается. Отнесение этих организаций к группе с высоким уровнем социализации бизнеса может служить основанием для предоставления государственной поддержки или определения льгот.

Таким образом, разработанный теоретический подход операционализации категории «социальное предпринимательство» позволил уточнить его сущность, обосновать перечень показателей для расчета уровня социализации бизнеса, который базируется на статистически доступных данных и позволяет измерить степень развития социального предпринимательства, оценить его уровень. Применение данного комплексного подхода обеспечивает объективность, сопоставимость оценок и простоту их использования для принятия решений целевыми группами.

### Литература и электронные публикации в Интернете

1. *Thompson, J.* The world of the social entrepreneur / J. Thompson // International Journal of Public Sector Management. — 2002. — N 15 (5). — P. 412–431.
2. Категорийный аппарат «Некоммерческая организация» [Электронный ресурс]. — 2017. — Режим доступа: [https://ru.wikipedia.org/wiki/ Некоммерческая\\_организация](https://ru.wikipedia.org/wiki/Некоммерческая_организация). — Дата доступа: 22.04.2017.
3. *Certo, S.* Social entrepreneurship: Key issues and concepts / S. Certo, T. Miller // Business Horizon. — 2008. — N 51 (4). — P. 267–271.
4. Категорийный аппарат «Коммерческая организация» [Электронный ресурс]. — 2017. — Режим доступа: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/54837>. — Дата доступа: 24.05.2017.
5. *Косуля, И. Ю.* Социальная ответственность: подходы к определению и анализу понятия [Электронный ресурс] / И. Ю. Косуля. — 2010. — Режим доступа: [http://www.sociology.kharkov.ua/socioprostir/files/magazine/1\\_2010/4\\_3\\_1.pdf](http://www.sociology.kharkov.ua/socioprostir/files/magazine/1_2010/4_3_1.pdf). — Дата доступа: 18.02.2017.
6. *Kosulya, I. Yu.* Sotsialnaya otvetstvennost: podhodyi k opredeleniyu i analizu ponyatiya [Social responsibility: approaches to the definition and analysis of the concept] [Elektronnyiy resurs] / I. Yu. Kosulya. — 2010. — Rezhim dostupa: [http://www.sociology.kharkov.ua/socioprostir/files/magazine/1\\_2010/4\\_3\\_1.pdf](http://www.sociology.kharkov.ua/socioprostir/files/magazine/1_2010/4_3_1.pdf). — Data dostupa: 18.02.2017.
7. *Dees, J.* The Meaning of Social Entrepreneurship. Stanford: Stanford University Graduate School of Business [Electronic resource] / J. Dees. — 1998. — Mode of access: [http://www.caseatduke.org/documents/dees\\_SE.pdf](http://www.caseatduke.org/documents/dees_SE.pdf). — Date of access: 11.04.2017.
8. *Робинсон, Дж.* Социальное предпринимательство: условия нужно не ждать, а создавать [Электронный ресурс] / Дж. Робинсон. — 2016. — Режим доступа: [http://opora-sozidanie.ru/?p=5329#.V-aC-\\_mLTIU](http://opora-sozidanie.ru/?p=5329#.V-aC-_mLTIU). — Дата доступа: 11.04.2017.
9. *Robinson, Dzh.* Sotsialnoe predprinimatelstvo: usloviya nuzhno ne zhdad, a sozdavat [Social entrepreneurship: conditions need not wait, but create] [Elektronnyiy resurs] / Dzh. Robinson. — 2016. — Rezhim dostupa: [http://opora-sozidanie.ru/?p=5329#.V-aC-\\_mLTIU](http://opora-sozidanie.ru/?p=5329#.V-aC-_mLTIU). — Data dostupa: 11.04.2017.
10. Обзор опыта и концепции социального предпринимательства с учетом возможности его применения в России [Электронный ресурс] / А. Московская и [др.]. — 2016. — Режим доступа: <https://www.hse.ru/data/378/039/1237/soc-pred.pdf>. — Дата доступа: 20.04.2017.
11. *Obzor opyita i kontseptsii sotsialnogo predprinimatelstva s uchetom vozmozhnosti ego primeneniya v Rossii* [Review of experience and concept of social entrepreneurship, taking into account the possibility of its application in Russia] [Elektronnyiy resurs] / A. Moskovskaya i [dr.]. — 2016. — Rezhim dostupa: <https://www.hse.ru/data/378/039/1237/soc-pred.pdf>. — Data dostupa: 20.04.2017.
12. *Литвак, В. К.* Маркетинговые исследования [Электронный ресурс] / В. К. Литвак. — 2016. — Режим доступа: <http://www.vk-msk.siteedit.ru>. — Дата доступа: 11.04.2017.
13. *Litvak, V. K.* Marketingovyye issledovaniya [Marketing research] [Elektronnyiy resurs] / V. K. Litvak. — 2016. — Rezhim dostupa: <http://www.vk-msk.siteedit.ru>. — Data dostupa: 11.04.2017.
14. *Манахова, И. В.* Социальное предпринимательство как экономическое явление / И. В. Манахова // Вестн. ПАГС. — 2011. — С. 166–177.
15. *Manahova, I. V.* Sotsialnoe predprinimatelstvo kak ekonomicheskoe yavlenie [Social entrepreneurship as an economic phenomenon] / I. V. Manahova // Vestn. PAGS. — 2011. — P. 166–177.

11. Фонд «Наше будущее» — фонд региональных и социальных программ [Электронный ресурс]. — 2017. — Режим доступа: <http://www.nb-fund.ru>. — Дата доступа: 18.04.2017.

12. Скарин, А. Г. Формы и виды социального предпринимательства / А. Г. Скарин // Вестн. ЮФУ. — 2015. — С. 3–10.

*Sknarin, A. G. Formy i vidy sotsialnogo predprinimatelstva* [Forms and types of social entrepreneurship] / A. G. Sknarin // Vestn. YuFU. — 2015. — P. 3–10.

13. Alter, S. K. Social Enterprise Typology / S. K. Alter. — Oregon: Virtue Ventures LLC. — 265 p.

14. Закон о развитии социального предпринимательства в Республике Корея от 07.01.2007 г. [Электронный ресурс]. — 2007. — Режим доступа: <http://www.law.go.kr/engLsInfoPWah.do?IsiSeq=78333>. — Дата доступа: 16.04.2017.

15. Boschee, J. Merging Italics and money: A board member's guide to social entrepreneurship / J. Boschee. — USA : The National Center for Nonprofit Boards, 1998. — 385 p.

16. Давронов, Б. Б. Развитие социального предпринимательства: зарубежный опыт и российские тенденции / Б. Б. Давронов, О. М. Чикова // Науч. журн. «Сервис Plus». — 2014. — № 1. — С. 36–46.

*Davronov, B. B. Razvitie sotsialnogo predprinimatelstva: zarubezhnyy opyt i rossiyskie tendentsii* [Development of social entrepreneurship: foreign experience and Russian trends] / B. B. Davronov, O. M. Chikova // Nauch. zhurn. «Servis Plus». — 2014. — N 1. — P. 36–46.

17. Kerlin, J. A. Social enterprise: a global comparison / J. A. Kerlin. — Medford, MA : Tufts University Press, 2009. — 211 p.

18. Бурмистрова, Т. Навстречу переменам [Электронный ресурс] / Т. Бурмистрова. — 2016. — Режим доступа: <http://www.social-idea.ru/montlynews/Podkhody-i-opredelenie-socialnogo-predprinimatelstva>. — Дата доступа: 17.04.2017.

*Burmistrova, T. Navstrechu peremenam* [Towards Change] [Elektronnyy resurs] / T. Burmistrova. — 2016. — Rezhim dostupa: <http://www.social-idea.ru/montlynews/Podkhody-i-opredelenie-socialnogo-predprinimatelstva>. — Data dostupa: 17.04.2017.

19. Маковская, А. Центр социального предпринимательства и социальных инноваций НИУ ВШЭ [Электронный ресурс] / А. Маковская. — Режим доступа: <http://www.social-idea.ru/montlynews/Podkhody-i-opredelenie-socialnogo-predprinimatelstva>. — Дата доступа: 11.07.2017.

*Makovskaya, A. Tsentri sotsialnogo predprinimatelstva i sotsialnykh innovatsiy NIU VShE* [Center for Social Entrepreneurship and Social Innovations at the Higher School of Economics] [Elektronnyy resurs] / A. Makovskaya. — Rezhim dostupa: <http://www.social-idea.ru/montlynews/Podkhody-i-opredelenie-socialnogo-predprinimatelstva>. — Data dostupa: 11.07.2017.

20. Typology of Social Entrepreneurs: motives, search processes and ethical challenges / S. Zahra [et al.] // Journal of Business Venturing. — 2009. — N 25 (5). — С. 519–532.

21. Бунта, Н. Социальное предпринимательство в Беларуси: жизнеспособные модели и секреты успеха [Электронный ресурс] / Н. Бунта // Центр экологических решений. — 2016. — Режим доступа: <http://ecoidea.by/blogs/379>. — Дата доступа: 14.04.2017.

*Bunta, N. Sotsialnoe predprinimatelstvo v Belarusi: zhiznesposobnyye modeli i sekrety uspeha* [Social Entrepreneurship in Belarus: Viable Models and Success Secrets] [Elektronnyy resurs] / N. Bunta // Tsentri ekologicheskikh resheniy. — 2016. — Rezhim dostupa: <http://ecoidea.by/blogs/379>. — Data dostupa: 14.04.2017.

22. Гурина, А. В. Проблемы социального предпринимательства в России и пути его реформирования / А. В. Гурина // Актуальные проблемы права: материалы IV междунар. науч. конф., Москва, нояб. 2015 г. — М. : Буки-Веди, 2015. — С. 91–93.

*Gurina, A. V. Problemy sotsialnogo predprinimatelstva v Rossii i puti ego reformirovaniya* [Problems of social entrepreneurship in Russia and ways of reforming it] / A. V. Gurina // Aktualnyye problemy prava: materialy IV mezhdunar. nauch. konf., Moskva, noyab. 2015 g. — M. : Buki-Vedi, 2015. — P. 91–93.

23. Рябова, О. Развитие социального бизнеса и предпринимательства [Электронный ресурс] / О. Рябова. — Режим доступа: <http://www.social-idea.ru/montlynews/Podkhody-i-opredelenie-socialnogo-predprinimatelstva>. — Дата доступа: 11.09.2017.

*Ryabova, O. Razvitie sotsialnogo biznesa i predprinimatelstva* [Development of social business and entrepreneurship] [Elektronnyy resurs] / O. Ryabova. — Rezhim dostupa: <http://www.social-idea.ru/montlynews/Podkhody-i-opredelenie-socialnogo-predprinimatelstva>. — Data dostupa: 11.09.2017.

24. *Alvord, S. H.* Social Entrepreneurship and Societal Transformation: An Exploratory Study / S. H. Alvord, D. L. Brown, C. W. Letts // *Journal of Applied Behavioural Science*. — 2004. — Vol. 40. — P. 260–282.
25. *Bornstein, D.* How to Change the World: Social Entrepreneurs and the Power of New Ideas / D. Bornstein. — Oxford, UK : Oxford University Press, 2004. — 185 p.
26. *Hartigan, P.* It's About People, Not Profits / P. Hartigan // *Business Strategy Review*. — 2006. — Vol. 17 (4). — P. 42–45.
27. *Korosec, R. L.* Municipal Support for Social Entrepreneurship / R. L. Korosec, E. M. Berman // *Public Administration Review*. — 2006. — Vol. 66 (3). — P. 448–462.
28. *Martin, R. J.* Social Entrepreneurship: The Case for a Definition / R. J. Martin, S. Osberg // *Stanford Social Innovation Review*. — 2007. — Vol. Spring. — P. 29–39.
29. *Robinson, J.* Navigating Social and Institutional Barriers to Markets: How Social Entrepreneurs Identify and Evaluate Opportunities / J. Robinson, J. Mair, K. Hockerts (eds.). *Social Entrepreneurship*. — Basingstoke, UK : Palgrave Macmillan, 2006. — 354 p.
30. *Sharir, M.* Gauging the Success of Social Ventures Initiated by Individual Social Entrepreneurship / M. Sharir, M. Lerner // *Journal of World Business*. — 2006. — Vol. 41. — P. 6–20.
31. *Austin, J.* Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both? / J. Austin, H. Stevenson, J. Wei-Skillern // *Entrepreneurship Theory & Practice*. — 2006. — Vol. 30. — P. 1–22.
32. *Dart, R.* The Legitimacy of Social Enterprise / R. Dart // *Nonprofit Management & Leadership*. — 2004. — Vol. 14 (4). — P. 411–424.
33. *Haugh, H.* Social Enterprise: Beyond Economic Outcomes and Individual Returns / H. Haugh ; J. Mair. et al. (eds.). *Social Entrepreneurship*. — Basingstoke, UK : Palgrave Macmillan, 2006.
34. *Hockerts, K.* Entrepreneurial Opportunity in Social Purpose business Ventures / K. Hockerts ; J. Mair. et al. (eds.). *Social Entrepreneurship*. — Basingstoke, UK : Palgrave Macmillan, 2006. — 478 p.
35. *Light, P. C.* Reshaping Social Entrepreneurship / P. C. Light // *Stanford Social Innovation Review*. — 2006. — Vol. Fall. — P. 46–51.
36. *Seelos, C.* Social Entrepreneurship: Creating New Business Models to Serve the Poor / C. Seelos, J. Mair // *Business Horizons*. — 2005. — Vol. 48. — P. 241–246.
37. *Cho, A. H.* Politics, Values and Social Entrepreneurship: A Critical Appraisal / A. H. Cho ; J. Mair. et al. (eds.). *Social Entrepreneurship*. — Basingstoke, UK : Palgrave Macmillan, 2006. — P. 34–56
38. *Harding, R.* Social Enterprise: the New Economic Engine? / R. Harding // *Business and Strategy Review*. — 2004. — Vol. 15 (4). — P. 39–43.
39. *Hibbert, S.* Social Entrepreneurship: Understanding Consumer Motives for Buying the Big Issue / S. Hibbert, G. Hogg, T. Quinn // *Journal of Consumer Behaviour*. — 2005. — Vol. 4 (3). — P. 159–172.
40. *Thompson, J. L.* The World of the Social Entrepreneur / J. L. Thompson // *The International Journal of Public Sector Management*. — 2002. — Vol. 15. — P. 412–431.
41. *Mair, J.* Social Entrepreneurship Research: a Source of Explanation, Prediction, and Delight / J. Mair, I. Marti // *Journal of World Business*. — 2006. — Vol. 41 (1). — P. 36–44.
42. *Peredo, A. M.* Social Entrepreneurship: A Critical Review of the Concept / A. M. Peredo, M. McLean // *Journal of World Business*. — 2006. — Vol. 41. — P. 56–65.
43. *Perrini, F.* Social Entrepreneurship: Innovation and Social Change Across Theory and Practice / F. Perrini, C. Vurro ; J. Mair. et al. (eds.). *Social Entrepreneurship*. — Basingstoke, UK : Palgrave Macmillan, 2006.
44. *Prabhu, G. N.* Social Entrepreneurship Leadership / G. N. Prabhu // *Career Development Internation*. — 1999. — Vol. 4 (3). — P. 140–145.
45. *Краенкова, К. И.* Социальное предпринимательство: понятие и оценка / К. И. Краенкова : материалы 49 междунар. науч.-практ. конф. преподавателей и студентов, Витебск, 27 апр. 2016 г. / Витеб. гос. технол. ун-т. ; ред. кол. А. А. Кузнецов [и др.]. — Витебск, 2016. — С. 160–162.
- Kraenkova, K. I.* Sotsialnoe predprinimatelstvo: ponyatie i otsenka [Social Entrepreneurship : Concept and Assessment] / K. I. Kraenkova : materialy 49 mezhdunar. nauch. prakt. konf. prepodavateley i studentov, Vitebsk, 27 apr. 2016 g. / Viteb. gos. tehnol. un-t. ; red. kol. A. A. Kuznetsov [i dr.]. — Vitebsk, 2016. — P. 160–162.
46. Официальный портал ОДБ Брюссель [Электронный ресурс]. — 2017. — Режим доступа: <https://by.odb-office.eu/>. — Дата доступа: 18.06.2017.

---

**ALENA VANKEVICH,  
KRISTINA KRAYENKOVA**

---

**SOCIAL ENTREPRENEURSHIP  
UNDER CURRENT CIRCUMSTANCES:  
ESSENCE AND EVALUATION METHODS**

---

**Author affiliation.** *Alena VANKEVICH* (Vankevich\_ev@tut.by), *Vitebsk State Technological University (Vitebsk, Belarus)*; *Kristina KRAYENKOVA* (Kristina-zhavrnk@rambler.ru), *Vitebsk State Technological University (Vitebsk, Belarus)*.

**Abstract.** The article substantiates the necessity of a complex approach to definition of the notion of «social entrepreneurship» which uses criteria for its identification and indicators that determine the level of business socialization. The comprehensive procedural approach to calculation of the level of business socialization is suggested which was tested in selected organizations of the Republic of Belarus.

**Keywords:** social entrepreneurship; social business entities; level of business socialization.

UDC: 338.22:316.4

---

*Статья поступила  
в редакцию 15.09. 2017 г.*