



# Экосистема социального предпринимательства в Республике Беларусь в контексте социально- экономического развития страны

**Краенкова К.И.<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Витебский государственный технологический университет, Витебск, Беларусь

## **АННОТАЦИЯ:**

Становление предпринимательской экосистемы является ключевой позицией в социально-экономическом развитии многих стран. Экосистема в предпринимательстве предполагает количественное развитие субъектов малого и среднего бизнеса, а также качественное развитие, которое включает в себя глубокие научно-фундаментальные исследования, формирование элементов инфраструктуры и др. В мировом пространстве есть много примеров позитивного опыта в развитии экосистемы предпринимательства. Однако ряд стран до сих пор находится на этапе ее становления. Республика Беларусь относится в той категории государств, которая вышла на количественный рост субъектов предпринимательства, но недостаточная развитость некоторых доменов экосистемы не дает ее качественного развития. За последнее десятилетие в стране было сделано много попыток в создании полноценного функционирующей предпринимательской экосистемы, которые проявились в организации множества предпринимательских конкурсов, венчурных фондов, работы ассоциаций и союзов и др. Предпринятые шаги повысили деловую инициативу многих граждан и субъектов хозяйствования, а также позволили сформировать благоприятные условия для ведения стандартного бизнеса. Однако глобализация экономики, рост проблем, стоящих перед человечеством, способствовали развитию отдельного сектора в экономике – социального предпринимательства. Что обуславливает актуальность выбранной темы и необходимость изучения фундаментальных и прикладных основ, так как в Республике Беларусь нет единого мнения по данному экономическому феномену, нет законодательной базы и четко выработанной позиции теоретиков и практиков.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** социальное предпринимательство, социально незащищенные слои населения, инфраструктура, экосистема

## **Ecosystem of social entrepreneurship in the Republic of Belarus in the context of socio-economic development**

**Kraenкова К.И.<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Vitebsk State Technological University, Vitebsk, Belarus

## Социальное предпринимательство как экономический феномен

**И**зучение исторического аспекта развития социального предпринимательства позволит сформировать целостную картину причин, факторов и предпосылок его развития в мировом сообществе. Сам термин «социальное предпринимательство» используется в экономической литературе относительно недавно, и общепризнанного определения не выработано. При этом понятие «предпринимательство» впервые было рассмотрено Р. Кантillionом в работе «Опыт о природе торговли» (1755), где была изложена концепция предпринимательства, в которой оно определялось «как вид доходной деятельности, стимулирующий экономический прогресс благодаря поиску новых и наиболее эффективных путей реализации деловых инициатив [1] (Cantillon, 1755). Й. Шумпетер сформировал концепцию создания стоимости, характеризуя в ней предпринимательство как силу, обеспечивающую эко-

### **ABSTRACT:**

An entrepreneurial ecosystem is a key factor of the socio-economic development of many countries. The ecosystem in entrepreneurship involves the quantitative development of small and medium-sized businesses, as well as qualitative development, which includes deep scientific and fundamental research, the formation of infrastructure elements, etc. There are many examples of positive experience in the development of the entrepreneurship ecosystem in the global space. However, a number of countries are still at the stage of its formation. The Republic of Belarus belongs to the category of states that has entered the quantitative growth of business entities, but the lack of development of some domains of the ecosystem does not allow its qualitative development. Over the past decade, many attempts have been made in the country to create an effective entrepreneurial ecosystem. These attempts included organization of entrepreneurial contests, venture funds, associations and unions, etc. The steps taken have increased the business initiative of many citizens and business entities, and also allowed creating favorable conditions for conducting standard business. However, the globalization of the economy and the growth of the problems facing humanity contributed to the development of social entrepreneurship as a separate sector in the economy. This determines the relevance of the chosen topic and the need to study its fundamental and applied foundations, because there is no consensus on this economic phenomenon in the Republic of Belarus, and there is no legislative framework and a clearly developed position of theorists and practitioners.

**KEYWORDS:** social entrepreneurship, socially vulnerable population, infrastructure, ecosystem

**JEL Classification:** H54, L31, Q56, Q57

**Received:** 24.12.2021 / **Published:** 31.03.2022

© Authors / Publication: CREATIVE ECONOMY Publishers

For correspondence: Kraenkova K.I. (kristinakraenkova@gmail.com)

### **CITATION:**

Kraenkova K.I. (2022) Ekosistema sotsialnogo predprinimatelstva v Respublike Belarus v kontekste sotsialno-ekonomicheskogo razvitiya strany [Ecosystem of social entrepreneurship in the Republic of Belarus in the context of socio-economic development]. *Sotsialnoe predprinimatelstvo i korporativnaya sotsialnaya otvetstvennost*. 3. (1). – 49–62. doi: [10.18334/social.3.1.114537](https://doi.org/10.18334/social.3.1.114537)

номический прогресс. Й. Шумпетер утверждал, что основополагающие элементы коммерческой деятельности – это предпринимательский подход, выявление бизнес-возможности и ее реализация через инновационное развитие [2, с. 214] (*Schumpeter, 1908, p. 214*). Французский экономист Ж.-Б. Сэй определял предпринимательство как «экономическую деятельность, осуществляющую посредством постоянного комбинирования факторов, направленную на эффективное использование ресурсов и получение наивысших результатов» [3, с. 146] (*Sey, 2000, p. 146*). Й. Шумпетер поддерживал идею социальных инноваций через предпринимательскую деятельность. Научные учения Ж.-Б. Сэя и Й. Шумпетера стали основной для формирования современной концепции социального предпринимательства.

В узком смысле социальное предпринимательство рассматривается как способ получения дохода некоммерческими организациями с использованием инновационных решений [4, с. 415] (*Thompson, 2002, p. 415*). В этом определении в качестве субъекта социального предпринимательства выделяется некоммерческая организация. В свою очередь, некоммерческая организация 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 интересов граждан и организаций, разрешения споров и конфликтов, оказания юридической помощи, а также в иных целях, направленных на достижение общественных благ» [5].

В широком смысле под социальным предпринимательством понимают вид социально ориентированной инновационной деятельности [6] (*Certo, Miller, 2008*). В соответствии с таким подходом субъектами социального предпринимательства могут быть некоммерческие 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 [7].

## ОБ АВТОРЕ:

**Краенкова Кристина Игоревна**, старший преподаватель кафедры экономики, м.э.н. (kristinakraenkova@gmail.com)

## ЦИТИРОВАТЬ СТАТЬЮ:

Краенкова К.И. Экосистема социального предпринимательства в Республике Беларусь в контексте социально-экономического развития страны // Социальное предпринимательство и корпоративная социальная ответственность. – 2022. – Том 3. – № 1. – С. 49–62. doi: [10.18334/social.3.1.114537](https://doi.org/10.18334/social.3.1.114537)

Таким образом, в авторском понимании социальное предпринимательство – это активность граждан или субъектов хозяйствования, направленная на решение социальных проблем социально незащищенных слоев населения или всего общества в целом (с учетом географической границы решаемой проблемы) с помощью организации предпринимательской деятельности.

К основным характерным признакам социального предпринимательства можно отнести:

- объект деятельности социального предпринимательства – социально незащищенные слои населения [8, с. 56] (*Kraenkova, Vankevich, 2020, p. 56*);
- способность социального предпринимательства принимать как форму некоммерческих организаций, так и коммерческую организационную форму [9–14] (*Seelos, Mair, 2005; Cho A.H. (eds.), 2006; Harding, 2004; Hibbert, Hogg, Quinn, 2005; Leoutre, Justo, Terjesen, Bosma, 2013; Zaytsev, Kozel, Titok, 2018*);
- направленность на решение социальных проблем или достижение социальных целей для социально незащищенных слоев населения [15–23] (*Bunta, 2021; Gurina, 2015; Kikal, 2014; Alvord, Brown, Letts, 2004; Bornstein, 2004; Hartigan, 2006; Korosec, Berman, 2006; Peredo, McLean, 2006*);
- масштабируемость и тиражируемость деятельности субъекта социального предпринимательства [10, 14, 23] (*Cho (eds.), 2006; Zaytsev, Kozel, Titok, 2018; Peredo, McLean, 2006*);
- использование инноваций для решения социальных проблем [14, 23–27] (*Zaytsev, Kozel, Titok, 2018; Peredo, McLean, 2006; Perrini, Vurro, Mair, Robinson, Hockerts (eds.), 2006; Prabhu, 1999; Bacq, Janssen, 2011; Vetrova, 2015*);
- использование предпринимательского подхода в деятельности, то есть создание финансовой самостоятельности, достижение социальной и экономической устойчивости. Организация получает прибыль и направляет ее на решение поставленных социальных задач либо на развитие деятельности [11–14, 28, 29] (*Harding, 2004; Hibbert, Hogg, Quinn, 2005; Leoutre, Justo, Terjesen, Bosma, 2013; Zaytsev, Kozel, Titok, 2018; Mair, Marti, 2006; Nevskaia, 2014*).

История становления социального предпринимательства легла в основу всеобщего понимания необходимости проведения политики обеспечения социальной стабильности общества как комплекса мер, направленных на решение проблем в социальной сфере, которые являются своего рода индикатором уровня социально-экономического развития мира, страны или региона. Практика показывает, что государство, современные экономические институты и общественные организации могут удовлетворять потребности граждан, обеспечивать рост уровня жизни и национального благосостояния только совместно с частными структурами. Общественные структуры в этом взаимодействии выступают посредниками, которые аккумулируют возможности и собранные средства между нуждающимися в этой помощи

и теми, кто готов помочь. Благотворительные пожертвования являются главным источником помощи в ситуациях катастроф и иных экстремальных обстоятельствах. Но они не способны финансировать длительные программы. Вместе с тем с каждым годом увеличивается численность социально незащищенных слоев населения, обостряются экологические и социальные проблемы, которые нуждаются в постоянном контроле и способах решения. Иными словами, государству необходимо наладить механизм постоянной поддержки социальных проблем, привлекая разные способы и методы коммуникации между нуждающимися в этой поддержке и теми, кто может ее предоставить. Повышенный интерес к социальному предпринимательству способствовал развитию поддержки инфраструктуры его субъектов. В мире создаются информационные, краудфандинговые, культурные и консалтинговые платформы.

Перечисленные обстоятельства привели к активному взаимодействию государства как регулирующего органа и синтеза между предпринимательской (коммерческой) и благотворительной (некоммерческой) деятельностью, которые в современном экономическом пространстве называют социальным предпринимательством. Однако для успешного функционирования любой предпринимательской среды необходимо создание ее экосистемы.

Экосистема социального предпринимательства – это экономическое сообщество взаимосвязанных субъектов и институтов, выступающих катализатором взаимодействия участников через материальную и нематериальную составляющую с целью создания благоприятной среды для работы и жизнедеятельности социально незащищенных слоев населения [8, с. 63] (Kraenкова, Vankevich, 2020, p. 63).

На рисунке 1 представлена экосистема социального предпринимательства, каждый элемент которой вносит важный вклад в ее развитие и повышает эффективность функционирования субъектов социального предпринимательства.



Рисунок 1. Экосистема социального предпринимательства

Источник: составлено автором.

Экосистема социального предпринимательства включает в себя взаимоотношение и взаимодействие государства, частного сектора, представителей социального предпринимательства и других субъектов инфраструктуры.

Таким образом, для развития социального предпринимательства как отдельного сектора деятельности необходимо четкое представление его сущности, определение состава объектов и субъектов, формирование элементов инфраструктуры, которые при правильном взаимодействии позволят создать полноценный комплекс, называемый экосистемой социального предпринимательства.

## Практические аспекты формирования экосистемы социального предпринимательства в Республике Беларусь

**В** Республике Беларусь отдельные аспекты социального предпринимательства активно развивались с 70-х гг. XX века. Однако активное его становление наблюдается в последнее пятилетие.

Научно-исследовательский институт труда Министерства труда и социальной защиты населения в 2017–2018 гг. выполнял задание ГПНИ «Экономика и гуманистическое развитие белорусского общества» на тему «Разработка теоретико-методологических подходов и прикладных инструментов управления человеческими ресурсами в современной организации», направленное на первичный сбор информации о социальном предпринимательстве в стране. В 2018 г. был запущен проект по разработке Концепции Закона Республики Беларусь «О социальном предпринимательстве в Республике Беларусь», который включает в себя цели и задачи, определение сущности социального предпринимательства, оценку предложений заинтересованных государственных органов и иных организаций, обзор деятельности субъектов социального предпринимательства. В 2021 г. при поддержке ПРООН был запущен проект «Сотрудничество для Импакта», в выборочное наблюдение которого попали 82 субъекта социального предпринимательства. По представленным анкетам можно было оценить направления и результаты деятельности субъектов, способы взаимодействия со стейкхолдерами и др. Результаты исследования были представлены на IV форуме социального бизнеса в Республике Беларусь, который проходил 1–2 июля 2021 г.

Частные инициативы в стране также активно развиваются социальное предпринимательство:

- консалтинговое учреждение «Социальные технологии бизнеса» – некоммерческая организация, целью деятельности которой является содействие созданию и развитию субъектов социального предпринимательства и деловых инициатив, направленных на удовлетворение актуальных потребностей социально уязвимых категорий населения;

- ОДБ «Брюссель» – некоммерческая организация, занимающаяся исследованиями в области поддержки социальных проектов граждан Республики Беларусь;
- отдельные авторы в рамках их научных исследований проблематики КСО (Симхович В.А., Елецких Т.В.), развития социального предпринимательства в Республике Беларусь (В.В. Зайцев, Т.А. Козел, И.В. Титок).

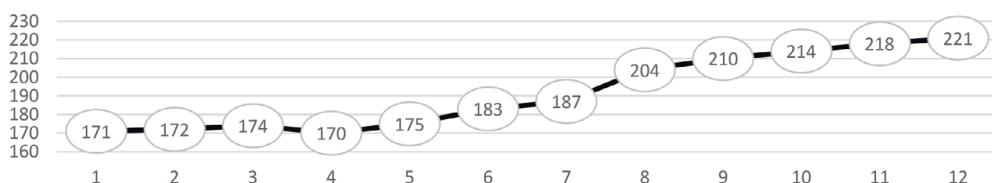
Данные инициативы формируют определенную информационную и культурную базу социального предпринимательства в Республике Беларусь.

Однако отсутствие специализированных организаций, которые занимаются изучением социального предпринимательства, ограничивает возможность реализации международного сотрудничества в сфере исследований по изучению зарубежного опыта становления социального предпринимательства и утверждение его института в национальной практике. Данный факт подтверждает актуальность и необходимость проведения статистических исследований в данной области.

В исследовании вопросов социального предпринимательства в Республике Беларусь правомерно выделить два направления: первое сосредоточено на изучении развития инфраструктуры социального предпринимательства [30, 31] (*Mintzberg, 1982; Lumpkin, Dess, 1996*), второе – на объектах социального предпринимательства [32, 33] (*Bentam, 1907; Bogdan, 2015*), основанные на изучении поведения социально незащищенных слоев населения на рынке труда.

Эмпирической базой для статистической оценки деятельности субъектов в Республике Беларусь стал мониторинг ОДБ «Брюссель» (2015 г.), единичные исследования субъектов социального предпринимательства (январь 2018 г. – декабрь 2020 г.), частично были взяты результаты исследования в рамках проекта «Сотрудничество для Импакта» при поддержке ПРООН в Республике Беларусь (2021 г.).

Статистическая оценка социального предпринимательства в Республике Беларусь позволила дополнить составленный каталог субъектов социального предпринимательства и включить в него дополнительно организации (рис. 2).



**Рисунок 2.** Динамика числа субъектов социального предпринимательства в Республике Беларусь, ед.

Источник: составлено автором.

Проведенное исследование позволило составить каталог субъектов социального предпринимательства, на основании которого все субъекты социального предпринимательства сгруппированы по видам экономической деятельности (табл. 1), включая разделение на производство и услуги.

Таблица 1  
Группировка видов экономической деятельности

| Услуги | Вид деятельности, ед.                      |     |   |    | производство |
|--------|--|-----|---|----|--------------|
|        | строительно-монтажные работы               | 50  | швейно-трикотажное производство                           | 27 |              |
|        | электрофизические измерения, электромонтаж | 16  | производство электробытовых и хозяйственных товаров       | 19 |              |
|        | полиграфические услуги                     | 9   | производство металлических изделий конструкций            | 12 |              |
|        | организация отдыха и оздоровления          | 19  | производство полиэтиленовой пленки, пластмассовых изделий | 12 |              |
|        | прочее                                     | 31  | мебельное производство                                    | 4  |              |
|        |  |     | прочее  | 23 |              |
|        | Итого                                      | 124 | Итого   | 97 |              |

Источник: составлено автором.

Виды экономической деятельности субъектов социального предпринимательства в сфере производства в Республике Беларусь достаточно многообразны, число субъектов составило 97 ед. Наиболее распространенный вид деятельности в производстве – трикотажно-швейное производство и производство компьютеров, оборудования электронного и оптического, на их долю приходится около 50% субъектов социального предпринимательства.

Оценка основных видов услуг выявила, что около 40% из них приходится на строительно-монтажные работы, также значительное их количество приходится на услуги в области физической культуры и спорта.

В настоящее время развивается активное сотрудничество между субъектами социального предпринимательства, государственными, общественными объединениями в области развития инфраструктуры и информационной поддержки. Однако направления развития социального предпринимательства в Республике Беларусь

показывают его однополюсность. Те субъекты социального предпринимательства, которые используют труд людей с ограниченными возможностями, имеют поддержку государства, остальные субъекты функционируют на общих основаниях.

На рисунке 3 представим экосистему социального предпринимательства в Республике Беларусь с цветовым отражением уровня развития его отдельных элементов (зеленый – достаточно развит, голубой – имеются определенные регулирующие инструменты, красный – не регулируется, не развит).



Рисунок 3. Экосистема социального предпринимательства в Республике Беларусь

Источник: составлено автором.

Экосистема социального предпринимательства в Республике Беларусь имеет свои особенности. Следует отметить достаточно хороший уровень развития информационной и культурной базы и практически полное отсутствие законодательного регулирования социального предпринимательства в стране, что приводит к неточности определения и трактования отдельных его структурных элементов (например, состава объектов и субъектов). Низкий уровень финансовых институтов, финансирующих социальные инициативы, также является сдерживающим барьером в становлении социального предпринимательства в стране.

Таким образом, в Республике Беларусь субъекты социального предпринимательства не выделены в отдельный сектор экономики, объекты социального предпринимательства не имеют четко зарегистрированного состава. Это затрудняет статистическое изучение, определение форм и видов социального предпринимательства и обуславливает необходимость разработки методического подхода к идентификации

и оценке субъектов социального предпринимательства, что будет способствовать созданию соответствующего нормативного правового поля, развитию рынка социального инвестирования, а также повышению уровня узнаваемости.

## ИСТОЧНИКИ:

1. Cantillon R. *Essai sur la nature du commerce en general*. – Londres: Chez Fletcher Gyles, 1755. – 250 p.
2. Schumpeter J. *On the Concept of Social Value* // *Quarterly Journal of Economics*. – 1908. – p. 213–232.
3. Сэй Ж.-Б. Трактат по политической экономии. Экономические софизмы. Экономические гармонии. – Москва: Дело, 2000. – 251 с.
4. Thompson J. The world of the social entrepreneur // *International Journal of Public Sector Management*. – 2002. – № 5. – p. 412–431. – doi: 10.1108/09513550210435746.
5. Категориальный аппарат «Некоммерческая организация» Гражданский Кодекс Республики Беларусь 218–3 от 07.12.1998 г. статья 46. Kodeksy-by.com. [Электронный ресурс]. URL: [http://kodeksy-by.com/grazhdanskij\\_kodeks\\_rb/46.htm](http://kodeksy-by.com/grazhdanskij_kodeks_rb/46.htm) (дата обращения: 24.10.2021).
6. Certo S., Miller T. Social entrepreneurship: Key issues and concepts // *Business Horizons*. – 2008. – № 4. – p. 267–271. – doi: 10.1016/j.bushor.2008.02.009.
7. Категориальный аппарат «Коммерческая организация»: Гражданский Кодекс Республики Беларусь 218–3 от 07.12.1998 г. статья 46. Kodeksy-by.com. [Электронный ресурс]. URL: [http://kodeksy-by.com/grazhdanskij\\_kodeks\\_rb/46.htm](http://kodeksy-by.com/grazhdanskij_kodeks_rb/46.htm) (дата обращения: 24/10/2021).
8. Краенкова К.И., Ванкевич Е.В. Социальное предпринимательство: социально-экономическая основа и концепция развития в Республике Беларусь // Белорусский экономический журнал. – 2020. – № 4. – с. 52–65. – doi: 10.46782/1818–4510–2020–4–52–65.
9. Seelos C., Mair J. Social Entrepreneurship: Creating New Business Models to Serve the Poor // *Business Horizons*. – 2005. – № 3. – p. 241–246. – doi: 10.1016/j.bushor.2004.11.006.
10. Cho A.H. (eds.) *Politics, Values and Social Entrepreneurship: A Critical Appraisal*. – Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan, 2006. – 34–56 p.
11. Harding R. Social Enterprise: the New Economic Engine // *Business Strategy Review*. – 2004. – № 4. – p. 39–43. – doi: 10.1111/j.0955–6419.2004.00338.x.
12. Hibbert S., Hogg G., Quinn T. Social Entrepreneurship: Understanding Consumer Motives for Buying The Big Issue // *Journal of Consumer Behaviour*. – 2005. – № 3. – p. 159–172. – doi: 10.1002/cb.6.
13. Leoutre J., Justo R., Terjesen S., Bosma N. Designing a global standardized methodology for measuring social entrepreneurship activity: the Global Entrepreneurship Monitor social entrepreneurship study // *Small Business Economics*. – 2013. – № 3. – p. 693–714. – doi: 10.1007/s11187–011–9398–4.

14. Зайцев В.В., Козел Т.А., Титок И.В. Социальное предпринимательство в Республике Беларусь и зарубежных странах: проблемы развития // Экономический бюллетень НИЭИ Министерства экономики Республики Беларусь. – 2018. – № 9. – с. 47–58.
15. Бунта Н. Социальное предпринимательство в Беларуси: жизнеспособные модели и секреты успеха. Центр экологических решений. [Электронный ресурс]. URL: <http://ecoidea.by/blogs/379> (дата обращения: 04.11.2021).
16. Гурина А.В. Проблемы социального предпринимательства в России и пути его реформирования // Актуальные проблемы права: материалы IV междунар. науч. конф. Москва, 2015. – с. 91–93.
17. Рябова О. Развитие социального бизнеса и предпринимательства. Social-idea.ru. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.social-idea.ru/montlynews/Podkhody-i-opredelenie-socialnogo-predprinimatelstva> (дата обращения: 11.10.201).
18. Кикал Дж. Социальное предпринимательство: миссия – сделать мир лучше. / Пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер, 2014. – 304 с.
19. Alvord S.H., Brown D.L., Letts C.W. Social Entrepreneurship and Societal Transformation: An Exploratory Study // The Journal of Applied Behavioural Science. – 2004. – № 3. – p. 260–282. – doi: 10.1177/0021886304266847.
20. Bornstein D. How to Change the World: Social Entrepreneurs and the Power of New Ideas. – Oxford, UK: Oxford University Press, 2004. – 185 p.
21. Hartigan P. It's About People, Not Profits // Business Strategy Review. – 2006. – № 4. – p. 42–45. – doi: 10.1111/j.0955-6419.2006.00433.x.
22. Korosec R.L., Berman E.M. Municipal Support for Social Entrepreneurship // Public Administration Review. – 2006. – № 3. – p. 448–462. – doi: 10.1111/j.1540-6210.2006.00601.x.
23. Peredo A.M., McLean M. Social Entrepreneurship: A Critical Review of the Concept // Journal of World Business. – 2006. – p. 56–65. – doi: 10.1016/j.jwb.2005.10.007.
24. Perrini F., Vurro C., Mair J., Robinson J., Hockerts K. (eds.) Social Entrepreneurship: Innovation and Social Change Across Theory and Practice. – Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan, 2006. – 57–85 p.
25. Prabhu G.N. Social Entrepreneurship Leadership // Career Development International. – 1999. – № 3. – p. 140–145. – doi: 10.1108/13620439910262796.
26. Bacq S., Janssen F. Politics, Values and Social Entrepreneurship: A Critical Appraisal // Entrepreneurship & Regional Development. – 2011. – № 5–6. – p. 373–403.
27. Ветрова Е.А. Социальное предпринимательство как фактор социально-экономического развития общества // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2015. – № 1(141). – с. 20–24.
28. Mair J., Marti I. Social Entrepreneurship Research: a Source of Explanation, Prediction, and Delight // Journal of World Business. – 2006. – № 1. – p. 36–44. – doi: 10.1016/j.jwb.2005.09.002.

29. Невская Н.А. [Индикаторы макроэкономических прогнозов в условиях цикличности экономики](#) // Экономика и предпринимательство. – 2014. – № 4–2(45). – с. 52–56.
30. Mintzberg H. [Tracking strategy in an entrepreneurial firm](#) // Academy of management Journal. – 1982. – p. 465–499. – doi: 10.2307/256075.
31. Lumpkin G.T., Dess G.G. [Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance](#) // Academy of management. – 1996. – p. 135–172. – doi: 10.5465/amr.1996.9602161568.
32. Бентам И. Техника законодательных собраний. – Санкт-Петербург: Сириус, 1907. – 186 с.
33. Богдан Н.И. [Социализация инновационной политики: мировые тренды и вызовы для Беларусь](#) // Белорусский экономический журнал. – 2015. – № 3(72). – с. 4–22.

## REFERENCES:

- Alvord S.H., Brown D.L., Letts C.W. (2004). *Social Entrepreneurship and Societal Transformation: An Exploratory Study Journal of Applied Behavioural Science*. 40 (3). 260–282. doi: [10.1177/0021886304266847](https://doi.org/10.1177/0021886304266847).
- Bacq S., Janssen F. (2011). *Politics, Values and Social Entrepreneurship: A Critical Appraisal Entrepreneurship & Regional Development*. 23 (5–6). 373–403.
- Bentam I. (1907). *Taktika zakonodatelnyh sobraniy* [Tactics of legislative assemblies] Saint Petersburg: Sirius. (in Russian).
- Bogdan N.I. (2015). *Sotsializatsiya innovatsionnoy politiki: mirovye trendy i vyzovy dlya Belarusi* [Socialization of innovation policy: global trends and challenges for Belarus]. *Belorusskiy ekonomicheskiy zhurnal*. (3(72)). 4–22. (in Russian).
- Bornstein D. (2004). *How to Change the World: Social Entrepreneurs and the Power of New Ideas* Oxford, UK: Oxford University Press.
- Cantillon R. (1755). *Essai sur la nature du commerce en general* Londres: Chez Fletcher Gyles.
- Certo S., Miller T. (2008). *Social entrepreneurship: Key issues and concepts* *Business Horizon*. 51 (4). 267–271. doi: [10.1016/j.bushor.2008.02.009](https://doi.org/10.1016/j.bushor.2008.02.009).
- Cho A.H. (eds.) (2006). *Politics, Values and Social Entrepreneurship: A Critical Appraisal* Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan.
- Gurina A.V. (2015). *Problemy sotsialnogo predprinimatelstva v Rossii i puti ego reformirovaniya* [Problems of social entrepreneurship in Russia and ways of its reform] *Actual problems of law*. 91–93. (in Russian).
- Harding R. (2004). *Social Enterprise: the New Economic Engine Business and Strategy Review*. 15 (4). 39–43. doi: [10.1111/j.0955-6419.2004.00338.x](https://doi.org/10.1111/j.0955-6419.2004.00338.x).

- Hartigan P. (2006). *It's About People, Not Profits Business Strategy Review.* 17 (4). 42–45. doi: [10.1111/j.0955-6419.2006.00433.x](https://doi.org/10.1111/j.0955-6419.2006.00433.x).
- Hibbert S., Hogg G., Quinn T. (2005). *Social Entrepreneurship: Understanding Consumer Motives for Buying The Big Issue Journal of Consumer Behaviour.* 4 (3). 159–172. doi: [10.1002/cb.6](https://doi.org/10.1002/cb.6).
- Kikal Dzh. (2014). *Sotsialnoe predprinimatelstvo: missiya – sdelat mir luchshe* [Social entrepreneurship: mission – to make the world a better place] M.: Alpina Publisher. (in Russian).
- Korosec R.L., Berman E.M. (2006). *Municipal Support for Social Entrepreneurship Public Administration Review.* 66 (3). 448–462. doi: [10.1111/j.1540-6210.2006.00601.x](https://doi.org/10.1111/j.1540-6210.2006.00601.x).
- Kraenkova K.I., Vankevich E.V. (2020). *Sotsialnoe predprinimatelstvo: sotsialno-ekonomicheskaya osnova i kontseptsiya razvitiya v Respublike Belarus* [Social entrepreneurship: socio-economic bases and areas of development in the republic of belarus]. *Belorusskiy ekonomicheskiy zhurnal.* (4). 52–65. (in Russian). doi: [10.46782/1818-4510-2020-4-52-65](https://doi.org/10.46782/1818-4510-2020-4-52-65).
- Leoutre J., Justo R., Terjesen S., Bosma N. (2013). *Designing a global standardized methodology for measuring social entrepreneurship activity: the Global Entrepreneurship Monitor social entrepreneurship study Small Business Economics.* 40 (3). 693–714. doi: [10.1007/s11187-011-9398-4](https://doi.org/10.1007/s11187-011-9398-4).
- Lumpkin G.T., Dess G.G. (1996). *Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance.* 135–172. doi: [10.5465/amr.1996.9602161568](https://doi.org/10.5465/amr.1996.9602161568).
- Mair J., Marti I. (2006). *Social Entrepreneurship Research: a Source of Explanation, Prediction, and Delight Journal of World Business.* 41 (1). 36–44. doi: [10.1016/j.jwb.2005.09.002](https://doi.org/10.1016/j.jwb.2005.09.002).
- Mintzberg H. (1982). *Tracking strategy in an entrepreneurial firm Academy of management Journal.* 465–499. doi: [10.2307/256075](https://doi.org/10.2307/256075).
- Nevskaia N.A. (2014). *Indikatory makroekonomiceskikh prognozov v usloviyah tsiklichnosti ekonomiki* [Macroeconomic forecast indicators of economy cycle]. *Journal of Economy and Entrepreneurship.* (4–2(45)). 52–56. (in Russian).
- Peredo A.M., McLean M. (2006). *Social Entrepreneurship: A Critical Review of the Concept Journal of World Business.* 41 56–65. doi: [10.1016/j.jwb.2005.10.007](https://doi.org/10.1016/j.jwb.2005.10.007).
- Perrini F., Vurro C., Mair J., Robinson J., Hockerts K. (eds.) (2006). *Social Entrepreneurship: Innovation and Social Change Across Theory and Practice* Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan.

- Prabhu G.N. (1999). *Social Entrepreneurship Leadership Career Development Internation*. 4 (3). 140–145. doi: [10.1108/13620439910262796](https://doi.org/10.1108/13620439910262796).
- Schumpeter J. (1908). *On the Concept of Social Value Quarterly Journal of Economics*. 23 213–232.
- Seelos C., Mair J. (2005). *Social Entrepreneurship: Creating New Business Models to Serve the Poor Business Horizons*. 48 (3). 241–246. doi: [10.1016/j.bushor.2004.11.006](https://doi.org/10.1016/j.bushor.2004.11.006).
- Sey Zh.–B. (2000). *Traktat po politicheskoy ekonomii. Ekonomicheskie sofizmy. Ekonomicheskie garmonii* [A treatise on political economy. Economic sophisms. Economic harmonies] Moscow: Delo. (in Russian).
- Thompson J. (2002). *The world of the social entrepreneur International Journal of Public Sector Management*. 15 (5). 412–431. doi: [10.1108/09513550210435746](https://doi.org/10.1108/09513550210435746).
- Vetrova E.A. (2015). *Sotsialnoe predprinimatelstvo kak faktor sotsialno–ekonomiceskogo razvitiya obshchestva* [Social business as a factor of socioeconomic development of the society]. *Tambov university reports. Series: Humanities*. (1(141)). 20–24. (in Russian).
- Zaytsev V.V., Kozel T.A., Titok I.V. (2018). *Sotsialnoe predprinimatelstvo v Respublike Belarus i zarubezhnyh stranakh: problemy razvitiya* [Social entrepreneurship in the Republic of Belarus and foreign countries: development problems]. *Ekonomicheskiy byulleten NIEI Ministerstva ekonomiki Respubliki Belarus*. (9). 47–58. (in Russian).