

Экономические и социально-гуманитарные исследования. 2023. № 3 (39). С. 53—61.

Economic and Social Research. 2023. No 3 (39). P. 53—61.

Научная статья

УДК 330; 346

doi: 10.24151/2409-1073-2023-3-53-61

<https://elibrary.ru/jksnxo>

## Молодежное социальное предпринимательство: проблемы и перспективы

*М. В. Добрынина<sup>1</sup>, Д. Г. Коваленко<sup>2</sup>*

<sup>1</sup> *Национальный исследовательский университет «МИЭТ», Москва, Россия*

<sup>2</sup> *Корпоративный университет Сбербанка, Москва, Россия*

<sup>1-2</sup> *marin709@rambler.ru*

**Аннотация.** Отмечено, что многие молодые люди во всем мире готовы рассматривать участие в социально ориентированных бизнес-проектах в качестве карьерной траектории, но этому препятствует ряд барьеров. На основе SWOT-анализа проанализированы сильные и слабые стороны социальных бизнес-проектов, возможности, которые социальное предпринимательство открывает для молодых людей, а также риски и угрозы, которые могут повлиять на молодежное социальное предпринимательство. Отмечено, что одна из существенных проблем, являющихся препятствием для поддержки молодежных социальных проектов, — оценка социальной эффективности бизнеса. Применение различных (пока не в полной мере распространенных) методологий позволяет выстроить программы поддержки молодежных социальных проектов.

**Ключевые слова:** молодежное социальное предпринимательство, SWOT-анализ, риски, угрозы, перспективы, безработица, занятость, социальная эффективность

**Для цитирования:** Добрынина М. В., Коваленко Д. Г. Молодежное социальное предпринимательство: проблемы и перспективы // Экономические и социально-гуманитарные исследования. 2023. № 3 (39). С. 53—61. <https://doi.org/10.24151/2409-1073-2023-3-53-61> EDN: JKSNXO.

Original article

## Youth social entrepreneurship: problems and prospects

*M. V. Dobrynina<sup>1</sup>, D. G. Kovalenko<sup>2</sup>*

<sup>1</sup> *National Research University of Electronic Technology, Moscow, Russia*

<sup>2</sup> *Sberbank Corporate University, Moscow, Russia*

<sup>1-2</sup> *marin709@rambler.ru*

© Добрынина М. В., Коваленко Д. Г.

**Abstract.** It is noted that many young people around the world are ready to consider participation in socially oriented business projects as a career path, but this is hindered by a number of barriers. Based on the SWOT analysis, the strengths and weaknesses of social business projects, the opportunities that social entrepreneurship opens up for young people, as well as risks and threats that can affect youth social entrepreneurship are analyzed. It is noted that one of the significant problems that are an obstacle to the support of youth social projects is the assessment of the social efficiency of business. The use of various (not yet fully widespread) methodologies allows the buildup of programs to support youth social projects.

**Keywords:** youth social entrepreneurship, SWOT analysis, risks, threats, prospects, unemployment, employment, social efficiency

**For citation:** Dobrynina M. V., Kovalenko D. G. “Youth Social Entrepreneurship: Problems and Prospects”. *Economic and Social Research* 3 (39) (2023): 53–61. (In Russian). <https://doi.org/10.24151/2409-1073-2023-3-53-61> EDN: JKSNXO.

## Введение

Старшие поколения привыкли ругать молодежь за лень, консюмеризм, низкую мотивированность, избалованность и социально-политический абсентеизм, однако исследования показывают, что такие стереотипы устарели и что молодежь во всем мире является группой, наиболее мотивированной к активной деятельности с целью социально-экономического преобразования своих сообществ и всего человечества<sup>1</sup>. Социальное предпринимательство является, среди прочих, важным каналом участия молодежи в устойчивом развитии, поскольку оно способствует достижению социально значимых целей, в том числе сокращению масштабов бедности и безработицы, социальной интеграции и инклюзии, воплощению в повседневную жизнь технических инноваций [1; 2; 5; 6].

Однако ряд факторов ограничивает возможности молодежи. Так, 46 % молодых

людей в возрасте 15–30 лет в Европейском Союзе подумали бы о создании собственного бизнеса, но лишь немногие предприняли для этого активные шаги. Основными препятствиями на пути молодых людей к становлению в качестве предпринимателей являются отсутствие стартового капитала или иных ресурсов, финансовые риски и недостаточные знания и предпринимательские навыки<sup>2</sup>.

Используя SWOT-анализ<sup>3</sup>, оценим сильные и слабые стороны социальных бизнес-проектов, возможности, которые открывает социальное предпринимательство для молодых людей, а также риски и угрозы, которые могут отрицательно повлиять на развитие молодежного социального предпринимательства. Основным источником эмпирических данных является отчет ООН «Молодежное социальное предпринимательство и повестка дня — 2030»<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> WVS Wave 7 (2017–2022) [Электронный ресурс] // World Values Survey: [сайт]. URL: <https://www.worldvalues-survey.org/WVSDocumentationWV7.jsp> (дата обращения: 19.07.2023).

<sup>2</sup> Social entrepreneurship and youth [Электронный ресурс] // Eurobarometer: Public Opinion in the European Union: [сайт]. URL: <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2670> (дата обращения: 19.07.2023).

<sup>3</sup> SWOT-анализ — метод анализа в бизнес-моделировании и стратегическом планировании, заключающийся в выявлении факторов внутренней и внешней среды проекта и разделении их на четыре категории: Strengths (сильные стороны), Weaknesses (слабые стороны), Opportunities (возможности), Threats (угрозы).

<sup>4</sup> World Youth Report (WYR): Youth Social Entrepreneurship and the 2030 Agenda. New York: United Nations: Department of Economic and Social Affairs, 2020. 134 p.

## Сильные стороны

Люди, занимающиеся предпринимательством, как правило, креативны, ориентированы на активные действия, целеустремленны, им свойственен оптимизм, жизнестойкость, терпимость к риску. Если вдуматься, эти характеристики присущи большинству молодых людей. В первую очередь, это связано с возрастными факторами: молодые люди находятся на том этапе когнитивного, эмоционального и неврологического развития (сегодня неврология как область знания располагает доказательствами того, что подростки задействуют основные области мозга для дивергентного мышления, т. е. обладают утрачиваемой с возрастом способностью к креативному поиску альтернативных способов решения теоретических и практических задач), когда стремление к новизне и острым ощущениям, повышенная готовность идти на риск, недооценка угроз, креативность, адаптивность, повышенное побуждение к вознаграждению — являются совершенно нормальными проявлениями здоровой психики. В этой связи социальное предпринимательство — исключительно органичный именно для молодых людей вид деятельности. Также есть основания предполагать, что молодые люди склонны более адекватно оценивать свой собственный предпринимательский потенциал и те возможности, которые внешняя среда открывает для предпринимательской деятельности (ввиду их большей, чем у взрослых, коммуникативности, открытости для влияний внешней среды и наличия больших каналов связи с миром).

Молодые люди в большей степени ориентированы на развитие, нежели на сохранение; развитие, изменения — ключевые ценности молодого поколения: «У молодых людей бизнес-потенциал коррелирует с такими ценностными ориентирами, как саморазвитие и самореализация. Согласно шкале ценностей Рональда Инглхарта, молодые бизнесмены в большей степени ориентиро-

ваны на развитие, чем на безопасность и самосохранение, а также преимущественно на секулярные и индивидуалистские ценности, чем на традицию и комьюнити» [4, с. 79]. Отчасти этот феномен коррелирует с физиологическими особенностями молодого организма: социально направленная предпринимательская деятельность, вызывая усиление выброса дофамина, дает молодым людям возможность чувствовать себя живыми и вовлеченными в социальные процессы, а эти эмоции, в свою очередь, мотивируют к преодолению трудностей. С возрастом же люди выказывают меньшую склонность к предпринимательской активности: по мере взросления и старения мы, как правило, испытываем потребность в накоплении, сбережении, сохранении, в связи с чем любые риски воспринимаются «взрослой» психикой как более весомые и значимые при принятии решений, а открывающиеся возможности, напротив, взрослыми людьми нередко недооцениваются.

В чем еще заключаются преимущества молодежи в качестве актора социального предпринимательства? Молодежь, как правило, по сравнению со старшими поколениями, быстрее учится, более адаптируема и более толерантна к любым инновациям (последнее важно, поскольку молодые люди, несмотря на возраст, имеют большой опыт в области новых технологий, в области освоения и конструирования цифрового ландшафта). Что касается воплощения этих качеств, молодые предприниматели не только используют свои способности и задатки, но и «заражают» сверстников, мобилизуя их на работу в социальных бизнес-проектах: «Молодежное предпринимательство способно давать многократный синергетический эффект, поскольку молодые бизнесмены с большей вероятностью наймут на работу своих сверстников, чем представителей более старших поколений, и смогут вывести другую молодежь из неформального сектора

и неполной занятости (как следствие — бедности). Более того, развитие широкого спектра передаваемых навыков, в том числе предпринимательских, может помочь молодым людям повысить шансы на успех в профессиональной жизни и пережить глубокие трансформации рынков, экономических процессов, сферы труда и занятости» [1, с. 40]. Этому также способствует открытость молодых людей к обмену знаниями и опытом.

На социальном уровне молодежь является группой, которая иначе, чем старшие возрастные группы, смотрит на социальные, экологические и иные глобальные проблемы, а также иначе, чем взрослые, оценивает риски неустойчивого развития и свои потребности и интересы в отношении социального будущего. Многие молодые люди с тревогой относятся к состоянию экологии, потеплению климата, понимая, что переживут взрослых, которые в настоящее время находятся у власти. Молодежь отдает себе отчет в том, что будет вынуждена иметь дело с последствиями принимаемых сегодня (как правило, в интересах нынешних, а не будущих

поколений) административных решений [8, с. 466]. Осознавая необходимость долгосрочного стратегического планирования в отношении таких вопросов, как экология и прочие аспекты устойчивого развития, молодые люди склонны проявлять повышенную ответственность в отношении будущего<sup>5</sup> — в частности, молодым людям нередко свойственно осознанное потребление, они с радостью поддерживают экологические и природосберегающие программы и проекты. В то же время молодые люди нередко находятся в тесном контакте и со своими местными сообществами и их проблемами, которые молодежь пытается решить. Причем опыт развития социального предпринимательства во всем мире показывает, что молодые люди лучше старших поколений интегрируют знания о глобальных проблемах, с одной стороны, и представления о местном сообществе, с другой, и конвертируют эти знания в процесс принятия предпринимательских решений, будучи готовыми к осуществлению значимых социальных перемен и способными на них<sup>6</sup>.

### Слабые стороны

Молодежь, занимающаяся социальным предпринимательством, как правило, имеет сравнительно небольшой жизненный и профессиональный опыт. Хотя она может предложить свежий взгляд на социальные проблемы, у молодых людей, занимающихся социальным предпринимательством, как правило, отсутствует бизнес-подготовка, нет даже теоретического опыта в разработке бизнес-проектов, поэтому их способности к стратегическому планированию, прогнозированию, предсказанию результатов и готовность к преодолению кризисов ограничены. Человеческий капитал молодых людей (знания, компетенции, социальные связи, дове-

рие бизнес-партнеров) в момент основания их предприятий, как правило, незначителен. Компетенции, человеческие и деловые связи могут быть решающим фактором успеха социального предприятия (или любого другого начинания), поэтому начинающие предприятия и предприниматели находятся в невыгодном (относительно зрелых предпринимателей и состоявшихся предприятий) положении на рынке.

Экономическая зависимость молодых людей от старших поколений также является слабой стороной модели молодежного социального предпринимательства. Институциональные источники финансирования, такие

<sup>5</sup> WYR. P. 71.

<sup>6</sup> WYR. P. 72.

как банковские кредиты, являются малодоступными для молодых людей: у них нет кредитной истории и залогового обеспечения, и потенциальные спонсоры, грантодатели или кредиторы (как правило, комиссии состоят из зрелых профессионалов с существенным опытом работы) расценивают спонсорство или кредитование молодежных социальных стартапов как рискованное. Ограниченный доступ к институциональному финансированию часто

### Возможности

Реализация уже сегодня тех направлений социального развития, которые способствовали бы сохранению стабильности и устойчивости в будущем, представляет собой крайне сложную задачу. Ее важность осознается и государством, и предпринимательским сообществом, и гражданским обществом в его самом широком понимании. Во всем мире растет толерантность к идее, что наиболее эффективные решения в отношении будущего могут быть разработаны в пространстве расширенного взаимодействия между гражданами и гражданскими некоммерческими структурами (в том числе молодежными), коммерческими предприятиями и структурами государственного, регионального и местного управления.

Растет и осознание того, что социальная, экономическая и политическая кооптация молодежи является важной задачей; в рамках этой тенденции многие глобальные корпорации приняли и реализуют ориентированные на молодежь программы социальной ответственности. Вовлечение молодежи в участие в продуктивной деятельности может принести значительные долгосрочные выгоды: расширение прав и свобод молодых людей и укрепление их веры в свои силы могут вдохновить их на создание собствен-

вынуждает молодежь прибегать к неформальным источникам, таким как семейные / личные сбережения или потребительское кредитование, что является существенной угрозой для развития стартапов. Кроме того, поскольку молодежь часто обладает ограниченной финансовой грамотностью, молодые люди нередко получают кредиты или другие формы финансовой поддержки на невыгодных для себя, подчас кабальных условиях.

ных социальных предпринимательских проектов или на участие в чужих<sup>7</sup>.

В свою очередь, социальное предпринимательство открывает молодым людям возможности трудоустройства, экономической и социальной активации и адаптации, оказания влияния на социальное пространство вокруг себя. Уровень безработицы среди молодежи остается стабильно более высоким, чем среди иных возрастных групп (если к концу 2022 г. безработица в среднем по России составляла 3,7 %, то в группе 20–24 лет — 12,5 %, в группе 25–29 лет — 4,8 %, среди 30–34-летних — 4,4 %) <sup>8</sup>, а те, кто работает, получают относительно невысокую заработную плату: в 2022 г. в России кандидаты без опыта могли в среднем претендовать на 44 000 руб.; это на 18 000 руб. ниже, чем по России в целом, и на 27 000 руб. меньше по сравнению со средней зарплатой в сфере информационных технологий<sup>9</sup>. Поэтому развитие человеческого капитала и борьба с безработицей рассматриваются как важнейший компонент развития общества в любом типе экономики. Молодежное предпринимательство и его поддержка являются лишь частью широкого спектра мероприятий, стратегий и программ по созданию, поддержанию и удержанию человеческого капитала (трудовых ресурсов).

<sup>7</sup> WYR. P. 76.

<sup>8</sup> Безработная молодежь [Электронный ресурс] // Полит.ру: сайт. URL: <https://polit.ru/news/2023/04/11/rabota/> (дата обращения: 19.07.2023).

<sup>9</sup> Молодые специалисты: стартовая зарплата и перспективы [Электронный ресурс] // hh.ru: Работа в Москве, поиск персонала и публикация вакансий: [сайт]. URL: <https://hh.ru/article/31230> (дата обращения: 19.07.2023).

Большая часть этих программ и мероприятий нацелена на создание новых рабочих мест и поддержку молодежной занятости, но молодежное социальное предпринимательство ориентировано на *процветание*, а не на выживание, поэтому оно не только открывает молодым людям возможности трудоустройства, предоставляет начальный опыт работы, но также способствует развитию компетенций и социальной вовлеченности.

Молодежное социальное предпринимательство предоставляет молодым людям возможности для расширения и продления образовательных траекторий: опыт создания своей компании, общение с коллегами и партнерами является значимым дополнением к образованию, получаемому в рамках традиционных моделей. В этом опыте у молодых людей формируются компетенции XXI в., которые включают в себя четыре основных категории: критическое мышление; коммуникативность; социетальность и сотрудничество; креативность и творческий подход. Идея того, что именно эти компетенции составляют базис личностной и профессиональной компетентности и успешности, в XXI в. не нова, но в рамках традиционной образовательной системы формированию

### Риски и угрозы

Активному вовлечению молодежи в экономическую, финансовую, социальную и политическую сферы препятствуют политические, социальные и культурные барьеры. Виды проблем, с которыми сталкиваются молодые социальные предприниматели, зависят от того, где, как и с кем они работают. В то же время можем выделить основные.

Одна из самых серьезных проблем для молодых социальных предпринимателей — *финансирование*. Хотя в основе социального предприятия лежит социальная миссия, бизнес-операции должны быть финансово устойчивыми, поэтому социальные предприниматели должны работать над достижением и поддержанием финансовой независимости.

этих так называемых *мягких* компетенций практически не уделяется внимания.

Молодежное социальное предпринимательство открывает возможности для формирования подлинного, практического и ориентированного на результат опыта: сегодня он активно распространяется предпринимателями через обучающие курсы для школьников и студентов, программы практик и стажировок. Обучение и опыт, приобретаемые в пространстве социального предпринимательства, дают молодым людям конкурентные преимущества в будущем.

Существенные возможности для развития молодежного социального предпринимательства лежат в плоскости цифровизации экономики и социальной сферы. Так, поскольку многие поставщики финансовых или бухгалтерских услуг имеют широкое физическое и онлайн-присутствие, молодым социальным предпринимателям теперь доступен широкий спектр вариантов финансирования и осуществления бухучета. Цифровые технологии также способствуют формированию и укреплению партнерских отношений, расширению сетей и клиентской базы, приобретению новых знаний.

Хотя появляются новые способы финансирования, ограниченный доступ к традиционным источникам считается наиболее насущной проблемой для молодых социальных предпринимателей, поскольку главный недостаток социального предпринимателя, как это ни парадоксально, — его молодость. Как мы уже отметили, традиционные институты финансирования рассматривают молодых людей как клиентов с высоким уровнем риска невозврата кредита, однако имеют место и эйджистские стереотипы — пренебрежение молодыми людьми как некомпетентными и не способными принимать ответственные решения также играет свою роль. Ограниченный доступ к источникам

финансирования, в свою очередь, снижает потенциал молодежного социального предпринимательства.

*Правовые и нормативные ограничения*, касающиеся деятельности предприятий, сложности при регистрации, сложный режим налогообложения также являются ограничениями для распространения социального предпринимательства. Только в немногих странах и регионах молодежные социальные стартапы полностью освобождают от налогов, льготные налоговые режимы также предусмотрены не во многих странах. Новым ограничением для предпринимателей России стали санкции 2014—2015 и 2022—2023 гг., введенные против экономических субъектов и нацеленные на создание барьеров для российского бизнеса. В частности, был ограничен доступ к международным краудфандинговым платформам, таким как Indiegogo или GoFundMe.

Неравный доступ к технологиям создает еще один вид барьеров — *цифровое неравенство*, усиливающее иные виды неравенства. Молодежь, живущая в районах, где качество подключения к интернету далеко от современных стандартов цифрового общества (например, в отдаленных районах), не имеет доступа к ряду возможностей, таких как цифровые сервисы. Однако своевременный доступ к оперативной поддержке через цифровые сервисы (услуги управленческого консалтинга, финансового и бизнес-планирования, юридических консультаций, оценки рисков, маркетинговой помощи и обучения) может играть в развитии молодежного предпринимательства не менее важную роль, чем финансирование.

### Заключение

Как было показано, молодые люди открыты к тому, чтобы стать предпринимателями, и готовы учиться, но возможности приобрести знания и проверить свои способности нередко им недоступны. Для поддержки развития молодежного социального предприни-

*Оценка эффективности* социального предприятия крайне сложна. Эффективность коммерческого предприятия измерить относительно просто: главными инструментами здесь являются финансовые показатели. Социальное предприятие отличается тем, что цепочка создания ценности включает в качестве важных компонентов производство социально значимых продуктов: «Ключевым элементом, определяющим социальное предпринимательство, является интенциональность бизнес-инициатив на социальные изменения и создание в первую очередь социальной, а не коммерческой прибыли и ценности» [2, с. 23]. Социальная эффективность многогранна, создание социальной ценности требует для своей оценки применения показателей, концептуально отличающихся от тех, которые используются для измерения коммерческой эффективности. В частности, для оценки социальной эффективности были разработаны такие инструменты, как *тройной итоговый учет (учет тройной прибыли)* Элкингтона, *сбалансированная система показателей для некоммерческих организаций* Каплана и Нортон, *социальная отчетность* Задека, *социальная отдача от инвестиций (Social Return on Investment — SROI)* Арвидсон. Инвесторы, партнеры, общественность хотят оценить и сравнить ценность, создаваемую различными социальными предприятиями, и социальные предприниматели, несмотря на методологические трудности и затраты, вынуждены участвовать в оценке социальной эффективности своих предприятий, поскольку это может иметь решающее значение для привлечения инвестиций и партнеров, получения всех видов поддержки со стороны государства, инвесторов, местного сообщества.

мательства необходимо поддерживать и развивать те условия, которые ему благоприятствуют. Поддержка может и должна осуществляться как на уровне государства (в частности, внесение изменений в налоговые кодексы и нормативные акты, регулирующие

процедуры регистрации бизнесов) и на уровне региона (расширение программ предоставления грантов, организация и поддержка бизнес-инкубаторов, зон коллективного пользования и др.), так и на местном уровне (имеющийся мировой и российский опыт показывает, что социальные предприниматели наиболее эффективны, когда они тесно сотрудничают с местным населением, органами власти, бизнесом и гражданскими структурами, в том числе с некоммерческими организациями, в поиске решений местных проблем — проблем сельского или городского поселения, своего района или округа). Решающим фактором социальной эффективности и важным активом стартапа, условием успешности внедряемых предпринимателем технических или социальных инноваций является глубокая связь бизнесмена и бизнеса с местным контекстом, включенность в проблемы и социальные связи, владение культурными кодами и нормами взаимодействия с местными агентами: «Контекстуальные факторы играют решающую роль в становлении и развитии социального предпринимательства» [2, с. 24]. Причем опыт показывает, что нередко успешными социальными предпринимателями являются женщины (именно в силу своей склонности создавать горизонтальные связи) [7; 9]. Соответственно, поддержка местного сообщества составляет важнейший уровень поддержки молодежных социальных стартапов. Анализ комплекса мер, которые должны быть предприняты на различных уровнях для создания благоприятной экосистемы молодежного предпринимательства, будет нами представлен в следующей статье.

#### Список литературы и источников

1. *Добрынина М. В., Андреева А. А.* Молодежное социальное предпринимательство как драйвер экономического и социального прогресса современного общества // Экономические и социально-гуманитарные исследования. 2023. № 1 (37). С. 37—46. <https://doi.org/10.24151/2409-1073-2023-1-37-46> EDN: LWWJYJ.
2. *Добрынина М. В., Андреева А. А.* Социально-экономическая природа социального предпринимательства и развитие молодежи // Экономические и социально-гуманитарные исследования. 2022. № 4 (36). С. 21—28. <https://doi.org/10.24151/2409-1073-2022-4-21-28> EDN: PYBVDG.
3. *Добрынина М. В., Николаева М. А.* Поддержка молодежного технологического предпринимательства как создание макросреды для стартапов // Евразийский Союз: вопросы международных отношений. 2022. Т. 11. № 2 (42). С. 108—117. <https://doi.org/10.35775/PSI.2022.42.2.003> EDN: VHHIQR.
4. *Николаева М. А., Андреева А. А., Добрынина М. В.* Поддержка молодежного предпринимательства: система политических действий и социально-экономических эффектов // Экономические и социально-гуманитарные исследования. 2022. № 1 (33). С. 76—83. <https://doi.org/10.24151/2409-1073-2022-1-76-83> EDN: MMCGSY.
5. Социальные предприниматели на рынке социальных услуг: перспективы развития / Е. С. Петренко, Ю. А. Кот, С. Г. Климова, Е. В. Богомолова. М.: Фонд «Общественное мнение», 2016. 25 с. (Потенциал социальных предпринимателей на рынке социальных услуг; вып. 2).
6. *Харченко А. А.* Социальное предпринимательство в России // Бизнес-образование в экономике знаний. 2018. № 3 (11). С. 85—88. EDN: YMJKBF.
7. *Datta P. B., Gailey R.* Empowering women through social entrepreneurship: Case study of a women's cooperative in India // Entrepreneurship Theory and Practice. 2012. Vol. 36. Iss. 3. P. 569—587. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2012.00505.x>
8. *Prakash A.* 14 — Conclusion: corporate social responsibility as social regulation // Corporate Social Responsibility in a Globalizing World / eds K. Tsutsui, A. Lim. Cambridge, UK: Cambridge Univ. Press, 2015. P. 455—472.

<https://doi.org/10.1017/CBO9781316162354.014>

9. Purcell G., Scheyvens R. International business mentoring for development: the importance of local context and culture // *International Journal of Training and Development*. 2015. Vol. 19. No. 3. P. 211—222. <https://doi.org/10.1111/ijtd.12057>

## References

1. Dobrynina M. V., Andreeva A. A. “Youth Social Entrepreneurship as a Driver of Economic and Social Progress of Modern Society”. *Ekonomicheskiye i sotsial’no-gumanitarnyye issledovaniya = Economic and Social Research* 1 (37) (2023): 37—46. (In Russian). <https://doi.org/10.24151/2409-1073-2023-1-37-46> EDN: LWWJYJ.
2. Dobrynina M. V., Andreeva A. A. “Socio-Economic Nature of Social Entrepreneurship and Youth Development”. *Ekonomicheskiye i sotsial’no-gumanitarnyye issledovaniya = Economic and Social Research* 4 (36) (2022): 21—28. (In Russian). <https://doi.org/10.24151/2409-1073-2022-4-21-28> EDN: PYBVDG.
3. Dobrynina M. V., Nikolaeva M. A. “Support of Youth Technological Entrepreneurship as the Creation of a Macro Environment for Startups”. *Evrasiyskiy Soyuz: voprosy mezhdunarodnykh otnosheniy = Eurasian Union: Issues of International Relations* 11.2 (42) (2022): 108—117. (In Russian). <https://doi.org/10.35775/PSI.2022.42.2.003> EDN: VHHIQR.
4. Nikolaeva M. A., Andreeva A. A., Dobrynina M. V. “Support for Youth Entrepreneurship: System of Political Actions and Socio-Economic Effects”. *Ekonomicheskiye i sotsial’no-gumanitarnyye issledovaniya = Economic and Social Research* 1 (33) (2022): 76—83. (In Russian). <https://doi.org/10.24151/2409-1073-2022-1-76-83> EDN: MMCGSY.
5. Petrenko E. S., Kot Yu. A., Klimova S. G., Bogomolova E. V. *Social Entrepreneurs in the Market of Social Services: Development Prospects*. Iss. 2 of *Potentsial sotsial’nykh predprinimateley na rynke sotsial’nykh uslug*. Moscow: Fond “Obshchestvennoye mneniye”, 2016. 25 p. (In Russian).
6. Kharchenko A. A. “Social Business in Russia”. *Biznes-obrazovaniye v ekonomike znaniy* 3 (11) (2018): 85—88. (In Russian). EDN: YMJKBF.

7. Datta P. B., Gailey R. “Empowering Women through Social Entrepreneurship: Case Study of a Women’s Cooperative in India”. *Entrepreneurship Theory and Practice* 36.3 (2012): 569—587. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2012.00505.x>
8. Prakash Aseem. “14 — Conclusion: Corporate Social Responsibility as Social Regulation”. *Corporate Social Responsibility in a Globalizing World*. Eds Kiyoteru Tsutsui and Alwyn Lim. Cambridge, UK: Cambridge Univ. Press, 2015. 455—472. <https://doi.org/10.1017/CBO9781316162354.014>
9. Purcell Gisela, Scheyvens Regina. “International Business Mentoring for Development: the Importance of Local Context and Culture”. *International Journal of Training and Development* 19.3 (2015): 211—222. <https://doi.org/10.1111/ijtd.12057>

## Информация об авторах

**Добрынина Мария Владимировна** — кандидат политических наук, доцент, доцент кафедры экономики, менеджмента и финансов, Национальный исследовательский университет «МИЭТ» (Россия, 124498, Москва, пл. Шокина, 1).

**Коваленко Дмитрий Георгиевич** — кандидат социологических наук, директор Центра по работе с вузами и академическим сообществом, Автономная некоммерческая организация дополнительного профессионального образования «Корпоративный университет Сбербанка» (Россия, 117997, Москва, ул. Вавилова, д. 19).

## Information about the authors

**Maria V. Dobrynina** — Cand. Sci. (Polit.), Assoc. Prof., Associate Professor at the Department of Economics, Management and Finance, National Research University of Electronic Technology (Russia, 124498, Moscow, Shokin sq., 1).

**Dmitry G. Kovalenko** — Cand. Sci. (Sociol.), Director of the Center for Work with Universities and the Academic Community, Autonomous non-profit organization of additional professional education “Sberbank Corporate University” (Russia, 117997, Moscow, Vavilova str., 19).

Статья поступила в редакцию 20.07.2023.

The article was submitted 20.07.2023.