

МЕНЕДЖМЕНТ И УПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕСОМ

Научная статья
УДК 334.012
doi:10.46554/1993-0453-2023-12-230-60-75

Шеринг-экономика как драйвер развития социального предпринимательства

Анна Юрьевна Веретенникова¹, Ксения Михайловна Козинская²

^{1,2} Институт экономики Уральского отделения РАН, Екатеринбург, Россия

¹ vay_uiec@mail.ru

² ksush1@yandex.ru

Аннотация. Шеринг-экономика и социальное предпринимательство представляются новыми и эффективными моделями социально-экономического развития, основанными на более рациональном использовании ресурсов. Целью данного исследования является обоснование применения потенциала шеринг-экономики в социальном предпринимательстве. На основе анализа научных источников показано, что точкой совместного развития шеринг-экономики и социального предпринимательства выступает устойчивое развитие. На базе анализа кейс-стади представлен опыт применения инструментов шеринг-экономики на каждом из этапов реализации социального предпринимательства. В ходе анализа представлены цифровые платформы и проекты, которые могут быть использованы для привлечения ресурсов, совместного производства или оказания услуг, а также реализации товаров. В ходе обсуждения описаны ключевые аспекты формирования цифровой экосистемы социальных товаров и услуг, а также обозначена необходимость гибкой и быстро адаптируемой институциональной среды. Практическая значимость полученных результатов состоит в возможности их применения для развития социальной среды и создания условий для развития цифровой инклюзивной среды.

Ключевые слова: шеринг-экономика, социальное предпринимательство, кейс-стади, экосистема, цифровые технологии, краудфандинг

Основные положения:

- ◆ социальное предпринимательство и шеринг-экономика могут рассматриваться совместно, ввиду их ориентации на устойчивое развитие;
- ◆ инструменты шеринг-экономики могут быть использованы на различных этапах процесса создания социального продукта или услуги;
- ◆ на основе анализа кейс-стади можно сделать вывод о наличии успешного опыта применения шеринг-экономики для развития социального предпринимательства.

Благодарности: исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 22-28-01830, <https://rscf.ru/project/22-28-01830/>

Для цитирования: Веретенникова А.Ю., Козинская К.М. Шеринг-экономика как драйвер развития социального предпринимательства // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2023. № 12 (230). С. 60–75. doi:10.46554/1993-0453-2023-12-230-60-75.

Original article

Sharing economy as a driver for the social entrepreneurship development

Anna Y. Veretennikova, Ksenia M. Kozinskaya

^{1,2} Institute of Economics, Ural Branch of the Russian Academy of Sciences, Ekaterinburg, Russia

¹ vay_uiec@mail.ru

² ksush1@yandex.ru

Abstract. Sharing economies and social entrepreneurship appear to be new and effective models of socio-economic development based on a more rational use of resources. The purpose of this study is to substantiate the application of the potential of the sharing economy in social entrepreneurship. Based on the analysis of scientific sources, it is shown that the point of joint development of the sharing economy and social entrepreneurship is sustainable development. Based on a case study analysis, the experience of using sharing economy tools at the each stage of the implementation of social entrepreneurship is presented. The analysis presents digital platforms and projects that can be used for attracting resources, joint production, as well as the sale of goods. During the discussion, key aspects of the formation of a digital ecosystem of social goods and services are described, and the need for a flexible and quickly adaptable institutional environment is outlined. The practical significance of the results obtained lies in the possibility of applying the presented results for the social environment development and creating conditions for the creating digital inclusive environment.

Keywords: sharing economy, social entrepreneurship, case study, ecosystem, digital technologies, crowdfunding

Highlights:

- ◆ social entrepreneurship and the sharing economy can be considered jointly, due to their focus on sustainable development;
- ◆ sharing economy tools can be used at various stages of the process of creating social goods;
- ◆ based on the analysis of the case-study, it can be conclude that there is successful experience in using the sharing economy for the development of social entrepreneurship.

Acknowledgments: the research was carried out at the expense of a grant from the Russian Science Foundation No. 22-28-01830, <https://rscf.ru/project/22-28-01830/>

For citation: Veretennikova A.Y., Kozinskaya K.M. Sharing economy as a driver for the social entrepreneurship development // Vestnik of Samara State University of Economics. 2023. No. 12 (230). Pp. 60–75. (In Russ.). doi:10.46554/1993-0453-2023-12-230-60-75.

Введение

Социальное предпринимательство представляет собой довольно новую форму предпринимательской деятельности, направленную на достижение общественно полезных целей и способствующую решению социальных проблем граждан и общества. Несмотря на многофункциональность социального предпринимательства и применение коммерческого подхода в решении социальных проблем, основная цель данного вида деятельности явля-

ется, тем не менее, социальной [1]. Посредством развития социального предпринимательства население получает возможность быстрого и эффективного решения своих проблем в тех областях, где имеются провалы государства в части социальных задач. Ввиду этого, вопрос развития социально ориентированной деятельности крайне важен для устойчивого развития общества, что обуславливает интерес к данной тематике в научных исследованиях [2].

Вместе с тем обсуждение и развитие социального предпринимательства происходит параллельно с формированием другого важного феномена и бизнес-модели, влияющей на устойчивое развитие общества, – шеринг-экономикой [3]. Uber, Airbnb и Lyft – наиболее распространенные примеры новых организационных форм, действующих в условиях шеринг-экономики. Под шеринг-экономикой при этом понимается форма организации социально-экономических отношений, основанных на сетевых взаимодействиях, где потребители используют различные формы компенсации для перераспределения ресурсов и доступа к ним [3]. Эти транзакции осуществляются через цифровую платформу, управляемую организацией, которая занимается обеспечением данного обмена.

Помимо акцента на платформенных бизнес-моделях, шеринг-экономика также инициирует обсуждение последствий данного феномена для общества. Ученые К. Френкен и Дж. Шор утверждают, что шеринг-экономика может стать главной движущей силой, что позволит сделать современное общество более устойчивым [4] и инклюзивным [5]. При этом как социальное предпринимательство, так и шеринг-экономика, оказывая влияние на изменение институциональной среды и формирование устойчивого развития общества, практически не рассматриваются в научных исследованиях совместно.

Таким образом, целью данного исследования является обоснование применения потенциала шеринг-экономики в социальном предпринимательстве. При рассмотрении данной тематики следует изучить как использование и влияние цифровых технологий, так и изменение институциональной среды социального предпринимательства.

Термин «социальное предпринимательство» применяется к организациям, которые стремятся создать предприятие с социальной миссией [6]. Это позволяет владельцам бизнеса участвовать в решении общественных задач, одновременно получая прибыль. Более того, социальное предпринимательство можно рассматривать как катализатор позитивных изменений для устранения социальных разрывов посредством передовых инноваций [1].

Социальные предприниматели получают все большее признание за то положительное влияние, которое их деятельность оказывает на общество, культуру и экономику. Предприятия с социальной миссией зачастую видят общую картину социальных проблем и находят новые решения. Мировой опыт развития данного вида деятельности показывает, что социальные предприниматели являются инициаторами значимых перемен, используют новые способы поддержки и развития тех членов общества, кто имеет ограниченные возможности в современном обществе [7].

Вместе с тем попытки концептуализации социального предпринимательства можно разделить на четыре общие темы: (1) акцент на социальной прибыли, а не на экономической прибыли, (2) роль социального предпринимателя, (3) элементы социальных инноваций и предпринимательства и (4) создание и использование экономической прибыли как средства решения социальных проблем [8]. Определения социального предпринимательства зачастую имеют индивидуалистический подход, подчеркивая характеристики и черты социальных предпринимателей [9–12]. Поскольку социальные предприниматели решают такие проблемы, как бедность и/или неравенство в здравоохранении и образовании, их работа приобретает социальную ценность. С. Демпси и М. Сандерс отмечают, что социальное предпринимательство «сочетает в себе акцент на индивидуальной инициативе с глубоко моральным дискурсом о содействии чему-то большему, чем просто личность» [13].

Российский опыт социального предпринимательства начала XXI века продемонстрировал развитие данного направления, преимущественно, в рамках деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций. Вместе с тем внесение изменений в Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» в части введения термина «социальное предприятие» и определение характеристик организаций, претендующих на поддержку, стали привлекать все больше внимания к данной форме организации предпринимательской деятельности. Организации, включенные в реестр социальных предприятий,

также имеют право претендовать на сниженную налоговую ставку, получение гранта в размере до 500 000 руб., пользование государственным и муниципальным имуществом на льготных условиях, льготный микрозайм.

Развитие цифровых технологий способствовало формированию цифрового социального предпринимательства, к которому относятся инициативы и организации, которые стремятся использовать цифровые и инновационные решения для решения социальных проблем. М.Х. Ибаньес, М. Герреро, С. Яньес-Вальдес рассматривают данное явление через призму трех теоретических концепций – непосредственно социального предпринимательства, цифрового предпринимательства, а также теории заинтересованных лиц [14]. Это способствуют интегрированному сотрудничеству, совместному созданию общих ценностей, культивированию инновационных экосистем, внедрению экспоненциальных технологий и необычайно быстрому внедрению [15]. Ключевым событием, инициирующим данный тренд, является пандемия COVID-19, проявившая провалы общественного сектора и системы социального обеспечения, а также сыгравшая ключевую роль в поиске новых форм взаимодействия между экономическими агентами, в том числе посредством стремительного внедрения цифровых технологий в социально-экономические процессы.

Данный период также способствовал развитию шеринг-экономики, которая, с одной стороны, основана на совместном использовании ресурсов, с другой стороны, реализуется посредством цифровых платформ. Важно отметить, что шеринг-экономика в связи со своим стремительным распространением активно обсуждается как в зарубежных, так и в российских исследованиях. Практически общепринятым стало воззрение о том, что концепция совместного потребления и использования может внести важный вклад в создание рабочих мест [16]. Идея шеринг-экономики подразумевает под собой «философию потребления, основанную на доступе, в которой агенты не владеют товарами, а имеют к ним доступ и платят за опыт временного доступа к этим товарам» [16].

Сложность однозначного определения шеринг-экономики обусловлена широким разнообразием подходов и бизнес-моделей, объединенных под общим термином «шеринг». Шеринг-экономика, рассматриваемая в рамках данного исследования как синоним экономики совместного пользования, ориентирована на совместное потребление не только материальных, но и трудовых, финансовых и информационных ресурсов. Таким образом, непосредственно совместное потребление, совместный образ жизни, совместное финансирование, сопровождаемое применением цифровых технологий, и ряд альтернативных форм совместного использования ресурсов могут быть отнесены к шеринг-экономике [17]. Единое описание данного термина в научной литературе также отсутствует. Вместе с тем ориентация на повышение эффективности ресурсов и применение цифровых технологий рассматривается в большинстве наиболее распространенных исследований. Так, П. Муньос и Б. Козн определяют шеринг-экономику как «социально-экономическую систему, обеспечивающую набор обменов товаров и услуг между отдельными лицами и организациями, которые направлены на повышение эффективности и оптимизацию используемых в обществе ресурсов» [18], в то время как Ю. Ванг и Ч. Хо отмечают, что это «...новый социальный и технологический феномен, основанный на развитии информационных и коммуникационных технологий (ИКТ), который подразумевает совместное потребление физических, виртуальных и интеллектуальных товаров» [19].

В отношении трендов, определяющих развитие шеринг-экономики, прежде всего, следует отметить развитие цифровых технологий. Данный аспект освещен как в работах зарубежных, так и отечественных ученых. Е.Ф. Авдокушин, Е.Г. Кузнецова отмечают, что цифровизация становится мощным преобразующим фактором современной экономики, способствуя не только трансформации сферы услуг, но и развитию производственных услуг, формируя общую модель шеринга как симбиоз производства, обмена и потребления, постепенно вписывая эту систему в модель совре-

менной экономики [20]. В ходе наших предыдущих исследований также обнаружено, что такая компания шеринг-экономики, как Uber, развивается в странах, где доля населения, использующая интернет, не ниже 70% [21]. Нами также было показано, что не только непосредственно цифровые технологии, но распространение финансовых технологий представляется одним из главных условий развития шеринг-экономики [22].

Другой тренд, связанный с развитием шеринг-экономики, – это повестка устойчивого развития. В связи с тем, что основной принцип шеринг-экономики – совместное использование ресурсов, данная бизнес-модель зачастую сопоставляется с циркулярной экономикой, в отдельных исследованиях представляется как ее составляющая, а также рассматривается как движущая сила устойчивого экономического роста [23].

Третий тренд, который связан с развитием шеринг-экономики, – это формирование поколения Z [24], для которого характерно общение посредством применения интернет-технологий, высокая скорость принятия решений, склонность к быстрому потреблению, достижение благополучия без особых усилий [25]. Однако следует отметить, что исследования, рассматривающие портрет потребителя шеринг-экономики, демонстрируют принадлежность потребителя шеринга в большей степени к Y-поколению [26], другие исследователи связывают развитие данной модели с поколением Z. Данный разрыв обусловлен не столько ценностными ориентирами, а, в большей степени, экономическими факторами, а также неоднородностью шеринг-экономики как таковой. Пользователями услуг каршеринга, например, являются лица с уровнем дохода выше среднего, что в большей степени характерно для поколения Y, хотя данная граница стремительно расширяется в направлении поколения Z.

Не менее важным аспектом развития данной бизнес-модели является ее сопоставление со стратегическими приоритетами развития страны. Так, например, В.В. Серёгина, М.Н. Середина сопоставляют стратегические задачи развития России до 2024 г. и распространение сервисов шеринг-экономики. В частности, авторы отмечают, что развитие байкерше-

ринга и кикшеринга (аренда электросамокатов) способствует снижению экологического ущерба в крупных промышленных центрах, развитие краудфандинга, а также распространение баз с открытым исходным кодом ускоряют внедрение цифровых технологий и поддерживают финансирование платформенных разработок, коворкинг и биржа фриланса вносят изменения в организацию предпринимательской деятельности, кикшеринг и каршеринг влияют на повышение качества городской среды, карпулинг содействует снижению загрузки дорог, а также берет на себя часть функций сектора общественных благ [27].

Попытка оценки рынка шеринг-экономики в России была проведена в период с 2017 по 2020 г. представителями кластера шеринг-экономики Российской ассоциации электронных коммуникаций (РАЭК) совместно с ТИАР-центром [28]. По представленным ими данным, рынок шеринг-экономики в 2020 г. достиг 1 трлн руб, что составляет 1,02% от величины ВВП. Вместе с тем развитие отдельных сервисов за последние 3 года продемонстрировало существенное расширение, что касается, например, развития каршеринга и карпулинга, сервисов доставки, развития цифровых платформ, способствующих обмену товаров и услуг и т.д. Так, например, приостановление деятельности платформ AirBnB и Booking на территории Российской Федерации способствовало развитию отечественных платформ Avito в части краткосрочной аренды, а также агрегатора Ostrovok.ru. Сервисы каршеринга получили свое распространение практически во всех городах-миллионниках, а кикшеринг присутствует в большинстве городов с численностью более 100 тыс. человек [29].

Вместе с тем вопрос расширения доступа к ресурсам и услугам посредством развития шеринг-экономики дискусионен. С одной стороны, шеринг-экономика открывает доступ к неэффективно используемым активам. Например, краудлендинговые и краудинвестинговые платформы находят свой спрос среди компаний малого и среднего бизнеса, работающих по тендерам, однако имеющих трудности в получении кредитных денежных средств в традиционных финансовых институтах. С другой стороны, отдельные платформы и сервисы ше-

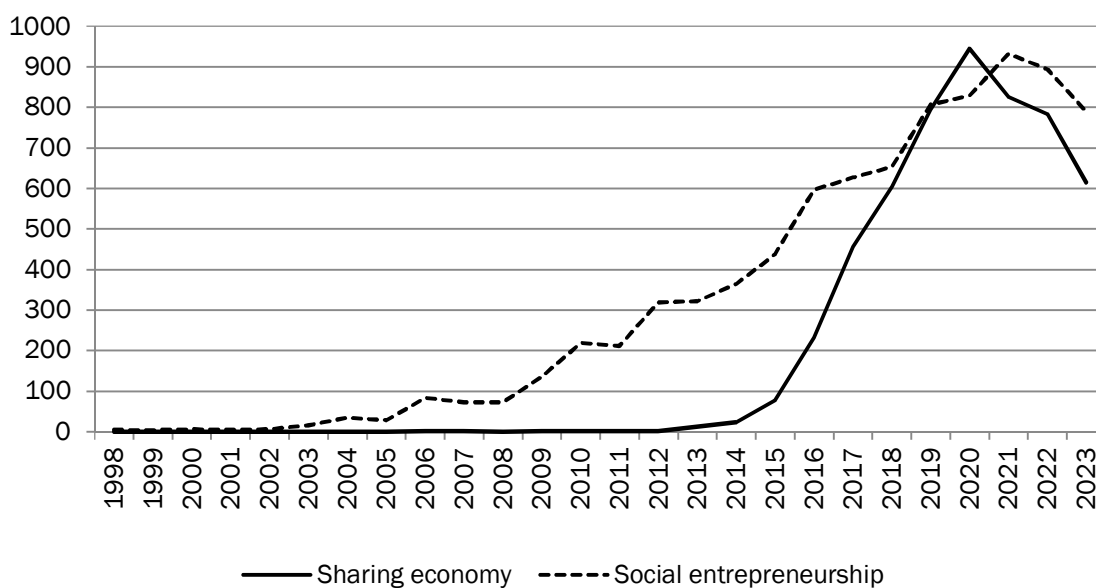


Рис. Динамика научных исследований в области развития социального предпринимательства и шеринг-экономики по базе данных Scopus

ринг-экономики ограничивают доступ к предоставляемым ими ресурсам. Так, услугами каршеринга в «Яндекс.Драйв» могут пользоваться лица, имеющие стаж вождения от двух лет и в возрасте от 21 года; для компании «Ситидрайв» водительский стаж пользователя должен быть не менее года, а минимальный возраст — от 20 лет. С ограничениями геополитического характера также столкнулись пользователи образовательной платформы Coursera, которая ограничила доступ к пользованию для лиц, находящихся на территории РФ.

Представленный анализ позволяет сделать вывод о довольно высоком потенциале применения и развития шеринг-экономики. Однако перспективы ее применения для решения социальных задач, в том числе посредством социального предпринимательства, раскрыты не в полной мере.

При совместном рассмотрении шеринг-экономики и социального предпринимательства был проведен библиографический анализ статей, представленных в базе данных Scopus, сопоставлена активность исследований социального предпринимательства и шеринг-экономики в мировом пространстве. Этот показатель помогает определить интерес ученых к исследуемым феноменам и, таким образом, проследить динамику развития социального предпринимательства и шеринг-

экономики. На рисунке показана динамика роста научных публикаций по теме социального предпринимательства и шеринг-экономики.

В отличие от социального предпринимательства, шеринг-экономика смогла получить свое развитие только при активном росте цифровизации, что обусловлено необходимостью использования платформенных цифровых решений в процессе своей деятельности. Из рисунка видно, что в последнее десятилетие активно развивается как шеринг-экономика, так и социальное предпринимательство. Динамика количества публикаций по данным темам свидетельствует о более стремительных темпах роста шеринг-экономики за последнее десятилетие. Вместе с тем при использовании запроса «"social entrepreneurship" OR "social enterprise" AND "Sharing economy"» нами было обнаружено лишь 32 публикации, причем 9 из них были опубликованы в 2021 г. Данные результаты свидетельствуют о том, что роль шеринг-экономики в развитии социального предпринимательства недооценена и требует более детального анализа. Таким образом, ключевая гипотеза данного исследования состоит в том, что шеринг-экономика является катализатором решения социально значимых задач общества посредством участия в проектах социального предпринимательства.

Методы

Процедура данного исследования включала в себя три этапа. На первом этапе на основе библиографического анализа статей, представленных в базе данных Scopus, сопоставлена активность исследований социального предпринимательства и шеринг-экономики в мировом пространстве. Динамика количества публикаций по данной тематике позволила сделать вывод, что совместному развитию данных направлений в научной литературе не уделено должного внимания.

На втором этапе с помощью сбора открытых данных в поисковых системах и применения метода кейс-стади были выявлены случаи использования решений шеринг-экономики в социально-предпринимательской деятельности на различных этапах деятельности данных организаций.

На третьем этапе исследования обоснованы направления развития институциональной среды социального предпринимательства с помощью применения инструментов шеринг-экономики.

Информационной базой исследования явились научные публикации, представленные в базе данных Scopus, Google Scholar и Elibrary. Кроме того, были рассмотрены проекты социальных предприятий, представленные в открытом доступе.

Результаты

Социальное предпринимательство может быть рассмотрено как процесс, включающий три этапа: 1) формирование предпринимательского контекста, в частности рост социальных проблем общества, влияющих на мотивацию предпринимателей; 2) непосредственно организация социально-предпринимательской деятельности и реализация социальной инициативы; 3) получение результата социально-предпринимательской деятельности [30]. На каждом из этапов могут быть применены различные инструменты шеринг-экономики. Рассмотрим данные этапы более детально.

В части формирования предпринимательского контекста в решении социальных задач предполагается выявление социальных факторов, которые определяют и развивают бедность, маргинализацию, изоляцию в обществе

и другие социальные проблемы. Подходы, применяемые для поиска устойчивых решений, должны учитывать различные контекстуальные обстоятельства, такие как их временные, пространственные, культурные, политические и экономические условия. Однако крупномасштабные явления, такие как глобализация, использование коммуникационных технологий, и менее масштабные факторы, такие как повышение осведомленности о проблеме и расширение социальных и профессиональных сетей, могут побудить социальных предпринимателей решить проблему альтернативными способами [8].

Однако на данном этапе предприниматели сталкиваются с неприятием и непониманием общества по поводу необходимости решения социальных проблем с помощью предпринимательского подхода. Помимо внутренней мотивации и достаточной информированности, социальным предпринимателям необходима поддержка и одобрение общества, что формирует контекст социально-предпринимательской деятельности. В свою очередь, на общий контекст снизу влияет социальный капитал и уровень развития общества, а сверху – формальная институциональная среда, например, стратегия устойчивого развития общества, принятая в различных странах на государственном уровне. В нашей предшествующей статье, посвященной шеринг-экономике и социальному предпринимательству, было доказано влияние этих феноменов на устойчивое развитие общества [31], что, в свою очередь, приводит к изменению контекста, в котором функционируют социальные предприниматели, и мотивирует их на решение социальных проблем общества, а также формирует запрос общества на развитие данного вида деятельности.

Основная задача этого этапа состоит в привлечении ресурсов для реализации социально-предпринимательского проекта, а также согласование интересов заинтересованных сторон, что определяет источники привлечения ресурсов. В данном случае речь идет как о финансовых ресурсах, так и о трудовых и материальных ресурсах. Готовность населения участвовать в реализации социальных инициатив будет свидетельствовать о формировании

предпринимательского контекста для решения социальных задач. Среди инструментов и сервисов шеринг-экономики на данном этапе следует отметить обращение к краудфандинговым платформам, которые позволяют привлечь финансовые ресурсы для реализации проекта.

Второй этап – организация социально-предпринимательской деятельности и реализация социальной инициативы. Предпринимательские инициативы относятся к прямому действию в форме новых решений (инноваций) для целевой группы населения. Большинство социальных предпринимателей реализуют свои идеи в рамках некоммерческих организаций, поскольку эта организационная форма уже создана для продвижения социальных ценностей. Важно отметить, что в российской практике до внесения изменений в закон о малом и среднем предпринимательстве и определения критериев предприятий, имеющих право на поддержку, данный вид деятельности рассматривался, как правило, в рамках социально ориентированных некоммерческих организаций.

Ряд традиционных некоммерческих организаций, обладая социальным видением, применяют экономическую практику возмещения затрат посредством (1) установления цены на услуги (меньше фактической стоимости, в зависимости от возможностей целевой группы населения или типа бизнеса), (2) предоставления услуги только бенефициарам, которые не могут позволить себе полную стоимость и/или (3) разработки новых организационных стратегий путем создания аутсорсинговых компаний.

В рамках третьего, завершающего этапа следует говорить о получении результата социально-предпринимательской деятельности, которым является новая стабильная экосистема или существенные социальные изменения для незащищенных слоев населения в виде новых услуг и товаров. Результат социального предпринимательства виден и измерим через повышение качества жизни, социальной устойчивости и/или возможностей экономического роста. Социальные изменения могут быть как локальными, так и системными, что означает полезность результата для целевой группы населения в определенной области, а также

парадигматический сдвиг в подходах и взглядах на эту проблему. Социальные предприниматели могут создавать инновации, строить новые социальные механизмы и мобилизовать ресурсы в контексте реагирования на социальные проблемы. В других случаях социальные предприниматели становятся катализаторами социальных преобразований, производя небольшие изменения в краткосрочной перспективе, которые отражаются в существующих системах и приводят к значительным изменениям в долгосрочной перспективе [8]. Однако в процессе масштабирования результатов своей деятельности социальные предприниматели сталкиваются с проблемами распространения и сбыта своих товаров и услуг. Проблема данного этапа также может быть решена посредством развития сервисов шеринг-экономики. Здесь может быть применена бизнес-модель маркетплейсов социальных товаров и услуг.

В целях обоснования возможности совместного развития социального предпринимательства и шеринг-экономики были рассмотрены кейсы, показывающие наличие опыта совместного применения данных бизнес-моделей.

Научные публикации, демонстрирующие применение шеринг-экономики в развитии социального предпринимательства, как правило, сводятся в рассмотрению преимущественно роли краудфандинговых платформ в реализации социальных инициатив, что подтверждает востребованность и перспективность развития данного инструмента для формирования социально-предпринимательских проектов. Краудфандинг – относительно новый инструмент сбора средств, позволяющий преодолеть этот разрыв [32] и обладающий следующими составляющими: сообщество, автор финансируемого проекта (в данном случае – социальные предприниматели) и сама онлайн-платформа, выступающая посредником между сообществом и автором проекта [33]. Более того, данный инструмент рассматривается как форма развития предпринимательских финансов, поскольку позволяет привлечь капитал от большого количества мелких инвесторов с помощью платформы шеринг-экономики [32]. Таким образом, краудфандинг становится по-

тенциальным решением обозначенных финансовых ограничений, позволяя социальным предпринимателям оценивать капитал и создавать сети сторонников. Более того, принимая решения о поддержке того или иного социального проекта, краудфандинговые инвесторы ориентированы не только на финансовую отдачу, но и принадлежность в решении социально значимых задач [34]. Просоциальная мотивация общества и ожидание естественного вознаграждения являются основными причинами, которые привлекают сторонников или инвесторов к участию в проектах социального предпринимательства. Краудфандинг становится революционным подходом к финансированию проектов социального предпринимательства.

Вместе с тем доля краудфандинга даже в самых развитых странах с высоким уровнем обеспеченности капиталом представляет собой лишь небольшую часть экономики. Одним из наиболее очевидных барьеров на пути распространения краудфандинговых платформ является низкий уровень финансовой культуры и преобладание нестабильной экономики в развивающихся странах. Для того чтобы оценить эффективность социального предпринимательства и краудфандинга, следует учитывать их социальное влияние с течением времени, их социальную миссию и цели, их социальные инновации, уровень успеха их кампаний и оборот.

В российской практике наибольшее развитие получили такие платформы, как Planeta.ru и Boomstarter. По итогам 2022 г. на Planeta.ru было собрано 279 млн руб., 58% проектов реализуются в области культуры. Проекты социального предпринимательства представлены в отдельной группе. На октябрь 2023 г. в данной группе представлено 130 проектов (122 реализованы на территории РФ), из них 100%-ное финансирование получили 52 проекта, признаны успешными 101 проект (финансирование от 50%). Однако из всего множества проектов данная доля составляет 2%. Общий объем финансирования успешных проектов в области социального предпринимательства составил 20 181 338 руб., что является крайне низким значением.

Другая форма реализации социального предпринимательства посредством шеринг-

экономики – это организация совместного (равноправного) производства с помощью цифровых платформ. Равноправное производство – это процесс, использующий новые возможности сотрудничества с помощью цифровой платформы. Бесплатное программное обеспечение с открытым исходным кодом и оборудование являются примерами P2P производства. Такое производство происходит в социотехнической системе, которая позволяет гражданскому обществу эффективно сотрудничать для достижения конечного, в том числе социального, результата. Для демонстрации применения шеринга как способа совместного производства рассмотрим кейсы компаний Orgdot Inc., сети велопроката Purun Bike Sharing, а также Bigwalk Inc.

Orgdot Inc. – социальное предприятие в Южной Корее, основанное в 2009 г. и специализирующееся на распространении этической моды и этичного образа жизни. Данная компания создала онлайн-платформу совместных производителей Designers & Makers (D&M) – <http://designersnmakers.com>, которая объединяет работников и клиентов швейной индустрии, предоставляя дизайнерам – платформу для производства и распространения, производителям – стабильные заказы по разумным ценам, клиентам – разнообразную и уникальную продукцию, созданную дизайнерскими брендами. Кроме того, данная организация ориентирована на защиту окружающей среды и повышение уровня удовлетворенности производителей своим трудом [35].

Другой пример использования сервиса шеринг-экономики в социальном предпринимательстве – сеть велопроката Purun Bike Sharing. Деятельность данной компании базируется на принципах совместного использования, сотрудничества, а также вложений в решение общественных задач. Данная организация также проводит кампании за расширение экологически чистых велотуров, пожертвований от езды на велосипеде и предложений работы для местных социально незащищенных групп. Этот пример сети совместного использования показывает, как устойчивая бизнес-модель шеринг-экономики, основанная на сети регионального сотрудничества, может сочетаться с социальной ценностью и использовать

ресурсы шеринг-экономики для своего развития.

Компания Bigwalk Inc. – другой пример применения инструментов шеринг-экономики в социальном предпринимательстве. Авторы проекта разработали мобильное приложение, которое позволяет собирать непрямые социальные пожертвования пользователей. Приложение накапливает 1 корейскую вону за 10 млн шагов пользователей. В 2016 г. число пользователей этого приложения превысило 500 000 человек [27].

Представленные примеры являются частными, вместе с тем они свидетельствуют о наличии интереса к совместному использованию цифровых платформ помимо совместного финансирования.

На третьем этапе развития процесса реализации социально-предпринимательского проекта также могут быть развиты маркетплейсы социальных предпринимателей. Международный фонд Скола и Ашока создали международный маркетплейс Catalyst Market, где размещены продукты, производящиеся социально ориентированными организациями.

Catalyst Market – онлайн-платформа, которая объединяет социально ориентированные предприятия и сознательных покупателей. Маркетплейс имеет продукцию более 160 социальных предприятий со всего мира и конкурирует с мировыми гигантами электронной коммерции. Важно отметить, что Catalyst Market реализует, в том числе, социальную миссию. Продажа продукции социальных предпринимателей создает возможности получения средств к существованию для ремесленников, фермеров и маргинализированных слоев сообществ, при этом особое внимание уделяется производителям из Азии, Африки и Латинской Америки.

Инновационная торговая площадка Catalyst Market предлагает открытый доступ, бесплатную проверку, а также постоянное обучение и поддержку на протяжении всего цикла деятельности социально ориентированного предприятия. Основное внимание уделяется достижению амбициозных целей – стать ведущей глобальной платформой электронной коммерции как в сфере B2C, так и в B2B. Несмотря на возможность выбора доставки в РФ,

российских социальных предпринимателей на данном маркетплейсе не представлено.

Помимо глобальных маркетплейсов, в некоторых странах мира, таких как Великобритания, США, Сингапур, существуют локальные маркетплейсы, целью которых является также социальная миссия. Одним из таких примеров является Artisan & Fox. Стремясь расширить возможности ремесленников в развивающихся странах, Artisan & Fox выводит на мировой рынок талантливых мастеров и художников из таких стран, как Непал, Кения, Гватемала, Мексика и Афганистан. Представляя этнические товары на своем онлайн-рынке, Artisan & Fox позволяет ремесленникам получать доход от реализации их продукта, обладающего значимостью в области культуры. Предоставленная маркетплейсом возможность сбыта по всему миру снижает вероятность эксплуатации крупными фабриками или бизнесом. Согласно этой модели, 50% прибыли, полученной от проданной продукции, затем возвращается этим ремесленникам, что помогает им поддерживать устойчивый образ жизни. Поскольку ремесленная промышленность является вторым по величине работодателем в развивающемся мире (после сельского хозяйства), Artisan & Fox полагают, что охвачено лишь малое число ремесленников и деятельность данной платформы может быть существенно расширена.

В результате проанализированной информации о социальном предпринимательстве и использовании сервисов шеринг-экономики можно сделать вывод о том, что цифровые платформы и сервисы шеринг-экономики действительно являются мощным поддерживающим и развивающим инструментом для социально-предпринимательской деятельности.

Несмотря на отсутствие глобальной интернет-площадки для социально-ориентированных предприятий, в России неоднократно предпринимаются попытки использовать концепцию маркетплейсов для развития социального предпринимательства. Так, Свердловский фонд поддержки предпринимательства в 2023 г. заявил о создании цифровой платформы, где, с одной стороны, будут представлены товары и услуги социальных предпринимателей, а с другой – члены общества, стремя-

щиеся к осознанному потреблению. По замыслу организаторов, данная цифровая платформа будет интегрирована с порталом госуслуг, что обеспечит безопасность транзакций и доверие у потребителей. Данная платформа была запущена в рамках развития социального кластера Свердловской области.

Вместе с тем социально ориентированные предприниматели самостоятельно размещают свои товары на российских маркетплейсах, таких как Wildberries и Ozon. Так, социальные предприниматели «Канаковский фаянс» и «Василево» вышли со своими товарами на маркетплейсы в 2020 г. Однако данные организации сотрудничают на общих условиях и конкурируют с традиционным бизнесом.

В России рынок маркетплейсов является самым быстрорастущим и на 2022 г. их доля в общем обороте интернет-торговли составила 73%, кроме того, продажа на маркетплейсах позволяет вести коммерческую деятельность по всей стране без привязки к определенному региону и не требует физического присутствия социальных предпринимателей в конкретном регионе. С другой стороны, отсутствие понимания в обществе роли социальных предпринимателей в России и сложное финансовое состояние жителей России снижают возможную популярность продажи товаров социальных предпринимателей через маркетплейсы, так как данные товары не могут стоить дешевле, даже при использовании труда незащищенных групп населения.

Все это говорит о том, что в России в первую очередь необходимо развивать спрос на товары и услуги социальных предпринимателей и делать этот спрос предпочтительным любым другим видам предпринимательства. При этих условиях цифровые платформы в общем и маркетплейсы в частности будут пользоваться популярностью, а у социально ориентированных предпринимателей будет мотивация работать с маркетплейсами.

Обсуждение

Таким образом, в процессе анализа деятельности социально ориентированных организаций выявлено, что предприниматели на каждом этапе развития своего предприятия сталкиваются с проблемами, которые могут

быть решены посредством использования сервисов шеринг-экономики.

Если на первом этапе происходит изменение внешней среды, в том числе из-за активного развития концепции устойчивого развития общества, на которое оказывает влияние и шеринг-экономика, то на втором и третьем этапах предприниматели прибегают уже непосредственно к использованию решений шеринг-экономики. Так, в исследовании показано, что социальные предприниматели в процессе создания социально ориентированной организации используют краундфандинговые платформы для привлечения инвестиций в свой бизнес, а на третьем распространяют свои товары и услуги с помощью p2p-платформ и сервисов шеринг-экономики, тем самым снижая транзакционные издержки и обеспечивая устойчивое развитие и масштабирование.

Перспективой совместного развития шеринг-экономики и социального предпринимательства является проектирование цифровой экосистемы социальных товаров и услуг. Особенностью данной экосистемы является привлечение широкого круга экономических агентов, вовлеченных в процесс развития социальных товаров и услуг. Таким образом, данная цифровая экосистема будет включать государственные фонды поддержки, цифровые платформы, гражданское общество, непосредственно социальных предпринимателей, а также представителей бизнеса, готовых участвовать в проектах социального предпринимательства.

Проблема проектирования данной цифровой экосистемы состоит в многообразии возможных форм взаимодействия между экономическими агентами, среди которых предоставление доступа, бартер, посредничество, гражданские инициативы.

В рамках данного исследования нами предлагается цифровая экосистема товаров и услуг как набор сервисов, ориентированных на предоставление различных типов товаров или услуг или вовлечение различных категорий лиц. При проектировании данных сервисов следует учитывать тип экономического агента (гражданское общество, предприятия, социальные предприниматели, государство, лица,

нуждающиеся в социальной помощи), этап реализации социально-предпринимательского проекта (привлечение ресурсов, производство товара или оказание услуги, реализация товара или услуги), требования к участию на каждом из этапов.

Конфигурация данной экосистемы может быть как централизованной, так и децентрализованной. Централизованная экосистема социальных товаров и услуг требует единого центра управления, которым может выступать как государство, так и конкретное предприятие. Подобная организация требует функционирования инклюзивных институтов, высокой скорости адаптации и развития цифровых технологий. Децентрализованная экосистема будет включать набор цифровых сервисов без единого центра. Формирование данной цифровой экосистемы требует высокого уровня согласованности интересов экономических агентов, соответствующего уровня доверия как между участниками экосистемы, так и гражданского общества; наличия инклюзивной предпринимательской среды, а также соответствующего уровня развития цифровых технологий. Создание подобной экосистемы обуславливает совместное развитие институциональной и цифровой среды, что предполагает готовность экономических агентов участвовать в проектировании подобных взаимодействий.

Вместе с тем готовность экономических агентов может быть сформирована как «снизу», благодаря инициативам гражданского общества, так и «сверху» – путем регулирования со стороны органов государственной власти. Эффективность и скорость полученных результатов будет зависеть от уровня свобод, доверия, характера действующих институтов. Иными словами, ведущим условием развития

цифровой экосистемы социальных услуг будет являться эффективность действующей институциональной среды, а также скорость ее трансформации в условиях ускорения процесса развития цифровых технологий.

Заключение

В данном исследовании с целью обоснования применения потенциала шеринг-экономики в социальном предпринимательстве получены следующие результаты.

Во-первых, на основе анализа научных источников показано, что точкой совместного развития шеринг-экономики и социального предпринимательства является устойчивое развитие. Ориентация на решение социальных вопросов и повышение эффективности использования ресурсов представляются граниями одного явления и могут быть рассмотрены совместно.

Во-вторых, на основе анализа кейс-стади показан опыт применения инструментов шеринг-экономики на каждом из этапов развития социального предпринимательства. В ходе анализа представлены цифровые платформы и проекты, которые могут быть использованы для привлечения ресурсов, совместного производства или оказания услуг, а также реализации товаров.

В ходе обсуждения описаны ключевые аспекты формирования цифровой экосистемы социальных товаров и услуг, а также обозначена необходимость гибкой и быстро адаптируемой институциональной среды. Практическая значимость полученных результатов состоит в возможности применения полученных результатов для развития социальной среды и создания условия для развития цифровой инклюзивной среды.

Список источников

1. Ветрова Е.А. Социальное предпринимательство как фактор социально-экономического развития общества // Вестник ТГУ. 2015. № 1 (141). С. 1–5.
2. Арай Ю.Н. Социальное предпринимательство в начале XXI века: основные понятия и страновые особенности // Российский журнал менеджмента. 2013. Т. 11, № 1. С. 111–130.
3. Reischauer G., Mair J. How organizations strategically govern online communities: lessons from the sharing economy // Academic Management Discovery. 2018. Vol. 4, No. 3. Pp. 220–247.
4. Frenken K., Schor J. Putting the Sharing Economy into Perspective // Environmental Innovation and Societal Transitions. 2013. No. 23. Pp. 3–10.

5. Etter M., Fieseler C., Whelan G. Sharing Economy, Sharing Responsibility? Corporate Social Responsibility in the Digital Age // *Journal of Business Ethics*. 2015. Vol. 159 (4). Pp. 935–942.
6. Mair J., Marti I. Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight // *Journal of World Business*. 2006. Vol. 41, No. 1. Pp. 6–44.
7. Юнус М., Жоли А. Создавая мир без бедности: Социальный бизнес и будущее капитализма. Москва : Альпина Паблишер, 2009.
8. Trivedi C. Towards a Social Ecological Framework for Social Entrepreneurship // *Journal of Entrepreneurship*. 2010. Vol. 19. Pp. 63–80.
9. Alter K. Social enterprise typology. 2004.
10. Alvord S., Brown D., Letts W. Social entrepreneurship and societal transformation: An exploratory study // *Journal of Applied Behavioral Science*. 2004. Vol. 3. Pp. 260–282.
11. Thompson J. The world of the social entrepreneur // *The International Journal of Public Sector Management*. 2002. Vol. 15, No. 5. Pp. 412–431.
12. Dees G. The meaning of 'Social Entrepreneurship'. URL: http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf (дата обращения: 08.11.2023).
13. Dempsey S., Sanders M. Meaningful work? Nonprofit marketization and work/life imbalance in popular autobiographies of social entrepreneurship // *Organization*. 2010. Vol. 4, No. 17. Pp. 437–459. doi:10.1177/1350508410364198.
14. Digital social entrepreneurship: the N-Helix response to stakeholders' COVID-19 needs / M.J. Ibáñez, M. Guerrero, C. Yáñez-Valdés, S. Barros // *Journal of Technology Transfer*. 2022. No. 47. Pp. 556–579. doi:10.1007/s10961-021-09855-4.
15. Triple helix and its evolution: A systematic literature review / A. Galvao, C. Mascarenhas, C. Marques, J. Ferreira, V. Ratten // *Journal of Science and Technology Policy Management*. 2019. No. 10 (3). Pp. 812–833. doi:10.1108/JSTPM-10-2018-0103.
16. Herbert M., Collin-Lachaud I. Collaborative practices and consumerist habitus: An analysis of the transformative mechanisms of collaborative consumption // *Recherche et Applications en Marketing*. 2017. Vol. 32. Pp. 40–60.
17. Schor J. Debating the Sharing Economy // *Journal of Self-Governance and Management Economics*. 2016. No. 4 (3). Pp. 7–22.
18. Muñoz P., Cohen B. Mapping out the sharing economy: A configurational approach to sharing business modeling // *Technological Forecasting and Social Change*. 2017. No. 125. Pp. 21–37.
19. Wang Y., Ho Ch. No Money? No Problem! The Value of Sustainability: Social Capital Drives the Relationship among Customer Identification and Citizenship Behavior in Sharing Economy // *Sustainability*. 2017. Vol. 9 (8). Pp. 1–17.
20. Авдокушин Е.Ф., Кузнецова Е.Г. Шеринг как результат цифровизации сферы услуг. Поиск новой модели экономического развития // *Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право»*. 2021. № 1. С. 28–44. doi:10.28995/2073-6304-2021-1-28-44.
21. Попов Е.В., Веретенникова А.Ю., Мокрушников А.Ю. Эволюция шеринг-экономики // *Journal of New Economy*. 2023. Т. 24, № 4. С. 6–21.
22. Семячков К.А., Веретенникова А.Ю. Тренды развития экономики совместного пользования: анализ индексов // *Экономика и управление*. 2022. Т. 28, № 11. С. 1088–1099. doi:10.35854/1998-1627-2022-11-1088-1099.
23. Heinrichs H. Sharing economy: A potential new pathway to sustainability // *GAIA – Ecological Perspectives for Science and Society*. 2013. Vol. 22, No. 4. Pp. 28–231. doi:10.14512/GAIA.22.4.5.
24. Ожиганова Е.М. Теория поколений Н. Хоува и В. Штрауса. Возможности практического применения // *Бизнес-образование в экономике знаний*. 2015. № 1. С. 94–97.
25. Валько Д.В., Мальцева А.С. Экономика совместного пользования: портрет российского потребителя // *Журнал экономической теории*. 2020. Т. 17, № 3. С. 643–656.
26. Серёгина В.В., Середина М.Н. Современные тенденции развития экономики совместного потребления (шеринг-экономики) в России // *Концепт*. 2019. № 11. URL: <http://e-koncept.ru/2019/194060.htm> (дата обращения: 08.11.2023).
27. Экономика совместного потребления в России 2020. Испытание на прочность, Февраль 2021 г. / ТИАР-центр, РАЭК. URL: <https://raec.ru/upload/files/raec-sharing-economy-2020.pdf> (дата обращения: 08.11.2023).

28. Veretennikova A., Semyachkov K. Sharing economy in the smart city development // E3S Web of Conferences. 2023. T. 43511, No. 193524. doi:10.1051/e3sconf/202343505003.

29. Wang D., Nicolau J. Price determinants of sharing economy based accommodation rental: A study of listings from 33 cities on Airbnb.com // International Journal of Hospitality Management. 2017. Vol. 62. Pp. 120–131.

30. Martin L., Osberg S. Social Entrepreneurship: The Case for Definition // Stanford Social Innovation Review. 2007. Spring 2. Pp. 29–39. URL: https://web.mit.edu/sloan2/dese/readings/week01/Martin_Osberg_SocialEntrepreneurship.pdf (дата обращения: 08.11.2023).

31. Popov E., Veretennikova A., Kozinskaya K. The Sharing Economy and Social Entrepreneurship for Sustainable Development // Changing Societies & Personalities. 2022. Vol. 6, No. 1. Pp. 98–122.

32. New financial alternatives in seeding entrepreneurship: microfinance, crowdfunding, and peer-to-peer innovations / G. Bruton, S. Khavul, D. Siegel, M. Wright // Entrepreneurship Theory Practice. 2015. Vol. 39, No. 1. Pp. 9–26.

33. Calic G., Mosakowski E. Kicking off social entrepreneurship: how a sustainability orientation influences crowdfunding success // Journal of Management Studies. 2016. Vol. 53. Pp. 738–767.

34. Alegre I., Moleskis M. Beyond Financial Motivations in Crowdfunding: A Systematic Literature Review of Donations and Rewards. 2021. *Voluntas*, 32. Pp. 276–287. doi:10.1007/s11266-019-00173-w.

35. Lee Y.-J. Orgdot: A Fashion and Social Enterprise in South Korea // Journal of Global Fashion Marketing. 2012. Vol. 3, No. 1. Pp. 42–53.

36. Roh T. The sharing economy: Business cases of social enterprises using collaborative networks // Procedia Computer Science. 2016. No. 91. Pp. 502–511.

References

1. Vetrova E.A. Social entrepreneurship as a factor in the socio-economic development of society // Bulletin of TSU. 2015. No. 1 (141). Pp. 1–5.

2. Arai Yu. Social entrepreneurship at the beginning of the 21st century: basic concepts and country characteristics // Russian Journal of Management. 2013. Vol. 11, No. 1. Pp. 111–130.

3. Reischauer G., Mair J. How organizations strategically govern online communities: lessons from the sharing economy // Academic Management Discovery. 2018. Vol. 4, No. 3. Pp. 220–247.

4. Frenken K., Schor J. Putting the Sharing Economy into Perspective // Environmental Innovation and Societal Transitions. 2013. No. 23. Pp. 3–10.

5. Etter M., Fieseler C., Whelan G. Sharing Economy, Sharing Responsibility? Corporate Social Responsibility in the Digital Age // Journal of Business Ethics. 2015. Vol. 159 (4). Pp. 935–942.

6. Mair J., Marti I. Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight // Journal of World Business. 2006. Vol. 41, No. 1. Pp. 6–44.

7. Yunus M., Joly A. Creating a world without poverty: Social business and the future of capitalism. Moscow : Alpina Publishers, 2009.

8. Trivedi C. Towards a Social Ecological Framework for Social Entrepreneurship // Journal of Entrepreneurship. 2010. Vol. 19. Pp. 63–80.

9. Alter K. Social enterprise typology. 2004.

10. Alvord S., Brown D., Letts W. Social entrepreneurship and societal transformation: An exploratory study // Journal of Applied Behavioral Science. 2004. Vol. 3. Pp. 260–282.

11. Thompson J. The world of the social entrepreneur // The International Journal of Public Sector Management. 2002. Vol. 15, No. 5. Pp. 412–431.

12. Dees G. The meaning of 'Social Entrepreneurship'. URL: http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf (date of access: 08.11.2023).

13. Dempsey S., Sanders M. Meaningful work? Nonprofit marketization and work/life imbalance in popular autobiographies of social entrepreneurship // Organization. 2010. Vol. 4, No. 17. Pp. 437–459. doi:10.1177/1350508410364198.

14. Digital social entrepreneurship: the N-Helix response to stakeholders' COVID-19 needs / M.J. Ibáñez, M. Guerrero, C. Yáñez-Valdés, S. Barros // Journal of Technology Transfer. 2022. No. 47. Pp. 556–579. doi:10.1007/s10961-021-09855-4.

15. Triple helix and its evolution: A systematic literature review / A. Galvao, C. Mascarenhas, C. Marques, J. Ferreira, V. Ratten // *Journal of Science and Technology Policy Management*. 2019. No. 10 (3). Pp. 812–833. doi:10.1108/JSTPM-10-2018-0103.
16. Herbert M., Collin-Lachaud I. Collaborative practices and consumerist habitus: An analysis of the transformative mechanisms of collaborative consumption // *Recherche et Applications en Marketing*. 2017. Vol. 32. Pp. 40–60.
17. Schor J. Debating the Sharing Economy // *Journal of Self-Governance and Management Economics*. 2016. No. 4 (3). Pp. 7–22.
18. Muñoz P., Cohen B. Mapping out the sharing economy: A configurational approach to sharing business modeling // *Technological Forecasting and Social Change*. 2017. No. 125. Pp. 21–37.
19. Wang Y., Ho Ch. No Money? No Problem! The Value of Sustainability: Social Capital Drives the Relationship among Customer Identification and Citizenship Behavior in Sharing Economy // *Sustainability*. 2017. Vol. 9 (8). Pp. 1–17.
20. Avdokushin E.F., Kuznetsova E.G. Sharing as a result of digitalization of the service sector. Search for a new model of economic development // *Bulletin of the Russian State University for the Humanities. Series "Economics. Control. Law"*. 2021. No. 1. Pp. 28–44. doi:10.28995/2073-6304-2021-1-28-44.
21. Popov E.V., Veretennikova A.Yu., Mokrushnikova A.Yu. Evolution of the sharing economy // *Journal of New Economy*. 2023. Vol. 24, No. 4. Pp. 6–21.
22. Semyachkov K.A., Veretennikova A.Yu. Trends in the development of the sharing economy: analysis of indices // *Economics and Management*. 2022. Vol. 28, No. 11. Pp. 1088–1099. doi:10.35854/1998-1627-2022-11-1088-1099.
23. Heinrichs H. Sharing economy: A potential new pathway to sustainability // *GAIA – Ecological Perspectives for Science and Society*. 2013. Vol. 22, No. 4. Pp. 28–231. doi:10.14512/GAIA.22.4.5.
24. Ozhiganova E.M. The theory of generations by N. Howe and W. Strauss. Possibilities of practical application // *Business education in the economics of knowledge*. 2015. No. 1. Pp. 94–97.
25. Valko D.V., Maltseva A.S. Sharing economy: portrait of the Russian consumer // *Journal of Economic Theory*. 2020. Vol. 17, No. 3. Pp. 643–656.
26. Seregina V.V., Seredina M.N. Modern trends in the development of the sharing economy (sharing economy) in Russia // *Concept*. 2019. No. 11. URL: <http://e-koncept.ru/2019/194060.htm> (date of access: 08.11.2023).
27. Sharing economy in Russia 2020. Strength test, February 2021 / TIAR-center, RAEC. URL: <https://raec.ru/upload/files/raec-sharing-economy-2020.pdf> (date of access: 08.11.2023).
28. Veretennikova A., Semyachkov K. Sharing economy in the smart city development // *E3S Web of Conferences*. 2023. T. 43511, No. 193524. doi:10.1051/e3sconf/202343505003.
29. Wang D., Nicolau J. Price determinants of sharing economy based accommodation rental: A study of listings from 33 cities on Airbnb.com // *International Journal of Hospitality Management*. 2017. Vol. 62. Pp. 120–131.
30. Martin L., Osberg S. Social Entrepreneurship: The Case for Definition // *Stanford Social Innovation Review*. 2007. Spring 2. Pp. 29–39. URL: https://web.mit.edu/sloan2/dese/readings/week01/Martin_Osberg_SocialEntrepreneurship.pdf (date of access: 08.11.2023).
31. Popov E., Veretennikova A., Kozinskaya K. The Sharing Economy and Social Entrepreneurship for Sustainable Development // *Changing Societies & Personalities*. 2022. Vol. 6, No. 1. Pp. 98–122.
32. New financial alternatives in seeding entrepreneurship: microfinance, crowdfunding, and peer-to-peer innovations / G. Bruton, S. Khavul, D. Siegel, M. Wright // *Entrepreneurship Theory Practice*. 2015. Vol. 39, No. 1. Pp. 9–26.
33. Calic G., Mosakowski E. Kicking off social entrepreneurship: how a sustainability orientation influences crowdfunding success // *Journal of Management Studies*. 2016. Vol. 53. Pp. 738–767.
34. Alegre I., Moleskis M. Beyond Financial Motivations in Crowdfunding: A Systematic Literature Review of Donations and Rewards. 2021. *Voluntas*, 32. Pp. 276–287. doi:10.1007/s11266-019-00173-w.
35. Lee Y.-J. Orgdot: A Fashion and Social Enterprise in South Korea // *Journal of Global Fashion Marketing*. 2012. Vol. 3, No. 1. Pp. 42–53.
36. Roh T. The sharing economy: Business cases of social enterprises using collaborative networks // *Procedia Computer Science*. 2016. No. 91. Pp. 502–511.

Информация об авторах

А.Ю. Веретенникова – кандидат экономических наук, старший научный сотрудник Института экономики Уральского отделения РАН;

К.М. Козинская – кандидат экономических наук, исследователь Института экономики Уральского отделения РАН.

Information about the authors

A.Y. Veretennikova – Candidate of Economic Sciences, Senior Researcher at the Institute of Economics of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences;

K.M. Kozinskaya – Candidate of Economic Sciences, Researcher at the Institute of Economics of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences.

Статья поступила в редакцию 20.11.2023; одобрена после рецензирования 24.11.2023; принята к публикации 16.01.2024.

The article was submitted 20.11.2023; approved after reviewing 24.11.2023; accepted for publication 16.01.2024.