

## ОБЗОРЫ, РЕЦЕНЗИИ

Любовь Лебединцева, Павел Дерюгин

## БИЗНЕС И СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: ОБЗОР ОСНОВНЫХ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ МОДЕЛЕЙ

В статье представлен обзор основных подходов западных авторов к пониманию социального предпринимательства. Исследовательский интерес в этой сфере заключается в выявлении возможных вариантов сочетания коммерческой (деловой) и некоммерческой (благотворительной) активности предприятий в условиях современной экономики. Историческое развитие социального предпринимательства изначально проходило в двух различающихся логиках – англо-американской и западноевропейской (континентальной), - что способствовало возникновению двух разных теоретических моделей. Выявляются характерные черты и сущностные особенности каждой из моделей. Отмечается, что в Великобритании и США издавна существуют традиции предпринимательства населения как эффективного средства решения социальных проблем, в то время как в континентальных странах Западной Европы, в рамках романо-германской системы права, значительную часть решения таких проблем берет на себя государство, хотя католические и протестантские церковные приходы также отчасти выполняли социальную миссию. Исходя из этих различий, складываются разные традиции в развитии организационных, управленческих, ценностных форм социального предпринимательства. Авторами отмечается, что в современных условиях происходит конвергенция двух теоретических моделей, прослеживается формирование универсальной (синтетической) модели, основанной на стирании существенных различий в практиках развития социального предпринимательства. Внимание уделяется анализу современных форм социального

Любовь Александровна Лебединцева – д.с.н., доцент, Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия. Электронная почта: llebedintseva879@gmail.com

Павел Петрович Дерюгин – д.с.н., профессор, Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия. Электронная почта: deriuginpav@yandex.ru

предпринимательства, в частности, выявлению ориентаций предпринимательства, его миссии и целей. Анализ исследований показывает, что, с одной стороны, в современных экономических условиях преобладающее большинство социальных предприятий вынужденно или по доброй воле включаются в коммерческую деятельность. С другой стороны, все коммерческие предприятия для достижения долгосрочного успеха и процветания должны в своей деятельности ориентироваться на выполнение социально значимых задач и достижение социального эффекта. Делается вывод, что современное социальное предпринимательство имеет гибридные формы организации, опирается на социально-ориентированную цель (миссию), ориентируется на производство социального изменения и решение социальных проблем посредством деятельности, приносящей доход и построенной на основе использования бизнес-технологий.

*Ключевые слова*: социальное предпринимательство, англо-американская модель, континентальная модель, синтетические модели, социальная ценность

DOI: 10.17323/727-0634-2021-19-1-155-165

Современные тенденции и особенности развития социального предпринимательства (СП) свидетельствуют о постепенном стирании границ между англо-американской и западноевропейской (континентальной) моделями, поэтому новый этап в развитии СП может быть обозначен как синтетический. В работе последовательно анализируются организационные, содержательные формы деятельности и целевые установки СП в рамках трех обозначенных моделей. В частности, нас интересуют отправные точки при принятии решения о включении в социально-предпринимательскую деятельность тех или иных организаций в англо-американской и континентальной моделях, способы разрешения противоречия целевых установок в некоммерческих и бизнес-организациях (доход или миссия) применительно к социальному предпринимательству.

## Англо-американская модель СП

Англо-американская модель СП как в Великобритании, так и в США основана на традиции самоорганизации населения для эффективного решения социальных проблем (Mason 2012; Defourny, Nyssens 2010). Англосаксонская модель возникает в пределах островного государства, которое надежно защищено морем от иноземных вторжений. Именно по этой причине здесь долго не было потребности в крупной армии, что давало больше возможностей для развития социально ориентированного предпринимательства. Англо-американская традиция опирается на англо-саксонское общее право, она исторически обусловлена преобладанием прецедентного права над кодифицированным статутным (David 1966). В этой модели СП основывается прежде всего

на рыночной деятельности, которая служит социальной цели независимо от сектора деятельности и организационно-правовой структуры (Defourny, Nyssens 2017). Как в Великобритании, так и в США на основе глубоких традиций самоорганизации населения в отношении СП складывалось представление как о бизнесе, ориентированном не столько на доход, сколько на оказание социальной поддержки нуждающимся (Mosher-Williams 2006; Defourny 2001). Таким образом, в этих странах в решении конкретных социальных проблем и предоставлении помощи значимы не государство и создаваемые им институты, а многочисленные некоммерческие, неправительственные организации, добровольческие и благотворительные общества (Defourny, Nyssens 2017). Инициатор выделяет определенную социальную проблему, находит оригинальный способ ее решения и создает эффективное социальное предприятие, в рамках которого инновационная идея получает широкое внедрение, что способствует устранению причин этой социальной проблемы и улучшению ситуации в обществе.

Грегори Диз (Dees 1998) впервые предлагает рассматривать в качестве СП-организаций те, которые попадают в континуум от ориентированных на прибыль предприятий, занимающихся социально полезной деятельностью (корпоративной благотворительностью или корпоративной социальной ответственностью); далее - предприятия двойного назначения, которые опосредуют цели получения прибыли с социальными целями (гибриды); и заканчивает НКО, занимающимися коммерческой деятельностью, поддерживающей миссию (организации социального назначения). Поэтому все больше НКО стремятся получить дополнительные доходы, ведут себя скорее как коммерческие организации и рассматривают полную зависимость от доноров как признак слабости и уязвимости (Ibid: 62). Рыночные условия диктуют свои правила игры, в которых сила и независимость— это залог выживания. Джанель Керлин определяет СП как ориентированные на миссию доходы или проекты по созданию рабочих мест, осуществляемые индивидуальными социальными предпринимателями, НКО отдельно или НКО в сотрудничестве с коммерческими (Kerlin 2006: 05–106). Альянс Социальных Предприятий (организация, объединяющая социальных предпринимателей в США) предлагает еще более узкое определение СП- как любого доходного бизнеса или стратегии, осуществляемой НКО для получения дохода в поддержку своей благотворительной миссии. Таким образом, в англо-американской модели концепция СП ориентирована на предпринимательство как бизнес ради получения дохода или как бизнес с социальной миссией (Kerlin 2006; Hall, Soskice 2001).

### Континентальная модель социального предпринимательства

В Западной Европе начиная с Нового времени государственная власть складывалась как централизованная, формирование которой в большинстве

европейских стран завершилось во второй половине XIX в. К концу XIX в., с началом XX в. проблемы социальной защиты, социальные программы и социальная поддержка стали рассматриваться как зона ответственности государства (Sharir, Lerner 2006). Вплоть до 1990-х гг. социальные предприятия в странах континентальной Европы были немногочисленны, т.к. здесь была сформирована надежная государственная модель социальной защиты, затраты на содержание которой в разных странах достигали от 30 до 60% национального внутреннего продукта (Mosher-Williams 2006; Borzaga, Defourny 2001). Сообщества, кооперативы, ассоциации взаимопомощи в Западной Европе рассматривались только как вспомогательный механизм социальной политики. Однако падение темпов экономического роста и рост безработицы в 1970–1990-е гг. вынудило европейские государства всеобщего благосостояния сокращать расходы на социальные услуги. В результате возникли потребности в услугах, для удовлетворения которых не существовало адекватных программ государственной политики. Как отмечает Керлин, видов услуг, поддерживаемых СП в Европе, меньше, чем в США, поскольку европейские социальные предприятия исторически обращались только к тем сферам, от которых государство всеобщего благосостояния отступило или не смогло удовлетворить спрос (Kerlin 2006).

Понятие СП разрабатывается европейскими исследователями и учеными, в рамках исследовательской сети социального предпринимательства в Европе (EMES 2020). Используются перечни из четырех экономических и пяти социальных показателей (Defourny 2001: 19–20). К экономическим показателям относятся:

- 1. Непрерывная деятельность по производству товаров и/или продаже услуг. Социальные предприятия, в отличие от традиционных НКО, непосредственно участвуют в производстве товаров или оказании услуг населению на постоянной основе; предоставление таких товаров или услуг является одной из основных причин существования социальных предприятий.
- 2. Высокая степень автономии. Социальные предприятия добровольно создаются группой людей и управляются в рамках автономного проекта: они могут зависеть от государственных субсидий, но не управляются, прямо или косвенно, государственными органами или другими организациями (федерациями, частными фирмами) и имеют как право голоса, так и право выхода.
- 3. Значительный уровень экономического риска. Финансовая жизнеспособность социального предприятия зависит от усилий всех работников по обеспечению достаточных ресурсов.
- 4. Минимальный объем оплачиваемой работы. Как и в случае традиционных НКО, социальные предприятия могут объединять денежные и неденежные ресурсы, однако деятельность, осуществляемая на социальных предприятиях, требует минимального уровня оплаты труда.

#### К социальным показателям относятся:

- 1. Польза обществу.
- 2. Инициатива. Деятельность в рамках социальных предприятий результат коллективной динамики, вовлекающей людей, разделяющих определенную потребность или цель.
- 3. Принятие решений. Реализация принципа «один член один голос» (голоса, не распределенные в соответствии с долями капитала). Как правило, социальные предприятия не имеют собственного капитала, и право принятия решений разделяется с другими заинтересованными сторонами.
- 4. Партисипаторный характер. Представительство и участие клиентов, ориентация на заинтересованные стороны и демократический стиль управления являются важными характеристиками социальных предприятий.
- 5. Ограниченное распределение прибыли. К социальным предприятиям относятся не только организации, для которых характерно полное ограничение на распределение, но и такие организации, как кооперативы, которые могут распределять прибыль в ограниченной степени, таким образом избегая поведения, направленного на максимизацию прибыли.

Однако в современных условиях для сравнительных целей выделяются три подмножества, а не два, что позволяет указать на формы управления, характерные для того или иного типа социального предприятия (EMES 2020):

- 1. Три показателя отражают экономические и предпринимательские аспекты деятельности социальных предприятий: (а) непрерывная деятельность по производству товаров и/или продаже услуг; (б) значительный уровень экономического риска; (в) минимальный объем оплачиваемой работы.
- 2. Три показателя отражают социальные аспекты деятельности таких предприятий: (г) явная цель принести пользу обществу; (д) инициатива, выдвинутая группой граждан или организациями гражданского общества; (е) ограниченное распределение прибыли.
- 3. Наконец, три показателя отражают систему управления такими предприятиями на основе широкого участия: (ж) высокая степень автономии; (з) право принятия решений, не основанное на праве собственности на капитал; (и) партисипативный характер, в котором участвуют различные стороны, затрагиваемые деятельностью.

Было бы неверным предполагать, что перечисленные показатели предназначены или используются в качестве условий, которым должна соответствовать организация, чтобы квалифицироваться как социальное

предприятие. Скорее, это идеальный тип, компас, который помогает исследователям описать положение наблюдаемых объектов относительно друг друга и выявить подмножества социальных предприятий.

В Западной Европе социальные предприятия создаются в организационно-правовой форме некоммерческого объединения или кооператива. Кооперативы считаются социальными в том случае, если они преследуют социальные цели и создают новые рабочие места (Young, Lecy 2014). В континентальной модели также можно выделить третье направление, прослеживаемое в динамике СП. К нему относятся предприятия, которые стремятся усилить социальное воздействие своей производственной деятельности (Nicholls 2005) по мере развития бизнеса, разрабатываются инновационные подходы к удовлетворению социальных потребностей, в т.ч. то, что называют корпоративной социальной ответственностью.

# Синтетическая модель как современный тренд развития социального предпринимательства

Взгляды современных исследователей на СП унифицируют различия исторических моделей. Современные социальные организации различаются по сфере своей деятельности, направлениям и предпосылкам их формирования, но по-прежнему общим знаменателем является то, что они действуют на добровольной основе, измеряя эффективность работы через реализацию целей миссии, а не через соотношение затраченных ресурсов и фактически достигнутых целей получения прибыли (Acs, Audretsch 2010; Christie, Honig 2006). Не требующим доказательства положением в отношении всех социальных предприятий является оказание помощи нуждающимся и решение общественных проблем. Опосредованно социальный предприниматель нацелен и на получение прибыли, потенциально он готов быть автономным, активным, агрессивным по отношению к конкурентам, несущим риски, и инновационным (Martens et al. 2016: 557— 567). Но главным является создание и поддержание социальной ценности имеющимися ресурсами. В современном обществе, в быстроменяющихся условиях и высококонкурентной среде, доминируют коммерческие предприятия, проводящие агрессивную экономическую деятельность и нацеленные на получение прибыли. В то же время появляются гибридные организационные формы, которые развиваются вокруг социальной миссии, одновременно занимающиеся и коммерческой деятельностью (Lambert et. al. 2019). Таким образом, формируется синтетическая модель, основанная на стирании существенных различий между двумя рассмотренными выше моделями СП. Синтетическая модель определяется наличием комбинаций экономических (способ организации), социальных (социальная миссия и социальные цели) и управленческих (структура управления) характеристик, которыми обладают социальные организации. Это разнообразие социальных предприятий нельзя свести ни к чисто англо-американской, ни к континентальной модели. Предлагается рассмотреть три различные движущие силы, которые можно найти в экономике (Defourny, Nyssens 2017: 2477): общий интерес (ОИ), взаимный интерес (ВИ) и интерес к прибыли (ИП).



Рисунок 1. Принципы заинтересованности и сочетание ресурсов. Цит. по: (Defourny, Nyssens 2017: 2478)

На рисунке все добровольные организации, стремящиеся к удовлетворению интересов своих членов (взаимной выгоде), расположены в области левого угла ВИ – так же, как и все традиционные социальные кооперативы. Напротив, организации, стремящиеся к общественному благу, расположены гораздо ближе к ОИ, хотя и не в самой вершине, поскольку их общий интерес (сообщество, которому они служат) обычно не так широк, как тот, который обслуживает государство. Компании-акционеры разрабатывают проекты корпоративной социальной ответственности, представляющие общий интерес, хотя и не ставят под сомнение свой основной мотив – получение прибыли. Различие между крайними позициями континуума заключается в том, что в кооперативе поиск прибыли играет важную роль в производственной деятельности, и поэтому прибыль распределяется только в виде дивидендов; напротив, распределение прибыли и увеличение стоимости акций коммерческих организаций являются основными целями акционерных обществ (Defourny, Nyssens 2017: 2477–2478). Хотя многие малые и средние предприятия, особенно семейные, также являются капиталистическими, они могут по-разному балансировать между поиском прибыли и нефинансовыми целями (Zellweger et al. 2013: 235).

Для анализа СП предлагается применять *PCDO*-конструкт, разработанный Уильямом Салманом (Sahlman 1996). Внимание акцентируется на динамическом соответствии между четырьмя взаимосвязанными компонентами: людьми, контекстом, сделкой и возможностью (the people,

the context, the deal, and the opportunity—PCDO). В нем социальная миссия—интегрирующий фактор конструкта, которой подчинены условия осуществления проекта. Используя PCDO-конструкт Салмана, Джеймс Остин с соавторами (Austin et al. 2006) предлагают актуальную и жизнеспособную стратегию определения рамок СП. Они отмечают, что, наряду с общими чертами, которые имеют социальное и коммерческое предпринимательство, различия проявляются в таких экономических понятиях, как провалы рынка, миссия, мобилизация ресурсов и измерение эффективности. Авторы разделяют экономические и человеческие ресурсы в качестве отдельных переменных. Переменная «возможности» сохраняется, хотя ее природа будет принципиально иной, учитывая лежащий в основе восполняющий эффект провала рынка. К «контекстуальным» факторам добавляют демографические, политические и социокультурные. В центре такой структуры находится социальная ценность— интегрирующая переменная.

Развивая эту идею, можно утверждать, что любой вид предпринимательской деятельности в современном обществе должен быть социальным. В этом случае целевой установкой бизнеса по-прежнему является достижение максимального экономического результата, но акцент смещается на долгосрочный период или эффект этого результата, что, в свою очередь, предполагает создание неэкономической (социальной) ценности (Estrin et al. 2016). Таким образом, социальный эффект будет являться не затратным продуктом реального сектора экономики, а инвестированием в долгосрочные цели и конкурентные преимущества (Di et al. 2010). При такой позиции негативные изменения внутренней и/или внешней среды не приводят к сокращению расходов на социальные проекты и программы.

#### Заключение

Мы рассмотрели три модели социального предпринимательства: англо-американскую, континентальную и синтетическую. Первые две модели различаются ролью и местом государства в решении социальных проблем, способностью к самоорганизации, логикой становления, ценностями и мотивацией, что влечет за собой различия в организационноправовых и управленческих формах. Современное унифицированное СП опирается на социальную миссию, ориентируется на производство социальных изменений, решение социальных проблем посредством коммерческой деятельности. Такое понимание СП позволяет в дальнейшем исследовать динамику социальных эффектов, создаваемых предпринимателями. Современные социальные предприятия стремятся к новому распределению ответственности за общее благо (Lebedintseva et al. 2020; Маіг, Schoen 2007). Закрепляется тенденция социально-ориентированного управления и корпоративной социальной ответственности на предприятиях с любой организационно-правовой формой и размером. СП несет в себе

значительный потенциал социальных изменений, развития региональных обществ, экономического роста, сокращения бедности, экологической устойчивости (Yiu et al. 2014; Azmat 2013; McAnany 2012). Исследования о влиянии СП, включая вопрос о соотношении технологических инноваций и количестве социальных предпринимателей, особенно актуальны для развивающихся экономик, в т.ч. для России.

#### Выражение признательности

Исследование проведено в Санкт-Петербургском государственном университете при финансовой поддержке РНФ (проект № 19–18–00246).

Редакция благодарит программу Университетское партнерство за поддержку и возможность опубликовать данную статью.

Liubov Lebedintseva, Pavel Deriugin

## BUSINESS AND SOCIAL ENTREPRENEURSHIP: REVIEW OF THE MAINSTREAM THEORETICAL MODELS

This overview describes approaches to social entrepreneurship. The aim in this is to identify possible combinations of profit (business) and non-profit (charitable) activity of enterprises in the modern economy. It is noted that the historical development of social entrepreneurship initially took place according to two different logics – Anglo-American and Western European (continental), which contributed to the emergence of two different theoretical models. The characteristic features and essential features of each model are identified. Based on these differences, various traditions are formed in the development of organizational, managerial, and value forms of social entrepreneurship. It is noted that in modern conditions, the convergence of the two historical models is largely taking place, and the formation of a universal (synthetic) theoretical model based on the erasure of significant differences in the practices of social entrepreneurship development is being traced. Considerable attention is paid to the analysis of various modern forms of social entrepreneurship, in particular, to the correlation of such polar categories as income orientation (profitable business) and mission orientation (achieving

Liubov A. Lebedintseva - Dr. Sci. (Soc.), Associate Professor, Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, Russian Federation. Email: llebedintseva879@gmail.com

Pavel P. Deriugin - Dr. Sci. (Soc.), Professor, Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, Russian Federation. Email: deriuginpav@yandex.ru

social results). It is revealed that, on the one hand, in modern economic conditions, the vast majority of social enterprises are forced or voluntarily involved in commercial activities to some extent. On the other hand, all commercial enterprises, in order to achieve long-term success and prosperity, must focus on the implementation of socially significant tasks and achieve social impact in their activities. The article concludes that modern social entrepreneurship in most cases has hybrid forms of organization, is based on a socially-oriented goal (mission), focuses on the production of social change, and the solution of social problems through the entrepreneurial nature of income-generating activities based on the use of business technologies.

Keywords: social entrepreneurship, Anglo-American model, continental model, synthetic models, social value

DOI: 10.17323/727-0634-2021-19-1-155-165

#### **Acknowledgments**

This article was carried out with support of the Russian Science Foundation (RSF) according to scientific project no. 19–18–00246 'Challenges of Transformation of the Welfare State in Russia: Institutional Changes, Social Investment, Digitalization of Social Services,' implemented at Saint Petersburg State University.

#### References

Acs Z.J., Audretsch D.B. (eds.) (2010) Handbook of Entrepreneurship Research an Interdisciplinary Survey and Introduction. Second Edition. New York: Springer.

Austin J., Stevenson H., Wei-Skillern J. (2006) Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different or Both? *Entrepreneurship Theory and Practice*, (30): 1–22.

Azmat F. (2013) Sustainable Development in Developing Countries: the Role of Social Entrepreneurs. *International Journal of Public Administration*, 36 (5): 293–304.

Borzaga C., Defourny J. (eds.) (2001) The Emergence of Social Enterprise. London: Routledge.

Christie M. J., Honig B. (2006) Social Entrepreneurship: New Research Findings. *Journal of World Business*, (41): 1–5.

David R. (1966) Les grands systemes de droit contemporains (Droit comparè). Paris: Dalloz.

Dees J.G. (1998) Enterprising Nonprofits. Harvard Business Review, 76(1): 55-67.

Defourny J. (2001) From Third Sector to Social Enterprise. In: C. Borzaga, J. Defourny (eds.) *The Emergence of Social Enterprise*. London: Routledge: 1–28.

Defourny J., Nyssens M. (2010) Conceptions of Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and Divergences. *Journal of Social Entrepreneurship*, 1 (1): 32–53.

Defourny J., Nyssens M., (2017) Fundamentals for an International Typology of Social Enterprise Models. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 28 (6): 2469–2497.

Di D., Haugh H., Tracey P. (2010) Social Bricolage: Theorizing Social Value Creation in Social Enterprises. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34 (4): 681–703.

EMES (2020) International Research Network for Social Enterprise. Available at: https://emes.net/focus-areas/ (accessed 1 March 2020).

Estrin S., Mickiewicz T., Stephan U. (2016) Human Capital in Social and Commercial Entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, (31): 449–467.

Hall P., Soskice D. (2001) Varieties of Capitalism: The Institutional Foundations of Comparative Advantage. Oxford: Oxford University Press.

Kerlin J.A. (2006) Social Enterprise in the United States and Abroad: Learning from Our Differences. In: Mosher-Williams R. (ed.) *Research on Social Entrepreneurship: Understanding and Contributing to an Emerging Field: ARNOVA Occasional Paper Series.* Washington: ARNOVA: 105–125.

Lambert L., Dedeurwaerdere T., Nyssens M., Severi E., Brolis O. (2019) Unpacking the Organizational Diversity within the Collaborative Economy: the Contribution of an Analytical Framework from Social Enterprise Theory. *Ecological Economics*, (164): 1–9.

Lebedintseva L., Lebedintsev D., Deriugin P. (2020) Investigating Social Entrepreneurship: New Research Findings. *European Proceedings of Social and Behavioural Sciences*, (96): 152–159.

Mair J., Schoen O. (2007) Successful Social Entrepreneurial Business Models in the Context of Developing Economies: An Explorative Study. *International Journal of Emerging Markets*, 2 (1): 54–68.

Martens C., Lacerda F., Belfort A., Freitas H. (2016) Research on Entrepreneurial Orientation: Current Status and Future Agenda. *International Journal of Entrepreneurial Behavior*, (6): 557–567.

Mason Ch. (2012) Up for Grabs: A Critical Discourse Analysis of Social Entrepreneurship Discourse in the United Kingdom. *Social Enterprise Journal*, 8 (2): 123–140.

McAnany E. (2012) Social Entrepreneurship and Communication for Development and Social ChangeRethinking Innovation. *Nordicom Review*, (33): 205–218.

Mosher-Williams R. (ed.) (2006) Research on Social Entrepreneurship: Understanding and Contributing to an Emerging Field: ARNOVA Occasional Paper Series. Washington: ARNOVA.

Nicholls A. (2005) Measuring Impact in Social Entrepreneurship: New Accountabilities to Stakeholders and Investors? Seminar on Social Enterprise. Milton: Milton Keynes University.

Sahlman W. A. (1996) Some Thoughts on Business Plans. In: W. A. Sahlman, H. Stevenson, M. J. Roberts, A. V. Bhide (eds.) *The Entrepreneurial Venture*. Boston: Harvard Business School Press: 138–176.

Sharir M., Lerner M. (2006) Gauging the Success of Social Ventures Initiated by Individual Social Entrepreneurs. *Journal of World Business*, 41(1): 6–20.

Yiu D., Wan W., Chen X., Su J. (2014) Sentimental Drivers of Social Entrepreneurship: A Study of China's Guangcai (Glorious) Program. *Management and Organization Review*, 10 (1): 55–80.

Young D., Lecy J. (2014) Defining the Universe of Social Enterprise. Competing Metaphors. *VOL-UNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 25 (5): 1307–1332.

Zellweger T.M., Nason R.S., Nordqvist M., Brush C.G. (2013) Why do Family Firms Strive for Nonfinancial Goals? An Organizational Identity Perspective, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37 (2):229–248.