

### РОССИЙСКОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Том 19 • Hoмep 12 • декабрь 2018 ISSN 1994-6937

Russian Journal of Entrepreneurship



# Социальные инвестиции как составляющая устойчивого развития бизнеса

Яхнеева И.В. <sup>1</sup>, Хансевяров Р.И. <sup>1</sup>, Жабин А.П. <sup>1</sup>, Волкодавова Е.В. <sup>1</sup>

1 Самарский государственный экономический университет, Самара, Россия

#### : RNДАТОННА

Взаимосвязь между принципами социальной ответственности и устойчивостью развития бизнеса реализуется посредством корпоративной социальной деятельности, способы и направления реализации которой становятся все более актуальными для мирового и российского рынка. Социальные и технологические изменения обусловливают потребность в поиске новых способов взаимодействия бизнеса и общества. В статье представлены результаты исследования практики корпоративной социальной ответственности российских компаний в части финансирования социальных программ. На основе анализа данных публичной отчетности определена значимость корпоративной социальной ответственности с позиции устойчивого развития бизнеса, выявлено отсутствие зависимости между динамикой экономических показателей и величиной социальных инвестиций, показано влияние цифровизации экономики на социальную активность бизнеса.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** социальные инвестиции, корпоративная социальная ответственность, устойчивость развития бизнеса.

## Social investments as a component of sustainable business development

Yakhneeva I.V. 1, Khansevyarov R.I. 1, Zhabin A.P. 1, Volkodavova E.V. 1

<sup>1</sup> Samara State University of Economics, Russia

#### Введение

Паличие многочисленных научных работ в области развития и практического применения концепции корпоративной социальной ответственности (КСО) свидетельствует о повышении интереса к этой области стратегических бизнес-инициатив [1, 3, 5, 8–11] (Blagov, 2015; Bozhuk, Maslova, 2012; Dolgopyatova, Tomashuk, 2013; Kuratko, McMullen, Hornsby, Jackson, 2017; Martinez-Conesa, Soto-Acosta, Palacios-Manzano, 2017; Park, Joon, Kwon, 2017; Solke, 2014). Наибольший интерес у исследователей вызывают вопросы организации взаимодействия общества и бизнеса, взаимосвязи КСО с корпоративной стратегией, влияния КСО на показатели эффективности предпринимательской деятельности [2, 5, 9, 12] (Blagov, Kabalina, Petrova-Savchenko, Sobolev, 2015; Dolgopyatova, Tomashuk, 2013; Martinez-Conesa, Soto-Acosta, Palacios-Manzano, 2017; Swanson, Orlitzky, 2017). Вместе с тем, изменение политических, эко-

номических, технологических условий развития современного общества отражается на содержании и результативности КСО. В условиях развития цифровой экономики содержание, направления, подходы к работе с различными группами заинтересованных лиц и мониторингу эффективности социальной активности меняются. Отдельным аспектом является информационная прозрачность компаний, их публичная открытость и документирование КСО. Несмотря на то, что в России концепция получила распространение относительно недавно, в последние годы наблюдается рост публичной активности российских компаний в социальной сфере; появляются новые социальные и благотворительные проекты, финансируемые бизнесом; предприниматели делятся информацией о выделяемых средствах и полученных результатах. Наряду с финансовой отчетностью в течение последних нескольких лет представители крупного российского бизнеса публикуют социальные отчеты или отчеты устойчивого развития, которые отражают качественные и количественные данные об их социальных инициативах. Однако в современных условиях развития цифровой среды актуальной становится проблема развития социальной ответственности бизнеса и достижение целей устойчивого развития.

Целью исследования является проверка следующих предположений:

- корпоративная социальная ответственность рассматривается бизнесом как одна из составляющих устойчивости развития бизнеса;
- социальные инвестиции оказывают влияние на репутационный актив, их величина зависит от динамики экономических показателей.

#### ABSTRACT:

The relationship between the principles of social responsibility and sustainable business development is realized through corporate social activities, the methods and directions of which are becoming increasingly relevant for the global and Russian market. Social and technological changes necessitate the search for new ways of interaction between business and society. The article presents the results of a study of the practice of corporate social responsibility of Russian companies in terms of financing social programs. Based on the analysis of public reporting data, the importance of corporate social responsibility from the perspective of sustainable business development is determined, the lack of dependence between the dynamics of economic indicators and the value of social investment is revealed, the impact of digitalization of the economy on the social activity of business is shown.

KEYWORDS: social investments, corporate social responsibility, business sustainability

JEL Classification: L26, M21, M14 Received: 06.12.2018 / Published: 28.12.2018

© Author(s) / Publication: CREATIVE ECONOMY Publishers For correspondence: Yakhneeva I.V. (rinadoo@yahoo.com)

#### **CITATION:**

Yakhneeva I.V., Khansevyarov R.I., Zhabin A.P., Volkodavova E.V. (2018) Sotsialnye investitsii kak sostavlyayuschaya ustoychivogo razvitiya biznesa [Social investments as a component of sustainable business development]. Rossiyskoe predprinimatelstvo. 19. (12). – 3903–3912. doi: 10.18334/rp.19.12.39682

 развитие информационного общества и цифровизация технологий стимулирует бизнес развивать социальную активность.

Исследование проводится с помощью методов анализа и синтеза разобщенных данных, представленных в финансовой и социальной отчетности российских компаний, аналитических отчетах консалтинговых агентств Deloitte, PwC, ассоциации грантодающих организаций в России «Форум Доноров» [4, 7, 13, 14].

Социальные инвестиции сочетают в себе два направления бизнес-активности – инвестиционное и социальное. Прежде всего, речь идет о корпоративной социальной ответственности, в рамках которой компании осуществляют взаимодействие с обществом через реализацию социально ориентированных программ, вторая составляющая – долгосрочные вложения, эффект которых является длительным и не обязательно выражается финансовыми показателями. Этим объясняется сложность оценки потребности в социальных инвестициях, определении их оптимальной структуры и эффективности.

В число компаний, являющихся объектами исследования, включены представители добывающей, обрабатывающей, химической, металлургической промышленности, электроэнергетики, телекоммуникационного и финансового сектора (рис.). При проведении анализа не учитывались инвестиции в природохранные мероприятия и обеспечение безопасности труда, поскольку государством разработаны нормативные положения, регламентирующие обязательства бизнеса в этой сфере.

Анализ темпов роста продаж, чистой прибыли и социальных инвестиций не подтверждает предположение о зависимости социальных расходов от динамики экономических показателей.

Более половины компаний из приведенного списка демонстрируют опережающий рост финансирования социальных проектов, 20% увеличили объем социальных затрат при уменьшении объема выручки, и лишь 15% – сократили финансирование. При этом наиболее высокие темпы роста социальных вложений наблюдаются в металлургии и электроэнергетике. Соответственно, прямой зависимости между изменением финан-

#### ОБ АВТОРАХ:

**Яхнеева Ирина Валерьевна,** профессор кафедры маркетинга, логистики и рекламы, доктор экономических наук, доцент (rinadoo@yahoo.com)

**Хансевяров Рустам Идрисович,** профессор кафедры менеджмента, доктор экономических наук, доцент (rust1978@mail.ru)

**Жабин Александр Петрович,** зав. кафедрой менеджмента, доктор экономических наук, профессор [apzhabin@yandex.ru]

**Волкодавова Елена Викторовна,** профессор кафедры менеджмента, доктор экономических наук, профессор (vev.sseu@gmail.com)

#### ЦИТИРОВАТЬ СТАТЬЮ:

Яхнеева И.В., Хансевяров Р.И., Жабин А.П., Волкодавова Е.В. Социальные инвестиции как составляющая устойчивого развития бизнеса // Российское предпринимательство. – 2018. – Том 19. – № 12. – С. 3903-3912. doi: 10.18334/гр.19.12.39682



**Рисунок.** Отраслевая структура выборки *Источник*: составлено авторами

совых показателей и величиной социальных расходов не обнаруживается. Это косвенно подтверждается результатами исследования, проведенного в рамках совместного проекта деловой газеты «Ведомости», Ассоциации грантодающих организаций «Форум Доноров» и международной аудиторско-консалтинговой сети фирм PwC [4]. Большинство компаний-респондентов (85%) на благотворительные программы, являющиеся частью КСР, определяют фиксированный годовой бюджет. Ежегодно бюджет может быть пересмотрен в зависимости от расходов прошлого периода, финансовых показателей компании в предыдущем году, изменения экономической конъюнктуры, новых программ или планов расширения/сокращения существующих, участия (софинансирования) партнеров; результатов оценки эффективности существующих программ, планов социально-экономического развития регионов, соглашений с органами власти регионов присутствия, некоммерческими организациями, численности сотрудников и уровня социально-экономического развития регионов присутствия, предложений и запросов ключевых заинтересованных сторон. Помимо фиксированного бюджета, около трети компаний предполагает возможность выделения дополнительных средств под конкретные запросы или в случае чрезвычайных ситуаций.

Расчет удельного веса социальных инвестиций в продажах и прибыли позволяет дать количественную оценку масштабов реализации социальных программ. Значения показателя веса в продажах меняются в диапазоне 0,1-3,3%, наибольший вес так же характерен для металлургов (maбл.). В целом более 80% компаний повысили или не

Таблица Динамика выручки, чистой прибыли и социальных инвестиций публичных российских компаний в период 2016–2017 гг.

Компания	Документ	Темп роста выручки%	Темп роста соци- альных инвести- ций %	Вес социальных инвестиций в про- дажах %	
				2016	2017
ПАО «Газпром»	Отчет о деятельности в области устойчивого развития	107,1	97,0	0,6	0,5
ПАО НК «Роснефть»	Отчет в области устойчи- вого развития	118,7	127,3	0,7	0,7
ПАО «Лукойл»	Годовой отчет	113,6	81,7	0,6	0,5
ПАО «НОВАТЭК»	Отчет в области устойчи- вого развития	108,5	170,7	0,3	0,5
ПАО «Сбербанк»	Годовой отчет	112,1	104,0	0,6	0,6
Группа ВТБ	Годовой отчет, социаль- ный отчет	116,0	122,6	2,3	2,4
АФК «Система»	Отчет об устойчивом развитии	103,5	119,7	0,2	0,3
ПАО «Север- сталь»	Отчет о корпоративной социальной ответственности и устойчивости развития	116,7	87,8	0,9	0,7
ПАО «Россети»	Отчет о социальной ответственности и устойчивом развитии	105,2	-	-	0,3
ПАО «МТС»	Отчет в области устойчи- вого развития	101,7	118,9	0,1	0,1
ПАО «Мегафон»	Стратегический отчет	118,0	108,3	0,3	0,3
ПАО «Ростеле- ком»	Отчет об устойчивом развитии	102,7	105,6	0,2	0,2
Группа НЛМК	Социальный отчет	115,4	120,9	2,3	2,4
ГМК Норникель	Отчет об устойчивом развитии	97,8	239,2	1,3	3,3
ГК ФосАгро	Интегрированный отчет	96,6	-	-	0,9
ПАО «Уралка- лий»	Интегрированный отчет	106,1	101,8	0,2	0,2
ПАО «РусГидро»	Годовой отчет	93,0	141,1	0,3	0,5
ПАО «ФСК ЕЭС»	Годовой отчет	94,8	148,0	0,1	0,1
ОК Русал	Годовой отчет	108,7	168,2	0,2	0,2
АК АЛРОСА	Годовой отчет	86,8	101,6	2,6	3,0

Источник: составлено авторами по данным публичной отчетности компаний

изменили значение этого показателя за рассматриваемый период, что, безусловно, является позитивной характеристикой практики КСО.

Наиболее значимыми категориями заинтересованных лиц являются акционеры, потребители, сотрудники и органы власти. Фактическая приоритетность групп может не соответствовать отображаемой в отчетах, тем не менее, игнорирование интересов любой из указанных категорий может привести к долговременным потерям, в том числе репутационным. В большинстве отчетов также отображаются результаты мониторинга реализации социальных проектов, в том числе количества участников, полученных ими результатов, размера вложенных и привлеченных (со стороны партнеров) средств.

Помимо количественной оценки отношение бизнеса к необходимости социальных инвестиций и корпоративной социальной ответственности в целом отражает информационная прозрачность, а именно готовность компаний предоставлять информацию об объеме и структуре вложений. Так, среди рассматриваемых компаний 55% размещают различные варианты социальной отчетности, остальные отражают информацию о своем социальном участии в годовых отчетах. Значительная часть отчетов соответствует стандарту GRI (Global Reporting Initiative) – международному стандарту социальной отчетности, имеющему наибольшее распространение в мировой практике.

По мнению ряда авторов [6] (Testina, Pecheritsa, 2016), масштабы социальных инвестиций находятся в абсолютной зависимости от технологической специфики отрасли, от степени ее вредности и тяжести для занятых в ней сотрудников. Практически все социальные инвестиции, которые осуществляются местными организациями, определяются внутренними потребностями производства и мало связаны с рыночными внешними эффектами. С этим утверждением можно согласиться лишь частично. Исследование «Все о лидерах», показало, что доминирующими мотивами благотворительной деятельности являются моральные причины, а именно стремление помочь социально незащищенным слоям населения, реализоваться в обществе за рамками сферы бизнеса, более ответственно использовать имеющиеся у компании ресурсы. При этом отмечается слабая взаимосвязь корпоративной благотворительности корпоративной стратегии. Для 38% компаний-участников проекта определяющими стали принципы материнских компаний, работающих на зарубежных рынках. В других случаях социальная нагрузка обусловлена приобретением активов градообразующих предприятий. Еще одна категория респондентов указали вынужденный характер причин корпоративной благотворительности назвали треть респондентов, связанный с ожиданиями государственных и муниципальных органов власти, некоммерческих организаций, потребителей, бизнес-партнеров, потенциальных и реальных сотрудников. Наконец, около трети компаний связывают благотворительность с обеспечением устойчивости компании через долгосрочные инвестиции в уровень жизни местных сообществ и репутацию.

При изучении подходов к социальной активности бизнеса и ее финансированию, следует учитывать текущее изменение социального фона. В частности, с ростом зна-

чимости индивида все большее давление на бизнес оказывают миллениалы, которые ставят под сомнение основные предпосылки корпоративного поведения, экономические и социальные принципы, которые его направляют. Для этой группы огромную роль в принятии решения о том, где они работают и что они покупают, играет социальный капитал, причем 86% считают, что успех в бизнесе следует оценивать не только финансовыми показателями [14]. Поскольку миллениалы формируют основную часть трудоспособного населения, сила их влияния со временем будет возрастать, и компаниям придется учитывать их предпочтения и интересы.

Технологические изменения оказывают сложно прогнозируемое воздействие на общество, даже когда они создают возможности для достижения устойчивого роста. Люди осознают, что быстрые технологические изменения, обещающие новые возможности, также имеют последствия, которые могут отразиться на их жизни.

Информационные и технологические изменения позволяют людям наблюдать в реальном времени за компаниями, выражая свое мнение широкой аудитории, объединяясь в социальные сообщества и оказывая влияние на принятие управленческих решений. Потребители и сотрудники становятся все более осведомленными и активными по широкому спектру экологических, социальных и этических проблем. В результате бизнесу необходимо менять корпоративную культуру и этические стандарты предпринимательской деятельности, расширять направления реализации социальных программ и управлять репутационным риском.

Согласно исследованию PwC, инвесторы и руководители согласны с тем, что самая большая проблема для компании - это стремление сосредоточиться на краткосрочной перспективе, – так считают 69% инвесторов и 60%. Близкими являются оценки по поводу давления на социальные позиции бизнеса со стороны сотрудников и потребителей, - 48% и 38% соответственно. Однако относительно снижения доверия со стороны различных социальных групп мнения расходятся. К примеру, с тем, что снижается доверие потребителей, согласны 36% инвесторов и лишь 18% руководителей. Тем не менее, 81% инвесторов и 68% руководителей в течение следующих пяти лет ожидают негативного (разрушительного) влияния изменения поведения потребителей на свой бизнес. Примечательно, что почти такую же оценку участники исследования дают влиянию на бизнес новых технологий, в том числе цифровых (85% и 64% соответственно). На наш взгляд, это важно отличие современного этапа, когда сила воздействия потребителей приравнивается к технологическим изменениям, кардинально меняющим структуру рынков и распределение ресурсов. Соответственно, новым этапом развития концепции корпоративной социальной ответственности становится появление социального предприятия - организации, чья миссия сочетает рост доходов и прибыли с необходимостью уважать и поддерживать среду окружения и заинтересованные стороны [13]. Это включает в себя мониторинг, инвестирование и активное управление тенденциями, которые формируют сегодняшний мир. Это организация, которая несет ответственность за то, что реализует (как внутри организации, так и за ее пределами), выступая в качестве образца для подражания и способствуя высокой степени сотрудничества на всех уровнях управления.

#### Заключение

Анализ практики российских компаний в сфере корпоративной социальной ответственности позволяет заключить, что большинство компаний в России, инвестирующих средства в социальные программы и публикующих социальные отчеты, относятся к бизнесу с участием иностранного капитала или государства. Стремление соответствовать международным стандартам и ориентация на устойчивое развитие обусловливают стабильную потребность в социальных инвестициях. Компании ориентируются на широкий перечень заинтересованных лиц, однако содержание социальных программ и размер их финансирования остаются относительно стабильными.

Результаты исследования подтвердили сформулированные предположения частично. Действительно, корпоративная социальная ответственность рассматривается бизнесом как важный вид активности, определяющий устойчивость развития бизнеса; развитие цифровых технологий способствует стремлению бизнеса инициировать и развивать социальные программы. Вместе с тем влияние на репутацию не всегда является определяющим мотивом. Кроме того, не выявлено зависимости между изменением объема социального финансирования и динамикой продаж и прибыли. Открытым остается вопрос оценки результативности социальных инвестиций, поскольку компании неохотно делятся информацией о коммерческих целях и ожиданиях. Тем не менее, стремление распространить информацию о социальных проектах компаний и мониторинг их реализуемости свидетельствуют о понимании значимости участия бизнеса в жизни общества и необходимости учета его интересов.

#### источники:

- 1. Благов Ю.Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции. СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2015. 272 с.
- 2. Благов Ю.Е., Кабалина В.И., Петрова-Савченко А.А., Соболев И.С. Создание ценности для бизнеса и общества: анализ корпоративной социальной деятельности российских компаний // Российский журнал менеджмента. 2015. № 2. с. 67-98.
- 3. Божук С.Г., Маслова Т.Д. Развитие инструментария социально-ответственного маркетинга // Проблемы современной экономики. 2012. № 1(41). с. 199-203.
- 4. Все о лидерах 2017: по материалам проекта «Лидеры корпоративной благотворительности 2017». М.: Форум Доноров, 2017. 228 с.
- 5. Долгопятова Т.Г., Томашук И.О. Управление российскими предприятиями с иностранными собственниками: эмпирический анализ // Российский журнал менеджмента. 2013. № 4. с. 003-030.
- 6. Тестина Я.С., Печерица Е.В. Социальные инвестиции как форма реализации корпоративной социальной ответственности // Фундаментальные исследования. 2016. № 7-1. с. 185-189.

- 7. 2018 Global Investor Survey. Anxious optimism in a complex world. Pwc.com. [Электронный ресурс]. URL: https://www.pwc.com/gx/en/ceo-survey/2018/deep-dives/pwc-global-investor-survey-2018.pdf.
- 8. Kuratko D.F., McMullen J. S., Hornsby J.S., Jackson C. Is your organization conducive to the continuous creation of social value? Toward a social corporate entrepreneurship scale // Business Horizons. − 2017. − № 3. − p. 271-283. − doi: 10.1016/j.bushor.2016.12.003.
- 9. Martinez-Conesa I., Soto-Acosta P., Palacios-Manzano M. Corporate social responsibility and its effect on innovation and firm performance: An empirical research in SMEs // Journal of Cleaner Production. − 2017. − № 4. − p. 2374-2383. − doi: 10.1016/j. jclepro.2016.11.038.
- 10. Park E., Joon K.K., Kwon S.J. Corporate social responsibility as a determinant of consumer loyalty: An examination of ethical standard, satisfaction, and trust // Journal of Business Research. 2017. p. 8-13. doi: 10.1016/j.jbusres.2017.02.017.
- 11. Solke H. Education, economic inequality and the promises of the social investment state // Socio-economic review. − 2014. − № 12. − p. 269-297.
- 12. Swanson D., Orlitzky M. Toward a conceptual integration of corporate social and financial performance // Handbook of integrated CSR communication. 2017. p. 129-148. doi: 10.1016/j.lrp.2018.08.002.
- 13. The rise of the social enterprise. 2018 Deloitte Global Human Capital Trends. Deloitte. [Электронный ресурс]. URL: https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/us/articles/HCTrends2018/2018-HCtrends\_Rise-of-the-social-enterprise.pdf.
- 14. The 2017 Deloitte millennial survey: Apprehensive millennials: Seeking stability and opportunities in an uncertain world. Deloitte. [Электронный ресурс]. URL: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/About-Deloitte/gx-deloitte-millennial-survey-2017-executive-summary.pdf.

#### **REFERENCES:**

- 2018 Global Investor Survey. Anxious optimism in a complex worldPwc.com. Retrieved from https://www.pwc.com/gx/en/ceo-survey/2018/deep-dives/pwc-global-investor-survey-2018.pdf
- Vse o liderakh 2017: po materialam proekta «Lidery korporativnoy blagotvoritelnosti 2017» [All about leaders 2017: based on the project "Leaders of corporate charity-2017"] (2017). M.: Forum Donorov. (in Russian).
- Blagov Yu.E. (2015). Korporativnaya sotsialnaya otvetstvennost: evolyutsiya kontseptsii [Corporate social responsibility: evolution of the concept] SPb.: Izd-vo «Vysshaya shkola menedzhmenta». (in Russian).
- Blagov Yu.E., Kabalina V.I., Petrova-Savchenko A.A., Sobolev I.S. (2015). Sozdanie tsennosti dlya biznesa i obschestva: analiz korporativnoy sotsialnoy deyatelnosti rossiyskikh kompaniy [Value creation for business and society: analysis of corporate social activities of Russian companies]. Russian Management Journal. 13 (2). 67-98. (in Russian).

- Bozhuk S.G., Maslova T.D. (2012). Razvitie instrumentariya sotsialno-otvetstvennogo marketinga [Socially responsible business: development of conceptual tools]. Problems of modern economics. (1(41)). 199-203. (in Russian).
- Dolgopyatova T.G., Tomashuk I.O. (2013). Upravlenie rossiyskimi predpriyatiyami s inostrannymi sobstvennikami: empiricheskiy analiz [The management of Russian companies with foreign owners: an empirical analysis]. Russian Management Journal. 11 (4). 003-030. (in Russian).
- Kuratko D.F., McMullen J. S., Hornsby J.S., Jackson C. (2017). Is your organization conducive to the continuous creation of social value? Toward a social corporate entrepreneurship scale Business Horizons. 60 (3). 271-283. doi: 10.1016/j. bushor.2016.12.003.
- Martinez-Conesa I., Soto-Acosta P., Palacios-Manzano M. (2017). Corporate social responsibility and its effect on innovation and firm performance: An empirical research in SMEs Journal of Cleaner Production.142 (4). 2374-2383. doi: 10.1016/j. jclepro.2016.11.038.
- Park E., Joon K.K., Kwon S.J. (2017). Corporate social responsibility as a determinant of consumer loyalty: An examination of ethical standard, satisfaction, and trust Journal of Business Research. 76 8-13. doi: 10.1016/j.jbusres.2017.02.017.
- Solke H. (2014). Education, economic inequality and the promises of the social investment state Socio-economic review. 2 (12). 269-297.
- Swanson D., Orlitzky M. (2017). Toward a conceptual integration of corporate social and financial performance Handbook of integrated CSR communication. 129-148. doi: 10.1016/j.lrp.2018.08.002.
- Testina Ya.S., Pecheritsa E.V. (2016). Sotsialnye investitsii kak forma realizatsii korporativnoy sotsialnoy otvetstvennosti [Social investments as a form of realization of corporate social responsibility]. Fundamental research. (7-1). 185-189. (in Russian).
- The 2017 Deloitte millennial survey: Apprehensive millennials: Seeking stability and opportunities in an uncertain worldDeloitte. Retrieved from https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/About-Deloitte/gx-deloitte-millennial-survey-2017-executive-summary.pdf
- The rise of the social enterprise. 2018. Deloitte Global Human Capital TrendsDeloitte. Retrieved from https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/us/articles/HCTrends2018/2018-HCtrends\_Rise-of-the-social-enterprise.pdf