

Министерство образования и науки Российской Федерации

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра экономической теории
и национальной экономики

**Формирование бизнес-моделей социального предпринимательства в
современной России**


АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студента 4 курса 414 группы
направления 38.03.01 Экономика

профиль Экономика предпринимательства
код и наименование направления

экономического факультета
наименование факультета

Алиева Бахши Буняд Оглы
фамилия, имя, отчество

9.06.2016


Научный руководитель

Доцент, к.э.н.

должность, уч. степень, уч. звание


подпись, дата


Е.В. Коротковская

инициалы, фамилия

Зав. кафедрой

Доцент, к.э.наук.

должность, уч. степень, уч. звание

 9.06.2016
подпись, дата

Е. В. Огурцова

инициалы, фамилия

Саратов 2016

Введение. Актуальность темы исследования. Социальное предпринимательство сложно назвать новым явлением, однако в последние годы оно испытывает небывалый подъем во всем мире, в том числе в Российской Федерации, причем развиваются как практика социального предпринимательства, так и его научная концептуализация. Это обусловлено тем, что, с одной стороны, наблюдается обострение целого комплекса социальных проблем, с другой стороны - очевидная неспособность общества эффективно решать эти проблемы традиционными способами рыночной экономики и государственной поддержки.¹

Таким образом, актуальность работы с одной стороны, заключается в повышении значимости и роли социального предпринимательства во всем мире, а с другой стороны, в необходимости проведения эмпирического исследования для концептуализации и развития теории социального предпринимательства. Выявление специфики формирования различных типов бизнес-моделей в социальном предпринимательстве поможет повысить эффективность управления социально-предпринимательскими фирмами, что в свою очередь будет способствовать повышению суммарного социального эффекта через тиражирование и распространение успешных, устойчивых бизнес-моделей.

Степень разработанности научной проблемы. Первыми основополагающими работами в области социального предпринимательства стали работы таких ученых, как Р. Дарт, С. Шейн, С. Венкатараман, Дж. С. Морт, Дж. Виравардена, А. М. Передо, М. Мак Лин, Дж. Мэр и И. Марти.

Постепенно стало появляться все больше работ, в которых бизнес-модель применяется как единица анализа при изучении социального предпринимательства и рассматриваются особенности формирования бизнес-

¹ Блаженкова, Н. М., Поаншваль, Н. С. Социальное предпринимательство: эволюция понятия, современное состояние и перспективы развития / Н. М. Блаженкова, Н. С. Поаншваль // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2014. № 1 (4). С. 72-78.

моделей социального предпринимательства. Особое внимание заслуживают работы А. Гуклу, Г. Диз, Ф. Перрини и К. Вурро, Дж. Мэр и О. Шоуэн, К. Соммеррок, У.Грассл.

Цель и задачи исследования. Цель выпускной квалификационной работы состоит в определении основных бизнес-моделей как элемента построения концепции социального предпринимательства.

В соответствии с данной целью в работе решаются следующие логически связанные задачи:

- 1) анализ особенностей становления и развития социального предпринимательства;
- 2) определение региональных особенностей развития социального предпринимательства;
- 3) выделение признаков, критериев для разработки типологии бизнес-моделей в социальном предпринимательстве;
- 4) определение основных бизнес-моделей в социальном предпринимательстве;
- 5) выявление особенностей формирования разных типов бизнес-моделей в социальном предпринимательстве;

Объектом исследования является социальное предпринимательство.

Предметом исследования выступают бизнес-модели в социальном предпринимательстве.

Теоретическая основа исследования. Теоретическая и методологическая основа исследования составляет положения общей экономической теории, комплексный подход, логический и исторический методы, системный анализ, методы экспертных оценок, методы статистики, включая сравнение, формирование группировок, абстрагирование.

Исследование опирается также на изучение трудов и публикаций отечественных и зарубежных ученых, которые в той или иной степени рассматривали различные аспекты проблемы.

Информационная база работы. Теоретической базой выпускной

квалификационной работы являются научные труды отечественных и зарубежных авторов в области социального предпринимательства. В работе учтены постановления Правительства РФ по вопросам социального предпринимательства, положения Конституции РФ и отдельных законов РФ. Используются материалы научно-теоретических и научно-практических конференций, публикации периодической печати.

Основная часть. В первой главе выпускной квалифицированной работы раскрыто понятие социальное предпринимательство и показаны особенности развития социального предпринимательства на региональном уровне хозяйственной системы.

В работе обобщено понятие социальное предпринимательство, которое в широком смысле понимается как инновационная деятельность, как в коммерческом секторе, так и в некоммерческом, либо на их стыке – в организациях смешанного типа, целью которой является решение социальных проблем. Широкая трактовка социального предпринимательства фактически описывает деятельность, направленную на решение социальных проблем и обладающую инновационной направленностью.

На основе представленного анализа основных определений социального предпринимательства можно выделить три основных аспекта, которые играют важную роль в формировании определения и понимании сущности социального предпринимательства²:

- 1) социальная направленность;
- 2) предпринимательский подход;
- 3) финансовая устойчивость.

Рассмотрено понятие предпринимательский подход, который основан на сути концепции «предпринимательство». В современной научной литературе

² Старикова, О. Д., Дагаева, И. А. Социальное предпринимательство: сущность и пути становления / О. Д. Старикова, И. А. Дагаева // В сборнике: Инновационные процессы в экономике, управлении и социальных коммуникациях. Сборник материалов международной научной конференции. Псков, 2015. С. 247-256.

отражены разные подходы к определению предпринимательства; среди доминирующих в настоящее время точек зрения можно выделить две – предпринимательство как создание новых организаций и предпринимательство как создание новых видов экономической деятельности. Именно второй подход «охватывает большее число аспектов, которые профессионалы ассоциируют с концепцией предпринимательства, и лучше соответствует классическому определению предпринимательства, данному Й. Шумпетером».

Важным аспектом при определении понятия «социальное предпринимательство» выступает финансовая устойчивость, которая является необходимым условием долгосрочного создания социального эффекта и выражается в стремлении социальных предпринимателей достичь самоокупаемость, безубыточность своей деятельности. Наличие социальной миссии и создание социальной ценности являются обязательными условиями для социального предпринимательства, а создание экономической ценности – необходимым условием для его финансовой стабильности.

Институциональную среду социального предпринимательства на примере США в основном формируют частные фонды, которые обеспечивают финансовую поддержку, предоставляют образовательные, тренинговые, консалтинговые услуги социальным предпринимателям (в отличие, например, от Европы, где эти функции выполняет в основном государство, либо общественные организации). Поддержка социального предпринимательства частными инвестиционными фондами в США началась в 80-е гг. XX века. Некоторые фонды (Kellogg Foundation, Kauffman Foundation, Rockefeller Foundation) делали упор на формировании сети социальных предпринимателей, другие поддерживали стартапы с социальной миссией.³ Важную роль в формировании условий для развития социального предпринимательства в США играют исследовательские центры, университеты (The Fuqua School of Business,

³ Логвинова, И. Л. Обучение социальному предпринимательству: зарубежный опыт / И. Л. Логвинова // Современная конкуренция. 2015. Т. 9. № 5 (53). С. 84-106.

Duke University; Harvard Business School; Columbia School of Business), а также ассоциации, объединяющие практиков в сфере социального предпринимательства.

Рассматривая социальное предпринимательство в Азии, необходимо учитывать, что это регион, в котором проживает 60% всего населения планеты, при этом социально-экономическое положение многих азиатских стран нестабильно. Именно экологический, социальный и экономический дисбаланс в этом регионе стал катализатором появления инновационных подходов в решении существующих проблем.

Для Китая социальное предпринимательство – достаточно новое явление, которое «сегодня набирает темпы, не имея четкой модели развития». Сам термин «социальное предпринимательство» стал широко использоваться в китайском обществе только в начале XXI в. Понятие «социальное предпринимательство» настолько размыто в исследованиях и сознании в Китае, что, согласно данным отчета Британского совета «лишь малую долю фирм, ассоциирующих себя с социальными предприятиями, можно отнести к таковым». Среди факторов, тормозящих развитие социального предпринимательства в Китае, необходимо выделить политику государства, которая не создает благоприятных условий для развития некоммерческих организаций. За последние 30 лет Китай продемонстрировал, что способен создавать новые институты и инструменты достаточно быстро. Если такие же силы будут направлены на создание необходимой инфраструктуры для стимулирования и поддержки социального предпринимательства, то Китай сможет стать примером для всего мира.

Для России социальное предпринимательство – не новое явление, однако активно оно стало развиваться только с конца XX века. По данным исследования, проводимого исследовательской группой ЦИРКОН в 2008 и 2011 годах, «заметное большинство российских граждан находятся в неведении относительно социального предпринимательства». В 2011 году согласно опросу

лишь 4% по сравнению с 7% в 2008 году уверенно заявили, что они знают о том, что такое социальное предпринимательство.

Вторая глава выпускной квалифицированной работы посвящена рассмотрению концепции бизнес-модели в социальном предпринимательстве. Рассмотрены основные компоненты бизнес-моделей социального предпринимательства. Был составлен кейс-анализ бизнес-модели в социальном предпринимательстве.

Рассмотрен эволюционный процесс развития концепции бизнес-модели в социальном предпринимательстве

Таблица 1 - Эволюция концепции бизнес-модели⁴

Этап 1	•определения и классификация бизнес-моделей
Этап 2	•выделение компонентов бизнес-модели
Этап 3	•изучение компонентов как элементов общей системы
Этап 4	•разработка базовых моделей и категорий
Этап 5	•разработка инструментов для анализа и применения концепции бизнес-модели

Рассмотрены способы выделения компонентов бизнес-моделей, которые демонстрируют разнообразие существующих подходов определения и описания бизнес-моделей. Однако можно отметить, что большинство авторов делают акцент в определении понятия «бизнес-модель» на следующих компонентах:

- ценностное предложение (value proposition);
- создание ценности (value creation);
- получение дохода (income generation).

Проведен анализ компонентов бизнес-моделей для социального предпринимательства. Все компоненты соотнесены соответственно между двумя элементами бизнес модели – стратегической и операционной моделью, что отражает характер принимаемых решений в рамках каждой модели.

⁴ Арай, Ю. Н., Бурмистрова, Т. А. Специфика бизнес-моделей в социальном предпринимательстве / Ю. Н. Арай, Т. А. Бурмистрова // Российский журнал менеджмента. 2014. Т. 12. № 4. С. 55-78.

Таблица 2 - Компоненты бизнес-модели⁵

Компонент	Описание
Стратегическая модель	
Ценностное предложение	Описание товаров и услуг, которые представляют ценность для определенного потребительского сегмента. Иными словами, ценностное предложение – совокупность преимуществ, которые компания готова предложить потребителю
Потребительские сегменты	Определяются, какие группы людей и организаций предприятие рассчитывает привлекать и обслуживать. Когда решение о выборе сегментов обслуживания выбрано, можно строить бизнес-модель, опираясь на четкое понимание специфических нужд клиентов.
Ключевые ресурсы	Наиболее важные активы, необходимые для функционирования бизнес-модели
Ключевые виды деятельности	Действия компании, которые необходимы для реализации ее бизнес-модели
Операционная модель	
Ценностная сеть	Поставщики; Партнеры; Коалиции
Взаимоотношения с клиентом	Типы отношений, которые устанавливаются у компании с отдельными потребительскими сегментами. Они могут варьировать от персональных до автоматизированных. Динамика отношений – отражает природу взаимоотношений, взаимодействия между потребителем и фирмой
Каналы сбыта	Как компания взаимодействует с потребительскими сегментами, доносит до них свои ценностные предложения
Получение прибыли	Способы создания потоков доходов и структура затрат, которая зависит от архитектуры создания ценности

Единицей анализа в данной работе является бизнес-модель социально-предпринимательских проектов, используется подход анализа нескольких кейсов, который позволяет провести сравнительный анализ и выявить общие и отличительные черты и тенденции.

Таблица 3 - Социальные проблемы, способы их решения социальными предпринимателями: анализ кейсов⁶

	Проблема	Провалы государства/рынка	Способ решения	Миссия организации
Кейс 1 – Программа	Торговля людьми	Проблема не признана	Реабилитация через тренинги и	Снижение риска вовлеченности

⁵ Сорвина, Т. А. Условия и факторы формирования бизнес-модели социального предпринимательства / Т. А. Сорвина // Ученые записки Санкт-Петербургского университета управления и экономики. 2014. № 4 (48). С. 55-60.

⁶ Составлено автором на основе официального сайта Благотворительного фонда «Навстречу переменам» <http://www.fond-navstrechu.ru>.

«Ювелирные девочки» (БФ «Безопасный дом»)		государством, НКО занимаются данной проблемой на локальном уровне и не стабильно	изготовление бижутерии	детей и молодежи в ситуации торговли людьми, эксплуатации и насилия
Кейс 2 – Детский книжный автобус «Бампер»	Дети не читают	В географически отдаленных районах низкий уровень оснащенности библиотек и книжных магазинов детской литературой	Привозить книги тем, у кого нет возможности их купить	Создание условий для развивающего и приносящего удовольствие чтения для каждого ребенка в России
Кейс 3 – Федерации экстремального спорта и молодежных спортивных движений Томской области	Подростки предоставлены сами себе, нет доступных занятий	Бюджетные секции и кружки в основном рассчитаны на младший и средний школьный возраст	Организация секций по занятию экстремальными видами спорта	Формирование нового поколения, социально активного, физически и духовно развитого, способного преодолевать жизненные препятствия
Кейс 4 – АНО «Партнеры по радости»	Дети, находящиеся долго в больницах, страдают не только физически, но и психологически	Детские больницы не предоставляют услуги по психологической реабилитации детей (за исключением штатного психолога)	Оказание клоунотерапевтической помощи детям, находящимся на лечении в больнице и дома	Содействие социально-культурной реабилитации детей, находящихся в трудной жизненной ситуации (в больницах, на лечении дома)

Ценностное предложение социального проекта связано с решением социальной проблемы основной целевой группы – благо получателей. А получение дохода, как уже было определено ранее, имеет свою специфику, во-первых, в связи с тем, что благо получатели часто не платежеспособны, а значит, присутствует другая заинтересованная сторона, которая является источником дохода для организации, а во-вторых, доходы могут формироваться за счет и нерыночных механизмов (получение грантов, дотаций, краудфандинговые механизмы). В работе выделены и проанализированы 5 основных типов бизнес-моделей в социальном предпринимательстве.

- Тип 1 – Модель «Платформа»;
- Тип 2 – Модель «Доступ к рынку»;

- Тип 3 – Модель «Занятость»;
- Тип 4 – Модель «Доступ к товару/услуге»;
- Тип 5 – Модель «Благотворительность»;

Заключение. Сделаем некоторые обобщенные выводы по особенностям развития социального предпринимательства:

- Социальное предпринимательство обладает некоторыми характеристиками всех секторов (государственный, коммерческий, некоммерческий), что затрудняет выделение четких границ социального предпринимательства. Сложная природа социального предпринимательства (стирание межсекторных границ, превалирование социальных целей над экономическими и т. д.) требует применения эффективных управленческих инструментов, использования методов оценки социальной и экономической ценности, поиска конкурентных преимуществ и создания устойчивых бизнес-моделей социального предпринимательства.

- социальное предпринимательство использует возможности для создания социальной ценности, которые были упущены другими институциональными агентами, а инновационность социального предпринимательства связана не только со способностью комбинировать ресурсы для создания ценности, но и с возможностью социального предпринимательства осуществлять прорыв в области, где существуют провалы рынка и государства, а значит, есть острые социальные проблемы.

- социальное предпринимательство – важный рыночный механизм решения социальных проблем, который активно развивается сегодня практически во всех регионах мира. Именно социальное предпринимательство позволяет решать социальные проблемы не за счет перераспределения финансовых ресурсов, как это происходит в случае государства (от налогоплательщиков) или в случае НКО (от грантодателей), а за счет достижения экономической эффективности самой организации. Возможно, именно социальное предпринимательство должно стать основным механизмом решения социальных задач в современной рыночной экономике.

- выделены три основных подхода к определению социального предпринимательства: первый делает акцент на способности социального предпринимательства осуществлять общественные трансформации, социальные изменения; второй подход определяет социальное предпринимательство как инновационный, предпринимательский способ создания социального эффекта; третий подход основан на важном условии существования и сохранения устойчивости в социальном предпринимательстве – достижение «двойного эффекта» – социального и экономического. Это позволило выделить наиболее важные и часто встречающиеся аспекты в определениях социального предпринимательства (социальная направленность, предпринимательский подход, финансовая устойчивость).