

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

*Ю. Арай*

*На правах рукописи*

**Арай Юлия Николаевна**

**БИЗНЕС-МОДЕЛИ В СОЦИАЛЬНОМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ:  
ТИПОЛОГИЯ И ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ**

Специальность 08.00.05 — Экономика и управление народным хозяйством  
(менеджмент)

22 АПР 2015

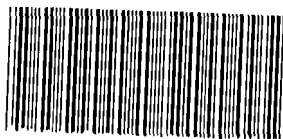
22 АПР 2015

**АВТОРЕФЕРАТ**

диссертации на соискание ученой  
степени кандидата экономических наук

Санкт-Петербург

2015



005567659

Работа выполнена в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Санкт-Петербургский государственный университет»

**Научный  
руководитель:**

доктор экономических наук, профессор  
Расков Николай Васильевич

**Официальные  
оппоненты:**

Гордин Валерий Эрнстович,  
доктор экономических наук, профессор,  
Национальный исследовательский институт  
«Высшая школа экономики», Санкт-Петербург;  
профессор департамента менеджмента Санкт-  
Петербургской школы экономики и менеджмента

Шаталов Александр Игоревич,  
кандидат экономических наук,  
начальник Отдела внешних проектов  
и прикладных исследований

АНО ДПО «Корпоративный университет Сбербанка»

**Ведущая  
организация:**

Федеральное государственное бюджетное учреждение науки  
Центрального экономико-математического института  
Российской академии наук

Защита состоится 26 мая 2015 г. в 15 часов на заседании совета по защите диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук Д 212.232.69 на базе федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Санкт-Петербургский государственный университет» по адресу: 199044, Санкт-Петербург, Волховский пер., д. 3/1., ауд. 309.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке им. М. Горького Санкт-Петербургского государственного университета по адресу: 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., д.7/9.

Автореферат разослан «11» апреля 2015 г.

Ученый секретарь  
Диссертационного совета  
доктор экономических наук,  
профессор



Н. Н. Молчанов

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность темы исследования.** Социальное предпринимательство (social entrepreneurship) как общественно-экономическое и организационное явление в последние годы все чаще привлекает внимание ученых, представителей бизнеса и государства. Под социальным предпринимательством понимается вид хозяйственной деятельности, направленный на решение проблем определенных групп людей, которые вследствие провалов (несостоятельности) рынка и государства не имеют доступ к жизненно необходимым благам. 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.

Научная концептуализация социального предпринимательства начала формироваться только в 1990-е гг. Стремительное увеличение количества публикаций по социальному предпринимательству в ведущих международных рецензируемых журналах за последние годы (почти в 10 раз с 1995 по 2014 г.<sup>1</sup>) демонстрирует растущий интерес к данной области исследования. Однако социальное предпринимательство, как и любая новая область исследования на этапе становления, характеризуется недостаточной легитимностью и неопределенностью теоретических границ и содержания. В исследованиях социального предпринимательства все больше стало появляться работ, где в качестве единицы анализа рассматривается бизнес-модель, а не организация. Применение концепции бизнес-модели к изуче-

---

<sup>1</sup> Данные получены на Web of Science (поиск — social&entrepreneurship, 1995–2014 г.).

нию деятельности организаций, задействованных в социальном предпринимательстве, позволяет понять процесс создания и присвоения ценности, который именно в социальном предпринимательстве является наиболее сложным и противоречивым.

Несмотря на существующий в литературе теоретический задел изучения бизнес-моделей социального предпринимательства, недостаточно представлены эмпирические исследования, позволяющие системно выделить их основные типы. Актуальность темы данного исследования подчеркивает и тот факт, что отсутствуют работы, сделанные на материалах российских фирм. Понимание основных бизнес-моделей социального предпринимательства и институциональных особенностей их формирования имеет важное значение как с практической точки зрения, так и с теоретической, поскольку может повысить эффективность функционирования организаций, задействованных в социальном предпринимательстве, и внести определенную концептуальную ясность в развитие его теории.

Таким образом, актуальность данного исследования, с одной стороны, заключается в повышении значимости и роли социального предпринимательства во всем мире, а с другой стороны, в необходимости проведения эмпирического исследования для повышения уровня концептуализации и развития теории социального предпринимательства.

**Степень научной разработанности проблемы.** Уже к концу 90-х гг. XX в. накопился определенный практический опыт и теоретический материал по социальному предпринимательству. В конце XX — начале XXI в. появились международные реферируемые журналы, специализирующиеся на проблематике социального предпринимательства<sup>2</sup>, были созданы профессиональные сообщества, объединившие ученых разных стран с целью содействия развитию исследований в области социального предпринимательства, что свидетельствует о накопившихся исследовательских работах в этой области и активном процессе институционализации самого явления. Первыми основополагающими работами в области социального предпри-

---

<sup>2</sup> В 2010 г. был издан специальный выпуск журнала *Entrepreneurship Theory and Practice*, посвященный социальному предпринимательству.

нимательства стали работы таких ученых, как С. Венкатараман, Дж. Виравардена, Р. Дарт, Г. Диз, М. МакЛин, И. Марти, Дж. С. Морт, Дж. Мэр, А. М. Передо, и С. Шейн.

В России библиография в области социального предпринимательства очень мала, преобладают статьи и работы описательного и обзорного характера таких авторов как А. В. Барков, М. Л. Баталина, Ю. Е. Благов, Н. А. Восколович, Д. А. Гафарова, К. П. Егорова, Э. Ю. Есипова, О. А. Захарченко, Н. И. Зверева, Г. С. Изотова, Н. Ф. Кадол, И. В. Манахова, Т. Н. Мартынова, А. В. Маслов, М. В. Меньшикова, А. А. Московская, А. В. Мухин, Н. В. Парахневич, Н. С. Поаншваль, З. Э. Сабирова, Л. Д. Тарадина, А. И. Татаркин, Д. О. Шеяненко, Е. М. Шматкова., а эмпирических исследований на российских данных пока недостаточно. Будучи новой областью исследований как в России, так и в мире в целом, социальное предпринимательство является привлекательным направлением для исследователей разных областей знания. Однако множественность подходов размывает границы области исследований, что обуславливает необходимость структурирования научного знания.

По мере развития исследований в области социального предпринимательства фокус внимания стал смещаться от концептуальных, понятийных вопросов возникновения и существования этого явления к операционным и стратегическим вопросам создания организаций, вовлеченных в социальное предпринимательство. Постепенно стало появляться все больше исследований, в которых бизнес-модель применяется как единица анализа при изучении социального предпринимательства и рассматриваются особенности формирования бизнес-моделей социального предпринимательства. Особое внимание заслуживают работы С. Вурро, У. Грассл, А. Гуклу, Г. Диз, Дж. Мэр, Ф. Перрини, К. Соммеррок и О. Шоуэн.

**Цель и задачи исследования.** Цель диссертационного исследования 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) определение роли и места социального предпринимательства в общественно-экономической системе;
- 2) анализ особенностей становления и 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 институциональных особенностей формирования разных типов бизнес-моделей в социальном предпринимательстве.

**Объект и предмет исследования.** Объектом исследования является социальное предпринимательство. Предметом исследования выступают бизнес-модели в социальном предпринимательстве.

**Соответствие диссертации области исследования специальности.** Диссертационное исследование соответствует следующим пунктам паспорта научной специальности 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством»: Управление жизнеспособностью организации, п. 10.10. Проектирование систем управления организациями. Новые формы функционирования и развития систем управления организациями. Информационные системы в управлении организациями. Качество управления организацией. Методология развития бизнес-процессов. Развитие методологии и методов управления корпоративной инновационной системой, п. 10.15. Стратегический менеджмент, методы и формы его осуществления. Внешняя и внутренняя среда организации. Процесс и методы разработки и реализации стратегии. Развитие форм стратегического партнерства. Содержание и методы стратегического контроля. Корпоративные стратегии, оптимизация размера фирмы и вертикальная интеграция, стратегии диверсификации. Формирование и управление цепочками создания ценности. Конкурентоспособность бизнеса. Создание и удержание ключевых компетенций. Стратегические ресурсы и организационные способности фирмы. Сбалансированная система показателей как инструмент реализации стратегии организации. Процесс построения сбалансирован-

ной системы показателей (ССП). Преимущества и недостатки применения ССП в российских условиях.

**Теоретические основы** исследования составляют основные труды российских и зарубежных авторов в области социального предпринимательства, корпоративной социальной ответственности, стратегического менеджмента, теории общественных благ.

**Эмпирическую базу** исследования составляют данные качественных исследований, полученные диссертантом в результате применения кейс-метода для анализа четырех кейсов и контент-анализа бизнес-планов 77 социально-предпринимательских фирм/проектов. Исследование базируется на сборе данных из первичных источников информации (проведение опросов и глубинных интервью) и вторичных источников информации (анализ отчетов и материалов компаний, бизнес-планов, информации о компаниях) социально-предпринимательских фирм/проектов, которые получили грант и поддержку Благотворительного фонда «Навстречу переменам», а также проектов, представленных выпускниками дополнительной образовательной программы повышения квалификации «Управление проектами в области социального предпринимательства», реализуемой в 2012–2013 учебном году и 2013–2014 учебном году в Институте «Высшая школа менеджмента» Санкт-Петербургского государственного университета (ВШМ СПбГУ) при поддержке Фонда Citi.

**Научная новизна** диссертационного исследования заключается в выявлении основных бизнес-моделей в социальном предпринимательстве и определении особенностей их формирования, что позволяет более глубоко раскрыть суть социального предпринимательства. В процессе исследования автором были получены следующие наиболее значимые результаты, обладающие научной новизной:

- 1) выделены признаки, дано авторское определение социального предпринимательства, а также обозначено его место и роль в общественно-экономической системе;
- 2) выявлены источники и мотивы возникновения социального предпринимательства;

- 3) определена специфика формирования бизнес-моделей в социальном предпринимательстве;
- 4) обоснованы признаки и критерии для разработки типологии бизнес-моделей в социальном предпринимательстве;
- 5) разработана типология бизнес-моделей в социальном предпринимательстве;
- 6) получены пять основных типов бизнес-моделей в социальном предпринимательстве;
- 7) раскрыты институциональные особенности формирования разных типов бизнес-моделей в социальном предпринимательстве.

**Теоретическая и практическая значимость исследования.** Теоретическая значимость диссертационного исследования заключается в прояснении концептуальных аспектов социального предпринимательства, углублении теоретического понимания особенностей функционирования и развития субъектов 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. Результаты исследования могут быть использованы в практике управления социально-предпринимательскими фирмами как на этапе запуска проекта при выборе бизнес-модели, так и в ходе его развития. Результаты исследования могут применяться в образовательном процессе, при разработке курсов, посвященных социальному предпринимательству, бизнес-планированию в области социального предпринимательства, корпоративной социальной ответственности и предпринимательству.

**Апробация результатов исследования.** Основные положения диссертационного исследования обсуждены на заседаниях кафедры стратегического и международного менеджмента СПбГУ, представлены на российских и международных научных и научно-практических конференциях:



- Симпозиум по исследованиям в области социального предпринимательства (г. Вена, Австрия, апрель 2012);
- Ежегодная международная научно-практическая конференция «Современный менеджмент: проблемы, гипотезы, исследования» НИУ ВШЭ (г. Москва, Россия, ноябрь 2013 г.);
- Четырнадцатый Всероссийский симпозиум «Стратегическое планирование и развитие предприятий» Российской академии наук (г. Москва, Россия, апрель 2013 г.);
- Ежегодная научная конференция студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов» МГУ (г. Москва, Россия, апрель 2014 г.);
- Коллоквиум по социальному предпринимательству (г. Канзас, США, май 2014 г.);
- Седьмая ежегодная конференции Ассоциации исследователей некоммерческого сектора и социальной экономики (г. Сейнт-Катерин, Канада, май 2014 г.);
- Международная научная конференция «Развивающиеся рынки: перспективы развития бизнеса и государства» ВШМ СПбГУ (г. Санкт-Петербург, Россия, октябрь 2014 г.).

Сформулированные автором положения были использованы при подготовке курса «Основы социального предпринимательства» и «Разработка бизнес-плана» на дополнительной образовательной программе повышения квалификации «Управление проектами в области социального предпринимательства» в ВШМ СПбГУ, а также при написании учебного пособия, ряда учебных кейсов (в том числе при написании кейса, поддержанного индивидуальным грантом Центра кейсов (Великобритания) в 2014 г.).

**Публикации.** По теме диссертации опубликовано 6 работ объемом 5,5 п. л. (авт. — 4,1 п. л.), в том числе 4 статьи в ведущих российских научных рецензируемых журналах объемом 5 п. л. (авт. — 3,6 п. л.).

**Структура работы.** Диссертационное исследование состоит из трех глав, введения, заключения, списка использованной литературы и прило-

жений. В первой главе «Особенности развития социального предпринимательства» в соответствии с поставленными задачами определены место и роль социального предпринимательства в общественно-экономической системе, выделены основные признаки социального предпринимательства, выявлены источники и мотивы возникновения социального предпринимательства.

Во второй главе «Специфика бизнес-моделей в социальном предпринимательстве» представлены результаты первого этапа эмпирического исследования бизнес-моделей социального предпринимательства на основе анализа четырех кейсов. Выделены специфичные аспекты формирования бизнес-моделей в социальном предпринимательстве.

В третьей главе «Основные бизнес-модели в социальном предпринимательстве: результаты эмпирического исследования» представлен второй этап эмпирического исследования, цель которого состояла в разработке типологии бизнес-моделей, используемых в социальном предпринимательстве; выделены пять основных типов бизнес-моделей; определены институциональные особенности формирования каждого типа бизнес-моделей.

Объем диссертационного исследования (включая список использованной литературы) составляет 213 страниц. В работе представлено 13 таблиц, 14 рисунков. Список литературы включает 224 наименования, в том числе 175 — на английском языке.

Автор благодарен кафедре стратегического и международного менеджмента СПбГУ, Центру КСО им. ПрайсвотерхаусКуперс ВШМ СПбГУ за создание благоприятных условий для научной работы, профессору В. С. Катькало, доценту Ю. Е. Благову за сотрудничество. Автор выражает признательность Благотворительному фонду «Навстречу переменам» и его директору Т. А. Бурмистровой, Фонду Citi за содействие в проведении исследования, а также Высшей коммерческой школе Парижа за предоставленную возможность прохождения обучения по программе «Сертификат в области социального бизнеса/предпринимательства».

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается актуальность темы исследования, формулируются цели и задачи диссертационного исследования, определяются его теоретическая и практическая значимость.

В первой главе «Особенности развития социального предпринимательства» проведен сравнительный анализ подходов к определению социального предпринимательства, обозначены место и роль социального предпринимательства в общественно-экономической системе, выявлены признаки социального предпринимательства, обоснована необходимость изучения социального предпринимательства через уровень бизнес-модели для углубления концептуальной ясности данного явления. Основные положения первой главы могут быть резюмированы следующим образом.

*Во-первых*, на основе анализа литературы установлено, что существование социального предпринимательства с точки зрения экономической теории можно объяснить наличием провалов рынка и государства, которые в первую очередь связаны с недопроизводством общественных благ. Так, социальное предпринимательство дает возможность определенным группам людей, которые вследствие сложившихся обстоятельств не имеют доступа к жизненно необходимым товарам/услугам (например, люди с ограниченными возможностями, выпускники коррекционных школ, бывшие заключенные, и т. д.), обойти эти ограничения, вызванные провалами рынка и государства.

Проведенный анализ позволил определить место и роль социального предпринимательства в общественно-экономической системе. В табл. 1 представлены характеристики социального предпринимательства (схожие либо отличительные), в сравнении с основными секторами экономики (государственным, коммерческим, некоммерческим).

Как свидетельствуют данные, представленные в табл. 1, социальное предпринимательство обладает некоторыми характеристиками всех секторов экономики, что затрудняет определение его четких границ.

## Сравнительный анализ признаков социального предпринимательства

Сектор экономики	Признаки социального предпринимательства	
	<i>схожие</i>	<i>отличительные</i>
<b>Государственный</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Предоставление благ, имеющих высокие положительные эффекты</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Предоставление благ, как правило, рассчитанных не на «среднего потребителя», а на потребителя с «особыми потребностями»;</li> <li>• Сильная взаимосвязь с сообществом</li> </ul>
<b>Коммерческий</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Использование бизнес-инструментов и ориентация на рыночные принципы</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Получение прибыли не является основной целью деятельности организации;</li> <li>• Социальные эффекты деятельности являются центральными, а не побочными результатами</li> </ul>
<b>Некоммерческий</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Наличие центральной социальной миссии;</li> <li>• Тесная взаимосвязь с сообществом, в котором работает;</li> <li>• Использование нерыночных инструментов</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Поиск долгосрочного решения (стремление к финансовой независимости и самокупаемости);</li> <li>• Принятие рисков</li> </ul>

*Во-вторых*, обобщены характеристики различных социально-экономических агентов (государство, рынок, социальные активисты, благотворительность, социальное предпринимательство): выделены миссия, особенность предоставляемых товаров, роль в экономической системе. Сделаны выводы о том, что 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. Именно социальное предпринимательство позволяет решать социальные проблемы не за счет перераспределения финансовых ресурсов, как это происходит в случае государства (от налогоплательщиков) или в случае некоммерческих организаций (от грантодателей), а за счет достижения экономической эффективности самой организации. Возможно, именно социальное предпринимательство может стать одним из основных механизмов решения социальных задач в современной рыночной экономике.

*В-третьих*, на основе проведенного сравнительного и системного анализа российской и зарубежной научной литературы были 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). В ходе анализа определений социального предпринимательства были выделены ключевые характеристики социального предпринимательства (социальная направленность, предпринимательский подход и финансовая устойчивость), которые отражают суть данного явления.

*В-четвертых*, выделены признаки социального предпринимательства, представленные в табл. 2, которые легли в основу предложенного авторского определения социального предпринимательства.

Таблица 2

**Описание социального предпринимательства**

Характеристика	Признак
Вид деятельности	Деятельность хозяйствующего субъекта, основанная на долгосрочном планировании
Организационно-правовая форма	Отсутствие зависимости от организационно-правовой формы
Цель организации	Миссия, цели привязаны к решению конкретной социальной проблемы (разрыв между желаемым и имеющимся состоянием, вызванный провалами рынка и государства) определенного сообщества
Финансовая устойчивость	Финансовая устойчивость может достигаться за счет смешанного подхода — использования рыночных и нерыночных инструментов и источников дохода
Характер деятельности	Предпринимательский подход — поиск возможностей (обнаружение провалов рынка, государства), взятие рисков, поиск инновационных способов комбинации ресурсов для создания социальной ценности
Предоставляемый товар/услуга	Товары, услуги, которые имеют высокие положительные эффекты и не предоставляются из-за провалов рынка и государства

На основе выделенных автором признаков социального предпринимательства было сформулировано следующее определение: *социальное предпринимательство* представляет собой экономическую деятельность хозяйствующего субъекта, вне зависимости от организационно-правовой формы, использующего предпринимательский подход, миссия которого привязана к решению конкретной социальной проблемы, не решаемой вследствие провалов рынка и государства.

*В-пятых*, на основе проведенного анализа литературы уточнен понятийный аппарат в данной области. Автором предложено использовать термин *социально-предпринимательская фирма* или *фирма в социальном предпринимательстве* (social entrepreneurial organization, firm) т. к. он отражает предпринимательскую сущность данного явления. Под *социальным предпринимателем* (social entrepreneur) понимается индивид, осуществляющий социально-предпринимательскую деятельность.

*В-шестых*, выявлены источники и мотивы возникновения социального предпринимательства. Обосновано, что социальное предпринимательство может возникнуть:

- вследствие использования некоммерческими организациями предпринимательского подхода и бизнес-инструментов в своей деятельности с целью получения дополнительных источников финансирования для достижения социальной цели;
- за счет развития коммерческими организациями межсекторного взаимодействия в рамках реализации и развития программ корпоративной социальной ответственности;
- вследствие осознанного выбора предпринимателя осуществлять экономическую деятельность, основной целью которой будет выступать не получение прибыли, а решение конкретной социальной проблемы.

Выявлено, что если в первых двух случаях мотивом создания социального предпринимательства являются стратегические и операционные цели организации, то в последнем — личные моральные мотивы индивида.

*В-седьмых*, обобщены особенности развития социального предпринимательства в разных регионах мира. Можно утверждать, что в мире нет региона, который не был бы затронут стремительным распространением социального предпринимательства. Очевидно, что ни один из участников экономической системы на современном этапе уже не может игнорировать это явление. Однако процесс возникновения и развития социального предпринимательства в разных странах не был одномоментным, равномерным и характеризуется региональной спецификой. Социальное предпринимательство — это явление, которое, как правило, четко ограничено контекстуальными рамками, и поэтому распространение практик социального предпринимательства должно происходить при четком понимании закономерностей и особенностей развития региона для достижения максимального эффекта.

Представленный анализ показал, что социальное предпринимательство активно развивается во всем мире. Но несмотря на неуклонный рост практического и научного интереса к теме социального предпринимательства, нет разделяемого понимания границ, форм и значения этого феномена среди исследователей. В работе обоснована необходимость проведения теоретических и эмпирических исследований, которые смогли бы через изучение бизнес-процессов функционирования и развития фирм, задействованных в социальном предпринимательстве, объяснить сущность данного явления.

Во второй главе «Специфика бизнес-моделей в социальном предпринимательстве» представлен анализ концепции бизнес-модели в исследованиях социального предпринимательства, систематизированы и обобщены подходы к определению компонентов бизнес-модели фирмы, предложен подход к анализу бизнес-модели в социальном предпринимательстве, представлены результаты первого этапа эмпирического исследования. Цель этого этапа состояла в необходимости определения специфики бизнес-моделей в социальном предпринимательстве для последующего выявления признаков при построении типологии бизнес-моделей в социальном предпринимательстве.



Основные положения второй главы могут быть обобщены следующим образом.

*Во-первых*, анализ работ, посвященных исследованию бизнес-моделей фирм, позволил выделить пять этапов эволюции познания концепции бизнес-модели: этап определения и классификации бизнес-моделей, этап выделения компонентов бизнес-модели, этап изучения компонентов как элементов общей системы, этап разработки базовых моделей и категорий, этап разработки инструментов для анализа и применения концепции бизнес-модели к другим сферам.

На первом этапе исследователи пытались найти определение понятия «бизнес-модель», разработать классификацию бизнес-моделей, в основном на примере фирм, занятых в электронной промышленности. На втором этапе авторы, изучающие бизнес-модели, предпринимали попытки выделить основные компоненты бизнес-модели. Данные исследования в основном сводились к перечислению этих компонентов. На третьем этапе проводился анализ компонентов бизнес-модели, изучение каждого компонента как части, элемента построения общей системы. На четвертом этапе академические работы в основном были посвящены созданию базовых моделей и категорий. На пятом этапе разрабатывались конкретные инструменты для построения и анализа бизнес-моделей, концепция бизнес-модели стала широко применяться при анализе фирм из различных отраслей.

Было выявлено, что с концептуальным прояснением понятия «бизнес-модель», уточнением компонентов и инструментов анализа бизнес-модели исследования в этой области стали все больше проводиться на примере фирм из разных отраслей и секторов экономики, а не только электронной промышленности. Так, необходимо отметить, что изучение бизнес-моделей, используемых в социальном предпринимательстве, логично вписывается в общую тенденцию развития и применения концепции бизнес-модели. В настоящее время существует немного работ, посвященных изучению особенностей формирования и развития бизнес-моделей социального предпринимательства, хотя анализ процесса создания ценности для клиента и присвоения ценности фирмой, достижение баланса и устой-

чивости деятельности социального предпринимательства все больше привлекает внимание исследователей и практиков.

*Во-вторых*, на основе уточнения в данной главе понятия «бизнес-модель» установлено, что применение бизнес-модели в качестве единицы анализа в социальном предпринимательстве является логичным и обоснованным в связи с тем, что социальное предпринимательство характеризуется сложным процессом создания ценности, инкорпорировано в разветвленную сеть отношений с разнообразными социально-экономическими агентами. Кроме того, в отличие от стратегии, анализ которой в большей степени опирается на оценку конкурентов и внешней среды, анализ бизнес-модели преимущественно сфокусирован на процессе реализации рыночных возможностей, что особенно актуально в исследованиях по предпринимательству, в частности по социальному предпринимательству.

В целом можно сделать вывод, что бизнес-модель способна объяснить стратегические решения через анализ логики бизнеса, его архитектуру и помогает понять логику создания и присвоения ценности, которая именно в социальном предпринимательстве является наиболее сложной и противоречивой. Так, обоснована актуальность изучения бизнес-моделей в социальном предпринимательстве. С одной стороны, смещение акцента от изучения конкретной организации к изучению бизнес-модели в исследованиях социального предпринимательства позволит понять сложный и специфичный процесс создания и присвоения ценности, который присущ социально-предпринимательским фирмам, дать более целостное понимание о том, как социально-предпринимательская фирма функционирует и достигает устойчивости в сложной системе взаимодействия с заинтересованными сторонами, а также концептуально уточнить явление «социальное предпринимательство», его границы и особенности. С другой стороны, существующие теоретические и эмпирические исследования в данной области носят фрагментарный характер, отсутствуют исследования специфики бизнес-моделей в социальном предпринимательстве в российском контексте.

*В-третьих*, рассмотрены подходы к выделению компонентов бизнес-модели. На основе проведенного анализа разработан подход к анализу бизнес-модели и адаптирована канва изучения бизнес-модели А. Остервальдера и И. Пинье в целях проведения эмпирического исследования. Разработана схема для анализа бизнес-моделей фирм в социальном предпринимательстве — выделены стратегическая и операционная модели, которые отражают характер принимаемых фирмой решений. Стратегическая модель включает в себя такие компоненты, как ценностное предложение, потребительские сегменты, ключевые ресурсы, ключевые виды деятельности. Операционная модель объединяет такие компоненты бизнес-модели, как ценностная сеть, взаимодействие с клиентом, каналы сбыта, получение прибыли.

*В-четвертых*, представлены результаты первого этапа эмпирического исследования, в ходе которого использовалась стратегия исследования — кейс-метод, позволяющий понять процессы благодаря глубокому изучению случая и контекста. В качестве метода теоретизирования кейс-метода в данной работе используется метод «обоснования, привязанного к контексту» (contextualized explanation). Данный метод основан на философском направлении «критический реализм» (critical realism), который подразумевает высокую роль контекста при анализе кейсов, а также выявление причинно-следственных связей. Применительно к представленному в работе исследованию социальное предпринимательство рассматривается как необходимый контекст при анализе кейсов, а результатом исследования является выявление механизмов, особенностей формирования бизнес-моделей в социальном предпринимательстве. В работе анализируются 4 кейса — российские социально-предпринимательские фирмы/проекты, отобранные и поддержанные Благотворительным фондом «Навстречу переменам» через выдачу гранта и обеспечение наставничества. Для соблюдения достоверности и надежности полученных в работе данных, были использованы тесты, наиболее часто применяемые в кейс-методе: конструктивная валидность, внутренняя валидность, внешняя валидность, надежность.

Результаты исследования показывают, что существуют определенные, специфичные аспекты бизнес-модели, которые характеризуют социальное предпринимательство и которые позволили в дальнейшем выделить признаки для разработки типологии бизнес-моделей в социальном предпринимательстве (положение благополучателя в цепочке создания ценности и источник получения дохода).

Прежде всего, особенность формирования бизнес-моделей в социальном предпринимательстве связана со спецификой благополучателя. Во-первых, часто благополучатели по объективным причинам не склонны к общению, замкнуты и не выходят на контакт сами; во-вторых, у благополучателей существует низкая самоидентификация, что требует от социальных предпринимателей применения специальных техник по выявлению потенциальных потребителей благ. В-третьих, социальные предприниматели активно вовлекают благополучателей в процесс создания ценности и иногда таким образом, что благополучатели могут присваивать часть создаваемой ценности. Такой подход — вовлечение благополучателя на разных этапах цепочки создания ценности — отличает социально-предпринимательские фирмы от других видов организаций, которые обычно рассматривают благополучателей в качестве конечных потребителей товаров или услуг, находящихся, соответственно, в конце цепочки создания ценности.

Вторая важная особенность бизнес-моделей в социальном предпринимательстве связана с характером получения дохода. Социальные предприниматели используют смешанный подход к получению дохода (используя рыночные и нерыночные источники). Именно за счет такой стратегии привлечения и использования источников получения дохода социальные предприниматели способны делать прорыв в те области, где существуют высокие положительные эффекты, а иными словами, создавать рынок там, где коммерческим компаниям делать это невыгодно. Источником дохода в некоторых случаях выступает сам благополучатель, однако очень часто — третья сторона. Это объясняется в большинстве случаев неплатежеспособностью благополучателя и необходимостью построения социальными

предпринимателями такой бизнес-модели, которая позволила бы устойчиво функционировать за счет получения дохода от другой заинтересованной стороны.

Результаты анализа показывают, что существуют определенные, специфические аспекты бизнес-моделей, которые отличают социальное предпринимательство от других форм экономической деятельности. Проведение дальнейших качественных исследований в этом направлении позволит сделать существенный прорыв в теории социального предпринимательства, возможно, поможет прояснить концептуальные неясности в этом поле, подведя исследователей к решению многих важных вопросов: что такое социальное предпринимательство, где лежат границы этого явления.

В третьей главе «Основные бизнес-модели в социальном предпринимательстве: результаты эмпирического исследования» представлены результаты второго этапа эмпирического исследования, в ходе которого выявлены основные типы бизнес-моделей в социальном предпринимательстве. Наиболее значимые положения третьей главы могут быть резюмированы следующим образом.

*Во-первых*, для выявления основных бизнес-моделей в социальном предпринимательстве обосновано использование метода разработки типологии. Он позволяет упростить сложные концепции через классификацию объектов в соответствии с несколькими, обычно двумя признаками и применяется как эффективный способ развития теории в исследуемой области.

На основе проведенного теоретического анализа, а также полученных результатов первого этапа эмпирического исследования с использованием кейс-метода — были определены признаки для разработки типологии бизнес-моделей в социальном предпринимательстве: *положение благополучателя в цепочке создания ценности и источник получения дохода*. Как показал анализ, использование данных характеристик для разработки типологии бизнес-моделей в социальном предпринимательстве не только является логичным с концептуальной точки зрения, но и представляется эмпирически обоснованным.

*В-вторых*, с помощью контент-анализа проанализированных бизнес-планов отобранных организаций/проектов (77 бизнес-планов) выделены значения признаков (критерии) (табл. 3): положение благополучателя в цепочке создания ценности — *за пределами в начале цепочки создания ценности, внутри цепочки создания ценности, за пределами в конце цепочки создания ценности*; источник получения дохода — *благополучатель, третья сторона*.

Таблица 3

**Признаки и критерии для разработки типологии**

Признак	Критерий
Положение благополучателя в цепочке создания ценности	За пределами в начале цепочки создания ценности
	Внутри цепочки создания ценности
	За пределами в конце цепочки создания ценности
Источник получения дохода	Благополучатель
	Третья сторона

*В-третьих*, на основе выделенных критериев разработана эмпирически обоснованная типология бизнес-моделей, используемых в социальном предпринимательстве. В результате проверки на эмпирической выборке (77 социально-предпринимательских фирм/проектов) получены пять основных типов бизнес-моделей (рисунок).

Обосновано, что предложенная типология бизнес-моделей является удобной в практическом применении, т. к., во-первых, позволяет делать акцент на основные, принципиальные вопросы при разработке бизнес-модели в социальном предпринимательстве — ценностное предложение и логика получения дохода, а во-вторых, является простой в использовании за счет возможности получать более сложные конструкции из базовых.

		Положение благополучателя в цепочке создания ценности		
		За пределами в начале	Внутри	За пределами в конце
Источник получения дохода	Благополучатель	Тип 1 (n=2)	X	Тип 4 (n=38)
	Третья сторона	Тип 2 (n=6)	Тип 3 (n=13)	Тип 5 (n=32)

Рисунок. Типы бизнес-моделей в социальном предпринимательстве

Данная типология представляет большую теоретическую значимость в связи тем, что проведенный анализ позволил выделить наиболее важные признаки и критерии бизнес-моделей в социальном предпринимательстве, которые являются результатом глубокого качественного эмпирического анализа и продолжением существующих исследований в этой области.

*В-четвертых*, представлены результаты анализа пяти основных выявленных типов бизнес-моделей в социальном предпринимательстве:

**Тип 1. Модель «Платформа».** В этой модели социальный предприниматель выступает в качестве посредника между благополучателем и покупателем, реализовывая основную цель — обеспечение доступа благополучателя к рынку. В данной модели благополучатель находится в начале цепочки создания ценности и является источником дохода для социального предпринимателя.

**Тип 2. Модель «Доступ к рынку».** Эта модель также является моделью, где социальный предприниматель выступает как посредник, обеспечивая доступ благополучателя к рынку, однако, в отличие от модели «Платформа», в данной модели благополучатель не является источником дохода. Социальный предприниматель не только обеспечивает площадку для обмена информацией, но, как правило, и при-

обретает продукцию от благополучателя либо для перепродажи, либо в качестве сырья для дальнейшего производства продукции.

**Тип 3. Модель «Занятость».** Это модель, в которой благополучатель находится внутри цепочки создания ценности. Она отражает идею трудоустройства, занятости определенных групп населения (например, людей с ограниченными возможностями, людей без постоянного места жительства, выпускников детских домов и т. п.);

**Тип 4. Модель «Доступ к товару/услуге».** Эта модель покрывает провалы рынка или государства, связанные с отсутствием или невозможностью доступа к товару или услуге определенной группы людей. Источником дохода в данной модели является благополучатель, который готов заплатить за товар/услугу;

**Тип 5. Модель «Благотворительность».** В этой модели благополучатель приобретает услугу/товар абсолютно бесплатно. Как правило, такая модель используется в тех случаях, когда благополучатель не может заплатить за товар/услугу, а источником дохода для социального предпринимателя выступает третья сторона.

В заключении обобщены основные выводы и результаты исследования. Наиболее значимые положения, представленные в диссертационном исследовании, направлены на понимание основных бизнес-моделей в социальном предпринимательстве. Теоретический и практический вклад представленной работы заключается в разработке эмпирически обоснованной типологии бизнес-моделей в социальном предпринимательстве, которая позволяет сделать определенный шаг в концептуальном прояснении явления «социальное предпринимательство» через логику изучения основных бизнес-моделей.



## Список опубликованных работ по теме диссертации

*Статьи в научных журналах, включенных в перечень российских рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций:*

1. 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. — 1,9 п.л (авт. — 1,4 п.л.)
2. Благов Ю. Е. Образовательные программы в области социального предпринимательства: мировой опыт и российские особенности / Ю. Е. Благов, Ю. Н. Арай // Вестник С.-Петербур ун-та. Сер. «Менеджмент». 2014. — Вып. 3. — С. 177–197. — 1 п.л. (авт. — 0,5 п.л.).
3. Арай Ю. Н. Социальное предпринимательство в начале XXI века: основные понятия и страновые особенности / Ю. Н. Арай // Российский журнал менеджмента. — 2013. — Т. 11. — № 1. — С. 111–130. — 1,6 п.л.
4. Благов Ю. Е. Социальное предпринимательство: введение к разделу / Ю. Е. Благов, Ю. Н. Арай // Вестник С.-Петербур ун-та. Сер. «Менеджмент». — 2012. — Вып. 3. С. 109–114. — 0,5 п.л. (авт. — 0,1 п.л.).

*Публикации в других научных изданиях:*

5. Феномен социального предпринимательства: определение и закономерности развития // Стратегическое планирование и развитие предприятий. Секция 3: мат. Четырнадцатого всероссийского симпозиума. Москва, 9–10 апреля 2013 г. / под ред. чл.-корр. РАН Г. Б. Клейнера. — М.: ЦЭМИ РАН, 2013. — С. 17.
6. Aray Y. Social Entrepreneurship: basic business models // GSOM Emerging Markets Conference: Business and Government Perspectives. 2014. — P. 56–64. — 0,5 п.л.

Подписано в печать 19.03.2015 г. Формат 60x90/16.

Печать цифровая.

Заказ № 150291. Объем 1,07 усл. п. л. Тираж 100 экз.

Издательство Высшей школы менеджмента СПбГУ

199004, С.-Петербург, Волховский пер., д. 3.

Тел. (812) 323 8460, факс (812) 323 8451