

**Бизнес-модели социального предпринимательства: особенности и
закономерности формирования**

Арай Юлия Николаевна

Соискатель

*Высшая школа менеджмента, Санкт-Петербургский государственный
университет, Высшая школа менеджмента, Санкт-Петербург, Россия*

E-mail: arajulia@yahoo.com

Изучение бизнес-моделей компаний – важная тема в организационных исследованиях, так как «концепция бизнес-модели может помочь исследователям стратегического менеджмента и предпринимательства затронуть ряд определенных вопросов, касающихся создания ценности, которые не могут быть в достаточной мере раскрыты в рамках предыдущих концепций» (Amit, Zott, 2001, p. 515). Рассмотрение особенностей формирования бизнес-модели социального предпринимательства и использование бизнес-модели в качестве единицы анализа в социальном предпринимательстве представляется вполне логичным. Во-первых, социальное предпринимательство характеризуется сложным процессом создания ценности (социальной и экономической), во-вторых, социальное предпринимательство «встроено в широкую сеть, созданную из компаний, ориентированных на получение прибыли, некоммерческих организаций, местных, региональных, национальных и международных органов власти, правительств и других институтов» (Sommerrock, 2010, p. 135).

Несмотря на то, что в последние годы появились исследования, посвященные изучению бизнес-моделей в социальном предпринимательстве (Mair, Schoen, 2006; Grassl, 2012; Sommerrock, 2010), эти исследования, во-первых, носят фрагментарный характер, а во-вторых, отсутствуют исследования бизнес-моделей социального предпринимательства в российском контексте. Представляется актуальным изучение бизнес-моделей социального предпринимательства российских фирм в связи с существующими институциональными особенностями среды. Изучение особенностей формирования бизнес-моделей позволит повысить эффективность функционирования организаций, работающих в социальном предпринимательстве с последующей возможностью масштабировать и тиражировать успешный опыт, и как следствие, сможет стимулировать развитие социального предпринимательства в России.

Целью исследования является выявление особенностей формирования бизнес-моделей в социальном предпринимательстве на основе анализа кейсов российских фирм, работающих в социальном предпринимательстве.

На основе проведенного анализа фирм, вовлеченных в социальное предпринимательство в России, были получены данные, которые позволяют сделать ряд предположений и выводов относительно особенностей формирования бизнес-моделей социального предпринимательства, часть из которых основана на общей логике объяснений особенностей функционирования бизнес-моделей социального предпринимательства, а часть базируется на специфических характеристиках институциональной среды в России.

Литература

1. Арай Ю. Н. Социальное предпринимательство в начале XXI века: основные понятия и страновые особенности // Российский Журнал Менеджмента, 2013. Т.11. №1. С. 51-70.
2. Amit R., Zott Ch. Value Creation in E-Business // Strategic Management Journal, 2001. 22. P. 493-520.
3. Grassl W. Business Models of Social Enterprise: A Design Approach to Hybridity // ACRN Journal of Entrepreneurship Perspectives, 2012. Vol. 1. Issue 1. P. 37 – 60.
4. Mair J., Schoen O. Successful social entrepreneurial business models in the context of developing economies: An explorative study // International Journal of Emerging Markets, 2006. Vol. 2. Iss: 1. P. 54 – 68.
5. Sommerrock K. Social Entrepreneurship Business Models. Palgrave Macmillian. 2010.