

БИЗНЕС-МОДЕЛИ В СОЦИАЛЬНО-ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

BUSINESS MODELS IN SOCIAL AND ENTERPRISE ACTIVITIES

Патрушев Александр Александрович, Инновационный Евразийский Университет, Павлодар, Казахстан

Беспалый Сергей Владимирович, кандидат экономических наук, доцент, профессор, Инновационный Евразийский Университет, Павлодар, Казахстан

Patrushev Aleksandr Alexandrovich, Innovative Eurasian University, Pavlodar, Kazakhstan

Bespalyu Sergey Vladimirovich, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Professor, Innovative Eurasian University, Pavlodar, Kazakhstan

Аннотация. Социальное предпринимательство является развивающимся явлением, что объясняет актуальность написания данной статьи. В ней описываются характерные черты социального предпринимательства, которые отражаются в общем многообразии его видов, которая может быть связана с любым из элементов бизнес-модели. Используются и анализируются исследования ведущих ученых в данных областях. Выделены преимущества внедрения бизнес-моделей в социально-предпринимательской деятельности.

Abstract. Social entrepreneurship today is a developing phenomenon, which explains the relevance of writing this article. It describes the specifics of social entrepreneurship, which is reflected in the diversity of its types. This specificity can be associated with any of the elements of a business model. The article uses and analyzes the research of leading scientists in these areas. The advantages of introducing business models in social and entrepreneurial activities are highlighted. After analyzing the schemes of existing social enterprises, the principles of creating successful business models that would be suitable for social entrepreneurship, taking into account its features, were developed.

Ключевые слова: инструменты, стратегия, социальное предпринимательство, инклюзивное общество, бизнес-модель.

Keywords: tools, strategy, social entrepreneurship, inclusive society, business model.

Бизнес-модели представляют собой своеобразное описание предпринимательской деятельности. В настоящее время в бизнес-моделях существуют 4 главных фактора: потребители, ценность, механизм создания и получение доходов от реализации этой ценности конечному потребителю. Они дают ответы на вопросы: кто, что, как и почему. Выделяются операционная и стратегическая модели, данные модели отражают характер принимаемых решений. При реализации первой операционной модели действуют логистические, маркетинговые эффекты, а так же ведется поиск источников коммерческих эффектов. В рамках второй внимание уделяется таким элементам, как: базовые виды деятельности, ключевые ресурсы, ценностное предложение, потребительские сегменты.

Для социального предпринимательства разработана особая схема бизнес-модели в контексте целевых групп. Этот подход объединяет в себе самую простую схему, которая состоит из четырех элементов, и в дополнение к этим элементам включается инклюзивный подход к социальному предпринимательству. Особенностью формирования бизнес-моделей в социальном предпринимательстве является нахождение в центре любой модели теории социального воздействия [1].

Впервые понятие стало использоваться ближе к середине 20 века при проведении игр среди менеджеров крупных компаний. Спустя некоторое время термин стал применяться для презентации инвесторам, которые были мало знакомы с особенностями того или иного

рынка. По этой причине в определение бизнес-моделей вкладывался особый смысл, связанный с технологиями.

Бизнес-модель связана с понятиями корпоративных стратегий, бизнес-процессов и цепочек ценностей. При сопоставлении данных понятий формируется вывод, что каждая корпоративная стратегия выделяет для себя именно ту бизнес-модель, которая может представлять собой определенный бизнес-процесс по созданию последовательных элементов цепочки ценностей.

М. Портер выделяет в своем подходе «5 сил». Они позволяют проводить глубокий анализ среды конкуренции в отрасли и выявлять преимущества перед другими компаниями. Корпоративная стратегия делает акцент на конкретную бизнес-модель, как совокупность мер по реализации стратегии.

В настоящее время многие корпоративные исследования используют бизнес-модели по нескольким причинам. Одной из этих причин является правильное формирование и понимание, благодаря которому получается дополнительный эффект, который сводится как отдельно к продукту так и к бизнес-процессу. Согласно исследованию Boston Consulting Group за десятилетний период корпораций, которые использовали инновационную бизнес-модель и не ограничивались процессами или продуктами, получили примерно на 6 % больше прибыли в отличие от тех, кто держит в фокусе только процессы или продукты.

Актуальным и важным направлением для исследований является разработка инструментов, которые позволят проектировать и совершенствовать бизнес-модель. О. Гроссман в своих исследованиях идентифицировал 55 лучших видов бизнес-моделей, которые уже реализованы действующими компаниями. Так же он предложил в исследовании алгоритм и инструменты проектирования моделей с детализацией.

Бизнес-модель для стратегического управления имеет ряд преимуществ:

- Придается одинаковая важность базовым составляющим модели, которые характеризуют её идею.

- Формирование бизнес-модели предполагает классическое отраслевое конкурентное исследование в совокупности с исследованием поставщиков, покупателей, а также изучение опыта иных отраслей в создании.

- Исследование бизнес-модели подразумевает описание не только стратегического плана, а также схемы бизнес-процессов, которые включают средства и ресурсы для их осуществления, вплоть до размещения согласно цепочке формирования стоимости.

- Характерной чертой конструирования бизнес-моделей в социальном предпринимательстве считается то, что в основе любой модели находится концепция социального воздействия.

Б. Андерсон, А. Гуклу, Г. Диз дали определение бизнес-модели в социальном предпринимательстве как конструкцию, которая включает 2 элемента: операционную модель и ресурсную стратегию. Операционная модель означает некоторый бизнес-процесс, где структуры компании формируют экономическую значимость, что весьма часто проходит параллельно с социальной ценностью. Ресурсная политика подразумевает план связанных между собой операций с целью привлечения как материальных, так и нематериальных ресурсов для операционной модели. В социальном предпринимательстве привлекаются разные человеческие ресурсы, а модель основывается на экономических ресурсах и прочие вероятные варианты обеспечения [2].

Согласно большинству элементов бизнес-модели организация должна иметь ярко выраженную миссию социального характера и приводить к значительным изменениям в обществе. Эти элементы: внутренняя гибкость организации, организационная структура, сеть, рыночная ориентация и географическая ориентация.

Проанализировав 3 схемы действующих предприятий в области социального предпринимательства, можно вывести принципы формирования успешных бизнес-моделей. Компании для анализа: Секем, Grameen Bank и ZOPA.

– Компания как правило формирует свою сеть создания общественной ценности с другими компаниями, которые разделяют эти ценности.

– Социальные предприниматели основательно устанавливают собственные средства, а также создают собственную форму деятельности.

– Эффективные предприниматели интегрируют собственную группу в цепочку создания ценности на ранней её стадии, что позволяет им в последующем извлекать долю заработка с итогов собственной работы, то есть присваивать формируемую социальную ценность.

Многие авторы применяют определение бизнес-модели с целью сопоставления инклюзивных бизнес-моделей, социально-ориентированного бизнеса, социального предпринимательства. В отчете Организации Объединенных Наций предоставляется понятие инклюзивных бизнес-моделей как привлекающих малоимущих людей на различных стадиях цепочки создания стоимости или цепочки потребления социальной ценности [3].

Особенность социального предпринимательства, отражающаяся во всем разнообразии его разновидностей, может быть связана с любым из элементов бизнес-модели. В предложенном виде приспособления модификации отображено только наполнение, которые затрагивают целевые группы. Это обозначает, что одновременно с целевыми группами во всех составляющих частях модели могут присутствовать и прочие социальные категории общества.



Рисунок 1 – Компоненты бизнес-модели, связанные с целевыми группами

Элементы бизнес-моделей, которые представлены на рисунке 1 и возможности участия в них целевых групп при формировании социальной значимости могут быть:

а) предложение:

– товары для целевых групп;

– услуги, предоставляемые целевым группам. Сюда могут включаться услуги общего назначения или специфические, к которым относятся занятия с детьми с особыми потребностями, ремонт инвалидных протезов или колясок.

b) потребители:

– частные организации могут оказывать услуги для всех граждан, но для целевых групп делать это бесплатно или предоставляя определенные льготы;

– некоммерческие организации могут оказывать услуги для целевых групп: услуги образования, специальные социальные услуги, здравоохранения и прочие;

c) участие в одном из элементов цепочки создания стоимости:

– участие как работодателя;

– участие возможно в качестве наемного работника;

d) механизм извлечения дохода от деятельности:

– получение целевыми группами дохода от деятельности или заработной платы.

Во время деятельности социального предпринимательства целевые группы могут, как получать услуги, так и принимать активное участие в их создании в качестве трудовых ресурсов или используя свои предпринимательские навыки. [4]

Так как ключевым отличием социального предпринимательства является создание социальной ценности, которая в рамках бизнес-модели будет иметь главенствующий приоритет и определять глобальную цель бизнеса, социальная ценность может создаваться в любом из 4 компонентов бизнес-модели.

Структурирование глобально известных и возмевших большое признание бизнес-моделей позволяет отметить некоторое количество составляющих их системы, которые дают возможность квалифицировать данную бизнес-модель как социальное предпринимательство.

Создание общественной значимости, согласно проведенному анализу требует своеобразных перемен не менее чем в 2-ух блоках модели.

Подводя итоги предоставленного изучения, можно сделать конкретные выводы.

В настоящее время развитие экономической науки бизнес-моделей связано с некоторыми понятиями, такими как корпоративная стратегия, цепочка создания ценности и бизнес-процесс. Бизнес-модель представляет собой эмпирическую проекцию корпоративной стратегии, которая открывает идею сотворения новой стоимости, бизнес-процесс по созданию цепочки ценностей и оперативное управление им, нужные ресурсы для реализации модели и методы получения дохода.

Нынешние представления о бизнес-модели основываются на 4 элементах. Работа с бизнес-моделью подразумевает стратегическую и операционную составляющую. В рамках 1 выводятся такие части, как ценностное предложение, потребительские разделы, ключевые ресурсы, главные виды деятельности. В рамках 2 выводится операционная модель: логистического, маркетингового обеспечения деятельности и источников коммерческого эффекта.

Система бизнес-модели развивалась от общего к частному, а вслед за тем напротив, но уже в форме классификаций и типологий. В реальное время более ценными и нужными практикой итогами изучений считаются шаблоны, методы и инструменты моделирования.

Отличительной чертой формирования бизнес-моделей в социальном предпринимательстве является то, что в основе каждой модели находится концепция социального воздействия. Данная теория помещает создание общественного эффекта в центральное место любой компании и его получение считает ценностью, равной экономически создаваемой ценности.

В социальном предпринимательстве выделяются инклюзивные бизнес-модели, модели социально-ориентированного бизнеса и социального предпринимательства. Основная масса авторов обращают особое внимание на создании ценности, ценностном предложении, получении дохода. К данным составляющим создатели прибавляют важные с их точки зрения составляющие [5].

Библиографический список

1. Бизнес-модели в социальном предпринимательстве: элементы и возможности создания ценности [ЭР] / Научные статьи Казахстана.- Режим доступа: <https://articlekz.com/article/17915>
2. Бизнес-модели социального предпринимательства [ЭР]. / Банк социальных идей.- Режим доступа: <http://www.social-idea.ru/montlyNews/Biznes-modeli-social-nogo-predprinimatel-stva>
3. Шаталов А. Взаимосвязь бизнес-модели и результатов деятельности фирмы: (на материалах российских компаний отрасли общественного питания) / А. Шаталов // Вестн. СПбГУ. Серия Менеджмент. — 2010. — Вып. 2. — С. 3–31.
4. «Новый бизнес, социальное предпринимательство» [ЭР] / Портал о социальном предпринимательстве. - Режим доступа: <http://www.nb-forum.ru/social/>
5. «Социальное предпринимательство в рыночной и переходной экономике». [ЭР] / Библиотека диссертаций. - Режим доступа: <http://www.dslib.net/econom-teoria/socialnoe-predprinimatelstvo-v-rynochnoj-i-perehodnoj-jekonomike.html>

Bibliography

1. Biznes-modeli v sotsial'nom predprinimatel'stve: elementy i vozmozhnosti sozdaniya tsennosti [ER] / Nauchnye stat'i Kazakhstana.- Rezhim dostupa: <https://articlekz.com/article/17915>
2. Biznes-modeli sotsial'nogo predprinimatel'stva [ER]. / Bank sotsial'nykh idei.- Rezhim dostupa: <http://www.social-idea.ru/montlyNews/Biznes-modeli-social-nogo-predprinimatel-stva>
3. Shatalov A. Vzaimosvyaz' biznes-modeli i rezul'tatov deyatel'nosti firmy: (na materialakh rossiiskikh kompanii otrasli obshchestvennogo pitaniya) / A. Shatalov // Vestn. SPbGU. Seriya Menedzhment. — 2010. — Vyp. 2. — S. 3–31.
4. «Novyi biznes, sotsial'noe predprinimatel'stvo» [ER] / Portal o sotsial'nom predprinimatel'stve. - Rezhim dostupa: <http://www.nb-forum.ru/social/>
5. «Sotsial'noe predprinimatel'stvo v rynochnoi i perekhodnoi ekonomike». [ER] / Biblioteka dissertatsii. - Rezhim dostupa: <http://www.dslib.net/econom-teoria/socialnoe-predprinimatelstvo-v-rynochnoj-i-perehodnoj-jekonomike.html>

Сведения об авторе

1. Патрушев Александр Александрович, Республика Казахстан, город Павлодар, 140000, Ломова 45, Инновационный Евразийский Университет, patrushev50899@mail.ru
2. Беспалый Сергей Владимирович, кандидат экономических наук, доцент, профессор, Инновационный Евразийский Университет, Республика Казахстан, город Павлодар, 140000, Ломова 45, sergeybesp@mail.ru

Authors' personal details

1. Patrushev Aleksandr Aleksandrovich, Eurasian Innovation University, Republic of Kazakhstan, Pavlodar city, 140000, Lomov St., 45, patrushev50899@mail.ru
2. Bespalyu Sergey Vladimirovich, PhD, Associate Professor, Professor, Eurasian Innovation University, Republic of Kazakhstan, Pavlodar, 140000, Lomov St., 45, sergeybesp@mail.ru