

УДК 338.1

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК НАПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В.С. Шапошников, студент гр. БЭС-163, 1 курс.
Научный руководитель: Л.Г. Шутько, к.э.н, доцент
Кузбасский государственный технический университет
имени Т.Ф. Горбачева
г. Кемерово

Социальное предпринимательство начало активно изучаться в 1970-1980-х годов, когда в мире существовало не более 100 000 некоммерческих организаций. Но к концу 1990-х годов, после распада социалистического союза, количество организаций, ориентированных на «социальную отдачу», насчитывалось более миллиона. Социальное предпринимательство – новый вид социально-экономической деятельности, который сближается с некоммерческим и волонтерским сектором. Целью такого вида предпринимательства является решение социальных и экологических проблем.

В экономической литературе выделяют несколько основополагающих черт социального предпринимательства.

1. Приоритет социальной миссии над коммерцией. Социальная полезность является не побочным продуктом, а основополагающей целью, которую пытается достигнуть предприниматель.

2. Новаторство, с которым комбинируются социальные и экономические ресурсы.

3. Существование устойчивого коммерческого эффекта, поддерживающего работоспособность предприятия, путём его самоокупаемости.

Вопрос о социальном предпринимательстве является актуальным во всём мире. Одни учёные и предприниматели считают, что такой вид деятельности действительно направлен на решение социальных проблем, другие же считают, что это всего лишь миф. [1.С.15]

Один из ведущих мировых экспертов по бизнес-планированию Р. Абрамс считает, что в настоящее время предприниматели хотят добиться не только личного успеха, но и принести общественную пользу. [2]

Ряд авторов считает, что «проблема выбора наиболее эффективной конкурентной стратегии и позиционирование компании как социально-ориентированной является достаточно сложной задачей требующей решения целого ряда проблем». [3]

Мнение о том, что социальное предпринимательство является лишь мифом, высказал П. Тиль, создатель платёжной системы PayPal первый инвестор Facebook. В своей книге «От нуля к единице. Как создать стартап, который изменит будущее» он высказал свою точку зрения относительно того, что бизнес и общественные организации остаются полными противополож-

ностями. Он исходит из того, что идея социального предпринимательства – «создать богатство, делая добро». Однако, как правило, последователи этой идеи не достигали ни одной из этих целей. По-настоящему полезное для общества дело – производство чего-то нового, отличного от других, но в то же время, это хорошая возможность монополизировать новый рынок. Поэтому даже некоммерческие организации продвигают в жизнь одинаковые идеи, что заставляет их конкурировать друг с другом. Для примера рассмотрим американскую компанию SolyndraInc, которая занималась производством солнечных панелей. Одна из главных причин разорения этой компании – конкуренция на рынке, вследствие чего были низкие цены на солнечные панели и низкий глобальный спрос. [4]

В качестве других примеров из международного опыта социального предпринимательства можно использовать данные фонда Ashoka (<http://www.ashoka.org/>) о компаниях, деятельность которых связана с решением определенных социальных проблем своей страны, включая:

- Conserve (Индия) – создание новой продукции из переработанных пластиковых отходов и трудоустройство сборщиков мусора;
- Emergence (Франция) – спортивные центры в неблагополучных районах для решения проблем социальной и профессиональной интеграции молодежи и местного сообщества;
- Terra Nova Regularizações Fundiárias (Бразилия) – легализация самозахвата земель через урегулирование отношений между скваттерами, собственниками земли и государством;
- Lonxanet (Испания) – Объединение поселений рыбаков в компанию по прямым онлайн-продажам рыбы потребителям;
- Energeia (Чехия) – Общественная энергетическая компания для устойчивого финансирования детского хосписа и других социальных проектов. [1.С.25].

В России социальное предпринимательство развито гораздо меньше, чем в западных странах, но с 2008 года Фонд региональных социальных программ «Наше будущее» проводит проект «Социальный предприниматель», в ходе которого отбираются социальные проекты для оказания финансовой поддержки. За 9 лет проведения конкурса, к концу 2016 года, было выделено около 420 миллионов рублей в поддержку 173 проектам из 49 регионов России. [1.С.37].

В поддержку социального предпринимательства можно привести пример российский проект «Доспехи» (ООО «Новые реабилитационные технологии «Доспехи»). Эта компания специализируется на создании ортопедических систем, которые помогают инвалидам-колясочникам передвигаться на ногах. Идея этой компании заключается в том, что после приобретения такой системы, клиент может вернуть 100 % затраченных средств на покупку через Фонд социального страхования. А сама компания была спонсирована фондом региональных социальных программ «Наше будущее» – некоммерческой органи-

зацией, занимающейся развитием социального предпринимательства в России.

Таким образом, социальное предпринимательство становится в современных условиях одним из направлений развития конкурентных стратегий не только зарубежных, но и российских компаний.

Список литературы:

1. Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования [Текст] / отв. ред. А. А. Московская ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – Москва: Изд. дом Высшей школы экономики, 2011. – 284с. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.litmir.me/bd/?b=208990> (обращения 25.03.2017)

2. Абрамс, Р. Бизнес-план на 100%=SuccessfulBusinessPlan: Secrets&Strategies: стратегия и тактика эффективного бизнеса / Р. Абрамс. – Москва : Альпина Паблишер, 2016. – 486 с. [Электронный ресурс]. – URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279292](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279292) (дата обращения 25.03.2017).

3. Верхушина Д.В., Патрина Р.В., Тихоненко Е.А., Шутько Л.Г. Практика формирования эффективной социально-ответственной конкурентной стратегии и позиционирование компании на рынке // Студент. Аспирант. Исследователь. 2016. № 12 (18). С. 200-209.

4. Тиль, П. От нуля к единице=ZeroToOne. NotesonStartups, orHowtoBuildtheFuture: как создать стартап, который изменит будущее / П. Тиль, Б. Мастерс. – Москва : Альпина Паблишер, 2016. – 192 с. [Электронный ресурс]. –URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279525](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279525) (дата обращения 25.03.2017).