

ОСОБЛИВОСТІ ВИБОРУ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНО-ОРІЄНТОВАНИХ ПІДПРИЄМСТВ

В.В. ВЕЛИЧКО, канд.екон. наук, доцент

А.В. РОМАНОВСЬКА, аспірант

*Харківський національний університет міського господарства
імені О.М. Бекетова*

Соціально-орієнтований бізнес являє собою комерційну діяльність, спрямовану на вирішення соціальних проблем. При цьому досягається оптимальне співвідношення економічної вигоди від такої діяльності і соціального корисного ефекту. Директор Центру розвитку соціального підприємництва Університету Дьюка, Грегорі Диз, виділяє ряд характерних особливостей, що визначають соціальне підприємництво: прийняття на себе місії створення і підтримки соціальної цінності; виявлення і використання нових можливостей для реалізації обраної місії; здійснення безперервного процесу інновацій, адаптації та навчання; рішучість дій, які не обмежена розташовуються на даний момент ресурсами; висока відповідальність підприємця за результати своєї діяльності - як перед безпосередніми клієнтами, так і перед суспільством.[1]

В багатьох країнах соціально-орієнтований бізнес використовується як один із ефективних інструментів для розв'язання нагальних соціальних та екологічних проблем. Це стосується особливо тих проблем, які з різних причин не вирішуються або не в повній мірі вирішуються державою. А комерційний бізнес ігнорує їх через низьку прибутковості або взагалі відсутності прибутку від такої діяльності.

На даний момент в Україні немає нормативно-правових актів, які б визначали поняття та основні засади функціонування соціального бізнесу. Також відсутні концептуальні засади, пріоритети та стратегічні напрями розвитку соціального підприємництва як інструменту для вирішення соціальних та екологічних проблем в суспільстві. [2]

Для успішного та довгострокового функціонування підприємство має по-перше, визначити мету своєї діяльності. Щоб реалізувати всі цілі необхідно мати чіткий план дій, у якому урахувати як можливості самого суб'єкта господарювання, так і проаналізувати умови зовнішнього середовища. Для вирішення цих питань компанії необхідно скласти власну стратегію.

Стратегія підприємства – це систематичний план його потенційної поведінки в умовах неповноти інформації про майбутній розвиток середовища та підприємництва, що включає формування місії, довгострокових цілей, а також шляхів і правил прийняття рішень для найбільш ефективного використання стратегічних ресурсів, сильних сторін і можливостей, усунення слабких сторін та захист від загроз зовнішнього середовища задля майбутньої прибутковості. [3]

У загальному випадку, на підприємстві може бути розроблено та реалізовано чотири основні типи стратегій:

- Стратегії концентрованого зростання - стратегія посилення позицій на ринку, стратегія розвитку ринку, стратегія розвитку продукту.
- Стратегії інтегрованого зростання - стратегія зворотної вертикальної інтеграції, стратегія вперед йде вертикальної інтеграції.
- Стратегії диверсифікованого зростання - стратегія центрованої диверсифікації, стратегія горизонтальної диверсифікації.
- Стратегії скорочення - стратегія ліквідації, стратегія «збору врожаю», стратегія скорочення, стратегія скорочення витрат. [4]

За словами дослідника Майкла Портера, конкурентоспроможність будь якої організації чи підприємства залежить від конкурентної переваги, яке створюється і підтримується через сильно локалізовані процеси «ланцюг цінностей». Конкурентна перевага це результат здійснення безлічі окремих видів діяльності, що входять до складу процесів розроблення, виробництва, маркетингу, доставки та обслуговування кожного продукту (фізичного чи інтелектуального) організації чи владного органу. Кожен з цих видів

діяльності може сприяти встановленню конкурентної позиції суб'єкту у відношенні витрат і створити основу для диференціації. Різні види діяльності зі створення вартості являють собою окремі будівельні блоки, з яких складається загальна картина конкурентних переваг.

Поняття конкурентних переваг передбачає наявності у суб'єкта потенційних можливостей бути краще (за певними аспектами господарської діяльності) своїх конкурентів. В залежності від складних зовнішніх умов і внутрішніх обставин ця задача вирішується різними організаціями по-різному.[5]

Для підприємства цільовим орієнтиром є можливість продовження власного бізнесу у довгостроковій перспективі. Продукт або послуга — це фізичний вияв їхньої здатності задовольняти особливу потребу певної групи споживачів. На практиці існує досить широкий спектр засобів обслуговування наявних специфічних потреб, і підприємство має визначити своє місце в усьому процесі, враховуючи наявні можливості. Обрана стратегія допомагає підприємству з достатнім рівнем гарантії вчасно передбачати та реагувати на зміни в попиті, розробляючи відповідні товарні стратегії.

Виходячи з вищесказаного визначення стратегії та особливостей розвитку соціально-орієнтованого бізнесу в Україні стратегія підприємства повинна виконувати такі завдання:

- закріплювати соціальну мету діяльності суб'єкта господарювання в його установчих документах або у договорах чи інших документах, що підтверджують соціальну мету його діяльності;
- визначати джерела додаткового фінансування;
- визначати вразливі категорії населення, які можуть бути залучені до соціального підприємництва або/та можуть бути отримувачами вигоди від діяльності суб'єктів соціального підприємництва;
- синтезувати в собі технічні, технологічні, екологічні, економічні, управлінські та інші аспекти розвитку об'єкта управління;

- інтегрувати різні сторони керованого об'єкта, наприклад, для організації - місію, потенціал, структуру, корпоративну культуру, систему менеджменту та ін.;
- враховувати особливості функціонування соціального підприємства;
- орієнтувати на досягнення не миттєвих завдань, а стратегічних цілей, що забезпечують задоволення стратегічних громадських, корпоративних та особистих інтересів;
- втілювати в собі наукові досягнення в галузі економіки, техніки, управління і інших наук;
- бути гнучкою, враховувати багатоваріантність стратегічних ситуацій, що виникають в просторі і в часі;
- концентрувати стратегічні і тактичні конкурентні переваги суб'єктів і об'єктів управління, зовнішньої середовища, знання, вміння і досвід всього колективу;
- бути помірно ризикованою, але не занижувати стратегічні переваги конкурентів і не завищувати свої переваги.

Таким чином, можна зробити висновок, що розробка стратегії соціально-орієнтованого бізнесу допоможе поживати розвиток соціальних підприємств, приверне увагу держави до наявних проблем у цій сфері, а також забезпечить вирішення наявних соціально-економічних викликів у державі.

Список використаних джерел:

1. Big Society Capital An overview Ludlow 13 October 2011. URL : <http://poll2016.trust.org/>
2. Розвиток соціального підприємництва в Україні. Біла книга. Під загальною редакцією Валерія Кокотя. К.:, 2020. 98 с.
3. Саєнко М. Г. С-13 Стратегія підприємства: Підручник. Тернопіль: «Економічна думка». 2006. 390 с.
4. Соціально-економічний розвиток України на початку XXI ст.: Зб. доп. 76-ї наук. конф. студ. КНЕУ. 22-23 квіт. 2007 р. /Відп. за вип.: М. І. Мирун, О. А. Петухова. К.: КНЕУ, 2009. 390 с.
5. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Е. Портер; Пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. 454 с