

к.е.н., доцент Тесленок І. М.
магістрант каф. менеджменту Перетокіна-Пічхая Н. В.
НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя

ВИБІР БІЗНЕС-МОДЕЛІ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ПРИ ОБГРУНТУВАННІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА У СФЕРІ ПОСЛУГ

В умовах ринкової економіки нові підприємства малого бізнесу прагнуть знайти та зайняти свою нішу на ринку, забезпечивши собі, при цьому, стійкі конкурентні переваги. Поява на ринку нових гравців, які змінюють правила гри, використовуючи нові стратегії і бізнес-моделі, ускладнює цю задачу, особливо соціально орієнтованим підприємствам. У світовій економіці галуззю, яка найбільш ефективна і яка найшвидше розвивається є сфера послуг. На теперішній час майже не залишилося підприємств, які в тій чи іншій мірі не займаються наданням послуг або не стикаються з цією сферою. Тому, при відкритті бізнесу у сфері послуг, у вищезазначених умовах, стає актуальним питання вибору бізнес-моделі та подальшої розробки стратегії діяльності підприємства.

Кожний бізнес повинен приносити прибуток, тому питання про співвідношення економічного і соціального розвитку підприємства повинна вирішати стратегія, яка є одним з основних елементів внутрішнього середовища функціонування бізнес-моделі компанії. Чим кращу бізнес-модель обрала компанія, тим стійкішою та реалістичнішою є стратегія. Тобто, бізнес-модель і стратегія є однаково важливими та мають ті самі цілі, але на різних бізнес-рівнях. У цьому контексті бізнес-модель є схемою перетворення стратегії в загальну «технологію» створення доданої вартості компанією. Будь-яка зміна елементів стратегії компанії повинна супроводжуватись зміною бізнес-моделі і навпаки. Крім цього, бізнес-модель підприємства постійно знаходиться під впливом чинників зовнішнього середовища, які можуть обумовити необхідність її трансформації: технологічні зміни, конкурентне середовище, пріоритети клієнтів, соціально – культурне середовище, правове поле господарювання [1, с. 30–33].

З економічної точки зору, важливим аспектом є вибір та формування інклюзивної бізнес-моделі (англ. *inclusivebusinessmodel*) – економічно доцільної схеми ведення підприємницької діяльності, що

включає бідних як споживачів, покупців, працівників, виробників і підприємців на всіх етапах ланцюжка створення доданої вартості, забезпечуючи взаємовигідний розвиток для всіх її учасників. Серед переваг інклюзивних бізнес-моделей не тільки безпосередній прибуток і підвищення доходів. Необхідно розглядати інклюзивні бізнес-моделі як елемент загальної ділової стратегії, спрямованої на залучення уразливих верств населення в ділову діяльність [2, с. 59-60].

На даний час відомі різні бізнес-моделі ведення інклюзивного соціального підприємництва, які базуються на розумінні та визначенні складових маркетингової діяльності, на розробці креативних систем розподілу, зниження виробничих та маркетингових витрат, досягнення високої операційної ефективності, ефективної присутності на креативних ринках тощо.

Водночас від комбінації вищенаведених складових, від розуміння місії та завдань соціального підприємства, рівня його інтеграції з місцевим бізнес-середовищем, доступу до ресурсів, специфіки функціонування певного виду економічної діяльності, культури ведення бізнесу, активації цінностей громадянського суспільства формуються різноманітні інклюзивні бізнес-моделі соціальних підприємств. Зазначимо, що соціальне підприємство та інклюзивний бізнес ми розуміємо тут як тотожні поняття.

Серед діючих на практиці бізнес-моделей (inclusivebusinessmodels) соціального підприємництва в Україні та світі описано 13 існуючих моделей [3, с. 10–20]: модель зайнятості (employmentmodel); модель платних послуг (fee-for-servicemodel); модель посередника ринку (marketintermediarymodel); модель підтримки підприємців (entrepreneursupportmodel); модель фінансування соціальних програм через перерозподіл доходів від іншої діяльності (servicesubsidizationmodel); розвиток території довкола продукту; побудова платформи (онлайнового та офлайнового майданчика для пошуку споживачів для малого та середнього бізнесу, які спрямовані на соціальні послуги); використання та переробка відходів (орієнтована на збір речей від населення та надання їм нового призначення); кооперативна модель (cooperativemodel); модель підтримки людей з низькими доходами (lowincomeclientasmarketmodel); модель соціального підприємства «зв'язковий ринку» (marketlinkagemodel); модель підтримки організації (organizationalsupportmodel); комбіновані бізнес-моделі. Як

бачимо, вибір є. Тим більше, що для досягнення вищого рівня соціального впливу фундаментальні моделі можуть поєднуватися, дозволяючи налагоджувати взаємовигідні контакти між бізнесом і населенням, адже припускають включення малозабезпечених людей на різних етапах ланцюжка створення вартості в якості споживачів, клієнтів або покупців з боку попиту, і в якості співробітників, виробників і підприємців з боку пропозиції.

Отже, вибір бізнес-моделі соціального підприємництва впливає на обґрунтування, розробку та реалізацію стратегії підприємства. Розробляючи стратегію, обрати бізнес-модель можна із вже існуючих, можна скомбінувати, а можна стати новатором і вигадати свою, адже однією з головних переваг діяльності соціального підприємства є формування широкого спектру послуг, необхідних суспільству, але якими не займається традиційний бізнес. Обрана бізнес-модель соціального підприємництва у сфері послуг, на основі якої буде розроблена стратегія, повинна витримувати таке навантаження, щоб, як і будь-який бізнес, виходити на самоокупність, фінансову стійкість і приносити прибуток.

Література

1. Швиданенко Г. О. Формування бізнес-моделі підприємства : навч. посіб. / за ред. Г. О. Швиданенко, Н. В. Ревуцька. Київ : КНЕУ, 2013. 423 с.
2. Федулова Л. І. Інклюзивні інновації в системі соціально-економічного розвитку. Економіка: реалії часу. 2016. №3. С. 59-60.
3. Банк проблем та моделей соціальних підприємств для їх вирішення. Аналітичний звіт. 2018. – С. 10–20. URL: https://drive.google.com/file/d/1Ok_zkvIIdT8SwDgdoNACKHRb5ALG67J/view.