

Практика бизнеса показала, что не существует стратегии стимулирования сбыта, единой для всех компаний. Каждая организация имеет специфические черты и особенности, препятствующие унификации процесса выработки стратегии. Много зависит от позиции на рынке, динамики основных экономических показателей (выручка, прибыль), коммерческого потенциала, наличия свободных оборотных средств, степени автоматизации бизнес-процессов и внедрения информационных технологий и др. В то же время есть ряд основополагающих моментов, которые позволяют говорить о возможности применения единых методов и средств стимулирования сбыта для компаний, занимающихся одним видом хозяйственной деятельности. Стимулирование сбыта продукции промышленного назначения на рынке B2B – это в первую очередь результат грамотного финансового планирования и комплексных маркетинговых исследований потенциальных контрагентов.

Библиографический список

1. Зозулев, А.В. Промышленный маркетинг: рыночная стратегия: учеб. пособие / А.В. Зозулев. – Киев: Центр учебной литературы. – 2010. – 576 с.
2. Ковалев, А.И. Межфирменный (промышленный) маркетинг: учебное пособие / А.И. Ковалев. – СПб : СПбГУ ИТМО, 2012. – 119 с.

О.В. Скудалова
АНАЛИЗ МОДЕЛЕЙ СОЦИАЛЬНОГО
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ:
ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Социальное предпринимательство – новый механизм, в современном обществе применяемый для решения социальных проблем. В России широко используются на практике определённые бизнес-модели социального предпринимательства. Однако существуют ограничения и проблемы, которые затрудняют развитие и использование социального предпринимательства на практике.

Ключевые слова: социальное предпринимательство, социальные проблемы, механизм, бизнес-модель социального предпринимательства, стратегические ресурсы.

O.V.Skudalova
ANALYSIS OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP MODELS IN
RUSSIA: CHALLENGES AND POSSIBLE SOLUTIONS

The author argues that social entrepreneurship is a new mechanism in the modern society, which can be employed to solve social problems. There are good many models of social entrepreneurship widely used in Russia. However, there are restrictions and challenges impeding development and actual use of social entrepreneurship in this country.

Keywords: Social entrepreneurship, social problems, mechanism, business-

model of social entrepreneurship, strategic resources.

Социальное предпринимательство – новый вид предпринимательской деятельности, основной целью которого является не достижение прибыли, а решение социальных проблем той или иной территории. К сожалению, в нашей стране социальное предпринимательство только начинает набирать обороты. Противоположная ситуация складывается во многих развитых странах. Таких как Италия, Бельгия, США и другие. Там социальное предпринимательство имеет законодательное оформление, существуют государственные формы финансирования этого вида деятельности и другие условия для развития этого вида деятельности. Для лучшего внедрения этого феномена в жизнь современного общества учеными, экономистами определены разные бизнес-модели этого вида деятельности. Они используются на определённой территории, в экономических и политических условиях той или иной страны.

Безусловно, прежде чем говорить о моделях как о реальных инструментах применения, следует обратиться к происхождению этого слова. Модель происходит от французского слова «modèle», что означает «мера, аналог, образец» [1]. В различных науках даются разного рода определения этому понятию. Например, в экономических науках, «модель – упрощенная система, используемая для имитирования определенных аспектов реальной экономики» [4]. В философии, «модель – аналог (схема, структура, знаковая система) определенного фрагмента природной и социальной реальности» [2]. В психологии, «Модель – практическое описание того, что что действует, конечная цель которого использование на практике» [3]. Все определения в контексте каждой науки имеют как свои отличительные особенности, так и сходства. Основное назначение каждой модели заключается в упрощении реальности, действительности, выявление как положительных, так и отрицательных сторон изучаемого объекта, возможности будущего прогнозирования. Модель представляет собою взаимосвязанные элементы, объединённые гипотезой того или иного явления, процесса в обществе.

Качественная бизнес-модель помогает выявить и решить ряд определенных проблем. В большинстве случаев она обладает следующими свойствами:

1. Имеет достаточное количество информации для обзора ситуации.
2. Допущения и гипотезы содержательны и реалистичны.
3. Присутствует возможность предсказывать наблюдаемые явления.

На основе анализа применения бизнес-моделей в Италии,

Франции, Германии следует отметить, что, в общем, все модели – представляют собою концепцию бизнеса, состоящую из следующих компонентов: ключевая стратегия, потребительский интерфейс, стратегические ресурсы и ценностная сеть.

1. Ключевая стратегия – изучение рынка и миссия осуществляемого бизнеса, логика осуществления действий в бизнесе.

2. Потребительский интерфейс – собранная информация, сведения, ценовая политика.

3. Стратегические ресурсы – то, какими средствами располагает бизнес, ключевые процессы и активы.

4. Ценностная сеть – внешняя среда, отношения с поставщиками и партнёрами.

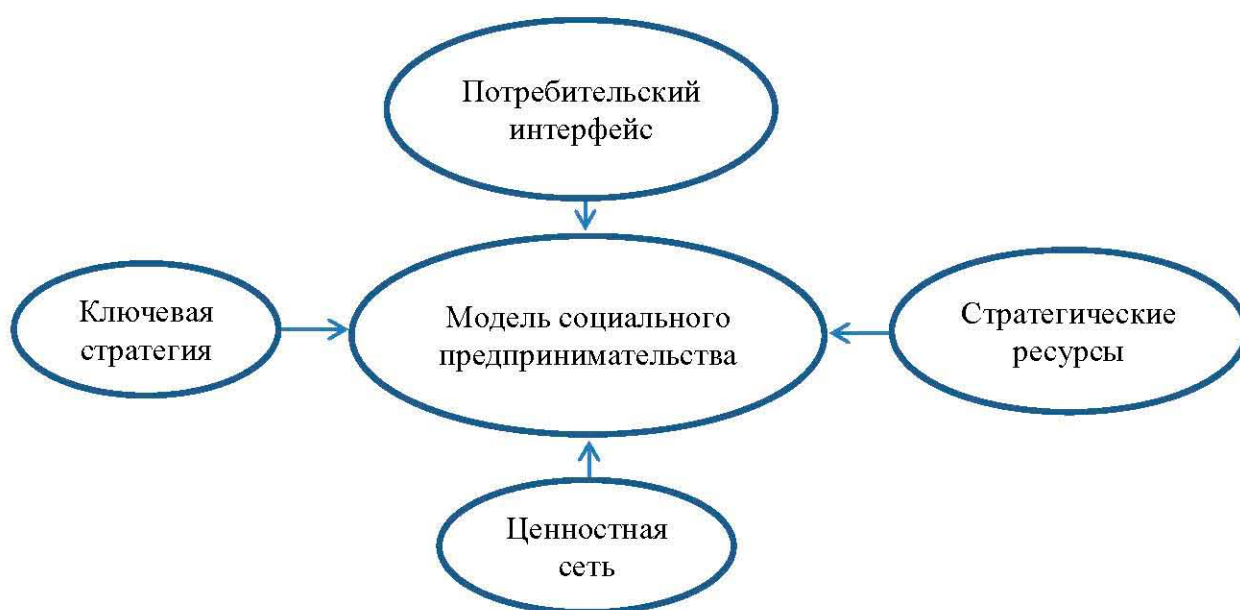


Рисунок 1 – Основные составляющие бизнес – модели социального предпринимательства

На основе анализа существующих бизнес моделей в развитых странах, следует сказать, что эффективная бизнес – модель должна выполнять ряд задач:

1. Формирование логичной и согласованной концепции организации и доведения этой концепции для сведения сотрудников.

2. Любая модель – это некая схема, которая состоит из разных переменных. Они могут меняться, благодаря этому возможно повышение эффективности значения модели.

3. Модель выступает средством проявления экономической привлекательности предприятия. Это в свою очередь привлекает инвесторов и других источников ресурсов.

4. Она направляет деятельность компании, устанавливая критерии для оценки тех или иных принимаемых решений.

5. Бизнес – модель помогает следить за внешней средой и в связи с этим принимать необходимые изменения в деятельности компании, которые повысят эффективность фирмы.

Любая бизнес – модель зависит от целей деятельности предпринимателя, от темпов роста, масштаба, а также длительности периодов планирования компании.

Анализируя проекты и наиболее популярные сферы деятельности для предпринимателей в России, на сегодняшний день можно выделить ряд моделей социального предпринимательства, которые получили эффективное практическое внедрение [5]:

1. Благотворительная деятельность и благотворительные продажи. Данный бизнес ориентирован на получение прибыли для благотворительных Фондов. Например, «Мастерская нужных подарков» или «Спасибо».

2. Трудоустройство инвалидов, матерей с детьми до 3х лет. Например, ресторан «В темноте», где работают незрячие люди.

3. Предоставление уникальных услуг. Например, служба «Инватакси».

4. Бизнес, связанный с ориентацией на развитие местного сообщества. Например, это создание бренда вокруг кондитерского изделия пастилы. Практический пример – «Коломенская пастила».

Все эти модели наиболее развиты и популярны в нашей стране. Однако их развитию и использованию на практике мешает ряд проблем в сфере социального предпринимательства. А именно: недостаточная нормативно-правовая база, регламентирующая этот вид деятельности; нехватка финансирования многих проектов; кредиты под большие проценты в банках на развитие этой деятельности; высокая налоговая ставка для предпринимателей и другое. В нашей стране необходимо сделать социальное предпринимательство направлением социальной политики государства. Таким образом, будут устранены барьеры и ограничения, возможно его эффективное применение, которое в свою очередь поможет в решении ряда острых социальных проблем и поспособствует модернизации нашей страны.

Библиографический список

1. Кондрашин, И. Глоссарий философских терминов, 2006. Режим доступа: <http://terme.ru/dictionary/195/word/model>.

2. Константинов, Ф.В. Философская Энциклопедия. В 5-х. – М.: Советская энциклопедия. Под редакцией Ф.В. Константинова. 1960 – 1970.

3. Кордуэлл Майк Психология. А-Я. Словарь – справочник / Пер. с англ. К.С. Ткаченко. – М.: ФАИР – ПРЕСС. Майк Кордуэлл. – 2000.

4. Осадчая, И.М. Экономика. Толковый словарь. – М.: «ИНФРА-М», Издательство «Весь Мир». Дж. Блэк. Общая редакция: д.э.н. Осадчая И.М.. – 2000.

5. Режим доступа: <https://te-st.ru/2014/10/01/meetup-social-impact-report/> Теплица социальных технологий. Митап «Современные модели социального предпринимательства: материалы встречи, советы и рекомендации».

Т.А. Старшинова
ПОДХОДЫ К РАЗРАБОТКЕ ПОРТФЕЛЬНЫХ
СТРАТЕГИЙ

В условиях рынка, когда внешняя среда меняется быстро, предприятие вынуждено искать способы адаптации к этим изменениям. Одним из способов решения проблемы является разработка и реализация стратегий развития предприятия.

Существуют определенные уровни разработки стратегий: корпоративный, функциональный и инструментальный. Первым уровнем является –уровень разработки корпоративных стратегий, который включает в себя разработку портфельных стратегий, стратегий роста и корпоративных стратегий.

Для выбора стратегий развития наиболее важными являются портфельные стратегии, которые представляют собой выбор направлений деятельности (товаров или услуг), с помощью которых предприятие будет существовать в условиях рынка. Эти виды деятельности группируют и называют стратегические единицы бизнеса.

Ключевые слова: корпоративные стратегии, портфельные стратегии, рыночные условия, стратегии развития предприятия.

T.A. Starshinova
ACTUAL APPROACHES TO PORTFOLIO STRATEGIES
DEVELOPMENT

Under market conditions and rapid changes of the external environment, companies are forced to search for means of adjustment to those changes. The author argues that one of possible ways to solve the problem is to establish and implement the enterprise development strategies. There are certain levels of strategy development – i.e., corporate, functional and instrumental. The first level is development of corporate strategies including portfolio strategies, growth strategies and corporate strategies. Portfolio strategies are the most important ones in terms of selection of an optimal development strategy. They involve selection of the fields of activity (products or services) with the help of which the enterprise exists under market conditions. These types of activity bring together and designate strategic business units.

Keywords: corporate strategies, portfolio strategies, market conditions, enterprise development strategies.

Суть портфельного анализа заключается в том, что все виды деятельности предприятия рассматриваются как целая совокупность стратегических единиц бизнеса, каждая из которых относительно самостоятельна. Цель портфельного анализа –рационально распределить имеющиеся ресурсы предприятия между