

## Конкуренция как социальный феномен (на примере социального предпринимательства)

*Александрова Александра Андреевна*

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Москва, Россия

*E-mail: Sasha18062002@mail.ru*

Современная эпоха - это время неопределенности, быстрого развития событий, увеличение научно-технических достижений человечества и рост сопутствующих им социальных проблем, для решения которых появляются новые способы и механизмы смягчения экологических последствий, сокращение социального неравенства, минимизация бедности и безработицы. Одним из способов, способствующих решению этих проблем, является институт социального предпринимательства (далее СП). Несмотря на то, что существует множество подходов к определению СП, нет единого, признанного всеми определения. В результате анализа различных теорий СП российских и зарубежных исследователей, были выделены следующие основные черты социального предпринимательства: наличие социальной миссии, предпринимательский подход, инновационность, воспроизводимость и устойчивость. Таким образом, СП можно определить, как — предпринимательская деятельность, формирующая возможность гибридного партнерства, направленная на установление социальной ответственности и решение проблем в системе социальной защиты.

В России СП находится в стадии становления и в отдельную область малого и среднего предпринимательства было выделено только в 2019, когда понятие "социальное предпринимательство" получило законодательное закрепление [1]. Специфика деятельности и недолгое существование СП в РФ являются причинами проявления специфических особенностей проявления конкуренции. Их выявление и стало целью работы, для достижения которой была проанализирована конкурентная среда социального предпринимательства.

Было выявлено, что конкурентная борьба происходит между самими социальными предприятиями. Коммерческий бизнес, НКО и государство не будут являться конкурентами. Характерными чертами рынка социального предпринимательства будет слабая угроза конкуренции с субститутами, в связи с уникальностью товаров и услуг социального рынка. По данным исследования ЦИРКОН [2] о распределении средних оценок различных параметров текущего состояния социального предпринимательства в России, крайне высокую оценку получило качество оказываемых услуг и производимых товаров, их соответствие потребностям общества. Так как решающим условием конкурентоспособности является повышение качества товаров и услуг, то результаты опроса демонстрируют способность СП обладать конкурентными преимуществами. При этом важно заметить, что уровень конкуренции социальных организаций между собой был оценен экспертами низко, всего в четыре балла по десятибалльной шкале.

Также важно указать на такую характерную черту конкурентного поля СП как высокий объем спроса. На российском рынке существует большое количество социально незащищенных граждан, которые нуждаются в товарах и услугах, предоставляемых СП. Эта является одной из главных причин необходимости развития и поддержки СП в России.

Уникальность продукта, которая будет характерна для рынка социального предпринимательства, в связи с небольшим количеством конкурентов, высокий объем спроса на товары и услуги СП, низкая конкуренция и оказываемая поддержка СП со стороны государства свидетельствуют о благоприятной конкурентной среде для развития института

СП. Несмотря на это, вовлеченность граждан в создании социальных предприятий очень низкая (3.7 баллов), согласно экспертному опросу, ЦИРКОН [2]. Это может быть связано с недостаточной осведомленностью людей о такой форме бизнеса; с финансовыми, административными, информационными, ресурсными барьерами, которые существуют на этом рынке.

Таким образом, при анализе конкурентной среды социального предпринимательства можно сделать вывод, что рынок благоприятен для открытия новых организаций. Для роста рынка социальных услуг надо больше осведомлять предпринимателей о преимуществах, выявленных в ходе работы и искать пути смягчения существующих барьеров.

[applewebdata://85B8AB19-5B70-48C8-A8CA-A31BD199A877#\\_ftnref1](#)

### Источники и литература

- 1) Закон Российской Федерации "О внесении изменений в Федеральный закон "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" от 26.07.2019 № № 245-ФЗ // Официальный интернет-портал правовой информации
- 2) Социальное предпринимательство в России: перспективы развития Краткое резюме (основные выводы) по результатам исследования ЦИРКОН, Social Business Group, 2021 // URL: <http://www.zircon.ru/upload/iblock/04f/sotsialnoe-predprinimatelstvo-perspektivy-razvitiya-kratkoe-rezyume-issledovaniya.pdf> (дата обращения: 07.04.2022).