

В Республике Беларусь органы по труду, занятости и социальной защите регулярно проводят анализ текущей ситуации о потребности в кадрах на основе сведений предприятий о вакансиях, подаваемых в органы государственной службы занятости. Но реальная потребность предприятий в кадрах отличается от этих данных. Об этом говорит сравнение структуры вакансий с данными одного из крупнейших белорусских порталов по трудоустройству — rabota.tut.by (сравнение показывает существенные различия как в структуре пользователей (поданных резюме), так и в структуре заявленных вакансий). Планирование дополнительной потребности в кадрах на предприятиях осуществляется отделами кадров на основе заявок руководителей подразделений, оценки перспектив развития предприятия и естественного движения кадров. В основном используется только метод экстраполяции, при этом существующая статистическая база ограничивает возможности эконометрического моделирования. Возможно, решением данных проблем может стать проведение регулярных опросов нанимателей. В этом случае речь должна идти о разработке формы опроса, организации электронной платформы для его регулярного проведения, нормативно-правовой основы организации. Предприятиям необходима методика определения дополнительной потребности в кадрах и укрепление потенциала их кадровых служб. Для этого необходимо решить следующие задачи: отработка анкеты опроса нанимателей и подготовка работников кадровых служб для его проведения, построение прогностических моделей в разрезе видов экономической деятельности и основных профессионально-квалификационных групп и их публикация.

*М. В. Вишнякова, аспирантка
БГУ (Минск)*

ИННОВАЦИИ КАК КЛЮЧЕВАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СОЦИАЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Складывающиеся в настоящее время непростые социально-экономические условия делают необходимым включение инноваций в производственную деятельность ряда бизнес-структур с целью повышения их конкурентоспособности на существующих рынках.

Вместе с тем представители бизнес-структур давно обратили внимание на очевидную выгоду от использования технико-технологических, организационно-управленческих инноваций в деятельности своего предприятия не только в целях достижения коммерческого успеха, но и в целях достижения социального эффекта. Ряд организаций во всем мире, в том числе и Республика Беларусь, заявляют о своей социально ответственной деятельности. Социальное предпри-

нимательство стоит рассматривать как один из примеров практической реализации социальной ответственности бизнеса. Обусловлено это значением самого термина, под социальным предпринимательством понимается «предпринимательская деятельность, нацеленная на смягчение или решение социальных проблем, характеризующаяся следующими основными признаками: социальное воздействие, инновации, самокупаемость и финансовая устойчивость, масштабируемость и тиражируемость, предпринимательский подход» [1, с. 8]. Как видно из определения, одной из ключевых характеристик социального предпринимательства выступает использование инноваций. Включение в деятельность социального предприятия *техничко-технологических инноваций* позволяет предприятию посредством изменений в технике, технологии и технологическом процессе добиваться коммерческого успеха за счет повышения эффективности производства, предоставления конкурентоспособных товаров и услуг.

Включение в деятельность социального предприятия *организационно-управленческих инноваций* отражается на изменении механизмов управленческой деятельности, способствует повышению эффективности производственных процессов.

Социальные предприятия нередко акцентируют внимание на тех ресурсах, которые не были задействованы ранее. К примеру, значительная часть социальных предприятий интегрирует в деятельность своего предприятия инвалидов, бывших наркопотребителей и представителей других социально уязвимых групп населения. Ориентация социального предприятия на использование инноваций в области продвижения товаров и услуг и установление гибкой ценовой политики для представителей различных социальных групп населения позволяет предприятию расширить его целевую аудиторию за счет ориентации на низкодходные группы населения, не привлекательные для остальных субъектов рынка.

Таким образом, ориентация социальных предприятий на использование различного рода инноваций в своей деятельности позволяет не только эффективно представить свой товар на рынке, но и смягчить ряд социальных противоречий. Отметим, что социальные предприятия извлекают дополнительный эффект от собственной социальной ориентированности за счет повышения имиджа организации среди местного сообщества, а также увеличения доли лояльных потребителей.

Литература

1. *Зверева, Н.* Создание успешного социального предприятия / Н. Зверева. — М. : Альпина Пабlishер, 2015. — 155 с.