

Аннотация. Данная работа исследует гуманитарные продукты и бизнес-стратегии компаний на их основе. Гуманитарные продукты относятся к товарам или услугам, цель которых не только обеспечить благосостояние бизнеса, но и принести пользу обществу и окружающей среде. Исследование основано на анализе академической литературы и практических примерах из различных отраслей. В работе рассматриваются основные черты гуманитарного бизнеса, также анализируются стратегии, которые компании могут использовать для успешной реализации гуманитарных продуктов. В целом, статья предоставляет полезные сведения о гуманитарных продуктах и их важности для бизнес-стратегии компаний.

Ключевые слова: гуманитарные продукты, бизнес-стратегия, гуманитарные знания, социальные проблемы, инновационные подходы.

В современном мире все больше и больше компаний понимают важность внедрения гуманитарных принципов в свои бизнес-стратегии. Немного о том, что это такое. Профессор Клэйтон Кристиансен опубликовал свою идею о гуманитарном бизнесе под теорией "концепции креативного разрушения". Он предложил, чтобы бизнесы вводили некоммерческую и социально-ориентированную составляющую в свою деятельность, чтобы решать глобальные социальные и окружающая среда проблемы, одновременно создавая успех и принося доход. Кристиансен утверждал, что такие бизнесы имели бы долгосрочное преимущество на рынке и могли бы вносить значительный вклад в общественное благосостояние.

На сегодня не названы особенности гуманитарного бизнеса, так как это понятие может быть воспринято по-разному различными исследователями в данной области. Однако, можно выделить следующие общие черты гуманитарного бизнеса:

1. Определение миссии и ценностей компании. Гуманитарный бизнес начинается с ясного определения миссии и ценностей компании. Компания должна иметь четкое видение своей роли в обществе и определить, какие цели и задачи она ставит перед собой в области гуманитарной помощи. Например, компания-строителей доступного жилья Habitat for Humanity, занимающаяся главным образом строительством простого и доступного жилья для бедных и бездомных.

2. Инновационные решения. Компании, ориентированные на гуманитарный бизнес, ищут инновационные способы решения социальных проблем. Это может включать в себя разработку новых продуктов или услуг, которые решают конкретные проблемы, например, в сфере здравоохранения

или образования. Например, компания Sciant, которая занимается использованием искусственного интеллекта для улучшения процессов в различных сферах деятельности, включая здравоохранение и экологию. Они разрабатывают программное обеспечение для анализа медицинских данных и помогают врачам в принятии решений о лечении пациентов [1, с. 20].

3. Устойчивость бизнеса. Гуманитарный бизнес строится на основе глобальной устойчивости. Компании внедряют решения, которые помогают в строительстве устойчивого будущего для нашей планеты и человечества. Это может быть снижение выбросов вредных веществ в процессе производства, экономия ресурсов или поддержка экологических проектов. Такой компанией является "GreenTech Solutions" - экспертное агентство по снижению выбросов вредных веществ в процессе производства.

4. Инвестиции в социальные и гуманитарные проекты. Гуманитарные компании часто инвестируют часть своего дохода в социальные и гуманитарные проекты. Такой компанией является Oxfam - направлена на борьбу с неравенством, бедностью и голодом в разных регионах мира. Они также вкладывают средства в проекты по развитию сельского хозяйства и поддержке малых предприятий.

5. Корпоративная культура и вовлеченность. Гуманитарный бизнес строится на корпоративной культуре, которая поддерживает гуманитарные ценности и действия. Компании стараются создать внутреннюю среду, которая вдохновляет сотрудников на вовлеченность и участие в гуманитарных проектах. Такие компании также предоставляют своим сотрудникам возможность участвовать в волонтерских программах, что способствует формированию более ответственного и социально осознанного коллектива.

Гуманитарный бизнес - это возможность сочетать прибыльность и ответственность перед обществом. Будучи ориентированными на решение социальных проблем, компании не только приносят пользу тем, кто нуждается в помощи, но и укрепляют свое положение на рынке и получают поддержку и доверие со стороны клиентов. Гуманитарный бизнес - это не только деловая стратегия, но и важный шаг на пути к созданию более справедливого и устойчивого мира[3, с. 20].

К видам гуманитарного бизнеса относят:

1. Социальные предприятия: Это компании, которые приоритетно ставят перед собой решение социальных проблем и улучшение жизни людей, а не максимизацию прибыли. Они могут заниматься производством товаров или предоставлением услуг, цель которых - улучшение жизни отдельных групп общества или решение конкретных социальных проблем, таких как бедность, безработица или социальная изоляция.

Примером социального предприятия в Беларуси может быть "Калядны Куток" - производитель календарей, который предоставляет работу людям с ограниченными возможностями. Такие предприятия создают рабочие места для людей, часто с физическими или психическими особенностями, и помогают им стать полноправными участниками общества.

Несмотря на то, что социальные предприятия в Беларуси все еще относительно новое явление, их количество и важность принято постепенно осознавать и поддерживать. Важно отметить, что правительство Беларуси активно работает над созданием благоприятной экономической и регуляторной среды для социальных предпринимателей. Это включает в себя принятие законодательных актов. Например,

2. Экологические компании: Эти компании регулярно ориентированы на экологические ценности и сосредоточены на создании продукции и услуг, которые уменьшают негативное воздействие на окружающую среду. Цель таких компаний - не только получение прибыли, но и устойчивое развитие при учете экологических аспектов. Пример такой компании является энергетическая компания "Белэнерго" - компания, ответственная за производство и распределение электроэнергии в Беларуси, которая активно развивает возобновляемые источники энергии и внедряет энергоэффективные технологии.

3. Бизнес-образование и консалтинг: Гуманитарные знания применяются в образовательных и консультационных компаниях, которые помогают предпринимателям развивать гуманитарные навыки и способности, необходимые для успешного управления бизнесом. Это может включать курсы по лидерству, коммуникации, межкультурному управлению, этике в бизнесе и другим гуманитарным дисциплинам.

Примеры компаний: "Business Development Group" - специализируется на развитии бизнес-навыков предпринимателей, включая курсы по этике в бизнесе и межличностному взаимодействию. "Leadership Academy" - предоставляет курсы и тренинги по развитию лидерских навыков и способностей. "Business Ethics Consultancy" - консультирует предпринимателей по вопросам этики в бизнесе и помогает развивать этические процессы в организации.

Это лишь некоторые примеры компаний в Беларуси, ориентированных на бизнес-образование и консалтинг. Каждая из них может предлагать разные программы и услуги в соответствии с потребностями и запросами клиентов.

4. Гуманитарные технологии: Это сфера бизнеса, в которой применяются гуманитарные знания для разработки и внедрения технологий, которые улучшают жизнь людей. Это может включать разработку мобильных приложений для решения социальных проблем, создание программного обеспечения для поддержки образования и развития, а также использование искусственного интеллекта для улучшения процессов в различных сферах деятельности, включая здравоохранение и экологию [2, с. 117].

Примером является компания Wannabiz занимается разработкой мобильных приложений, которые помогают решать социальные проблемы. Они создали приложение для борьбы с домашним насилием, предоставляющее информацию о ресурсах и поддержке для жертв. Также у них есть приложение для поддержки пожилых людей, предоставляющее им доступ к медицинским услугам и помогающее им оставаться связанными со своими близкими.

Гуманитарный бизнес невозможен без гуманитарных знаний. Гуманитарные знания в сфере бизнеса - это совокупность знаний и компетенций, которые помогают развивать человеческий потенциал и улучшать взаимодействие между людьми в рамках бизнес-среды. Они включают в себя знания об этике, социальной ответственности, межкультурной коммуникации, психологии и других социально-гуманитарных науках.

Гуманитарные знания учат понимать, что многое зависит от человека, но не все контролируется им. Они помогают определить границы собственных возможностей, позволяют спланировать определенные аспекты бизнеса, а также развивают навыки и привычки к рассмотрению широкого спектра факторов при принятии решений.

Таким образом, в современном мире все больше компаний признают важность внедрения гуманитарных принципов в свои бизнес-стратегии. Компании, ориентированные на решение социальных проблем, помогают тем, кто нуждается в помощи, привлекают поддержку и доверие клиентов и укрепляют свое положение на рынке. Гуманитарный бизнес не только деловая стратегия, но и важный шаг на пути к созданию более справедливого и устойчивого мира. Гуманитарный бизнес в Беларуси все еще относительно новое явление, их количество и важность нужно осознавать, поддерживать и развивать.

Список использованных источников

1. Артемьева Т., Микешин М. Гуманитарный мир инноваций // отв. Ред. Киселева МС–М.: ИФ РАН. – 2009. – №. 3. – С. 19-38.
2. Вайс Т. Г. Гуманитарный бизнес. – John Wiley & Sons, 2013.
3. Юнус М. Социальное предприятие: преуспевать, делая добро // Дж. Бус. Entrepreneurship & L. – 2007. – Т. 1. – С. 99.