

В соответствии с ESG-стратегией развитие цепей поставок идет по пути создания прозрачности во взаимодействиях поставщиков для отслеживания углеродного следа в производстве продукции по всей цепи поставок. Это требует проводить аудит компаний, задействованных во всей цепи поставок, с позиций их соответствия принятым нормам устойчивого развития. экологичность их производства и материалов. Активно налаживать процессы утилизации бывших в употреблении продуктов, выпущенных или проданных в цепи, и мотивировать потребителей к экологичному поведению.

Примерами ESG деятельности в цепи поставок являются использование многоразовой и перерабатываемой упаковки, избегание использования дополнительной упаковки, снижение загрязнения воздуха и выбросов углерода за счет «зеленой» маршрутизации (green Vehicle Routing), использование электромобилей или велосипедов. Социальные аспекты – улучшение рабочей среды (графики работы, заработная плата и т. д.), этические закупки, использование краудсорсинговой логистической платформы, улучшение рабочей среды (графики работы, заработная плата и т. д.) [38], предотвращение шума транспортных средств и незаконной парковки, создание рабочих мест в местном сообществе, улучшение рабочей среды (графики работы, заработная плата и т. д.), предотвращение заторов на дорогах. В настоящее время не существует единого стандарта отчетности, поэтому организации могут сами определять показатели эффективности ESG, чтобы повысить рейтинг устойчивости и социальной ответственности.

Библиографические ссылки

1. Мясникова О. В. Развитие производственно-логистических систем: теория, методология и механизмы цифровой трансформации. Минск : Институт бизнеса БГУ, 2021. 266 с.
2. Финансирование устойчивого развития : сайт / Банк России. URL: https://cbr.ru/Content/Document/File/123919/press_02072021.pdf (дата обращения: 10. 02.2022).
3. Бик С. Руководство по ESG-трансформации предприятий : сайт. URL: <http://www.good-climate.com/materials/files/214.pdf> (дата обращения: 10. 02.2022).
4. Мясникова О. В. Цифровая трансформация логистических систем дистрибуции при переходе на модели экономики замкнутого цикла // Экономика. Управление. Инновации. 2018. № 2 (4). С. 3–10.
5. Мясникова О. В. Платформенные решения для цифровой трансформации производственно-логистических систем // Цифровая трансформация. 2020. № 2(11). С. 5–15.
6. ESG-стратегия. Трансформация предприятия с цифровым советчиком по управлению углеродным следом : сайт. URL: <https://www.if24.ru/esg-strategiya-transformatsiya-predpriyatiya-s-tsifrovym-sovetchikom-po-upravleniyu-uglerodnym-sledom/> (дата обращения: 10. 02.2022).
7. Мясникова О. В., Веренич А. Д. Формирование адаптивных производственно-логистических систем: стратегические решения и инструменты цифровизации // Бизнес. Инновации. Экономика : сб. науч. ст. / Ин-т бизнеса БГУ. Минск, 2021. Вып. 5. С. 190–198.
8. Мясникова О. В. Устойчивость, надежность, гибкость цепей поставок: уроки пандемии и формирование следующей нормы // Проблемы управления. 2021. № 2 (80). С. 74–80.

УДК 316.72.012.32

БИЗНЕС-МОДЕЛИ СОЦИАЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

А. С. Попкова

*кандидат экономических наук, доцент, Институт экономики Национальной академии наук
Беларуси, г. Минск, Республика Беларусь, e-mail: Levsann@tut.by*

В статье рассматриваются различные бизнес-модели социальных предприятий: модель поддержки предпринимателей, рыночного посредника, платы за услугу, клиентов с низким

уровнем дохода, модель занятости, кооператива, субсидирования услуг, организационной поддержки, рыночных связей, модели перекрестного субсидирования. Определено, что социальные предприятия имеют четвертый компонент в своей бизнес-модели: «модель социального воздействия». Однако социальные предприятия должны генерировать доход, чтобы поддерживать свою деятельность в долгосрочной перспективе. Построение успешной бизнес-модели социального предприятия достигается также за счет привлечения различных частных и государственных организаций для реализации социальных проектов, что создает мультипликативный эффект в экономике.

Ключевые слова: социальное предприятие; социальное предпринимательство; бизнес-модель; социальный бизнес.

SOCIAL ENTERPRISE BUSINESS MODELS

A. S. Popkova

PhD in economics, associate professor, Institute of economics of National Academy of Sciences of Belarus, Minsk, Republic of Belarus, e-mail: Levsam@tut.by

The article discusses various business models for a social enterprise: entrepreneur support, market intermediary, free-for-service, low-income client, a model of employment, cooperative, service subsidization, organizational support, market linkage, cross-subsidization models. It is determined that social enterprises have a fourth component in their business model: the «social impact model». However social enterprises must generate revenue in order to sustain their operations over the long term. Creating a successful business model for a social enterprise is being achieved through the engagement of various private and public organizations to implement social projects, thus generating a multiplier effect in the economy.

Keywords: social enterprise; social entrepreneurship; business model; social business.

Бизнес-модель предприятия определяется структурой бизнеса и его функциональной направленностью. С экономической точки зрения бизнес-модель предприятия – это способ преобразования затрат в результаты с целью создания социальной и экономической ценности. Существует, по крайней мере, три показателя успеха бизнес-модели: ее способность приносить прибыль своим владельцам, ее возможности генерировать позитивные изменения в мире и ее способность достигать баланса прибыли и социальных трансформаций. Первый подход применим к традиционным коммерческим компаниям, второй подход – к благотворительным организациям, и третий подход – к социальным предприятиям, которые применяют бизнес-схемы для решения социальных проблем. Эта гибридная модель позволяет сочетать рыночные характеристики и принципы бизнеса (конкуренцию, инновации, ориентацию на прибыль) с традиционными ценностями государственного сектора (служение общественным интересам, защита социально-уязвимых категорий населения). Эффективная бизнес-модель является основой успешного социального предприятия.

Бизнес-модель социального предприятия во многом похожа на традиционную корпоративную, но с одним основным отличием. Корпоративная бизнес-модель состоит из трех элементов: продукты (услуги), предлагаемые клиентам (ценностное предложение), способ организации компании для предоставления продуктов и услуг своим клиентам (операционная модель) и модель доходов для получения прибыли (механизм образования стоимости). Основной целью стратегии социальных предприятий является не стремление получать прибыль и максимизировать ценность для владельцев бизнеса, а решение социальных проблем. Социальная миссия пронизывает весь социальный бизнес, включая производственные процессы, продукты, культуру и отношения с сотрудниками, поставщиками и клиентами.

Это означает, что социальные предприятия имеют четвертый компонент в своей бизнес-модели: «модель социального воздействия», которая описывает социальное влияние и соответственно определяет все бизнес-процессы. Для социального предприятия прибыльность является фактором, способствующим социальному воздействию. Для корпоративного бизнеса социальное воздействие (если таковое имеется) является фактором получения прибыли. Это в корне влияет на то, как принимаются стратегические решения и разрабатываются бизнес-модели. Управление социальным предприятием с двойными целями достижения социального эффекта и получения прибыли, возможно, намного сложнее, чем традиционный бизнес [1].

В мировой практике получили распространение следующие типы бизнес-моделей социальных предприятий:

1) *модель поддержки предпринимателей*, которая предполагает предоставление услуг по поддержке бизнеса предпринимателям из определенной целевой группы. Это могут быть микрофинансовые организации;

2) *модель рыночного посредника*, которая помогает своим клиентам путем предоставления услуг для обеспечения доступа к рынкам. Например, снабженческие кооперативы;

3) *модель «плата за услугу»*, при которой социальное предприятие взимает плату непосредственно с клиента за предоставляемые им социально полезные услуги. Это могут быть членские организации, клиники, музеи;

4) *модель клиента с низким уровнем дохода*, когда социальное предприятие предоставляет социальные услуги напрямую, ориентируясь при этом на клиентов с низким уровнем дохода. В частности, коммунальные предприятия;

5) *модель занятости*, при которой социальное предприятие предоставляет клиентам возможности трудоустройства и профессиональной подготовки;

6) *модель кооператива*, основанная на плате членской организации, предоставляющей услуги членам группы, разделяющей общие потребности или цели. Например, сельскохозяйственные кооперативы, кредитные союзы;

7) *модель субсидирования услуг*, основана на продаже товаров и услуг для последующего финансирования социальных программ. Эта модель интегрирована с некоммерческой организацией. Бизнес-деятельность и социальные программы пересекаются;

8) *модель организационной поддержки*, аналогична модели субсидирования услуг, однако бизнес-деятельность отделена от социальных программ. Может быть реализована через любой тип бизнеса;

9) *модель рыночных связей*, которая фокусируется на построении торговых отношений между клиентами и рынками [2]. В частности, маркетинговые компании, брокерские фирмы. Для этого могут создаваться специализированные цифровые платформы.

10) *модель перекрестного субсидирования потребительского сегмента*. Фирма предоставляет один и тот же товар (или услугу) двум целевым аудиториям (покупателям и бенефициарам). Первые оплачивают покупки, а вторые получают бесплатно или со скидкой (известная модель «1 покупка – 1 дарение»);

11) *модель перекрестного субсидирования продуктовой линейки*. Здесь фирма предоставляет два разных продукта/услуги двум категориям (клиентам и бенефициарам).

12) *модель перекрестного субсидирования с материнской компанией*. В этом случае социальное предприятие действует исключительно как механизм финансирования своей материнской компании. Прибыль, полученная предприятием, используется материнской организацией для обслуживания бенефициаров и выполнения социальной миссии.

Это только небольшой спектр моделей, которые могут быть использованы социальными предпринимателями. Экономика нуждается в социальных предприятиях для восстановления после пандемии COVID-19. Но трудно найти готовые к использованию бизнес-модели, которые позволяют достичь двойной цели – прибыли и социального

воздействия. Однако существует ряд моделей социального предпринимательства, которые доказали свою эффективность и их можно имплементировать в практику.

Для построения успешной бизнес-модели важно разработать операционную стратегию, которая затрагивает как внутреннюю структуру организации, так и внешние партнерские отношения. Эффективная бизнес-модель должна также содержать полную ресурсную стратегию, включающую источники финансового и человеческого капитала для выполнения миссии предприятия. К ее реализации целесообразно привлекать различных частных и государственных субъектов хозяйствования с целью пополнения источников фондирования и усиления социального эффекта.

Библиографические ссылки

1. Muhonen A. 9 Social Enterprise Business Models : site. URL: <https://www.socialenterprise-bsr.net/2018/08/9-social-enterprise-business-models/> (date of access: 1.02.2022).

2. Anderson T. Reimagining your social enterprise business model post COVID-19: The why and what : site. URL: <https://probonoaustralia.com.au/news/2020/05/reimagining-your-social-enterprise-business-model-post-covid-19-the-why-and-what/> (date of access: 1.02.2022).

УДК 339.9

О РЕЗУЛЬТАТАХ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В 2021 ГОДУ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ И САНКЦИОННЫХ МЕР ЗАПАДА

В. П. Пугачёв

*доктор технических наук, профессор, Белорусский государственный университет,
экономический факультет, г. Минск, e-mail: pugachov19@gmail.com*

В докладе рассмотрены результаты внешней торговли Республики Беларусь в условиях всемирной турбулентности международных рынков, вызванной тенденциями мирового экономического развития и негативными последствиями пандемии COVID 19, а так же изменениями в реально проводимой торговой политике ряда ключевых игроков мирового рынка. Отмечается необходимость активизации участия Беларуси в интеграционных структурах, прежде всего – Союзном государстве Беларуси и России, ЕАЭС и СНГ.

Ключевые слова: экспорт; импорт; сальдо внешней торговли; ЕАЭС; СНГ; санкции.

ON THE RESULTS OF FOREIGN TRADE OF THE REPUBLIC OF BELARUS IN 2021 IN THE CONDITIONS OF THE PANDEMIC AND WESTERN SANCTIONS

V. P. Pugachev

*doctor of technical sciences, professor, Belarusian State University, faculty of economics,
Minsk, e-mail: pugachov19@gmail.com*

The report examines the results of the foreign trade of the Republic of Belarus in the context of global turbulence in international markets caused by global economic trends and the negative consequences of the COVID 19 pandemic, as well as changes in the actual trade policy of a number of key players in the world market. It is noted the need to intensify the participation of Belarus in integration structures, primarily in the Union State of Belarus and Russia, the EAEU and the CIS

Keywords: export; import; foreign trade balance; EAEU; CIS; sanctions measures.