

**Список использованных источников**

1. Ванкевич, Е. В. Технологии искусственного интеллекта в управлении человеческими ресурсами / Е. В. Ванкевич, И. Н. Калиновская // «Белорусский экономический журнал» – 2020. – № 2 (91). – С. 38–51.
2. Vankevich, A. Better understanding of the labour market using Big Data / Alena Vankevich, Iryna Kalinouskaya // *Ekonomia i prawo. Economics and law* – 2021– Vol. 20, №. 3 – P. 677–692.
3. Ванкевич, Е. В. Информационно-аналитическая система рынка труда и прогнозирования потребности в кадрах: содержание и направления формирования в Республике Беларусь / Е. В. Ванкевич, Э. Кастел-Бранко // *Белорусский экономический журнал*. – 2017. – № 2. – С. 73–92.
4. Калиновская, И. Н. Теоретические аспекты подбора кадров с применением технологий искусственного интеллекта / И. Н. Калиновская // *Право. Экономика. Психология*. – 2021. – № 1 (21) – С. 48–64.
5. Kalinouskaya, I. Analysis of the possibility of applying the concept of "HR ZERO" by Belarusian organizations / Iryna Kalinouskaya // IV International Scientific and Practical Conference "Modern Management Trends and Digital Economy: from Regional Development to Global Economic Growth" (MTDE 2022) on 15th–16th April, 2022 at Institute of Digital Economics and Law (Ekaterinburg, Russia) – SHS Web of Conferences 141, 01018 (2022) Режим доступа [https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/abs/2022/11/shsconf\\_mtde2022\\_01018/shsconf\\_mtde2022\\_01018.html](https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/abs/2022/11/shsconf_mtde2022_01018/shsconf_mtde2022_01018.html). – Дата доступа 12.09.2023.
6. Калиновская, И. Н. Влияние цифровизации экономики на управление человеческими ресурсами организации / И. Н. Калиновская // *Материалы МНПК (гибридная) «Четвертая промышленная революция и инновационные технологии»* (г. Гянжа, 3–4 мая 2023 г.). – Гянжа : Азербайджанский технологический университет. – 2023. – С. 127–129.
7. Калиновская, И. Н. Определение ядра компетенций HR-специалистов, траектории их профессионального роста на основе интерпретационного структурного моделирования / Калиновская И.Н. // *Социально-трудовые исследования*. – 2022. – № 4 (49). – С. 174–184.

УДК 334,7

**БИЗНЕС-МОДЕЛИ В СОЦИАЛЬНОМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ:  
ВИДЫ, ХАРАКТЕРИСТИКА И ОСОБЕННОСТИ****Краенкова К.И.,  
к.э.н., доцент**Витебский государственный  
технологический университет,  
г. Витебск, Республика Беларусь

*Реферат.* В статье представлено понятие социального предпринимательства, указаны особенности построения бизнес-процессов социального предпринимательства и дана характеристика соответствующих бизнес-моделей. Сделан вывод, что каждая бизнес-модель в социальном предпринимательстве имеет свои особенности и подходит для определенных типов предпринимательства, помогает достичь финансовой устойчивости и одновременно решить социальные проблемы, создавая значимый социальный эффект.

*Ключевые слова:* социальное предпринимательство, бизнес-модели, бизнес-процессы, социальные проблемы.

Предпринимательская деятельность представляет собой сложный интегрированный комплекс, включающий широкий спектр различных по своей природе компонентов. Каждый компонент имеет свою значимость, метрики, показатели и способы достижения конечной цели деятельности.

Социальное предпринимательство, как феномен в развитии бизнес-сообщества, у ученых и практиков вызывает особый интерес в изучении цели деятельности, задач, построения бизнес-процессов.

Под социальным предпринимательством следует понимать инициативность физических или юридических лиц, преимущественно направленная на решение социальных проблем социально уязвимых слоев населения (с учетом географической границы решаемой проблемы) на основе организации предпринимательской деятельности) [1, с. 53].

Главная цель субъектов социального предпринимательства – это решение масштабной социальной проблемы (на разных уровнях), а результативность работы является способом достижения этой цели. Деятельность субъектов социального предпринимательства направлена на устранение социального неравенства, на преодоление разобщенности экономического роста на разных территориальных единицах различных слоев населения, решение проблем социально уязвимых слоев населения, то есть достижение максимально возможного социально-экономического эффекта для тех, кто в этом нуждается. Результативное решение поставленных задач перед субъектами социального предпринимательства возможно при грамотном построении бизнес-процессов, что способствует их развитию, повышению эффективности деятельности и рациональному использованию ресурсов, а главное – созданию ценности для всех стейкхолдеров.

Бизнес-процесс – совокупность различных видов деятельности, в рамках которой «на входе» используются один или более видов ресурсов, и в результате этой деятельности на «выходе» создается продукт или услуга, представляющие ценность для потребителя [2].

Моделирование бизнес-процессов в социальном предпринимательстве тесно взаимосвязано с целью и принципами деятельности. Социальный и экономический вектор в деятельности социального предпринимательства предполагает выстраивание бизнес-процессов, в которых участвует каждая его структурная единица, где максимизируется социальная отдача посредством создания экономической ценности.

Построение бизнес-процессов в социальном предпринимательстве имеет свои особенности, связанные с целью, задачами и направлениями деятельности в социальном предпринимательстве:

1. Цель оказания социального воздействия: основное направление деятельности социального предпринимательства – решение социальных проблем. Бизнес-процессы должны быть направлены на достижение социального эффекта, например, предоставление услуг нуждающимся, снижение неравенства, защита окружающей среды и т. д.

2. Измерение социального эффекта: в социальном предпринимательстве важно иметь механизмы для измерения социального эффекта и оценки результатов. Бизнес-процессы должны включать системы мониторинга и оценки, чтобы убедиться, что социальные цели достигаются и социальный эффект максимизируется.

3. Стейкхолдеры и партнерство: в социальном предпринимательстве важно учиты-

вать интересы всех заинтересованных сторон и строить партнерские отношения. Бизнес-процессы должны быть нацелены на удовлетворение потребностей и ожиданий стейкхолдеров, а также на установление партнерств для максимального социального воздействия.

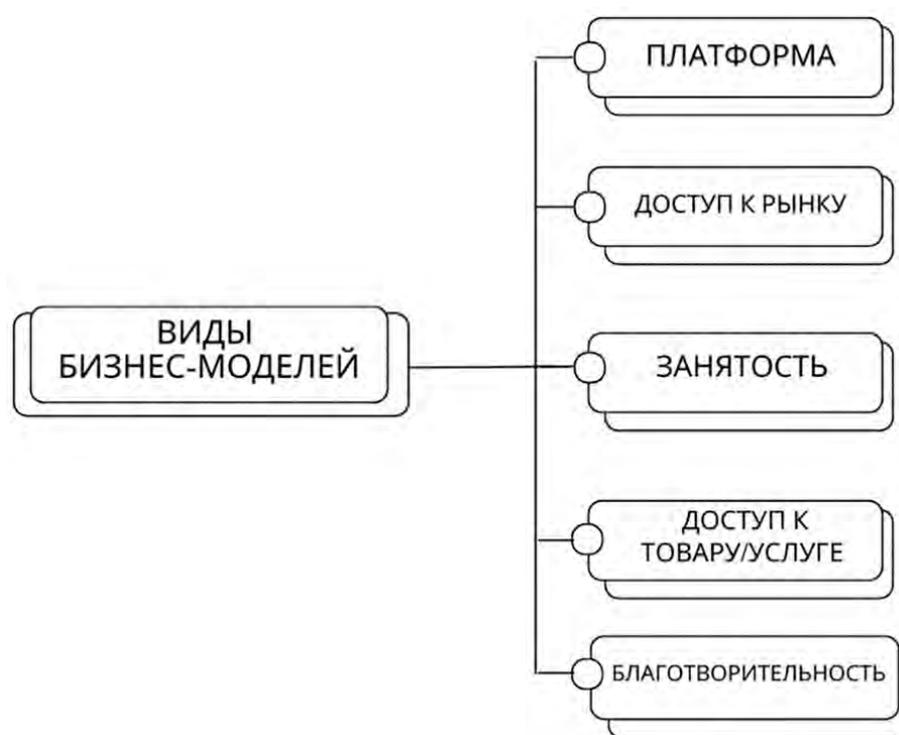
4. Финансовая устойчивость: субъекты социального предпринимательства должны стремиться к устойчивому развитию и финансовой стабильности, чтобы продолжать свою социальную миссию в долгосрочной перспективе. Бизнес-процессы должны быть построены с учетом этих аспектов, включая эффективное управление ресурсами, диверсификацию доходов и поиск финансирования.

5. Инновации и адаптивность: субъекты социального предпринимательства требуют инновационного и адаптивного подхода к решению социальных проблем. Бизнес-процессы должны быть гибкими, способными к быстрой адаптации к изменяющимся условиям и потребностям, а также к поиску новых решений и подходов.

Эти особенности помогают субъектам социального предпринимательства создавать и эффективно реализовывать бизнес-процессы, которые одновременно приносят коммерческую выгоду и социальную пользу. Особенности в построении бизнес-процессов способствовали выделению определенных типов поведения его субъектов, то есть выделению бизнес-моделей.

В практической деятельности единого мнения по видам и характеристикам бизнес-моделей в социальном предпринимательстве не выработано. Изучив опыт отдельных практиков и экспертов в области социального предпринимательства, бизнес-модели были объединены в 5 групп (рис. 1).

Каждая из моделей в социальном предпринимательстве имеет свои характерные черты и особенности (табл. 1).



**Рисунок 1 – Бизнес-модели социального предпринимательства**

**Таблица 1 — Характеристика бизнес-моделей в социальном предпринимательстве**

<b>Наименование бизнес-модели</b>	<b>Характеристика</b>	<b>Особенности</b>
Платформа	Социальное предпринимательство выступает в роли связующего звена между продавцом и покупателем социальных благ. Экономический эффект достигается путем взносов благопокупателей	Не используются в чистом виде, так как сложно получить экономическую устойчивость
Доступ к рынку	Социальное предпринимательство выступает социальным посредником между покупателем и продавцом и создает добавленную стоимость продукта, в результате чего получается экономический эффект, который выражается в получении маржи	Является достаточно популярной бизнес-моделью, эффект от которой проявляется через получения процента от стоимости товара и его социальной составляющей
Занятость	Социальное предпринимательство трудоустраивает уязвимую группу населения, экономический эффект достигается за счет получения дохода от продажи товаров или предоставления услуг на открытом рынке	Данная бизнес-модель связана с созданием условий для трудоустройства определенной группы граждан, что способствует их социальной и экономической интеграции
Доступ к товару/услуге	Деятельность социального предпринимательства направлена на удовлетворение потребностей благополучателя, который выступает в роли «уязвимой» группы населения. Источником дохода выступает сам благополучатель, который готов заплатить за товар/услугу	Данная бизнес-модель компенсирует провалы рынка и государства и позволяет найти возможность доступа к ограниченным товарам или услугам через субъекты социального предпринимательства, путем снижения их стоимости
Благотворительность	Социальное предпринимательство организует свою деятельность для благополучателя, который не в состоянии заплатить за товар/услугу. Субъекты получают доход от третьей стороны, которая желает помочь благополучателю	В описываемой бизнес-модели социальное предпринимательство выступает волонтером, который использует современные инструменты для сбора денежных средств

Источник: [3, с. 262; 4, 5, 6].

Каждая из представленных бизнес-моделей социального предпринимательства имеет свою специфику, явно отражает особенности положения на рынке, уровень социальной вовлеченности и механизм получения дохода.

В мировой практике каждая бизнес-модель имеет яркие примеры развития и формирования целой экосистемы социального предпринимательства.

В таблице 2 представим мировой опыт становления социального предпринимательства в зависимости от выбранного типа бизнес-модели.

**Таблица 2 — Мировой опыт социального предпринимательства**

Наименование бизнес-модели	Наименование организации	Принцип работы
Платформа	Grameen Bank	Предоставление микрокредитов бедным и нуждающимся для развития бизнеса
Доступ к рынку	Liberty	Онлайн платформа по продаже книг, в том числе для людей с особенностями развития
Занятость	Nadin	Предоставление рабочих мест социально уязвимым слоям населения
Доступ к товару/ услуге	TOMS	продажа обуви с принципом «каждая проданная пара – одна пара для нуждающихся»
Благотворительность	World Food Programme	Предоставление пищевых продуктов для бедных

Источник: [7].

Таким образом, уникальные бизнес-модели поведения на рынке субъектов социального предпринимательства позволяют понять его сущность, создать новую социальную стоимость с использованием предпринимательского подхода, который предполагает реализацию инновационных бизнес-возможностей через конкурентные преимущества организации, производимую продукцию, оказываемые услуги, выполняемые работы.

#### Список использованных источников

1. Ванкевич, Е. В. Социальное предпринимательство: социально-экономическая основа и концепция развития в Республике Беларусь / Е. В. Ванкевич, К. И. Краенкова // Белорус. экон. журн. – 2020. – № 4. – С. 52–65.
2. Моделирование бизнес-процессов [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://plansys.ru/process/business-process-definition>. – Дата доступа: 15.04.2023.
3. Арай, Ю. Н. Бизнес-модели в социальном предпринимательстве: подход к построению типологии [Электронный ресурс] / Ю. Н. Арай // Рос. журн. менеджмента. – 2018. – Т. 16, № 2. – Режим доступа: <https://rjm.spbu.ru/article/view/959/925>. – Дата доступа: 15.04.2023.
4. Kluge, S. Empirically Grounded Construction of Types and Typologies in Qualitative Social Research [Electronic resource] / S. Kluge // Forum Qualitative Sozialforschung. – 2018. – Vol. 1, № 1. – Mode of access: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1124/2499>. – Date of access: 18.04.2023.
5. Mintzberg, H. Tracking Strategy in an Entrepreneurial Firm [Electronic resource] / H. Mintzberg, J. A. Waters // The Academy of Management Journal. – 1982. – Vol. 25, № 3. – Mode of access: <https://www.jstor.org/stable/256075>. – Date of access: 18.04.2023.
6. Lumpkin, G. T. Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance [Electronic resource] / G. T. Lumpkin, G. G. Dess // The Academy of Management Review. – 1996. – Vol. 21, № 1. – Mode of access: <https://www.jstor.org/stable/258632>. – Date of access: 18.04.2023.
7. Global Entrepreneurship Monitor [Electronic resource] : 2020/2021 Global Report / N. Bosma [at el.] // ResearchGate. – Mode of access: [https://www.researchgate.net/publication/351348703\\_Global\\_Entrepreneurship\\_Monitor\\_20202021\\_Global\\_Report](https://www.researchgate.net/publication/351348703_Global_Entrepreneurship_Monitor_20202021_Global_Report). – Date of access: 18.04.2023