



УНИВЕРСИТЕТ ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ
ВЫСШАЯ ШКОЛА РАЗВИТИЯ
Институт государственного управления и политики

Социальное предпринимательство и проблемные регионы

Гульнара Джунушалиева





УНИВЕРСИТЕТ ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ

ВЫСШАЯ ШКОЛА РАЗВИТИЯ

Институт государственного управления и политики

Доклад #62, 2021

«Социальное предпринимательство и проблемные регионы»

Гульнара Джунушалиева

Резюме: В данной статье обсуждается концепция социального предпринимательства применительно к существующим предприятиям, действующим в проблемных регионах Республики Казахстан и Кыргызской Республики. Мы уделили внимание как выделению форм социального предпринимательства, так и особо выделили такие дефиниции как «целевые социальные группы», «проблемные регионы». Классификация предприятий помогла нам определить, наиболее эффективные формы социального предпринимательства для решения острых социальных проблем целевых социальных групп. Результатом данного исследования стало описание концепции предприятий социального предпринимательства, обоснование почему такая форма предпринимательства наиболее активно развивается в проблемных регионах. Мы считаем, что данные формы предпринимательства наиболее полно соответствуют менталитету представителей сообществ в отдаленных проблемных регионах.

Рекомендуемая форма цитирования: Джунушалиева, Г. Д. Социальное предпринимательство и проблемные регионы // Доклад Института государственного управления и политики Университета Центральной Азии (УЦА). – 2021. – № 62. – С. 1-40.

Ключевые слова: социальное предпринимательство, формы социального предпринимательства, проблемные регионы, Центральная Азия.

JEL коды: L31, L33

Институт государственной политики и управления был создан в 2011 году для содействия системным и углубленным исследованиям по вопросам, связанным с социально-экономическим развитием Центральной Азии, а также для изучения альтернативных вариантов политики.

Институт государственной политики и управления входит в состав Высшей школы развития Университета Центральной Азии (УЦА). УЦА был основан в 2000 году. Президенты Казахстана, Кыргызстана и Таджикистана и Его Высочество Ага Хан подписали Международный договор и устав, учреждающие этот светский частный университет, ратифицированные соответствующими Парламентами и зарегистрированные в Организации Объединенных Наций.

Доклады Института государственной политики и управления – это рецензируемая серия, в которой публикуются материалы по широкому кругу тем, касающихся социальных и экономических вопросов, государственного управления и государственной политики в контексте Центральной Азии. Он задуман как динамичная площадка для того, чтобы авторы могли обмениваться идеями с аудиторией, интересующейся существующими и зарождающимися проблемами, стоящими перед всем регионом Центральной Азии. Комментарии к документу или вопросы по их содержанию следует направлять по адресу ippa@ucentralasia.org. Доклады могут цитироваться без получения предварительного разрешения.

Редакторы серии:

Богдан Кравченко и Роман Могилевский.

Об авторе: Д-р Гульнара Джунушалиева является старшим научным сотрудником Института государственного управления и политики Университета Центральной Азии. Сфера ее исследовательских интересов включает местное экономическое развитие, социальное предпринимательство, развитие малого бизнеса, инновационное развитие и технологии, развитие пищевой промышленности в странах Центральной Азии. В течение более чем 20 лет она работала в университетах в качестве руководителя и разработчика новых образовательных программ. Имеет более 15 лет опыта реализации международных проектов в странах Центральной Азии.

Данная работа выполнена при поддержке Сети SDGNexus, поддерживаемой Германской службой академических обменов (DAAD), представляет собой глобальное сообщество университетов, исследовательских центров и заинтересованных сторон, которое стремится укрепить высшее образование для обеспечения эффективного и инновационного вклада в достижение Целей устойчивого развития. Сеть SDGNexus базируется в Центре международного развития и экологических исследований (Zentrum für internationale Entwicklungs- und Umweltforschung, ZEU) Университета Юстуса Либиха в Гиссене, Германия.

Фото: Михаил Романюк

ISSN: 2664-7001

Авторское право © 2021

Университет Центральной Азии

720001, Кыргызская Республика, г. Бишкек, ул. Токтогула, 138

Тел.: +996 (312) 910 822, E-mail: ippa@ucentralasia.org

Содержание настоящего документа является исключительно предметом ответственности авторов и ни в коей мере не является отражением взглядов Университета Центральной Азии. Текст и данные настоящей публикации могут быть воспроизведены при условии указания источника.

Содержание

Концепция социального предпринимательства.....	4
Изучение источников.....	5
Проблемные регионы	9
Социальные группы	12
Исследование социального предпринимательства в проблемных регионах.....	14
Признаки классификации социальных субъектов	16
Классификация субъектов экосистемы социального предпринимательства.....	18
Проблемы, которые решают социальные предприниматели.....	23
Проблемы, с которыми сталкиваются социальные предприниматели	24
Заключение.....	27
Список литературы.....	29
Список источников на английском языке.....	30
Приложение 1. Описание отдельных кейсов	31

Таблицы

Таблица 1. Классификация социальных субъектов базы данных исследования по четырем признакам	15
Таблица 2. Классификация социальных субъектов, составляющих систему социального предпринимательства.....	19
Таблица 3. Сводные данные по выявленным проблемным областям, поданные социальными предпринимателями на конкурс в Республике Казахстан, Кыргызской Республике, 2018 г.....	23

Список иллюстраций

Рисунок 1. Карта отдаленных регионов, охваченных в исследовании в Центральной Азии.....	10
--	-----------

Список сокращений и условных обозначений

ГЭС – Гидроэлектростанция
ЕАЭС – Евразийский Экономический Союз
КСО – корпоративная социальная ответственность
ЛОВЗ – лица с ограниченными возможностями здоровья
МСП – малое и среднее предпринимательство
МСУ – Местное самоуправление (органы местной власти)
НИУ ВШЭ – Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»
НКО – некоммерческая организация
НПА – нормативно-правовые акты
НПО – неправительственная организация
США – Соединенные Штаты Америки
УЦА – Университет Центральной Азии
ЦА – Центральная Азия

Концепция социального предпринимательства

Рыночная экономика зиждется на предпринимательской деятельности, которая предполагает максимальную прибыль, повышение конкурентоспособности, улучшение эффективности всех видов используемых ресурсов. Прежде чем приступить к рассмотрению экономической сущности социального предпринимательства, следует указать на решающую роль «традиционного» предпринимательства в эффективном развитии рыночной экономики.

Отметим, что в экономической литературе наряду с понятием «предпринимательская деятельность» часто встречается термин «предпринимательство», который большинство авторов трактуют почти как одинаковые термины или выделяют их схожие признаки. В русском языке слово «предпринимательство» было образовано как дериватив от слова «предприниматель» с суффиксом «ство», что делает это определение «отвлеченным не процессуальным признаком»¹ основного определения. По нашему мнению, правильно было бы называть исследуемое нами явление «социальной предпринимательской деятельностью», однако в русскоязычных источниках уже широко закрепилось словосочетание «социальное предпринимательство». Поэтому мы также будем придерживаться общепринятой дефиниции «социальное предпринимательство».

Социальное предпринимательство в последнее время приобретает все большую известность и значимость. В рамках данного исследования мы смогли сделать описание как самой концепции, так и ее практически реализованных форм. По нашему мнению, социальное предпринимательство является особой формой предпринимательской деятельности и ведет к положительным социальным результатам, особенно в отдаленных сообществах. В связи с ростом количества предприятий данной формы предпринимательства, феномен социального предпринимательства вызывает активный интерес исследователей как в странах Центральной Азии, и также за рубежом. На русскоязычном пространстве только за последние 5 лет появилось несколько сотен книг, монографий, диссертаций, рассматривающих данную тематику. Однако понятийный аппарат по данному направлению исследования однозначно описать достаточно сложно, так как существует множество различных подходов к трактовке дефиниций и теоретических основ. Важным аспектом является также то, что само явление социального предпринимательства зарождалось в разных странах на несхожих этапах экономического развития, с разнородным подходом и условиями формирования, вследствие чего оно приобретает различные инверсии на практике.

В целом, понятийный аппарат о социальном предпринимательстве мы систематизировали по трем основным направлениям, исходя из истоков развития теоретических основ каждого из направлений.

К первому направлению мы отнесли исследования ученых Г. Диза, Г. Морта и др., С. Элфорда и др., Дж. Меира, И. Марти, А. М. Передо и М. Маклин, Р. Мартина и С. Осберг, а также концепции, предложенные такими институтами, как Фонд «Schwab», Бизнес-школа «SAID», Бизнес-школа «NYU Stern». В целом они определяют социальное предпринимательство как симбиоз социальной ценности (миссии) предприятия и инноваций.

Ко второму направлению можно отнести труды ученых Б. Дрейтона, Д. Борнштейна, С. Тейка и С. Задека, Т. Рейса, Д. Бринкерхоффа, Р. Хардинга, которые определяют значение придавали личности социального предпринимателя и реализации его личных социальных ценностей с помощью инновационных подходов.

1. Русская и сопоставительная филология: Лингвокультурологический аспект / Казан. гос. ун-т. Филол. фак-т. Казань: Казан. гос. ун-т, 2004. С. 148. URL: <http://old.kpfu.ru/f10/publications/2004/articles.php> (дата обращения: 20.12.2018).

К третьему направлению можно отнести труды тех ученых и институтов, которые считают, что суть создания социального предпринимательства заключается в неприбыльной деятельности и распределении прибыли только на уставные цели. Этому мнению придерживаются следующие ученые и организации: Ч. Лидбеттер, А. Фаулер, Э. Шоу, Бизнес-школа «Fuqua», Ассоциация социальных предпринимателей (Кыргызская Республика), Ассоциация социальных предпринимателей Казахстана, Фонд «Наше будущее» и многие другие организации и неправительственные организации (НПО), созданные международными организациями.

Автор на протяжении 2012–2019 гг. проводила серию исследований в области социального предпринимательства. Для настоящей статьи были использованы данные и результаты нижеследующих исследований:

- «Паспортизация муниципалитетов в Кыргызской Республике» (N = 453, 2013–2015 гг.);
- «Субъекты социального предпринимательства стран ЕАЭС» (N = 180, 2015–2017 гг.);
- Опрос действующих социальных предпринимателей (N = 30, сентябрь 2017 г.);
- «Портрет успешного социального предпринимателя» (N = 34, январь 2018 г.);
- Кейсы по результатам реализации проекта «Empowering Youth for Socio-Economic Development in Central Asia» (N = 36, 2012–2018 гг.).

Изучение источников

Изучая первое направление разработки теоретических основ социального предпринимательства, следует отметить значительный вклад Грегори Диза, директора Центра развития социального предпринимательства Университета Дьюка. Он сформулировал теорию и выделил социальное предпринимательство в качестве «особой области изучения»². Г. Диз активно анализировал труды экономистов Ж.-Б. Сэя, Й. Шумпетера, П. Друкера, выработал собственные понятийные инверсии. В 1998 г. Грегори Диз сформулировал свое видение определения «социальное предпринимательство» следующим образом: «социальные предприниматели играют роль агентов перемен в социальном секторе, включая:

1. принятие миссии по созданию и поддержанию социальной ценности (а не только ценности индивидуума);
2. признание и неустанное использование новых возможностей для реализации своей миссии;
3. вовлечение в процесс непрерывных инноваций, адаптаций и обучения;
4. умение действовать смело, не будучи ограниченным имеющимися в настоящее время ресурсами;
5. проявление обостренного чувства ответственности (подотчетности) перед социальной группой, для которой он работает, и за результат своей деятельности»³.

Джулиан Морт и др. в статье «Социальное предпринимательство: от концептуализации к оценке воздействия» сформулировали социальное предпринимательство как «предпринимательское эффективное поведение для достижения социальной миссии <...>, способность распознавать возможности создания социальных ценностей и ключевые характеристики принятия решений в области инноваций, инициативности и принятия рисков»⁴.

2. Современная конкуренция. Т. 9. 2015. № 5 (53). С. 85.

3. Dees, G., The meaning of social entrepreneurship, URL: <https://entrepreneurship.duke.edu/news-item/the-meaning-of-social-entrepreneurship/> (дата обращения: 20.12.2018).

4. Mort, G., Weerawardena, J., Carnegie, K., 2002, Social entrepreneurship: towards conceptualization and measurement. American Marketing Association Conference Proceedings, Vol. 13, p. 5.

В 2004 г. С. Элфорд и др. сформулировали дефиницию «социальное предпринимательство» следующим образом: «создает инновационные решения насущных социальных проблем и мобилизует идеи, возможности, ресурсы и социальные механизмы, необходимые для социальных преобразований»⁵. Чуть позже, в 2006 г. Джоанна Меир и Игнаси Марти данное определение сформулировали, как «...процесс создания стоимости путем объединения ресурсов по-новому, <...> предназначен главным образом для изучения и использования возможностей для создания социальной ценности путем стимулирования социальных изменений или удовлетворения социальных потребностей»⁶.

Подходы к классификации социальных предпринимателей изменились с 2007 г., когда в журнале «Stanford Social Innovation Review» была опубликована статья «Social Entrepreneurship: The Case for Definition / Социальное предпринимательство: аргумент в пользу определения», написанная Р. Мартином и С. Осберг, где они предложили свою концепцию и типологию социального предпринимательства, на основании которых ими были выделены основные признаки. Концепция социального предпринимательства, изложенная в данной статье, наиболее полно характеризует отношения и взаимосвязи между элементами системы социального предпринимательства. Приведем дефиницию «социальное предпринимательство», предложенную Р. Мартином и С. Осберг:

«1) находить устойчивое, но по сути несправедливое положение, которое приводит к изоляции, маргинализации или страданию части человечества, которой не хватает финансовых средств и политического влияния, чтобы самим добиться для себя трансформирующих выгод;

2) выявление возможностей в этом несправедливом положении и выработка социально значимого решения, используя вдохновение, творчество, непосредственное воздействие, мужество и силу духа, тем самым бросая вызов постоянному государственному господству;

3) создание нового, устойчивого положения, которое снимает барьеры или облегчает страдания представителей целевой группы, а также путем свободного распространения информации и создания стабильного окружения вокруг нового справедливого положения, обеспечивающего лучшее будущее для целевой группы и даже общества в целом»⁷.

Есть несколько работ российских авторов, рассматривающих основные составляющие интересующей нас дефиниции. Так, А. Р. Хаматуллина в статье «Сущность социального предпринимательства и его функции» дает следующее определение: «Социальное предпринимательство как деятельность базируется на социальной миссии, соблюдении этических принципов, создании и внедрении инновационных практик с целью повышения качества жизни социальных слоев населения в локальном смысле и положительных преобразований в обществе в глобальном смысле»⁸.

Второе направление развития теоретических основ социального предпринимательства берет свое начало с определения Билла Дрейтона, которого называют «отцом» социального предпринимательства. Он является основателем глобальной организации «Ashoka», которая ведет поиск, оказывает поддержку и финансирует индивидуалов и организации,

5 Alford, S. H., Brown, L. D., Letts, C. W., 2004, Social entrepreneurship: leadership that facilitates societal transformation. Working Paper, Center for Public Leadership. In John F. Kennedy School of Government.

6 Mair, J., Marti, I., 2006, Social entrepreneurship research: a source of explanation, prediction, and delight. Journal of World Business, Vol. 41, Issue 1, pp. 36-44.

7 Roger L. Martin & Sally Osberg | 11 | 2007, Social Entrepreneurship: The Case for Definition | Stanford Social Innovation Review, pp. 27-39.

8 Хаматуллина А. Р. Сущность социального предпринимательства и его функции // Вестник УГНТУ, 2015. С. 86.

действующие в сфере социального предпринимательства. Б. Дрейтон, в начале 80-х годов XX века активно продвигал теорию социального предпринимательства, а позже социального активиста. Он рассматривал социальное предпринимательство как личное стремление индивида решить социальные или экологические проблемы инновационным способом, изобретая или комбинируя ресурсы таким образом, чтобы создать самовоспроизводящийся и способный к тиражированию механизм производства и предоставления целевого общественного блага. Б. Дрейтон называет этих индивидуумов «changemakers»⁹ (в переводе с англ. яз. – создатели перемен). Инновационное воздействие социальных предпринимателей позволяет трансформировать социальное положение отдельной уязвленной социальной группы, что приводит к изменению всей общественной структуры данного сообщества.

Давид Борнштейн свое видение социального предпринимательства выработал на основании опыта работы Фонда «Ashoka», который он глубоко изучал. В своей статье «Изменение мира на шнурке» Д. Борнштейн писал: «Б. Дрейтон использовал термин “социальное новаторство”»¹⁰, имея в виду нетрадиционные стратегии, которыми пользуются социальные предприниматели, так как, по мнению автора, именно они ведут к социальным изменениям. Новаторство очень близко резонирует со взглядами ученых первого направления, однако внутренние ценности самих социальных предпринимателей и создаваемые ими ценности прочно связаны с личностью самого социального предпринимателя.

В 1997 г. С. Тейк и С. Задек так сформулировали эту дефиницию: «Социальные предприниматели движимы стремлением к социальной справедливости. Они стремятся установить прямую связь между своими действиями и улучшением качества жизни людей, с которыми они работают, и тех, кому они стремятся служить. Они нацелены на создание решений, которые были бы устойчивыми в финансовом, организационном, социальном и экологическом плане»¹¹. В свою очередь, Т. Рейс отметил, что «социальные предприниматели создают социальную ценность посредством инноваций и использования финансовых ресурсов <...> для социального, экономического и общественного развития»¹², а в 2001 г. Д. Бринкерхофф сформулировал эту дефиницию так: «личность, постоянно ищущая новые способы обслуживания своих целевых групп и повышения ценности существующих услуг». В 2004 г. Р. Хардинг также определял социальных предпринимателей как личности «...мотивированные социальными целями, чтобы стимулировать некоторую форму новой деятельности или предприятия»¹³.

Большинство ученых и организаций, относящихся к третьему направлению формирования теоретических основ социального предпринимательства, основное внимание в своих исследованиях уделяли целям деятельности предприятий и организационному (юридическому) статусу предприятий. Так, Чарли Лидбеттер в 1997 г. указывал, что социальное предпринимательство – это «использование предпринимательского поведения в социальных целях, а не в целях получения прибыли»¹⁴. В 2004 г. Элеонор Шоу отметила, что социальное предпринимательство – это «работа сообщества, общественных и социальных

9 Bornstein, D., 2004, How to change the world: social entrepreneurs and the power of new ideas / David Bornstein, New York, Oxford: Oxford University Press, p. 7.

10 Bornstein, D., 1998, Changing the World on a Shoestring – The Atlantic, URL: <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/1998/01/changing-the-world-on-a-shoestring/377042/> (дата обращения: 20.12.2018).

11 Thake, S., Zadek, S., 1997, Practical people, noble causes / How to support community based social entrepreneurs. New Economic Foundation, pp. 16–26.

12 Reis, T., 1999, Unleashing the New Resources and Entrepreneurship for the Common Good: a Scan, Synthesis and Scenario for Action, W. K. Kellogg Foundation, Battle Creek, MI.

13 Harding, R., 2004, Social enterprise: the new economic engine? // Business and Strategy Review, Vol. 15, Issue 4, pp. 39–43.

14 Leadbetter, C., 1997, The rise of social entrepreneurship, London: Demos, p. 10.

организаций, а также частных фирм, работающих на социальные цели»¹⁵. Годом позже в материалах бизнес-школы «Fuqua» социальное предпринимательство описывается как «искусство одновременно преследовать как финансовую, так и социальную отдачу от инвестиций»¹⁶, так называемый двойной эффект. С. Захра и другие исследователи в статье «A typology of social entrepreneurs: motives, search processes and ethical challenges / Типология социальных предпринимателей: мотивы, процесс поиска и этические проблемы» также пришли к выводу, что любое «определение, измерение или оценка социального предпринимательства должны отражать как социальные, так и экономические соображения»¹⁷.

Российские ученые А. Н. Макаревич и Т. Ю. Сазонова трактовали суть социального предпринимательства как: «...новый способ деятельности, имеющий следующие особенности – социальное назначение организаций, новаторство, достижение устойчивой самоокупаемости»¹⁸.

Фонд «Наше будущее» сформулировал свой вариант дефиниции «социальное предпринимательство» следующим образом: «Социальное предпринимательство – это новаторская деятельность, изначально направленная на решение или смягчение социальных проблем общества на условиях самоокупаемости и устойчивости»¹⁹. При этом основным критерием отбора предприятий и социальных проектов фонда является неприбыльная деятельность, что предполагает их юридическую регистрацию в качестве СО НКО (в настоящее время СП) в Российской Федерации.

Показательно, что М. Портер и М. Крамер рассматривают «подлинное социальное предпринимательство» как яркий пример создания «разделяемой ценности» в рамках популярной одноименной концепции, позиционируемой авторами как «новое слово» в теории и практике корпоративной социальной ответственности²⁰. При этом, как справедливо подчеркивает исследователь М. Драйвер, социальное предпринимательство является для М. Портера «не изолированным феноменом, частным случаем «особенной» практики ведения бизнеса, реализуемой «особыми» людьми. Оно играет роль катализатора движения всего бизнеса в направлении создания разделяемой ценности»²¹.

Так, помимо приведенных дефиниций некоторые авторы, рассматривая предпринимательскую деятельность, выделяют ряд наиболее характерных ее признаков: С. С. Вабищевич к признакам предпринимательской деятельности относит «самостоятельный характер деятельности, предпринимательский риск, имущественную ответственность, цель деятельности»²². Другие ученые, в частности И. П. Бусел, В. Г. Гавриленко и Б. А. Райзберг, относят к основным признакам инициативность, самостоятельность, ответственность, динамичность, активный поиск эффективных решений, риск и получение прибыли.

15 Shaw, E., 2004, Marketing in the social enterprise context: is it entrepreneurial? *Qualitative Marketing Research: an International Journal*, Vol. 7, Issue 3, pp. 194–205.

16 Fuqua School, URL: <http://www.fuqua.duke.edu/centers/case/> (дата обращения: 20.12.2018).

17 A typology of social entrepreneurs: motives, search processes and ethical challenges / S. E. Zahra, E. Gedajlovic, D. O. Neubaum [et al.], 2009, // *Journal of Business Venturing*, Vol. 24, Issue 5, pp. 519–532.

18 Макаревич А., Сазонова Т. Сущность и специфика социального предпринимательства в России // *Российское предпринимательство*, 2012. № 24 (222). С. 52–56.

19 О фонде региональных социальных программ «Наше будущее». М., 2007. URL: <http://www.nb-fund.ru/about-the-fund/> (дата обращения: 02.03.2019).

20 Porter, M. E., Kramer, M. R., 2011, *Creating Shared Value* // *Harvard Business Review*. pp. 37–42.

21 Driver, M., 2012, An Interview with Michael Porter: Social Entrepreneurship and the Transformation of Capitalism // *Academy of Management Learning and Education*, Vol. 11, № 3, p. 429.

22 Вабищевич С. С. *Предпринимательское (хозяйственное) право Республики Беларусь*. 2-е изд., изм. и доп. Минск: Молодежное, 2003. С. 34–36.

К основным признакам нами также относится признак государственной регистрации в качестве социального предприятия (СП).

Таким образом, можно утверждать, что мнения ученых совпадают по некоторым общим признакам предпринимательской деятельности, которые, на наш взгляд, являются совершенно верными и для социального предпринимательства: инновационность, самостоятельность, ответственность, риск, цель деятельности и источники финансирования для ее осуществления. Считаем, что данный перечень является неполным и к нему следует добавить еще два признака: организованный характер деятельности; масштаб деятельности. Предпринимательская деятельность является организованной, так как она осуществляется на постоянной основе в различных организационно-правовых формах, и в данной работе не рассматривается разовая или единичная деятельность. Масштаб предпринимательской деятельности также имеет важное значение. Изучая предпринимательство в регионах Центральной Азии, можно сделать вывод о том, что это чаще всего микро- и малые формы организации деятельности. Сама сущность социального предпринимательства зарождается в малых формах тогда, когда тестируются новая предлагаемая модель или подходы.

Таким образом, с учетом рассмотренных выше обоснований, можно выделить следующие характерные признаки предприятий социального предпринимательства:

1. адаптация новшеств и имитация лучших моделей деятельности;
2. социально ориентированная цель деятельности предприятия;
3. небольшой масштаб деятельности;
4. организованный характер деятельности предприятия;
5. самостоятельность социального предпринимателя;
6. ответственность социального предпринимателя;
7. рискованность предпринимательской деятельности;
8. гибридный способ финансирования деятельности предприятия.

Обзор научных источников, а также наш анализ дефиниций и теоретических разработок указывают на достаточно разнородное освещение концептуальных основ предпринимательской деятельности. Анализу также подвергалась деятельность предприятий, которые можно было отнести к предпринимательству и социальному предпринимательству.

Проблемные регионы

Мы исследуем предпринимательство в отдаленных регионах Центральной Азии. Можем ли мы утверждать, что ведение предпринимательской деятельности в отдаленных регионах основано на тех же подходах, что и в крупных городах? Зачастую миссия у бизнес-предприятий является социально ориентированной, а внутренние ценности заточены на получение прибыли. Может ли бизнес принять социальный уклон в своей деятельности – здесь идет конфликт на уровне миссии и ценностей предприятия.

Забота об отдаленных регионах и решение их социальных и экономических проблем возлагается на государство. Прежде всего, принимая во внимание основную роль государства – благополучие граждан. Может ли государство обеспечить необходимыми благами всех граждан по всей территории страны? Для большинства государств – это непосильная задача. В таких условиях государство перекладывает ответственность на самих граждан по обеспечению собственного благополучия, а на себя берет ответственность за защиту и развитие страны и создает условия для бизнеса.

Хотелось бы здесь отметить роль бизнеса и предпринимателей. Бизнес приносит пользу, создавая товары и услуги для населения, рабочие места (выплачивая заработную плату), инфраструктуру на предприятии, а также внедряя в производство инновации и изобретения и выплачивая налоги и социальные отчисления государству.

Несмотря на то, что цели у бизнеса и государства различны, однако и государство, и бизнес тесно связаны и у них меньше стимулов радикально менять сложившийся «status quo». Социальное предпринимательство – это альтернатива, которая способствует значимым переменам, используя бизнес-подходы и точно решая проблемы уязвимых сообществ. Оно нацелено на поиск новых бизнес-моделей решения проблем «уязвленных» групп населения и смягчение социальной напряженности и обеспечения занятости. Именно социальное предпринимательство предоставляет уникальную возможность достичь двойного эффекта – социального и экономического.

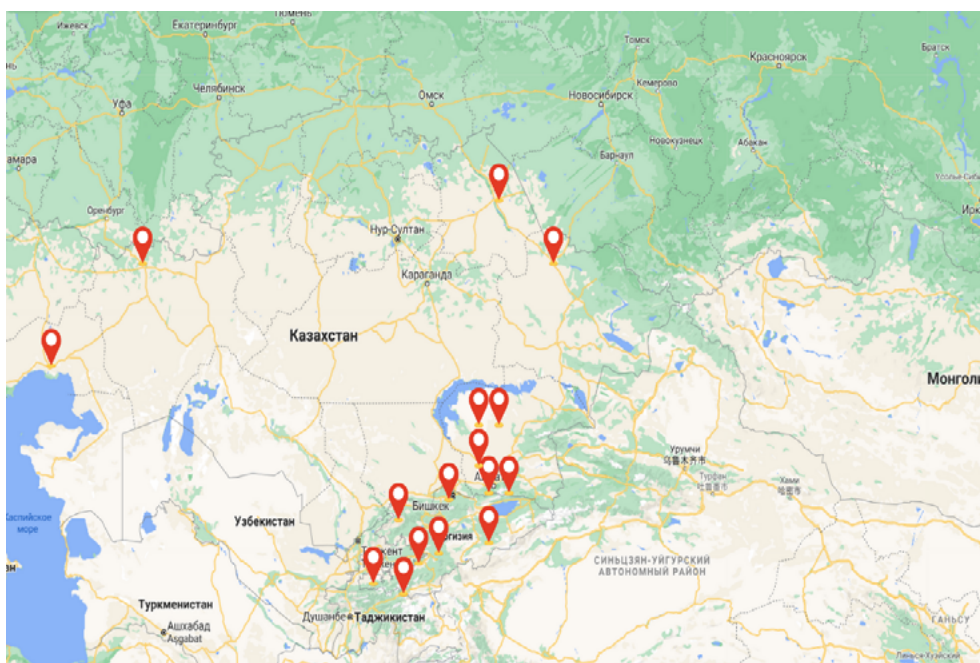


Рисунок 1. Карта отдаленных регионов, охваченных в исследовании в Центральной Азии

Наши исследования проводились в Центральной Азии (ЦА), а именно в отдаленных регионах Кыргызской Республики (далее Кыргызстан) и Республики Казахстан (далее Казахстан). Социальные предприниматели работали в небольших населенных пунктах (менее 50 тыс. населения), в высокогорных регионах (более 2500 м над уровнем моря), либо в регионах, где отсутствовали экономические возможности для отдельных категорий населения. Нами были изучены характеристики данных территорий. В связи с отдаленностью, экономической отсталостью и низким уровнем жизни населения в литературе для их характеристики использовались следующие дефиниции: «маргинальный», «депрессивный», «отсталый», «слаборазвитый», «отдаленный», «кризисный» и «проблемный».

В законодательстве Казахстана наиболее активно используется дефиниция «депрессивные», «слаборазвитые» и «проблемные» регионы. В качестве основного критерия использования дефиниции «депрессивный регион» называют «темп развития»²³, а для дефиниции «слаборазвитый регион» – «уровень развития»²⁴. К дефинициям «слабораз-

23 Алаев Э.Б. Социально-экономическая география: Понятийно-терминологический словарь. М.: Мысль, 1983. С. 257.

24 Там же.

витый регион» и «отсталый регион» многие относятся как к близким понятиям и характеризуют их как регионы, не влияющие на экономику страны в целом. Зачастую такие регионы характеризуются аграрной или сырьевой специализацией, слабым развитием инфраструктуры, низким образовательным и профессиональным качеством трудовых ресурсов, политической и культурной отсталостью, традиционно низким уровнем жизни.

Отставание в социально-экономическом развитии характерно и для маргинальных территорий, где различия обусловлены особенностями географического положения: «маргинальные территории располагаются на отдаленной периферии или во внутренних изолированных местах расположения. Поэтому, обладая потенциалом развития, они не способны найти средства на него»²⁵.

Дефиниция «кризисные регионы» является более широким понятием. Как считал А. Г. Гранберг, к ним следует относить «территории, подвергшиеся разрушительному воздействию природных или техногенных катастроф; регионы серьезных общественно-политических конфликтов, вызывающих разрушение накопленного экономического потенциала и значительные масштабы вынужденной эмиграции населения; регионы, в которых глубина экономического кризиса может вызвать необратимые социальные и политические деформации»²⁶. В данном случае наши регионы не являются таковыми.

В ходе исследования различных типологий территорий для отдельных территорий, включенных нами в данное исследование (Республика Казахстан, Кыргызская Республика), нами были найдены наиболее подходящие аналогии. С нашей точки зрения, наиболее приемлемыми дефинициями, которые бы подходили и объединяли наши целевые регионы, являются понятия «проблемный» и «маргинальный».

Во время проведения фокус-групп с участием экспертов было предложено использовать дефиницию «проблемный» регион. По мнению А. Г. Гранберга, проблемным регионом может считаться территория, «которая самостоятельно не в состоянии решить свои социально-экономические проблемы или реализовать свой высокий потенциал и поэтому требует активной поддержки со стороны государства»²⁷.

Нами была поставлена задача выяснить, как социальное предпринимательство могло бы формироваться и развиваться в проблемных регионах, там, где государство не способно восполнить потребности всех социальных групп, но есть потенциал для создания социальных предприятий и социально ориентированных предпринимательских структур. Как уже указывалось, выбранные для исследования регионы в дальнейшем мы будем характеризовать как «проблемные» регионы. Итак, проблемными можно назвать регионы, которые зависимы от государственной поддержки и переживают спад в уровне или темпе социально-экономического развития.

В проблемных регионах социально-экономические трудности жизнеобеспечения населения усугубляются тем фактом, что последнее, с одной стороны, имеет низкий уровень жизни и при этом безработица и бедность – два ключевых вектора, не позволяющих изменить потенциал развития. Зададимся вопросом: есть ли условия для развития бизнеса с целью максимизации прибыли в проблемных регионах?

Изучая проблемные регионы, мы зачастую сталкиваемся с небольшими поселениями

25 Зырянов А.И. Маргинальные территории // Географический вестник. 2008. № 2. С. 12.

26 Гранберг А.Г. Основы региональной экономики: учебник для вузов. М.: Издат. дом ГУ ВШЭ, 2004. С. 318.

27 Там же. С. 317.

и малыми городами, в которых сохраняется особенный уклад жизни и отношений между представителями сообщества. Наши выводы подтверждают другие исследователи, например, Н. Г. Крылова, которая отмечает, что «в условиях малого города особенностью семейных отношений является сохранение в своем жизненном укладе традиционных элементов крестьянской соседской общины»²⁸. Здесь хотелось бы особо подчеркнуть ментальность жителей проблемных регионов, где люди на протяжении многих лет живут в едином социуме и имеют тесные родственные или дружественные связи. На наш взгляд, указанная особенность является существенной. Для жителей данных регионов Центральной Азии развивать бизнес только ради получения сверхприбылей (максимизации прибыли) является ментально неприемлемым.

Работа с действующими и начинающими предпринимателями в малых городах и селах Центральной Азии подтверждает это утверждение следующими фактами. С 2006 по 2018 г. Университет Центральной Азии обучил 5260 начинающих предпринимателей²⁹ в горных отдаленных регионах следующих стран: Кыргызская Республика (1185 слушателей), Республика Казахстан (3230), Республика Таджикистан (845). Анализ разработанных бизнес-планов показал, что 42 % (2210 из 5260) слушателей, изначально открывая бизнес, не ставили цель максимизации прибыли. Целью их бизнес-планов было решение таких социальных задач, как обеспечение самозанятости; создание рабочих мест; производство и предоставление товаров и услуг нуждающемуся населению по приемлемым ценам; решение острых социальных и экономических проблем своего села или города. Важным фактом является то, что около 57 % бизнес-планов были основаны на модели традиционного семейного бизнеса (с целью обеспечения занятости и создания рабочих мест). Также хотелось бы отметить, что 56 % слушателей, обучавшихся предпринимательству, составляли женщины. Причем 36 % слушателей были в возрасте от 18 до 25 лет и 64 % слушателей – старше 25 лет. Особо следует указать на то, что слушатели в возрасте старше 60 лет составили 15 % общей численности слушателей, из них 80 % были женщины. Из более чем 376 бизнес-планов, разработанных слушателями для получения кредитов, только 11 % соответствовали требованиям банка и достоверно продемонстрировали финансовую устойчивость и потенциал извлечения прибыли, достаточной для погашения кредитов. Отдельные слушатели, не одобренные на получение кредитов, комментировали цель своего бизнес-плана так: «главное обеспечить работой себя и других, а прибыль придет потом»³⁰. Как отмечалось членами оценочной комиссии (рассматривавших бизнес-планы), основными недостатками бизнес-планов стало: отсутствие долгосрочного видения деятельности и путей развития предприятия; планирование минимальной прибыли при ценообразовании; малый объем рынка товаров или услуг.

Социальные группы

Вопрос, кто же является бенефициаром социального предпринимательства, требует рассмотреть дефиниции, используемые в законодательстве Кыргызской Республики и Республики Казахстан, а также в литературе. В «Общеэкономическом словаре» указывается, что «социально уязвимые группы населения – это все те, кто не способен зарабатывать и в полной мере обеспечить себя и свою семью необходимыми средствами для нормальной жизни». В Республике Казахстан и Кыргызской Республике активно применяется дефиниция «социально уязвимые слои (категории) населения». В последние годы в Республике Казахстан законодательный термин «социально уязвимые слои населения» в правовых актах заменили новым термином «лица, семьи, находящиеся в трудной жизненной ситуации». В эту категорию граждан включены три основные группы населения, которые отличаются по трем главным критериям: семейному статусу, состоянию здоровья, уровню доходов. Так, к ним относятся дети-сироты и многодетные семьи, инвалиды (в основном I и II групп) и работники, занятые на предприятиях с вредными условиями труда, а также такая категория населения, как «бедные», к которым по закону отнесены

28 Крылова Н.Г. Семья как институт социализации в малом городе. URL: www.unialtai.sh/engine/download.php?id=3785 (дата обращения: 16.05.2017).

29 Годовые отчеты Школы профессионального и непрерывного образования Университета Центральной Азии 2006–2018 гг.

30 Данные анкетирования выпускников 2015–2017 гг. ШПНО УЦА (Кыргызская Республика).

те, у кого среднедушевой доход ниже черты бедности. На данные социальные группы ориентируется система социального обеспечения – это «система оказания социальной помощи, которая реализуется через деятельность специализированных органов социального обеспечения»³¹.

Пожилые граждане, лица с ограниченными возможностями здоровья (ЛОВЗ), а также лица, испытывающие особые жизненные трудности и трудности при поиске работы (к ним относятся многодетные и неполные семьи, беженцы, лица, освобожденные из мест лишения свободы), аутисты и люди с психическими отклонениями – это далеко неполный перечень категорий граждан, на которые ориентируют свою деятельность социальные предприниматели. Однако этим они не ограничиваются и своей деятельностью охватывают тех, кто по каким-то причинам не может получать помощь государственной системы социального обеспечения – либо объем такой помощи недостаточный, либо данная помощь не решает их проблему. Таким образом, при анализе категории «целевая социальная группа» во главу угла нами ставится дискуссия об эффективности оказания им помощи, то есть о том, кому предназначена (адресность), что и в каком объеме она предлагается (правильная оценка нужд и потребностей) и какими механизмами и способами она реализуется (доступность).

Вот как мы определяем понятие «целевая социальная группа», на которую ориентируют свою работу социальные предприниматели. Целевая социальная группа включает в себя ту группу населения, которая «по какой-либо причине изолирована, маргинализована, страдает и не может изменить свое положение самостоятельно»³². Определение «социальная группа» охватывает не только саму целевую социальную группу, но и ее ближайшее окружение. Например, если целевой социальной группой являются дети-аутисты, то в социальную группу будут входить и семьи детей-аутистов, так как помощь зачастую нужна и их родителям.

Жители горных отдаленных регионов проживают в суровых природно-климатических условиях, для них правительства предусматривают различные льготы, скидки и доплаты. Доплаты колеблются в зависимости от того, на какой высоте над уровнем моря расположен населенный пункт, его удаленности от районного центра, наличия регулярного транспортного сообщения и других факторов. По данным Национального статистического комитета (Нацстатком) Кыргызской Республики, в высокогорных, отдаленных и труднодоступных районах Кыргызской Республики проживает около 1,2 млн человек (одна шестая часть населения республики).

Для отдаленных изолированных сообществ социальное предпринимательство приобретает огромный потенциал по изменению стиля жизни с учетом традиций, обычаев, социальной среды жизни людей и формированию предпринимательских навыков. Социальное предпринимательство в проблемных регионах может стать одним из ключевых сегментов рынка и рыночной экономики, так как будет являться катализатором экономического роста. Социальное предпринимательство позволяет осуществить переход от иждивенческой позиции к проактивной, которая дает возможность человеку заработать себе на жизнь и создать для себя среду и новые возможности полноценной жизни и общения.

В целом же социальное предпринимательство способствует формированию значительного слоя микропредпринимателей и обеспечивает условия для развития нового поко-

31 Лопатников Л. И. Общеэкономический и экономико-математический словарь. URL: <http://lopatnikov.pro/>

32 Roger L. Martin & Sally Osberg | 11 | 2007, Social Entrepreneurship: The Case for Definition // Stanford Social Innovation Review, P. 89.

ления самозанятого и работающего населения, что является залогом экономической и социальной стабильности в обществе. Следует отметить, что для предпринимателей с навыками работы с социальными группами населения имеется много работы и в депрессивных городах, и в благополучных регионах крупных агломераций.

Исследование социального предпринимательства в проблемных регионах

Нам необходимо было убедиться в том, что при соответствующих условиях исследуемые предприятия обладают такими характеристиками, которые позволяют идентифицировать их как субъект социального предпринимательства. Было проведено исследование «Субъекты социального предпринимательства стран ЕАЭС», в рамках которого была сформирована база данных (N = 180) с целью описания и классификации предприятий социального предпринимательства. База данных формировалась с 2015 г. и включала 4 страны, которые на тот период были в составе ЕАЭС.

Под социальными субъектами нами понимались организации, предприятия и индивидуальные предприниматели, относящие себя (заявляющие или заявленные другими) к социальным предпринимателям. База данных по Кыргызской Республике и Республике Казахстан была сформирована автором на основе проведения интервью с социальными предпринимателями, учредителями организаций и предприятий социального предпринимательства, членами ассоциаций, сотрудниками НПО, участвовавшими в различных программах и конференциях по вопросам социального предпринимательства. Данные по Республике Беларусь, используемые нами для сравнения, были предоставлены Консалтинговым учреждением «Социальные технологии бизнеса», а по Российской Федерации – Фондом региональных социальных программ «Наше будущее».

Мы исследовали деятельность не самого социального предпринимателя, а работу созданного им предприятия. При этом к социальным предпринимателям мы относили индивидуальных предпринимателей, предприятия и организации, которые вовлечены в решение социальных проблем целевых социальных групп, которые не имеют политического влияния и финансовых средств для самостоятельного их преодоления.

В рамках проекта «Повышение кадрового потенциала местных органов власти в Кыргызской Республике» в 2013–2015 гг. была проведена паспортизация муниципалитетов (N = 453). Сформированная база данных по всем муниципалитетам была изучена и на ее основе была сформирована выборка муниципалитетов, представляющих регионы, которые получали дотации от государства, отставали в темпах экономического развития. Данная выборка позволила идентифицировать в проблемных регионах Кыргызской Республики более 7250 организаций, деятельность которых можно было отнести к социальной сфере. Их мы подразделили на 60 различных социально ориентированных форм организаций, предприятий и учреждений. В их число вошли субъекты: образования (ясли, детские сады, школы, гимназии, колледжи, центры образования для взрослых, центры развития жизненных навыков, частные школы, центры раннего развития детей, профессионально-технические училища); здравоохранения (медицинские центры, диагностические лаборатории, стоматологические кабинеты, поликлиники, больницы, диспансеры, клиники, стационары, реабилитационные центры, центры психологической помощи); социальной поддержки (объединения волонтеров, трудоустройства, молодежные центры, кооперативы и др.); культуры и спорта (культурные центры, клубы, спортшколы); гражд-

данского общества (советы женщин, правозащитные организации, НПО, общественные фонды, союзы, ассоциации, агентства, общественные организации, центры сообществ, ассамблеи народов); финансовые институты (кредитные союзы, агентства микрозаймов, микрофинансовые учреждения, частный банкинг, инвестиционные фонды, группы взаимопомощи), где были представлены и государственные, муниципальные, частные и партнерские формы этих объектов.

Для уточнения характерных признаков был проведен опрос действующих социальных предпринимателей, отобранных при помощи метода случайной выборки (N = 30) из базы данных «Субъекты социального предпринимательства стран ЕАЭС». Опрос проводился по телефону на основании закрытых и открытых вопросов. По результатам опроса 73 % респондентов (22 из 30) отметили, что наиболее важными признаками классификации социальных субъектов, по их мнению, являются способ финансирования воздействия и оценка результатов воздействия. Так, 5 из 30 респондентов указали, что испытывают сложности с финансированием и находятся на грани закрытия своего предприятия. Поэтому можно утверждать, что вопросы финансирования для действующих социальных предпринимателей стоят перед ними особенно остро. Все 30 респондентов выразили потребность в объективной оценке эффекта их воздействия на социально-экономическое положение целевых социальных групп, так как, не имея подтвержденных данных об успешности реализации предложенного ими решения социальной проблемы, они не могут расширить свои возможности получения финансирования в виде поддержки. Таким образом, чтобы систематизировать социальные субъекты, нами были выбраны 4 определяющих признака:

- воздействие на целевую социальную группу;
- уровень инновационности воздействия;
- финансирование воздействия;
- оценка результата воздействия.

В таблице 1 приводятся данные, которые показали сильную и значительную корреляцию с данными четырьмя признаками.

Таблица 1. Классификация социальных субъектов базы данных исследования по четырем признакам

№	Формы социального предпринимательства	Признаки классификации социальных субъектов			
		Воздействие на целевую группу	Финансирование воздействия	Результат воздействия на систему	Уровень воздействия решения
1	Социальные активисты	Непрямое	Поддержка	Новая система	Модификация
2	Благотворительные фонды	Непрямое	Поддержка	Улучшение системы	Имитация
3	Социальные защитники	Прямое	Гибридное	Новая система	Модификация
4	Социальные предприятия	Прямое	Гибридное	Старая система	Типичное
5	Социальные предприниматели	Прямое	Гибридное	Улучшение системы	Имитация
6	Социальные реформаторы	Прямое	Самофинансирование	Новая система	Инновация
7	Социальный бизнес	Прямое/непрямое	Самофинансирование	Старая система	Имитация

8	Бизнес с корпоративной социальной ответственностью (КСО)	Непрямое	Самофинансирование	Улучшение системы	Имитация
9	Учреждение	Прямое	Поддержка	Старая система	Типичное

В результате удалось получить усредненную картину, отражающую, какие именно организации действуют на территории того или иного муниципалитета и какую роль они играют в его экономическом и социальном развитии. Это исследование способствовало более полной систематизации всех социальных субъектов с целью их дальнейшей классификации по признакам и отношениям между этими признаками, что позволило выявить признаки, присущие большинству из них.

Признак воздействия на целевую группу имели только два параметра: прямое (1) и непрямое (0) воздействие. Прямое воздействие означает, что предприятие оказывает услуги, производит, предоставляет товары, предоставляет рабочие места непосредственно целевой социальной группе. Непрямое воздействие можно продемонстрировать на примере НПО, которые представляют интересы социальной группы (разрабатывают нормативно-правовые акты (НПА) с целью защиты их интересов) и ведут просветительскую работу. Социальные предприниматели оказывали непосредственное воздействие на свою целевую группу, а также часто охватывали и ближайшее окружение (помогая семьям создавать условия для ЛОВЗ и оказывая моральную и материальную поддержку).

Для оценки уровня инновационности воздействия нами были приняты следующие критерии:

1. типичное воздействие (0) – реализация услуг/производство товаров для целевой социальной группы аналогично другим предприятиям;
2. модификация (1) – реализация услуг/производство товаров, которые особым образом адаптированы (улучшены) для целевой социальной группы, либо произошло улучшение процесса реализации услуг/производства товаров в целом, либо улучшение состояния представителей целевой социальной группы путем их вовлечения в процесс производства товаров/услуг;
3. имитация (2) – адаптация новшеств, реализуемых другими предприятиями, либо введение новшеств в реализацию услуг/производство товаров для целевой социальной группы, либо введение новшеств в процесс реализации услуг/производства товаров;
4. инновация (3) – выработка и воплощение новой модели реализации услуг/производства товаров для целевой социальной группы, создание новых товаров/услуг, которые изменят их состояние.

Социальные предприниматели активно адаптируют успешные бизнес-модели, цифровые технологии и новшества для предоставления услуг и производства товаров для своих целевых групп. Особо хотелось бы отметить, что зачастую социальные предприниматели вовлекают целевую социальную группу в процессы производства и предоставления услуг.

Финансирование воздействия включает финансовые средства, используемые социальными предприятиями для ведения операционной деятельности. Для анализа источников финансирования мы определили три параметра, определяющих способ финансирования воздействия:

1. поддержка (0) – в виде грантов, пожертвований, спонсорских средств от доноров,

филантропов, фондов, а также тендеры, субсидии, контракты, ссуды от государства на уставные цели;

2. самофинансирование (2) – самостоятельное зарабатывание дохода предприятием и реинвестирование прибыли в полном объеме на уставные цели;
3. гибридный способ (1) – использование средств одновременно из обоих источников (поддержка + самофинансирование).

При этом доля одного из источников не должна быть ниже 20 %, иначе она будет относиться к источнику с наибольшей долей. Так, если предприятие зарабатывает около 10 % самостоятельно и на 90 % финансируется за счет спонсорских средств, оно будет относиться к параметру «Поддержка».

Отметим, что 67 % респондентов (87 из 130) из базы данных «Субъекты социального предпринимательства стран ЕАЭС», ответивших на данный вопрос, указали что первоначальный капитал они получили на безвозмездной основе. Все респонденты отметили, что операционная деятельность предприятий требует постоянного потока финансовых ресурсов, которые не полностью обеспечиваются за счет доходов, в связи с чем необходимы гранты, субсидии, льготное финансирование (беспроцентные кредиты). Было очень сложно получить четкую информацию об источниках финансирования, так как зачастую сами социальные предприниматели не понимали, как их классифицировать.

Для оценки результата воздействия на целевую социальную группу мы использовали еще одно наиболее часто цитируемое высказывание Б. Дрейтона: «Социальные предприниматели не будут удовлетворены тем, что им просто дадут рыбу или даже научат, как ее ловить. Они не успокоятся до тех пор, пока они не революционизируют добычу рыбы»³³.

Есть социальные субъекты, целью которых является «дать рыбу», то есть они оставляют «старую систему» (0). К ним относятся организации, которые безвозмездно предоставляют финансовую помощь, продукты питания, оплату медицинских услуг, предоставляют услуги социальным группам: уход за престарелыми, убежища для людей в трудной жизненной ситуации, приюты для бездомных и жертв насилия, хосписы. Данные организации выполняют свою важную роль, так как без них некоторым социальным группам, вполне возможно, никто другой не смог бы помочь, так как здесь важным фактором является своевременность предоставления помощи. Однако серьезным недостатком является неустойчивость их деятельности, так как они зависят от внешнего финансирования и пожертвований. Целевые социальные группы, которым просто «дают рыбу», будут в ней нуждаться каждый день. Большинство НПО и некоммерческих организаций (НКО) занимаются именно данным видом деятельности, но их значительное количество не решает проблем общества в целом, так как чаще всего их помощь – это одноразовые акции, которые реализуются спонтанно и зачастую без долгосрочного планирования.

«Научить ловить рыбу», или в нашей классификации «улучшенная система» (1), является задачей по стабильному улучшению социально-экономического положения социальной группы. В настоящее время большинство международных доноров заинтересованы в долгосрочном результате и стремятся финансировать финансово устойчивые модели НКО. Социальные предприниматели создают рабочие места для целевых социальных групп или предоставляют им необходимые товары/услуги, способные расширить возможности представителей этих социальных групп в поиске доходоприносящей деятельности и трудоустройству.

33 Ashoka: Innovators for the Public. «What is a social entrepreneur?», 2000, URL: http://www.ashoka.org/fellows/social_entrepreneur.cfm (дата обращения: 20.12.2018).

«Революционизировать добычу рыбы», или в нашей классификации «новая система» (2), – это создание «новой справедливой ситуации», а для нас – «инновационной» системы для социальной группы, которая позволяет представителям этой группы изменить свое положение кардинально и самостоятельно решать возникающие проблемы. Здесь активную роль играют социальные активисты и защитники, которые меняют законодательную базу страны или статус целевой социальной группы, чтобы изменить ее положение путем предоставления пособий или пенсий, создания для ее представителей новых возможностей получения дохода. Другой группой являются предприятия социальных реформаторов (social changemakers), которые способны произвести кардинальные изменения при помощи инноваций и новых моделей бизнеса. Такие новации не только меняют положение представителей целевой социальной группы, но и превращают имеющиеся слабые стороны в новые возможности.

Подводя итоги сказанному, можно сделать вывод о том, что социальные предприниматели – это предприятия и организации, которые предоставляют комплексное решение проблем для целевой социальной группы, чтобы улучшить положение ее представителей, используя для решения задач свои знания и навыки, инновации и ресурсы.

Классификация субъектов экосистемы социального предпринимательства

На основании вышеуказанных признаков предприятия, вошедшие в базу данных, были распределены на 9 форм социального предпринимательства. Однако были и такие субъекты, которые мы не смогли отнести ни к одной из форм. Также хотелось бы отметить, что были НКО и общественные фонды, которые занимались попеременно разными видами деятельности, в зависимости от реализуемых грантов, проектов и спонсорской поддержки. Некоторые из них были нами отсеяны, так как у руководства не было долгосрочного плана, и они не знали, будут ли продолжать деятельность после завершения работы по реализуемому краткосрочному проекту.

Используя систематизацию социальных субъектов по четырем определяющим признакам, мы сфокусировались на двух, а именно по способу финансирования воздействия и оценке результатов воздействия. Предприятия, включенные в базу данных социальных предпринимателей, позволили разработать классификацию социальных субъектов, составляющих систему социального предпринимательства (таблица 2).

Таблица 2. Классификация социальных субъектов, составляющих систему социального предпринимательства

		Способ финансирования воздействия		
		Поддержка	Гибридный способ	Самофинансирование
Оценка результатов воздействия	Старая система	Учреждения	Социальные предприятия	Социальный бизнес
	Улучшенная система	Благотворительные организации	Социальные предприниматели	Бизнес с КСО
	Новая система	Социальные активисты	Социальные защитники	Социальные реформаторы

Ниже представлены дефиниции субъектов, входящих в классификацию социального предпринимательства:

Социальные активисты – это организации, занимающиеся продвижением интересов и защитой прав целевых социальных групп путем лоббирования принятия законодательных актов и внесения в них изменений. Данное воздействие (лоббирование и разработка НПА) мы оцениваем как не прямое, так как они решают проблемы целевой группы в целом на уровне законодательной системы. Предполагается, что данные воздействия кардинально изменят положение целевой социальной группы и создадут новые справедливые условия в целом. В этой категории было очень много неправительственных организаций, ассоциаций и общественных фондов. Данная деятельность чаще всего финансируется за счет грантов и прочих ресурсов поддержки.

Пример

«Кыргызское общество слепых и глухих», которое вносит изменения в законодательство Кыргызстана по улучшению условий жизни инвалидов и занимается защитой их законных прав при доступе к информации.

Социальные защитники – организации, предлагающие социально-правовую помощь непосредственно представителям целевых социальных групп. Результаты воздействия можно охарактеризовать как существенно влияющие на решение социальных проблем, так как создают для членов целевой группы новые справедливые условия. Данные организации имеют локальный характер и часто работают с небольшими целевыми группами и даже отдельными их представителями (они оказывают прямое воздействие на целевую группу). Решения, которые находят социальные защитники, являются прецедентами, которые могут и должны быть растиражированы на решение проблем аналогичных целевых групп. При этом зачастую именно социальные защитники сталкиваются с появлением новых социальных групп. Здесь появляются очень узкие и специфичные целевые группы, такие как беженцы после военных конфликтов, малолетние жертвы домашнего насилия, лица без документов, погорельцы и жертвы политических переворотов. Социальные защитники часто получают финансирование за счет государственной поддержки, фондов, но и сами могут зарабатывать, предоставляя платные услуги там, где это возможно.

Пример

Общественный фонд «Правовая клиника «Адилет»» связан с практической правовой помощью гражданам, женщинам, детям и беженцам. В центре работают более 40 юристов-волонтеров. Центр предоставляет услуги как при донорской поддержке, так и на коммерческой основе.

Благотворительные организации – это организации, краудфандинговые агентства, индивидуальные спонсоры, оказывающие безвозмездную (единовременную) помощь бенефициарам. Эту категорию было очень просто выделить, так как данные организации (мы включили только формально зарегистрировавшие свою деятельность) ограничены кругом своих задач. Часто благотворительные организации созданы для оказания помощи определенной узкой социальной группе. Это, например, только онкобольные, дети, кому требуется операция за рубежом, редкие животные. Говоря об этом воздействии на целевую группу, хотелось бы отметить, что зачастую мы говорим о не прямом воздействии, так как часто выплаты проводятся сторонним организациям, оказывающим услуги (операции в больницах, обучение в учебных заведениях, продукты питания для семей). С другой стороны, отдельные благотворительные организации выдают средства непосредственно представителям целевой группы на их острые нужды, но это не явля-

ется обыденной практикой. Благотворительные фонды привлекают средства из самых разных источников, но зачастую у них имеется один основной спонсор. Цель благотворительных организаций – улучшить положение страдающей целевой группы. При этом они адаптируют способы и подходы предоставления помощи нуждающимся с тем, чтобы охватить более широкий круг бенефициаров.

Пример

Благотворительный фонд «Кус Жолы», действующий в Республике Казахстан, оплачивает лечение и медицинские операции целевым группам населения (оплата медицинских операций, лечение онкологических больных, помощь неимущим, многодетным, уязвимым семьям). Фонд активно использует банковские продукты и технологии для сбора средств и позволяет отслеживать в реальном времени целевое использование этих средств.

Социальный бизнес – это коммерческие предприятия, которые кроме своей основной деятельности часть прибыли направляют на предоставление услуг/товаров для целевой социальной группы по сниженным ценам или бесплатно. В эту категорию попали многие торговые сети и точки, которые предоставляли товары по сниженной стоимости или бесплатно для нуждающихся.

Примеры

Торговые точки г. Алматы устанавливали холодильники и полки, где покупатели могли оставить купленные продукты, а малоимущие могли взять эти продукты бесплатно (модель FoodBank).

Учреждения – это организации, предлагающие социальные услуги социально уязвимым группам населения по социальным программам, либо производящие социальные услуги/товары в рамках исполнения государственных заказов или тендеров, договоров. Учреждения финансируются за счет государственных средств, спонсорских взносов или оплаты за предоставленные услуги. Примерами таких учреждений стали детские деревни (семейные детские дома), кризисные центры для жертв насилия, хосписы для онкобольных детей и т. д. Данные учреждения решают проблемы целевой группы, предлагая им поддержание их состояния и не меняя их положения. Учреждения, которые существуют в этих странах, оказывают прямое воздействие на целевую социальную группу.

Пример

Общественный фонд «Дом Мамы», действующий в Республике Казахстан, дает возможность мамам с детьми, оказавшимся в трудной жизненной ситуации, проживать в кризисных центрах. Им предоставляется питание, обеспечиваются их насущные потребности, а также оказывается правовая помощь. Фонд финансируется за счет спонсорских взносов.

Социальные предприятия – это предприятия, предлагающие социальные услуги / производящие товары для целевой социальной группы, либо трудоустраивающие представителей целевой социальной группы (прямое воздействие). В нашу базу данных вошли предприятия, где модель ведения деятельности была адаптирована для трудоустройства целевой социальной группы (ЛОВЗ, женщины, выпускники детских домов, бывшие заключенные и т. д.), и доля работников, представляющих целевую группу на предприятии, превышает 50 % числа всех сотрудников. Необходимо также указать отдельные

коммерческие предприятия, которые производят специализированные товары для целевой социальной группы (одежду для ЛОВЗ, коляски и оборудование для ЛОВЗ и больных людей, книги и газеты для незрячих, маячки для людей с деменцией). Финансирование таких предприятий идет за счет платы за произведенные товары и услуги, но наряду с самофинансированием также присутствует поддержка со стороны доноров и спонсоров, в основном в виде грантов на основные средства и технической поддержки. По нашим наблюдениям, социальные предприятия в своей массе незначительно меняют положение целевой группы, хотя решение вопроса трудоустройства – важное достижение для каждого представителя целевой группы. Однако без должной социальной адаптации и обучения трудовым навыкам устойчивых результатов добиться удаётся немногим работникам.

Пример

Общественное объединение «Общество инвалидов ДОС»³⁴ Алматинской области Республики Казахстан открыло швейный цех с целью предоставления рабочих мест для членов общества (ЛОВЗ). Швейный цех работает по заказам из давальческого сырья.

Бизнес-компании с корпоративной социальной ответственностью (КСО) – это предприятия, которые создаются с целью максимизации прибыли и добровольно вносят вклад в решение социальных проблем населения на территориях коммерческих интересов компании.

В нашей базе данных насчитывается 36 бизнес-компаний с КСО. Их особенность, по К. Альтер, в том, что, «будучи ориентированными на решение финансовых задач, они занимаются еще и филантропией. Стратегическая филантропия помогает компаниям достичь максимизации прибыли и занять желаемую позицию на рынке, внося при этом вклад в общественное благо»³⁵. Зачастую крупные корпорации реализуют сразу несколько направлений деятельности с КСО. Целью таких программ является улучшение положения широких социальных групп (непрямое воздействие) посредством реализации социальных проектов (строительство инфраструктуры, социальных и культурных объектов, финансирование социальной поддержки). Предлагаемые проекты зачастую адаптировали наиболее успешный опыт других компаний и организаций.

Пример

ЗАО «Альфа Телеком» – оператор мобильной связи «Мегаком» в рамках своей программы КСО реализует уникальный образовательный проект «Мега Билим». В рамках проекта отдаленным школам Кыргызстана безвозмездно переданы 1000 компьютеров, а также обеспечена возможность подключения к интернету посредством USB-модемов. Ученики получили доступ к практическому освоению компьютерных навыков на практике, а учителя – возможность воспользоваться электронной библиотекой. В период пандемии компания обеспечила учителей и школьников бесплатной связью и Интернетом, запустив тариф «Мугалим 150», а также бесплатные дополнительные пакеты «Учитель» и «Окуучу».

Социальные предприниматели – это предприятия, которые предоставляют комплексное решение проблем для целевой социальной группы, чтобы улучшить положение ее представителей, используя для решения задач свои знания и навыки, инновации и ресурсы.

34 Отчет по проекту «Empowering Youth for Socio-Economic Development in Central Asia». ШПНО УЦА, 2014. С. 20–26.

35 Alter, S. K., 2007, Social Enterprise Typology, Virtue Ventures LLC, (revised vers.), p. 19, 124.

Пример

Проект «ЛОВЗпринт» в Кыргызской Республике, созданный Кыргызской ассоциацией образования взрослых, отобрал для участия ЛОВЗ-колясочников и провел их обучение и создал полиграфическую мастерскую. Сегодня мастерская работает и получает доход, который идет на выплату заработной платы и покрытие расходов сотрудников ЛОВЗ. В будущем планируется, что инвалиды смогут открыть собственные мастерские.

Социальные реформаторы – это предприятия, которые создают инновационный механизм бизнеса, формирующий новую систему для целевой социальной группы, где ее представители способны в будущем сами преодолевать возникающие сложные ситуации. Это самая уникальная категория и таких предприятий единицы, но эффект, созданной ими бизнес-модели, превосходит воздействие социальных активистов в долгосрочной перспективе. Их уникальность в том, что именно социальные реформаторы стали тем толчком, который позволил говорить о социальном предпринимательстве, как о новой форме предпринимательства.

Пример

Марсбек Тезеков³⁶ создал компанию «Айлана Плюс» по сбору макулатуры. Его целевой группой стали школьники г. Бишкек. В Кыргызской Республике государство обеспечивает учебниками школьников только на 38 %, остальные учебники родители вынуждены покупать сами, что создает материальные трудности для многодетных семей и семей с низким уровнем дохода. Марсбек создал штабы в школах для сбора макулатуры, он выкупал ее по рыночным ценам, а на вырученные деньги в первое время школьники покупали учебники. В 2013 г. проектом было охвачено 20 школ, а в 2015 г. уже все школы города Бишкек были участниками этого движения. Участвуя в этом проекте, школьники не только обеспечили себя учебниками, но и начали решать другие проблемы своего класса: ремонт классов, приобретение учебного оборудования и канцелярских товаров. У школьников появился механизм, который помогает решить текущие школьные проблемы без участия родителей, спонсоров или государства. Со временем Марсбек расширил круг своих клиентов и работает с корпоративными клиентами и государственными органами, которые сдают макулатуру, а на собранные средства оказывают благотворительную помощь.

Здесь мы привели лишь несколько примеров для каждой формы социального предпринимательства и видим, что идет постоянное развитие и вполне возможно, что скоро появятся новые формы социального предпринимательства, использующие цифровые технологии и возможности краудфандинга. Благодаря Интернету и социальным сетям уже сегодня социальные предприниматели распространяют информацию о своих проектах по всему миру.

Проблемы, которые решают социальные предприниматели

Для изучения опыта Кыргызской Республики и Республики Казахстан был проведен анализ секторов экономики с учетом выявленных ими социальных проблем и предлагаемых путей их решения социальными предпринимателями. В этих странах с 2012 по 2018 г. Университет Центральной Азии проводил страновый конкурс «Измени мир вокруг себя!», участниками которого стала молодежь в возрасте от 18 лет до 31 года. По условиям конкурса потенциальные и уже действующие социальные предприниматели могли

36 Отчет по проекту «Empowering Youth for Socio-Economic Development in Central Asia». ШПНО УЦА, 2013 г. С. 19.

подать заявку на участие в обучении с целью разработки социального проекта с последующим получением грантов для его реализации. Гранты выделялись на решение самых неотложных социальных проблем того или иного проблемного региона.

В 2018 г. организаторами конкурса было получено 806 заявок от участников в Кыргызской Республике и 442 заявки от казахстанских участников. Изучение полученных заявок позволило выявить основные социальные проблемы регионов, в последующем разделенные нами на категории.

Таблица 3. Сводные данные по выявленным проблемным областям, поданные социальными предпринимателями на конкурс в Республике Казахстан, Кыргызской Республике, 2018 г.³⁷

Проблемные области	Республика Казахстан, %	Кыргызская Республика, %
Трудоустройство людей, находящихся в сложной жизненной ситуации	44,6	37,3
Социально значимые услуги	11,8	5,5
Дошкольное образование	10,2	4,1
Здравоохранение	9,3	3,3
Экология	6,7	8,8
Организация досуга	5,0	6,6
Инфраструктура	3,6	19,0
Культура и искусство	0,0	2,3
Другие	8,8	13,1
Всего	100,0 %	100,0 %

Так, в Кыргызской Республике основными проблемами стали следующие: вопросы трудоустройства ЛОВЗ (25,6 %); обучение и трудоустройство представителей социальных групп (11,7 %); вопрос развития инфраструктуры (19 %); вопросы образования и досуга детей (10,7 %); проблемы экологии и вторичной переработки отходов (8,8 %); социальные услуги (5,5 %). В Республике Казахстан в качестве первоочередных были названы аналогичные проблемы: проблемы трудоустройства ЛОВЗ (24,2 %); вопросы обучения и трудоустройства представителей целевых социальных групп (20,4 %); проблемы образования и досуга детей и молодежи (15,1 %). Но на четвертом и пятом местах неожиданно оказались социальные услуги (11,8 %) и вопросы здравоохранения (9,3 %).

При этом проблемные регионы в целом отражают общую тенденцию. Так, на первом месте стоит вопрос трудоустройства и обучения профессии представителей целевых социальных групп (ЛОВЗ, выпускников детских домов, одиноких женщин с тремя и более детьми, женщин, страдающих онкозаболеваниями, неимущих пожилых, людей без жилья). Особо хотелось бы отметить, что инфраструктурные и санитарно-гигиенические объекты были указаны исключительно в отдаленных регионах. Так, много заявок поступало в связи с отсутствием туалетов в школах, колледжах и университетах, бань в селах и малых городах, пандусов у зданий общественного пользования и медицинских учреждений, прачечных в общежитиях и сельских поселениях. Были также отдельные заявки

37 Годовой отчет. URL: <http://www.nb-fund.ru/press-center/annual-report/> (дата обращения: 12.03.2019). / Отчет по проекту «Empowering Youth for Socio-Economic Development in Central Asia». ШПНО УЦА, 2018 г. С. 5–12.

на строительство хостелов по уходу за тяжелобольными и шелтеров для нуждающихся и жертв домашнего насилия, дорог для отдаленных поселений, строительство ирригационных систем для полива и систем чистой воды для жителей сел. Были предложены инновационные идеи по организации службы удаленных медицинских консультаций для отдаленных поселений, мобильных аптек на колесах, мобильных библиотек для школьников, онлайн-продажа скота через группы WhatsApp, совместное пользование (car-sharing) сельскохозяйственной техникой.

Таким образом, на основании совокупных данных, полученных в результате анализа заявок за период 2012–2018 гг., для проблемных регионов были выделены основные проблемные области: 1) трудоустройство ЛОВЗ и нуждающихся; 2) образование и досуг; 3) инфраструктурные объекты.

Проблемы, с которыми сталкиваются социальные предприниматели

Проблемы, с которыми сталкиваются в своей деятельности бизнес-предприниматели, для социальных предпринимателей становятся еще более весомыми, а порой непреодолимыми. Среди наиболее значимых проблем малого бизнеса в Кыргызской Республике первые два места занимают доступ к финансированию и политическая нестабильность³⁸. В Республике Казахстан в числе первоочередных проблем называют «доступ к финансированию и увеличение административных барьеров»³⁹.

В 2018 г. был проведен опрос действующих социальных предпринимателей, отобранных при помощи метода случайной выборки (N = 30) из базы данных «Субъекты социального предпринимательства стран ЕАЭС». Опрос проводился по телефону и включал закрытые и открытые вопросы. По результатам опроса 73 % респондентов (22 из 30) отметили, что наиболее важной проблемой, по их мнению, является финансирование операционной деятельности. Более 16 % (5 из 30) респондентов указали, что испытывают сложности с финансированием и находятся на грани закрытия своей деятельности. Поэтому можно утверждать, что вопросы финансирования для действующих социальных предпринимателей стоят перед ними особенно остро. Все 30 респондентов выразили потребность в оценке эффекта их воздействия, так как, не имея подтвержденных данных об успешности предприятия, они не могут расширить возможности финансирования деятельности предприятия.

Таким образом, выяснено, что основной проблемой для социальных предпринимателей является достижение стабильности финансирования предприятия, как на стадии формирования первоначального капитала, так и на стадии финансирования операционной деятельности. Результаты изучения деятельности социальных предприятий и положения целевых групп в Республике Казахстан и Кыргызской Республике указывают на то, что 72 % опрошенных (N = 23) подтверждают сложившуюся у населения установку, что граждане постсоветских стран, «возлагают ответственность на государство за социально-экономическое положение граждан»⁴⁰.

Анализ материалов, размещенных в базе данных «Субъекты социального предпринимательства стран ЕАЭС», позволяет выявить основные организационно-правовые формы, которые выбирают действующие социальные предприниматели: 35,6 % – индивидуальные предприниматели, 25,3 % – общественные фонды, 39,1 % – другие формы.

38 Опрос ТПП КР. URL: http://imc.kg/wp-content/uploads/2013/06/Prezentatsiya_ProblemyiMSB_Nurlan_Musuraliev_zashifrovan.pdf (дата обращения: 14.06.2019).

39 Абдыкадырова М., Ким А. Малый бизнес в Казахстане: проблемы развития и перспективы. URL: <http://startinfo.kz/buisness/malui/> (дата обращения: 14.06.2019).

40 Результаты исследования социальных предприятий и целевых групп в Кыргызстане и Казахстане. Бишкек, 2018. С. 15.

Формирование и развитие социального предпринимательства в проблемных регионах стран, выделенных нами для изучения (Республика Казахстан, Кыргызская Республика), является сложным процессом и обуславливается глубокими трансформациями в сфере социально-экономических отношений, так как изменение последних влияет на все ключевые стороны социальной жизнедеятельности людей: моральные и этические нормы, менталитет, духовные и материальные ценности, нормы социального и экономического поведения.

Перспективы развития социального предпринимательства

Использование особой формы предпринимательства для социально-экономического развития проблемных регионов является для нашего исследования ключевым, так как социальное предпринимательство в таких регионах может стать катализатором экономического роста для региона. Перспективы, которые предоставляет социальное предпринимательство для проблемных регионов, обусловлены следующими факторами:

- во-первых, единственной возможностью выработки бизнес-подхода для решения проблемы целевой социальной группы, с тем чтобы оказать услуги или произвести требуемые общественные блага в проблемных регионах; при этом создание предприятий позволяет создавать рабочие места, наращивать производство, что приведет к расширению использования местных ресурсов и будет способствовать развитию экономики в этих регионах. Основная ориентация деятельности предприятий социального предпринимательства – это производство социально значимых товаров и услуг, а также заполнение соответствующих открытых рыночных ниш;
- во-вторых, благодаря своей мобильности, гибкости и оперативному реагированию на изменения социальные предприниматели способны организовать работу предприятия с минимальными входными вложениями;
- в-третьих, предприятия социального предпринимательства способны создать условия для занятости населения и, что особенно важно – они готовы трудоустроить членов целевых социальных групп и обеспечить им достойную оплату труда; социальное предпринимательство способно решать такие острые общественные проблемы, как вовлечение в активную экономическую деятельность значительного числа работоспособного населения (особенно из маргинальных/изолированных социальных групп). Это влечет за собой снижение числа безработных, а также повышение возможности заниматься доходоприносящими видами деятельности;
- в-четвертых, предприятия социального предпринимательства создают необходимую инфраструктуру для эффективной работы и способствуют развитию общей инфраструктуры проблемного региона;
- в-пятых, социальные предприниматели создают жизнеспособные модели, выплачивают заработную плату и делают отчисления в социальный фонд, что способствует пополнению местного бюджета;
- в-шестых, социальное предпринимательство является прозрачным видом деятельности, где предприниматели готовы делиться всей коммерческой информацией для репликации и тиражирования успешных моделей предприятия;
- в-седьмых, социальное предпринимательство выступает основой для формирования активного гражданского общества, заинтересованного в повышении качества жизни и равноправного представления интересов местных сообществ.

Вопрос отграничения социального предпринимательства от других форм бизнеса в социальной сфере еще не так принципиален с экономической точки зрения – следует нарастить критический слой предпринимателей, ориентированных на решение социальных

проблем. Ведь главной отличительной чертой социального предпринимательства, по Р. Мартину и С. Осберг, является то, что оно влечет за собой «социальные преобразования». Создание системы социального предпринимательства открывает широкие возможности для решения социальных проблем в проблемных регионах и не только.

Социальное предпринимательство как фактор экономического развития проблемного региона нуждается в постоянной поддержке со стороны государства. Сущность регулирующей функции государства заключается в непрерывном улучшении, внедрении инноваций во все звенья многоаспектной и сложной системы социальной защиты населения. Если государство оценит вклад самостийных социальных предпринимателей, следующим шагом может стать поддержка данной формы предпринимательства. В дальнейшем потребуется законодательная поддержка (возможно, особый статус) и предоставление финансирования, льгот и налоговых каникул. Все это может послужить вкладом в общее дело повышения эффективности экономики проблемного региона и улучшения качества жизни целевых социальных групп.

В современных сложных экономических условиях органы местного самоуправления (МСУ) проблемных регионов отводят важную роль предпринимателям. Появление нового ресурса в виде предприятий социального предпринимательства может способствовать перераспределению обязанностей по производству и предоставлению общественных благ для целевых социальных групп, где местные органы власти могут передать часть ресурсов этим предприятиям и создать задел для устойчивого решения социальных проблем в долгосрочной перспективе.

Несмотря на многочисленные исследования в сфере социального предпринимательства, нерешенными остаются следующие вопросы – как обеспечить функционирование экономики проблемных регионов за счет социально ориентированных типов предприятий и что сдерживает поступательное развитие социального предпринимательства?

Как правило, вокруг предприятий социального предпринимательства возникает окружение в виде поддержки со стороны международных доноров и фондов, инфраструктуры (в том числе инкубаторы и акселераторы), создаются информационные порталы и действуют образовательные программы. В Республике Казахстан уже сформировалось несколько видов сообществ – социальных инвесторов, менторского и волонтерского сообществ. Однако нет законодательной базы, легализующей дефиницию «социальное предпринимательство» и деятельность предприятий социального предпринимательства. Тем не менее, данная деятельность подпадает под формальные признаки НПО и НКО, что является достаточным условием для создания предприятий. Темпы роста числа социальных предпринимателей увеличиваются, но нет никакой официальной статистики, сколько таких действующих предприятий имеется в настоящее время. Государственные фонды, Национальная палата предпринимателей Республики Казахстан и крупные корпорации осуществляют значительную поддержку социальных предпринимателей и не только.

В Кыргызской Республике, как и в Республике Казахстан, законодательная база в сфере социального предпринимательства не сформирована, однако данный вид деятельности развивается. В Республике Казахстан в 2020 г. было проведено несколько заседаний отдельных комитетов парламента, где обсуждалась подготовка нормативно-правовых актов для легализации социального предпринимательства.

Сдерживающих факторов много, основными из них являются отсутствие инвесторов, спонсоров и краудфандинговых агентств, а также слабая поддержка со стороны государ-

ственных органов. В стране, где социальные проблемы стоят очень остро, государство не может самостоятельно создать хотя бы относительно благоприятные условия для деятельности предприятий социального предпринимательства. Когда экономика слаба и неэффективна, а международные доноры сокращают финансирование, не приходится ждать подходящих условий для развития любой предпринимательской деятельности, в том числе социальной. Однако, несмотря на все трудности, социальное предпринимательство продолжает развиваться, причем появляются уникальные модели ведения бизнеса в самых отдаленных проблемных регионах.

Заключение

В данной статье мы рассказали о своей попытке изучить источники и уточнить концепцию социального предпринимательства, которая наиболее полно отражала бы подходы, используемые в формировании определения и формулировании сущности деятельности социальных предпринимателей. Обзор зарубежных источников позволил объединить их в три основных направления. При этом именно третье направление, относящее предприятия к социальному предпринимательству на основе подхода к распределению прибыли только на уставные цели и неприбыльной деятельности предприятия, получило наибольшее распространение среди доноров, действующих ассоциаций и предприятий. Особое место мы уделили уточнению понятий «целевая социальная группа» и «проблемные» регионы. Дефиниция «целевая социальная группа» включает в себя только те группы населения, которые по какой-либо причине изолированы, маргинализированы, страдают и не могут изменить свое положение самостоятельно. Дефиниция «социальная группа» охватывает не только саму целевую социальную группу, но и ее окружение. Важно было также уточнить, о каких регионах мы ведем речь. Так, проблемными можно назвать регионы, которые зависимы от государственной поддержки и переживают спад в уровне или темпе социально-экономического развития.

Многие выводы и рекомендации в данной диссертационной работе базировались на данных, полученных из нижеследующих исследований:

1. «Паспортизация муниципалитетов в Кыргызской Республике» (N = 453, 2013–2015 гг.);
2. «Субъекты социального предпринимательства стран ЕАЭС» (N = 180, 2015–2017 гг.);
3. Опрос действующих социальных предпринимателей (N = 30, сентябрь 2017 г.);
4. «Портрет успешного социального предпринимателя» (N = 34, январь 2018 г.);
5. Кейсы по результатам реализации проекта «Empowering Youth for Socio-Economic Development in Central Asia» (N = 36, 2012–2018).

Наиболее важные выводы нам позволило сделать исследование «Субъекты социального предпринимательства стран ЕАЭС», где на основании общих характерных признаков деятельности предприятий социального предпринимательства была сформирована база данных предприятий социального предпринимательства. Результаты нашего исследования могут помочь в классификации предприятий с целью адресной поддержки субъектов предпринимательства в проблемных регионах. Основными субъектами, входящими в систему социального предпринимательства, являются:

1. Социальные активисты – это организации, занимающиеся продвижением интересов и защитой прав целевых социальных групп путем лоббирования принятия законодательных актов и внесения в них изменений.

2. Социальные защитники – это организации, предлагающие социально-правовую помощь непосредственно представителям целевых социальных групп.
3. Благотворительные организации – это организации, краудфандинговые агентства, индивидуальные спонсоры, оказывающие безвозмездную (единовременную) помощь бенефициарам.
4. Социальный бизнес – это коммерческие предприятия, которые кроме своей основной деятельности часть прибыли направляли на предоставление услуг/товаров для целевой социальной группы по сниженным ценам или бесплатно.
5. Учреждения – это организации, предлагающие социальные услуги социально уязвимым группам населения по социальным программам, либо производящие социальные услуги/товары в рамках исполнения государственных заказов или тендеров, договоров.
6. Социальные предприятия – это предприятия, предлагающие социальные услуги / производящие товары для целевой социальной группы, либо трудоустраивающие представителей целевой социальной группы (прямое воздействие).
7. Социальные предприниматели – это предприятия, которые предоставляют комплексное решение проблем для целевой социальной группы, чтобы улучшить положение ее представителей, используя для решения задач свои знания и навыки, инновации и ресурсы.
8. Социальные реформаторы – это предприятия, которые создают инновационный механизм бизнеса, формирующий новую систему для целевой социальной группы, где ее представители способны в будущем сами преодолевать возникающие трудные ситуации.
9. Бизнес-компании с корпоративной социальной ответственностью – это предприятия, которые создаются с целью максимизации прибыли, и добровольно вносят вклад в решение социальных проблем населения на территориях коммерческих интересов компании.

Таким образом, собственно совокупность социальных субъектов формирует систему социального предпринимательства, где у каждого предприятия есть своя роль и свой уровень воздействия на социально-экономическое положение целевой социальной группы, а следовательно, и на экономику конкретного региона.

Были рассмотрены социальные проблемы, которые являются наиболее острыми в проблемных регионах Центральной Азии, а именно: трудоустройство ЛОВЗ и нуждающихся, образование и досуг, инфраструктурные объекты.

В то же время основной проблемой, с которой сталкиваются предприятия социального предпринимательства, является достижение стабильности его финансирования, как на стадии формирования первоначального капитала, так и на стадии финансирования операционной деятельности.

В заключение следует отметить, что перспективы развития социального предпринимательства зависят не только от самих предпринимателей, но и от поддержки со стороны государства и органов местного самоуправления. В качестве примеров успешных предприятий социального предпринимательства мы привели полностью самокупаемые и финансово устойчивые кейсы из нашей практики. Эти предприятия стали успешными благодаря не только грантам, но и поддержке на местах.

Социальное предпринимательство может сыграть ключевую роль в наращивании потен-

циала малой экономики в проблемных регионах. В настоящее время именно социальное предпринимательство предоставляет уникальную возможность достичь двойного эффекта: социального и экономического. Оно нацелено на поиск наиболее инновационных бизнес-механизмов решения социальных проблем и смягчения социальной напряженности.

Список литературы

Абдыкадырова М., Ким А. Малый бизнес в Казахстане: проблемы развития и перспективы. URL: <http://startinfo.kz/buisness/malui/> (дата обращения: 14.06.2019).

Алаев Э. Б. Социально-экономическая география: Понятийно-терминологический словарь. – М.: Мысль, 1983. – 257 с.

Вабищевич С. С. Предпринимательское (хозяйственное) право Республики Беларусь. 2-е изд., изм. и доп. – Минск: Молодежное, 2003. – 436 с.

Годовой отчет. URL: <http://www.nb-fund.ru/press-center/annual-report/> (дата обращения: 12.03.2019). / Отчет по проекту «Empowering Youth for Socio-Economic Development in Central Asia». ШПНО УЦА, 2018 г. 52 с.

Гранберг А. Г. Основы региональной экономики: учебник для вузов. – М.: Издат. дом ГУ ВШЭ, 2004. – 495 с.

Зырянов А. И. Маргинальные территории // Географический вестник. – 2008. № 2. – 296 с.

Крылова Н. Г. Семья как институт социализации в малом городе. URL: www.unialtai.ru/engine/download.php?id=3785 (дата обращения: 16.05.2017).

Лопатников Л. И. Общеэкономический и экономико-математический словарь. URL: <http://lopatnikov.pro/>

Макаревич А., Сазонова Т. Сущность и специфика социального предпринимательства в России // Российское предпринимательство. 2012. № 24. – 222 с.

О фонде региональных социальных программ «Наше будущее». М., 2007. URL: <http://www.nb-fund.ru/about-the-fund/> (дата обращения: 02.03.2019).

Опрос ТПП КР. URL: http://imc.kg/wp-content/uploads/2013/06/Prezentatsiya_Problemy-iMSB_NurlanMusuraliev_zashifrovan.pdf (дата обращения: 14.06.2019).

Русская и сопоставительная филология: Лингвокультурологический аспект / Казан. гос. ун-т. Филол. фак-т. – Казань: Казан. гос. ун-т, 2004. – 348 с. URL: <http://old.kpfu.ru/f10/publications/2004/articles.php> (дата обращения: 20.12.2018).

Список источников на английском языке

A typology of social entrepreneurs: motives, search processes and ethical challenges / S. E. Zahra, E. Gedajlovic, D. O. Neubaum [et al.], 2009 // Journal of Business Venturing, Vol. 24, Issue 5, pp. 519–532, 534.

Alford, S. H., Brown, L. D., Letts, C. W., 2004, Social entrepreneurship: leadership that facilitates societal transformation. Working Paper, Center for Public Leadership. In John F. Kennedy School of Government.

Ashoka: Innovators for the Public. «What is a social entrepreneur?», 2000, URL: http://www.ashoka.org/fellows/social_entrepreneur.cfm (дата обращения: 20.12.2018).

Bornstein, D., 1998, Changing the World on a Shoestring – The Atlantic, URL: <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/1998/01/changing-the-world-on-a-shoestring/377042/> (дата обращения: 20.12.2018).

Bornstein, D., 2004, How to change the world: social entrepreneurs and the power of new ideas / David Bornstein, New York; Oxford: Oxford University Press. P. 320.

Dees, G., The meaning of social entrepreneurship, URL: <https://entrepreneurship.duke.edu/news-item/the-meaning-of-social-entrepreneurship/> (дата обращения: 20.12.2018).

Driver, M., 2012, An Interview with Michael Porter: Social Entrepreneurship and the Transformation of Capitalism // Academy of Management Learning and Education, Vol. 11, № 3, P. 524.

Harding, R., 2004, Social enterprise: the new economic engine? // Business and Strategy Review, Vol. 15, Issue 4, P. 75.

Leadbetter, C., 1997, The rise of social entrepreneurship, London: Demos, p. 10.

Mair, J., Martí, I., 2006, Social entrepreneurship research: a source of explanation, prediction, and delight. Journal of World Business, Vol. 41, Issue 1, P. 107.

Mort, G., Weerawardena, J., Carnegie, K., 2002, Social entrepreneurship: towards conceptualization and measurement // American Marketing Association Conference Proceedings, Vol. 13, P. 235.

Peredo, A. M., McLean, M., 2006, Social entrepreneurship: a critical review of the concept. Journal of World Business, Vol. 41, Issue 1, P. 98.

Porter, M. E., Kramer, M. R., 2011, Creating Shared Value // Harvard Business Review. P. 104.

Reis, T., 1999, Unleashing the New Resources and Entrepreneurship for the Common Good: a Scan, Synthesis and Scenario for Action. W.K. Kellogg Foundation, Battle Creek, MI. P. 280.

Roger L. Martin & Sally Osberg | 11 | 2007, Social Entrepreneurship: The Case for Definition // Stanford Social Innovation Review. P. 89.

Shaw, E., 2004, Marketing in the social enterprise context: is it entrepreneurial? Qualitative Marketing Research: an International Journal, Vol. 7, Issue 3, P. 248.

Thake, S., Zadek, S., 1997, Practical people, noble causes. How to support community based social entrepreneurs. New Economic Foundation. P. 96.

Приложение 1. Описание отдельных кейсов

В сентябре 2012 г. впервые в Кыргызской Республике была запущена первая в Центральной Азии учебная программа «Социальное предпринимательство» при финансовой поддержке Фонда «Coca-Cola» (США). Уже в 2013 г. данная программа расширила сферу своей деятельности, охватив Республику Казахстан. Фонд «Coca-Cola» на протяжении 7 лет поддерживал данную инициативу и к 2019 г. программа насчитывала уже несколько сотен выпускников. Благодаря грантам фонда были созданы и действуют в настоящее время более 20 предприятий социального предпринимательства в Республике Казахстан и Кыргызской Республике. В рамках конкурса «Измени мир вокруг себя!» проводились широкомасштабные информационные сессии, во время которых более 10 тысяч молодых людей в Республике Казахстан и Кыргызской Республике узнали о социальном предпринимательстве. Молодежь активно участвовала в конкурсе и тысячи заявок были получены из всех, даже самых отдаленных регионов этих республик. В этом параграфе мы сделали обзор нескольких проектов, действующих в настоящее время в отдаленных регионах.

Абай Закиряев

Местоположение: с. Шапак, Ак-Суйский р-н, Иссык-Кульская область

Высота: 3800 м.

Организация: Фермерское хозяйство Закиряев.

Село Шапак находится в Иссык-Кульской области рядом с гранитным ущельем Ак-Суу. Все взрослое население занимается сельским хозяйством (сезонная работа) несмотря на суровые природные условия. Работы в селе нет, поэтому 70 % работоспособного населения мигрировали в г. Норильск Российской Федерации и многие получили гражданство (выезжают целыми семьями). Оставшиеся молодые люди в селе в связи с отсутствием работы тоже планируют мигрировать.

Целью проекта является строительство «Гелиотеплицы», разработанной Абаем, и круглогодичное трудоустройство молодежи, так как в летний период очень высок спрос на овощи в курортной зоне Иссык-Куля, а гелиотеплица позволит снизить себестоимость и выращивать качественный продукт. Также гелиотеплица будет использоваться как «демонстрационный центр» для обучения молодых фермеров Ак-Суйского района и ознакомления с возможностями энергоэффективных технологий с использованием альтернативных источников энергии на примере гелиотеплицы.

Результатом первого года стало завершение строительства гелиотеплицы и проведение обучения 150 молодых людей и школьников. Данная теплица показала свою эффективность и низкую себестоимость. Абай реализовал урожай и смог наладить транспортировку овощей в пансионаты. Он планирует расширяться и увеличивать размер теплицы и готов распространять полученный опыт по всей Иссык-Кульской области. Предприятие самофинансируемое.

<https://youtu.be/JOWdGoDYI3c>

Шулятьева Зинаида

Местоположение: Среднегорная зона, Алматинская область, Казахстан.

Высота: 1800 м.

Организация: Крестьянское хозяйство «Райский сад».

Зинаида – выпускница детского дома и из своего опыта знает проблемы, с которыми сталкиваются выпускники детдомов. Зинаида получила землю и решила создать сад и заниматься выращиванием плодовых деревьев, а также выращиванием в теплице овощей для реализации в несезонный период.

Цель проекта разбить сад и тепличное хозяйство для предоставления рабочих мест выпускникам детдомов и обеспечения им временного жилья. Для руководства и обучения будут привлечены люди пенсионного и предпенсионного возраста, имеющих опыт садоводства.

Результатами первого года проекта стали высадка саженцев, приобретение и установка теплиц. К работе были привлечены 5 выпускников детского дома. Данный проект требует дополнительных средств для поддержания операционной деятельности.

Анарбай кызы Урунса

Местоположение: с. Зардалы, Баткенская область, Кыргызстан.

Высота: 3060 м.

Организация: Индивидуальный предприниматель Убаев С.

Село Зардалы находится на границе с Таджикистаном. Небольшое село в 28 домохозяйств с населением 128 человек. Население занимается животноводством. На территории айылного аймака располагаются целебные источники, много лет назад здесь был оздоровительный профилакторий «Жылуу-Суу». На текущий момент стихийный поток людей каждый год, несмотря на бездорожье и отдаленность, едет на источники для лечения. Более 3000 человек за летние месяцы посещает эти места, однако местное население не имеет возможности заработать.

Цель проекта – создать летний лагерь для желающих лечиться на источниках Зардалы, обеспечить условия для питания и проживания, а также рабочие места для местного населения. Были построены 6 временных сооружений для расположения отдыхающих и столовая для предоставления питания.

Прием гостей находится на самофинансировании и не требует дополнительных расходов.

Карабаев Нурсултан

Местоположение: г. Исфана Баткенская область, Кыргызстан.

Высота: 1320 м.

Организация: Общественный фонд «Инсан-Лейлек».

В городе Исфана Баткенской области Кыргызстана на данный момент существует только 1 государственный детский сад примерно на 200 мест. Население г. Исфана составляет около 37 тыс. человек, из них 2960 (около 8 %) – дети от 2 до 6 лет. Исфана отличается высокими показателями миграции работоспособного населения, при этом зачастую детей оставляют со стариками-пенсионерами.

Цель проекта – открытие частного детского сада в городе Исфана, рассчитанный на 75 мест, для детей мигрантов, жителей приграничных территорий и малообеспеченных семей. Мигранты пересылают деньги родственникам для создания условий для ухода

и обучения своих детей, но из-за отсутствия детсадов престарелые родственники не могут обеспечить уход, питание и подготовку к школе. Общественный фонд «Инсан-Лейлек» построило двухэтажное здание и передало объект для организации работы детского сада.

Результатом первого года проекта стало открытие детского сада, проект сразу стал финансироваться из оплаты за посещение детсада. Оплата составила от 5000 сомов за месяц. Было трудоустроено 6 человек, все воспитатели прошли повышение квалификации. Планируется увеличивать количество мест и расширить детский сад за счет пристроек – спрос очень высокий.

Детский сад находится на самофинансировании.

<https://youtu.be/RQiKOz8ORGM>

Мааткеримова Айжамал

Местоположение: г. Каракол, Иссык-Кульская область, Кыргызстан.

Высота: 1760 м.

Организация: Индивидуальный предприниматель Мааткеримова А.

Население г. Каракол составляет более 100 тысяч человек, при этом детские сады посещают только 3952 (из 8525) ребенка. В 14 муниципальных детсадах около 64 групп, то есть на каждую группу в среднем приходится по 61 ребенку. Остальные дети остаются дома, а родители не могут зарабатывать, чтобы улучшить положение семьи. Особенно большая эта проблема – для молодых семей, живущих в съёмных квартирах. Семейный центр по уходу за детьми «Наристе» предоставляет услуги по уходу за детьми дошкольного возраста в количестве до 10–12 детей.

Целью проекта стало создание центра для предоставления условий по уходу и развитию детей на базе частного детсада. Дети будут проходить дошкольную подготовку, учиться готовить, ухаживать за растениями и домашними животными, играть и правильно общаться.

Результатом проекта стало успешное функционирование домашнего детского сада на 12 человек. Уже через полгода данный проект смог увеличить площадь и принимать уже две группы детей и оказывать дополнительные услуги логопеда, обучения французскому языку (волонтер) и педиатра.

Детский сад находится на полном самофинансировании.

<https://youtu.be/eEafDEyI85A>

Караева Нургуль

Местоположение: г. Ноокат, Ошская область, Кыргызстан.

Высота: 1802 м.

Организация: Общественное объединение «Жаш Ниет».

Южные регионы Кыргызстана отличаются отношением к детям с ОВЗ, так как их изолируют от общества и не дают возможности обучаться в школах. Зачастую даже соседи могут не знать, что за высоким забором махали есть ребенок с инвалидностью. Таким

детям требуется комплексная реабилитация для подготовки их к поступлению в школу, а семьям требуется психологическая помощь.

Цель проекта – открытие центра обучения для детей с ограниченными возможностями здоровья для обеспечения равных возможностей в получении образования. Обучение будет осуществляться по трем направлениям: математика, русский язык и чтение; психо-коррекция поведения детей; психологическая помощь родителям.

Результаты проекта были весьма показательными, 15 детей с ОВЗ (дети-колясочники, с ментальными нарушениями и т. д.) прошли обучение и коррекцию, после 10 месяцев дети научились читать и писать. У детей появилась возможность посещать обычную школу и влиться в учебный процесс. Родители, поверив в возможности своих детей, стали уделять больше времени их развитию и здоровью. Одну девочку-колясочницу родители повезли на операцию в Москву.

Проект полностью покрывал свои операционные расходы за счет оплаты за обучение, но требовались дополнительные средства на предоставление психологической поддержки родителям и детям.

Тахмина Кадырова

Местоположение: с. Кызыл-Бейит, Аксыйский район, Жалал-Абадская область, Кыргызстан.

Высота: 1270 м.

Организация: айыл окмоту с. Кызыл-Бейит.

Село расположено в горах и считается самым труднодоступным, не обеспечено электроэнергией и другими благами цивилизации. В селе Кызыл-Бейит зарегистрировано 72 домохозяйства с численностью населения 389 человек. Сельчане занимаются только животноводством. В селе нет школы и детсада. До 1980 г. населенный пункт и районный центр связывала дорога. С началом строительства Курпсайской ГЭС русло реки Нарын изменилось. Теперь у села есть только одна возможность связи посредством пересечения реки Нарын, ширина которой 500–700 м. Старенький паром, обслуживающий село, легко переворачивается и около 20 человек утонули за последние два года. При этом на пароме перевозят скот и людей. Паром может совершать не более двух рейсов в день при хороших погодных условиях и в основном в теплый период. В случае необходимости неотложной помощи транспортировать больных очень сложно, да и не всегда это даже возможно.

Цель проекта – приобретение катера с мощным двигателем для обеспечения безопасной транспортировки людей в любое время года и суток. Айыл окмоту выделил средства на оплату топлива для катера и заработной платы лодочника. С жителей взимается по 15 сомов в одну сторону за перевозку, данные средства будут использованы на приобретение нового катера и ремонт существующего.

Результатом первого года стало приобретение катера, ежедневное использование катера для нужд жителей села. Работа катера покрывается из средств бюджета айылного аймака.

<https://youtu.be/5dY1-Tnr8Sk>

Кулдашев Рустамжон**Местоположение:** г. Сулюкта, Баткенская область, Кыргызстан.**Высота:** 1380 м.**Организация:** Индивидуальный предприниматель Кулдашев Р.

Город Сулюкта является шахтерским городом, ежедневно вырабатывается более 1,5 тыс. тонн угля и работают 1000 шахтёров. В городе нет ни одной бани или горячего душа. Из-за отсутствия доступа к горячей воде шахтеры страдают кишечными болезнями. Многие шахтеры не моются неделями, так как на съемных квартирах у них также нет душа или ванны.

Цель проекта – построить баню на пути из шахт в город, где по низким ценам будут предоставляться все санитарно-гигиенические условия шахтерам и благодаря этому уменьшится число заболеваний.

Результатом проекта стало бесплатное выделение айыл окмоту земли для строительства бани на дороге из шахт в город. Была построена баня, которая сразу начала работать. При этом шахтерам стоимость услуг на 40 % ниже, чем остальным жителям города Сулюкты. Данный проект полностью самофинансируемый и стал популярным местом для жителей города.

Мырзагалиев Адлет**Местоположение:** г. Текели, Алматинская область.**Высота:** 1300 м.**Организация:** индивидуальный предприниматель.

В городе Текели с населением 29900 человек 1215 человек – с ограниченными возможностями. Город является депрессивным и после закрытия перерабатывающих предприятий многие жители мигрировали. В настоящее время среди людей с ограниченными возможностями высок процент людей, склонных к депрессии и суициду (в 2017 г. 12 суицидов среди ЛОВЗ), что вызвано изолированностью этой группы людей от социальной жизни. В Текели есть участники параолимпийских игр, которые готовы поделиться своим опытом и подготовить смену.

Целью проекта является создание спортивного зала со специальными тренажерами для людей с ограниченными возможностями. На первом этапе планируется создание условий для занятий физической культурой и спортом для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидам. На втором этапе будет разработана индивидуальная программа для ЛОВЗ с целью их подготовки к параолимпийским играм.

Результатом одного года проекта, стало переоборудование спортивного зала и постройка пандусов. Для продвижения проекта было организовано несколько спортивных соревнований. ЛОВЗ были вовлечены в тренировки. Проект не смог выйти на самоокупаемость и продолжает изыскивать средства для поддержания своей деятельности.

