

# КӘСІПКЕРЛІК: ТЕОРИЯ, ПРОЦЕСС, ПРАКТИКА

## Әлеуметтік кәсіпкерлік

1-тарау. XXI ғасырдағы кәсіпкерлік ойлау жүйесі



**Дәрістің мақсаты:** XXI ғасырда үрдіске айналған әлеуметтік кәсіпкерлік қарастыру.

**Дәріс сұрақтары:**

- 1) әлеуметтік кәсіпкерлік қозғалысымен таныстыру;
- 2) әлеуметтік кәсіпкер кім екенін зерделеу;
- 3) ортақ құндылық тұжырымдамасын түсіндіру;
- 4) әлеуметтік кәсіпорынның мәселесін талқылау;
- 5) әлеуметтік кәсіпкерлердің жаһандық мүмкіндіктері мен қиыншылықтарын қарастыру.

Әлеуметтік кәсіпкерлік – коммерциялық емес, үкіметтік және бизнес ұйымдардың сипатын танытатын, жеке сектордың назарын инновацияларға, тәуекелге баруға, әлеуметтік мәселелерді шешу мен жоғары дәрежеде трансформациялануға аудартатын кәсіпкерлік формасы. Әлеуметтік кәсіпкерлік процесі әлеуметтік мүмкіндікті кәсіпорын тұжырымдамасына салған кезден басталады; сол кезден бастап, мақсаттың орындалуы үшін ресурстар анықталып, жұмылдырылады. Соңғы жылдары қоғамда әлеуметтік кәсіпкерліктің көптеген түрлері бар:

- 2006 жылы TEACH FOR AMERICA негізін қалаушы Венди Копп пен City Year негізін қалаушы Майкл Браун мен Алан Хацци US News and World Report тізіміне еніп, әлемдегі топ 25 көшбасшының қатарына қосылды.
- Мухаммед Юнус пен оның Grameen Bank ұйымы бейбітшілік саласында Нобель сыйлығын алды.
- Institute for One World Health институтынан Виктория Хейл мен Benetech иесі Джим Фрухтерман МакАртур қорының «ғұлама гранттарын» жеңіп алды. Олар өздерін әлеуметтік кәсіпкерміз деп санайды.
- 1980 жылы Билл Дрейтон құрған Ashoka қоғамдағы түпкілікті өзгерістерге көшбасшы болып отыр. 1981 жылы Үндістанда Ashoka алғашқы стипендия бөлгеннен бері оның көлемі ұлғайып, қазір негізгі бес құрлықтағы алпыстан астам елде екі мыңнан аса стипендианттың басын біріктіріп отыр. Стипендианттардың жаһандық желісімен қатар, бизнес-кәсіпкерлер, саясаткерлер, инвесторлар, ғалымдар және журналистермен бірге, Ashoka қазір жергілікті өзгеріс жасаушы жаңа толқынды әлеуметтік позитив өзгерістер жасау мақсатында әлеуметтік кәсіпкерлер мен олардың инновациялары арқылы шабыттандыруды қамтамасыз етуде.

Әлеуметтік кәсіпкерлікке әртүрлі анықтама беруге болады. Солардың ішінде ғалымдар мен кәсіпкерлердің мойындап жүргені – Джоанна Майр мен Игнаси Мартидің анықтамасы. Майр мен Мартидің пікірінше, «әлеуметтік кәсіпкерлік» дегеніміз – ресурстарды жаңаша жолдармен байланыстыру арқылы құндылықтар қалыптастыратын процесс. Бұл ресурстардың комбинациялары әлеуметтік құндылықтарды жасауға мүмкіндік беретін жолдарды тануға және пайдалануға негізделген. Бұл жұмыс әлеуметтік өзгерістерді ынталандыру немесе әлеуметтік қажеттіліктерді қанағаттандыру арқылы жүзеге асады. Процесс ретінде қарастырылғанда, әлеуметтік кәсіпкерлікке көрсетілетін қызметтер мен өнімдерді ұсыну кіреді, алайда осы процесс барысында жаңа ұйымдар да құрылуы мүмкін. Маңыздысы, әлеуметтік кәсіпкерлік жаңа ұйымда да, бұрыннан қалыптасқан ұйымда да теңдей іске асырылуы мүмкін және оны «әлеуметтік кәсіпкерлік» деп атаса болады. Бизнес сектордағы ішкі кәсіпкерлік сияқты, әлеуметтік кәсіпкерлік жаңа венчур болып құрылуы немесе кәсіпкерлік инновациялық процесс болуы әбден ықтимал». Әлеуметтік кәсіпкерлік тұрақты дамудың негізі бола алады. Г.Х. Брандтланд қысқаша атап өткендей: «Ағымдағы қажеттіліктерді қанағаттандырып қана қоймай, келешек ұрпақтың қажеттіліктерін қанағаттандыруына да нұқсан келтірмеу».

## Әлеуметтік кәсіпкер деген кім?

Әлеуметтік кәсіпкер терминінің мағынасы әлеуметтік кәсіпкерлікпен айналысатын ұйымның негізін қалаушы немесе басқарушы тұлға дегенді білдіреді. Әлеуметтік кәсіпкерлерді кейде «қоғамдық кәсіпкерлер», «азаматтық кәсіпкерлер» немесе «әлеуметтік новаторлар» деп те



атайды. Танымал эксперт Артур С. Брукс әлеуметтік кәсіпкерді сипаттайтын іс-әрекет түрлерін былайша айқындайды:

- Әлеуметтік құндылықтар қалыптастыратын және оларға арқау болатын миссияны қабылдау.
- Әлеуметтік құндылық мүмкіндіктерін мойындау және оларға тынбай ұмтылу.
- Үздіксіз инновациялар мен білім алуға ұмтылу.
- Шектелген ресурстардан тыс жұмыс істеу.
- Жоғары жауапкершілік сезімі.

Белгілі басылымдар насихатының арқасында әлеуметтік кәсіпкерлік термині кеңінен танымал болды. Мысалы, соңғы жылдары New York Times, the Economist, Forbes және The Harvard Business Review сынды басылымдарда әлеуметтік кәсіпкерлік жөнінде бірқатар көлемді мақалалар жариялаған.

Әлеуметтік кәсіпкерлік туралы саясаткерлер, журналистер, ғалымдар мен жалпы қоғам жаппай айта бастады, оған себеп – әлемде қоғамдық түйткілді мәселелердің пайда болуы. Бүкіл әлемдегі әлеуметтік күрделі мәселелерді шеше алады деген үміт әлеуметтік кәсіпкерлікке аударылатын назарды ұлғайтты.

Кәсіпкерлікте табысты нәтижелер көрсетіп жүрген принциптерді бейімдеу арқылы жұмыс істейтін әлеуметтік кәсіпкерліктің барлық көшбасшылар қолдауына ие болу мүмкіндіктері бар. Сол арқылы олардың барлығы да ұлт алдында тұрған әлеуметтік мәселелерді шешуде қаржылық жағынан тұрақты, трансформациялық шешімдер қабылдайды. Stanford Social Innovation Review басылымында жарияланған соңғы мақалаларының бірінде: «Экономика үшін кәсіпкерліктің маңызы қандай болса, қоғамның дамуы үшін әлеуметтік кәсіпкерліктің маңызы дәл сондай. Сондықтан да бүгінде оған барынша байыпты және терең назар аударылуы керек» делінген.

Ashoka-ның негізін қалаушы Билл Дрейтонның: «Әлеуметтік кәсіпкерлер балық үлестірумен немесе оны қалай аулауды үйретумен айналыспайды. Олар бүкіл балық аулау индустриясына революциялық өзгеріс жасамайынша, тыным таппайды» деп атап көрсеткені белгілі. Өзге кәсіпкерлер сынды әлеуметтік кәсіпкерлер үнемі инновацияға ұмтылатын креатив ойлаушылар, сол арқылы жаңа технологияларға қол жеткізеді, жеткізу түрлерін өзгертеді, дистрибьюторлық жүйелерді немесе өндіріс әдістерін жанартады. Сонымен қатар инновациялық жаңа ұйымдардың пайда болуы – жаңа өнімдер мен қызмет көрсетілетін түрлерін ұсыну дегенді білдіреді. Инновациялық идеялар – тың дүние немесе бар дүниені жаңаша көзқараспен дамыту болуы мүмкін.

Әлеуметтік кәсіпкерлер – өзгерістердің жаршысы; олар қалыптасқан ұғымдарды бұзатын идеяларды қолдана отырып, кең көлемдегі өзгерістерге түрткі болады. Олар әлеуметтік мәселелердің түпкі себептерін жете тани алады. Жаңа идея енгізу және оны басқаларға мойындату арқылы жүйелі өзгерістер жасағысы келеді. Осындай трансформация типтері ұлттық немесе жаһандық деңгейде өріс алуы қалыпты жағдай. Сонымен қатар олар тек жергілікті аумақты ғана қамтуы мүмкін, бірақ, одан оның қуаты азаймайды. Көбінесе, трансформациялық өзгерістер әкелетін әлеуметтік кәсіпкерлер инновациялық әдістер, әлеуметтік мәселелер туралы терең білім және көздеген мақсатына жету үшін ең соңғы, озық зерттеулерді өзара ұштастырады. Әлеуметтік салада жұмыс істейтін кәсіпкерлер үшін инновация дегеніміз – бір реттік қана іс-шара емес, ғұмырлық мақсат боларлық процесс.

Әлеуметтік кәсіпорын деген не?

Әлеуметтік кәсіпкерлікке қызығушылықтың артқанын жоғарыда айтып өттік. Дегенмен әлеуметтік кәсіпорын дегеніміз не деген сұрақ туындайды. Өйткені әлеуметтік себептері әртүрлі болғанымен, көп жағдайда ол жеке бір тұлғаға қатысты болғандықтан, оған нақты анықтама беру қиын.

Бір нәрсе анық: әлеуметтік кәсіпкерлер мен олардың венчурлері әлеуметтік мақсаттар негізінде алға басып келеді; бұл қандай да бір жолмен қоғамға қызмет ету дегенді білдіреді. Басқаша айтқанда, әлеуметтік кәсіпкер әлеуметтік құндылықты көбейту мақсаттарын алға қойып, өзі өмір сүріп отырған қоғамның өмірін жақсартуға, әл-ауқатын арттыруға қызмет етеді. Алайда бар тартыс әлеуметтік мақсаттың орны мен оның түпкі мүддесі не екенін анықтау кезінде басталады.



Зерттеуші Грегори Диз «ең маңыздысы – байлыққа ұмтылу емес, әлеуметтік миссияны қалыптастыру» деген сенімде. Оның ойынша, байлыққа ұмтылған жерде, әлеуметтік кәсіпкерлік жүзеге аспайды. Байлықтың әлеуметтік мақсатқа жету жолындағы құрал ретінде қарастырылуы – әлеуметтік кәсіпкерлік үшін қаржы табу басты мақсат емес дегенді білдіріп тұр.

Сонымен, көптеген сыншылардың пікірінше, кез келген әлеуметтік кәсіпорын коммерциялық емес ұйымдардың қатарында болуы қажет. Мысалы, зерттеу мақалалардың бірінде: «Әлеуметтік кәсіпорын тапқан пайда маңызды ма?» деген сауал қойылады. Барлығы бірауыздан «жоқ» деп жауап берген. Мақала авторлары әлеуметтік кәсіпкерлік дегеніміз – әлеуметтік құндылықтарды дамыту мен оларды қолдаудың жаңа және жетілген жолдарын табу деген көзқарасты ұстанады. Шын мәнінде де, әлеуметтік кәсіпкерлер кедейлікті азайту, су көздерін ашу немесе тегін медициналық көмек беру сияқты мәселелердің шешімін табу сынды дүниеден пайда өндіруді көздемейді. Қалай дегенмен де, коммерциялық кәсіпорындар да әлеуметтік кәсіпкерлік саласына үлкен үлес қосты.

Forbes-тің Top 30 әлеуметтік кәсіпкерлер тізімінің басым көпшілігін қарасақ, 18 коммерциялық әлеуметтік кәсіпкерлердің де орны бар және олар өз кәсіпорындары арқылы әлеуметтік құндылықтар жасап жүр. Сондықтан олардың әлеуметтік құндылықтар жасау мақсаты жүзеге асып жатса, коммерциялық әлеуметтік кәсіпкерлікті жоққа шығаруға болмайды.

Әлеуметтік кәсіпорын қандай болуы керек екені туралы таласты азайтудың бір жолы – оны үздіксіздігіне байланысты анықтау сияқты. Зерттеушілердің бір тобы осы мәселеге байланысты, әлеуметтік кәсіпорынның орнын анықтаудың белгісі ретінде кәсіпкердің тек әлеуметтік пайдаға ғана жұмыс істейтінін айтады. Олардың пікірінше, әлеуметтік пайдаға жұмыс істеу мен әлеуметтік пайда арқылы табыс табуға ұмтылудың арасында айырмашылық бар. Осы екі аралықта көптеген ерекшеліктер болуы мүмкін.

## Әлеуметтік кәсіпорын және тұрақтылық

Әртүрлі өндірістерде сан алуан формада болғанымен, әлеуметтік кәсіпорынның негізгі мақсаты – бизнестің қоғам алдындағы міндеттерін орындау. Бұл міндеттер түрлі салаларды қамтуы мүмкін, дегенмен, осы салаларда корпорациялардың қаншалықты жауапты екенін анықтау әлі күнге дейін сұрақ туындатып отыр.

## Әлеуметтік кәсіпорын міндеттері

- Қоршаған орта; Ластануды бақылау.
- Қоршаған ортаны қалпына келтіру немесе қорғау.
- Табиғи ресурстарды сақтау.
- Қалдықтарды қайта өңдеу.
- Энергия; Өндірістік және маркетинг операциялары кезінде энергияны сақтау.
- Өнімдердің энергиялық тиімділігін арттыру.
- Энергияны сақтаудың өзге де бағдарламалары.
- Әділ бизнес тәжірибесі; Жұмыспен қамтамасыз ету және әйелдер мен азшылық топтың жағдайын жақсартуға атсалысу.
- Мүмкіндіктері шектеулі адамдарды жұмыспен қамту және қолдау.
- Азшылық топтар иелік ететін кәсіпорындарға қолдау көрсету.
- Адами ресурстары; Қызметкерлердің денсаулығын сақтау және қауіпсіздігін қамтамасыз ету; Қызметкерлерді оқыту және дамыту.
- Мүмкіндіктері шектеулі қызметкерлерге түзетуші оқыту бағдарламалары; ішімдік және есірткі мәселелері бойынша кеңес беру бағдарламалары.
- Жұмыс істейтін ата-аналардың балаларына қарайтын мекемелер ашу; Қызметкерлер үшін фитнес және стресс-менеджмент бағдарламалары.



- Қауымдастыққа тарту не оның қатысуы.
- Ақшалай, азық-түлік, қызмет көрсету арқылы қайырымдылық жасау, не көмекке қызметкерлердің жұмыс уақытын жұмсау.
- Қоғамдық денсаулық сақтау жобаларына демеушілік көрсету; Білім мен өнерді қолдау;
- Қауымдастықтың демалыс бағдарламаларына қолдау көрсету; Қауымдастық жобаларына серіктес болу.
- Өнімдер; Өнімнің қауіпсіздігін арттыру; Өнімнің қауіпсіздігі жөніндегі білім бағдарламаларына демеушілік көрсету; Қоршаған ортаны ластайтын өнімді азайту;
- Азықтың құнар құндылығын жақсарту; Қаптама мен таңбалауды жетілдіру.

### Тұрақты кәсіпкерлік

Зерттеушілер Дин А. Шеферд пен Холгер Пацелт тұрақты кәсіпкерлікті «табиғатты сақтау, өміршеңдікті қамтамасыз ету мен қауымдастықты қолдауға бағытталған, пайда әкелетін келешек өнімдер, процестер және қызметтерді жасау үшін мүмкіндік іздеу деп санайды. Біздің заманымыздың ең маңызды тақырыбы – тұрақты даму. Барлық жерлерде жердің озон қабатының жұқарғаны, климаттың өзгергені, биоалуантүрліліктің бұзылғаны туралы айтылуда. Бұл үдерістердің нәтижесі тіршіліктің барлық түрлері үшін қауіпті. Алайда ғалымдардың мәлімдеуінше, кәсіпкерлік іс-әрекеттер экожүйелерді сақтап қала алады, климаттың өзгеруіне қарсы әрекет ете алады, қоршаған ортаның деградациясы мен ағаштардың құруын азайта алады, ауылшаруашылық тәжірибесін жетілдіреді және тұщы ауызсумен қамтамасыз ете алады, сонымен қатар, биоалуантүрлілікті сақтап қала алады. Тұрақты дамудың 3 түрі бар:

- Экокәсіпкерлік
- Әлеуметтік кәсіпкерлік, әлеуметтік әл-ауқатты көтеру мақсатында мүмкіндіктерді іздеу, тану және қолдану. Ол жаңа венчур құру немесе қалыптасқан ұйымды инновациялық жолмен басқару арқылы жүзеге асады.
- Корпоратив әлеуметтік жауапкершілік, бұл корпорациялардың мүддесі мен мақсаттарынан тыс, белгілі бір әлеуметтік игілікке қол жеткізу үшін жасалатын іс-әрекеттер. Ол заңмен белгіленген, ұйымдардың әлеуметтік мәселелерді шешуге қатысуын білдіреді.

### Экокәсіпкерлік

XXI ғасырда қоршаған ортаға байланысты маңызды мәселелер туындап отыр. Табиғи ресурстарды қорғау және сақтау туралы экологиядан хабардар етіп, кәсіпкерлікті қоршаған ортаны сақтай отырып жүргізуге бағыттауда. Әлеуметтік кәсіпорындар үшін бастысы – қоршаған орта мәселесі. Қоршаған ортаға қарасты бизнестің қалай жүргізілуі керегін анықтауда жасыл капитализм бағыты пайда болды және күш алып келеді. Бұл термин экологиялық тұрақты даму экономикалық тұрақты дамуға айналуы керек деген тұжырымдаманы білдіреді. Соңғы кездері салтымызға сіңісіп кеткен «тастай салу» деген немқұрайды әдетіміз жер бетіндегі табиғи ресурстарымызға қауіп төндіруде.

Кәсіпкерлер бизнес жүргізудің жаңа әдістерін енгізуде көшбасшылық көрсетіп, мәселені өз қолына алуы керек және оны күнделікті өмір мен іс-әрекетінде қолдану арқылы әдетке айналдырып, жақсылыққа бет бұруы қажет.

### Ортақ құндылық және үш төменгі көрсеткіш

Компаниялар әдетте құндылық жасауды тар ауқымда қарастырады. Олар қысқамерзімді қаржылық орындау іс-әрекетін оңтайландырып, ұзақ мерзімде жетістіктерге жетуге бағытталған элементтерге мән бермейді. Бұл элементтер негізгі тауар ұсынушылардың өміршеңдігі немесе қауымдастықтағы экономикалық қиыншылықтар әсер етуін қамтуы мүмкін. Майкл



Е. Портер мен Марк Р. Крамер сынды зерттеушілердің пікірлерінше, компаниялар бизнес пен қоғамды біріктіруде жетекші рөл атқаруы тиіс. Мәселенің шешімі болатын тұжырымдама – ортақ құндылық. Бұл экономикалық құндылық жасайтын әдіс, ол өз алдына қоғамның қажеттіліктерін қанағаттандыру және мәселелерін шешу арқылы қоғам үшін құндылық жасайды. Дәл осы әдіс компанияның жетістігін қоғамның дамуымен байланыстырады. Ортақ құндылық дегеніміз – жай ғана әлеуметтік жауапкершілік немесе тұрақтылық қана емес. Бұл бизнес ойлау жүйесін фирманың ішкі қосымша шығындарын арттыратын қоғамның әлсіз тұстарын танып-білуге трансформациялау. Осы мәселелерді инновациялар мен әдістерді қолдана отырып шешу арқылы өнім артып, жаңа нарықтар ашылуы әбден мүмкін.

Төменгі үш сызық (кейде ТҮС деп алынады, triple bottom line – TBL) немесе төменгі үш көрсеткіш дегеніміз – есептеу жүйесінің шеңбері. Оның ішіне пайда, инвестиция қайтарымы мен акционерлік құн сияқты дәстүрлі көрсеткіштерден тыс экологиялық және әлеуметтік өлшемдер қосылған.

Бар назарды кешенді инвестициялардың нәтижелеріне аудара отырып, яғни өзара байланысқан пайда, адамдар және ғаламдық деңгейдегі өлшемдер өнімділігіне назар аударып, ТҮС жүйесі тұрақтылық мақсаттарын қолдауда маңызды құрал бола алады. Бұл өнімнің экономика, қоршаған орта және қоғам сияқты үш өлшемін көрсетеді. Әрбірін бағалайық.

### Экономикалық өнімділіктің төменгі көрсеткіштері

Экономикалық көрсеткіштер – табыс, шығын, салықтар, іскерлік климат факторлары, жұмыспен қамту және бизнестің әртарап факторлары сияқты кіріс ағымдары мен төменгі көрсеткіштерге байланысты болады. Мысалы:

- Жеке табыс;
- Жұмыспен толық қамтылмау құны;
- Мекеменің көлемі;
- Жұмыс орындарының көбеюі;
- Жұмыспен қамтуды секторларға бөлу;
- Әрбір сектордағы фирмалардың пайызы;
- Жалпы мемлекеттік өнімге қосқан үлесі бойынша секторлар табысы.

### Қоршаған орта өнімділігінің төменгі көрсеткіштері

Экологиялық көрсеткіштер табиғи ресурстармен байланысты және оның өміршеңдігіне әсер етеді. Ауа мен судың сапасы, энергияны тұтыну, табиғи ресурстар, қатты және улы қалдықтарды жерге көму – осыған мысал. Қоршаған орта көрсеткіштерінің ұзақмерзімді тенденциялары негізінде ұйым жобаның немесе саясаттың салаға қалай әсер ете алатынын анықтайды. Мысалы:

- Қауіпті химиялық шоғырланулар;
- Таңдап алынған басым ластаушылар;
- Электр қуатының тұтынылуы;
- Қазба отындарды пайдалану;
- Қатты қалдықтар менеджменті;
- Қауіпті қалдықтар менеджменті;
- Жерді пайдалану/жер қабатындағы өзгерістер.

### Әлеуметтік өнімділіктің төменгі көрсеткіштері

Әлеуметтік көрсеткіштер қауымдастықтың әлеуметтік өнімділігімен немесе білім беру, әлеуметтік ресурстар, денсаулық пен әл-ауқат, өмір сүру сапасы сияқты салалардың әлеуметтік аспектілерімен байланысты. Мысалы:





Кітап: Кәсіпкерлік: теория, процесс, практика  
Тарау: 1. XXI ғасырдағы кәсіпкерлік ойлау жүйесі  
Дәріс: 8. Әлеуметтік кәсіпкерлік

- Жұмыссыздық деңгейі.
- Үй шаруашылығының орташа табысы.
- Салыстырмалы кедейлік.
- Жоғары білімі бар адамдар саны.
- Жолға кететін уақыттың орташа көрсеткіші.
- Жан басына шаққандағы зорлық-зомбылық көрсеткіші.
- Адам өмірінің ұзақтығы және оның денсаулық көрсеткіштеріне қатынасы.

## Түйін

Әлеуметтік кәсіпорын бизнестің қоғам алдындағы жауапкершілігін білдіреді. Әлеуметтік кәсіпкерлер – өзгеріс агенттері. Олар бір жағынан тек қана әлеуметтік мүдделерге жұмыс істейтін кәсіпкерлер болса, ал екінші жағынан әлеуметтік мүдделер арқылы пайда табуды көздейтін кәсіпкерлер.

Дәрісте «ортақ құндылық» туралы сөз болды. Бұл ортақ құндылыққа айналатын экономикалық құндылық жасау дегенді білдіреді, яғни қоғамның қажеттіліктерін қанағаттандыру және мәселелерін шешу арқылы жүзеге асырылады әрі компанияның жетістігін әлеуметтік дамумен байланыстырады. Бұл «үш төменгі көрсеткіш» тұжырымымен байланысты. Осы үш категория XXI ғасырдағы компаниялар трансформациясына себеп болатын факторлар.



Кітап: Кәсіпкерлік: теория, процесс, практика  
Тарау: 1. XXI ғасырдағы кәсіпкерлік ойлау жүйесі  
Дәріс: 8. Әлеуметтік кәсіпкерлік

---