

**Dzhunushalieva G.**  
Cand. of Econ. Science,  
MBA, CIPA, ICDL  
Director of SPCE  
University of Central Asia  
Kyrgyz Republic

### **Социальное предпринимательство в Кыргызстане**

Социальное предпринимательство, как и предпринимательство вообще весьма актуальны для Кыргызстана, с учетом его экономического состояния. По данным Всемирного банка (отчет « Doing Business – 2012») Кыргызстан на 70 месте в рейтинге состояния бизнес-среды и инвестиционного климата в стране. Реальные улучшения могут быть достигнуты только через развитие бизнеса и развитие частного сектора. Средний прирост экономики в последнее десятилетие составил около 4% в Кыргызской Республике. Это один из самых низких показателей в регионе и характеризуется колебаниями из года в год. Несмотря на положительные темпы экономического роста, модель развития страны является неустойчивой, так как в значительной степени зависит от производства и цен на сырьевые товары (в частности, золота), денежных переводов от кыргызских трудовых мигрантов, и ограниченных экспортных рынков. Наша страна сильно зависит от внешних финансовых и энергетических ресурсов.

Если описывать социальное развитие республики то оно неотделимо от состояния её экономики. Социальная сфера Кыргызстана по-прежнему остается приоритетной, несмотря на трудности в экономике. Доля затрат государственного бюджета на социальные нужды остается достаточно высокой — более 50%. Проводимый в республике социально-экономический курс исходит из того, что социальное благополучие является необходимой основой экономического развития государства. В настоящее время каждый 4 житель республики имеет право на те или иные льготы, предоставляемые по 15 Законам и отдельным постановлениям Правительства Кыргызской Республики. Такие социальные льготы достигают 42 видов и правом их пользования обладают 30 категорий лиц. Несмотря на титанические усилия государства по решению социальных программ, сферы здравоохранения, образования являются самыми

низкооплачиваемыми (последние изменения заработных плат не исправили ситуацию). Картина не плачевная, но удручающая.

Исходя из этой информации экономическое развитие может быть достигнуто за счет частного сектора и привлечения инвестиций, расширения на новые внешние рынки и повышения производительности.

“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.”  
(Bill Drayton, основатель Ashoka)

«Идея социального предпринимательства в последнее время получила популярность, т. к. «задевает за живое» и очень подходит нашему времени. Это понятие «соединяет в себе страсть к социальной миссии со свойственной бизнесу дисциплиной,

инновацией и решительностью» - наподобие тех, которые демонстрировали пионеры «Силиконовой Долины» - Грегори Диз директор Центра развития социального предпринимательства Университета Дюка (США).

В нашей ситуации актуальность социального предпринимательства весьма высока и оно может помочь решить социальные проблемы, с которыми государство не может справиться по многим причинам или просто их не определило. Это могут быть проблемы небольшой маргинальной группы, или проблемы системного характера.

Зададимся главным вопросом, который возникает у большинства обывателей: социальное предпринимательство – это больше бизнес или социальная миссия. Мы придерживаемся, точки зрения, что предпринимательство первично, а решение социальной проблемы вторично, так как если не будет средств и устойчивого бизнеса, то не будет долговременного и устойчивого решения социальных проблем.

В мире существует более 147 различных определений понятия «социальное предпринимательство», мы не отрицаем ни один из них. Однако мы придерживаемся концепции, которая была предложена Р. Мартином и С. Осберг:

- (1) находить несправедливую ситуацию, которая приводит к изоляции, маргинализации или страданию части человечества, которой не хватает финансовых средств и политического влияния, чтобы исправить несправедливое положение само по себе;

Салли Осберг так рассуждает о «справедливой ситуации». Равновесие в данном контексте описывает стабильное состояние (экономическое или социальное). Само по себе равновесие - нейтральное понятие, которое для социального предпринимателя является «одновременно и вызовом, и возможностью». Последний видит ограниченность сложившегося «равновесия» и предлагает решение, которое дало бы возможность ранее исключенным группам получить доступ к тем или иным благам. Чаще всего в качестве примера подобного рода используют историю Грамин Банка М. Юнуса.

(2) выявление возможностей в этой несправедливой ситуации и выработка решения, используя вдохновение, творчество, активную деятельность и мужество;

(3) создание новой, более справедливой ситуации, которая снимает барьеры или облегчает страдания целевой группы, а также путем свободного распространения информации и расширения масштабов деятельности, что обеспечивает лучшее будущее для целевой группы и даже общества в целом.<sup>1</sup>

Банк «Граммин», основанный в 1976 г. профессором Мухаммадом Юнусом для искоренения бедности и поддержки бедных женщин в Бангладеш (<http://www.grameen-info.org>). За свою деятельность М. Юнус стал в 2006 г. лауреатом Нобелевской премии мира.

Именно данное определение мы реализуем в программе краткосрочного обучения «Социальное предпринимательство». Данная программа предназначена для молодежи, кто хотел бы стать социальным предпринимателем. Университет Центральной Азии реализует программу при финансовой поддержке фонда Кока-Колы. В этой программе уже участвовали 25 слушателей со всех регионов Кыргызстана в 2012 году и ожидается следующий набор в январе 2014 года.

### **Программа состояла из 5 курсов:**

- Курс «Социальное предпринимательство» дал понятие о предпринимательстве и управлении социальным предприятием;
- Курс «Социальный маркетинг» позволил подготовить план производства и реализации товаров и услуг;

---

<sup>1</sup> Paraphrased from Martin & Osberg, “Social Entrepreneurship: The Case for Definition”

- Курс «Информационные технологии» позволил ребятам овладеть компьютерной грамотностью для подготовки заявки и ведения бюджета своего предприятия в электронных таблицах;
- Курс «Бизнес-планирование» позволил им подготовить бизнес план для своего социального предприятия;
- Курс «Навыки презентаций и ведение переговоров» помог продвигать свое социальное предприятие и научиться общаться с партнерами и донорами.

Одним из примеров реализации бизнес-плана я хотела бы привести проект выпускника данной программы Тезекова Марса, который в 2012-2013 учебном году охватил 13 школ, где установил контейнеры в классах для сбора макулатуры. На собранные от переработки макулатуры средства он приобрел для школ учебники (обеспеченность учебной литературой в среднем составляет 60%), таким образом, одна из проблем школ была решена без участия государства. Уже в ближайшей перспективе директора школ хотели бы решить другие проблемы посредством данного проекта (заменить старые деревянные окна на пластиковые, приобрести оргтехнику).

Главной отличительной чертой социального предпринимательства, по Мартину и Осберг, является то, что оно влечет за собой какие-либо *социальные преобразования*. Фонд Сколла, в котором они работают, занимается как раз тем, что ищет и поддерживает по всему миру зарекомендовавшие себя в качестве социального предпринимательства инициативы, чтобы дать им возможность расширить свой масштаб и влияние на «изменение мира» (Martin, R., Osberg, S., 2007).

Говоря о социальных преобразованиях, нам хотелось бы упомянуть проект нашей выпускницы Домашевой Надежды, которая организовала школьные театральные постановки по вопросам умыкания невест и ранних браков. Это острые вопросы для южного региона Кыргызстана и само представление вовлекает зрителей в обсуждение и сопереживание. В течение небольшого периода она смогла расширить охват до двух областей республики и мы получили более 20 положительных отзывов от директоров школ и глав местных администраций, которые хотели бы таким же образом решить и другие проблемы местных сообществ и межнациональные конфликты.

"Одним из наиболее важных аспектов предпринимательства является возможность признания. В чистом виде, возможность признания для социальных предпринимателей - это создание или становление социальной ценности новым или необычным путем».

Социальное предпринимательство нередко смешивают с *социально ответственной практикой коммерческого бизнеса*. Этому отчасти способствует то, что социально ответственный бизнес все более активно вовлекается в межсекторные партнерские

отношения (Sagawa & Segal, 2000; Waddock, 1988), финансируя некоммерческие организации и создавая собственные – благотворительные фонды и венчурные предприятия.

Ким Альтер определяет социально ответственный бизнес как прибыльные компании, преследующие своей деятельностью двойную цель – получение прибыли для своих акционеров и содействие более широкой социальной пользе (Alter K., 2007, p. 19). Социально ответственный бизнес – также гибридная форма, но уже не из блока НКО, а из блока прибыльных организаций. В отличие от социально ответственного бизнеса второй бизнес-гибрид – это компании, практикующие социальную ответственность. Их особенность, по Альтер, в том, что, будучи ориентированы 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.

Ниже в таблице вы можете видеть виды на которые подразделяют организации работающие в социальной сфере. Для этого природа деятельности подразделяется на прямое и не прямое участие, а результат на две ситуации: 1. Ведущая к новому балансу и имеющая устойчивость в перспективе; 2. Поддерживающая существующую систему и улучшающая ситуацию.

Прямое Природа деятельности	Социальные предприятия	Социальные предприниматели
	Непрямое	Социальные активисты
Существующая система поддерживается и улучшается		Новый баланс создается и имеет устойчивость

\*Ideas in chart from Roger Martin and Sally Osberg. "Social Entrepreneurship: The Case for Definition", *Stanford Social Innovation Review*, Spring 2007, pg. 30.

В большинстве своем организации, действующие в социальной сфере, можно отнести к социальным активистам. Здесь множество неправительственных организаций (НПО) и некоммерческих организаций (НКО) (примерно 5000 НПО и НКО зарегистрировано министерством юстиции) существующих за счет различного внешнего финансирования, которые лоббируют интересы маргинальных групп и социально-уязвимых слоев населения. Социальные предприятия в большинстве своем существуют с советских времен, когда государство создавало предприятия с целью обеспечения рабочими местами лиц с ограниченными возможностями здоровья, а также предприятия для производства социальных товаров и услуг.

Мы же остановили свой выбор на социальных предпринимателях и хотели бы более детально описать две основные философские школы о социальном предпринимательстве:

- Школа социальных предприятий (<http://www.rubiconbakery.com/about.html>);
- Школа социальных инноваций (<http://us.camfed.org/site>).

Ниже несколько утверждений, которые характеризуют подход Школы социальных предприятий:

- Полагают, что социальные предприятия, те что используют стратегии зарабатывания дохода для достижения социальных миссий (Jerr Boschee & Jim McClurg).
- Акцент делается на стратегию зарабатывания дохода, привязанную непосредственно к миссии.
- Они измеряют свой успех показателями с «двойным результатом» - финансовый и социальный результат. Прибыль повторно инвестируют в миссию организации.

(Boschee & McClurg in 2003 article "Toward a better understanding of social entrepreneurship: Some important distinctions").

Примером предприятия данной Школы можно считать микрокредитные организации, которые получают доход, получая процент по микрокредитам, миссия которых состоит в том, чтобы предоставить возможность получения кредита бедными слоями населения.

Утверждения, которые характеризуют подход Школы социальных инноваций:

- Подчеркивают роль социального предпринимателя, как активиста в переменах для общества (Greg Dees and Beth Battle Anderson – Duke Univ).
- Предприниматели рассматриваются как инноваторы, которые видят возможности и вносят социальные преобразования.
- Нет никакого особого акцента на стратегиях зарабатывания дохода.
- Организационная структура (прибыльная или некоммерческая), не рассматривается как необходимая часть определения.
- Важно достичь расширения, жизнеспособного изменения, которое решает социальные проблемы.

Примером предприятия может быть предприятие по производству экосумок. Данное предприятие было создано выпускницей нашей программы Шилоносовой Еленой, которая открыла цех в профессиональном лицее для ребят с проблемами со слухом. Дизайн экосумок был разработан с учетом вторичного использования материалов. За первые полгода своей работы предприятие смогло продать более 150 сумок, что обеспечило их сырьем на будущий год их работы и создало более 5 постоянных рабочих мест.

В Кыргызстане в 2012 году была создана Ассоциация социальных предпринимателей Кыргызстана (АСП). АСП - общественная организация, объединяющая успешных социальных предпринимателей для единения их голоса и усилий во блага социального благополучия через развитие предпринимательской деятельности и государственно – частного партнерства. (<http://ase.kg/about/>).

Деятельность АСП включает:

- Обучение и наставничество начинающих социальных предпринимателей по средствам проведения Школы социального предпринимательства; Пропаганды и популяризации социального предпринимательства в КР;
- Повышение финансовой грамотности и финансового интеллекта уязвимых групп;
- Улучшение социально – экономического положения уязвимых групп;
- Защита прав и интересов социальных предпринимателей;

Членов у молодой ассоциации пока только четыре, но она только начала свое активное развитие. Ими являются:

1. Социальный магазин «Koldo Shop». Общественный фонд "Koldo Shop" был создан как социальный магазин в 2011 году для оказания помощи социально-уязвимой части населения: ЛОВЗ, малообеспеченным пенсионерам, детям-сиротам.
2. Социальное предприятие «Бишкек Мебель», предоставляет рабочие места молодым лицам с ограниченными возможностями, которые готовы учиться профессиональным навыкам по производству мебели, сами себе зарабатывать и жить независимой жизнью, тем самым делая свой вклад в экономическое и социальное развитие нашей страны.
3. ОО Союз инвалидов Иссыккульской области «Равенство» создано людьми с инвалидностью в 2004 году.
4. Общественное объединение девушек с ограниченными физическими возможностями «Назик–Кыз» одним из направлений деятельности является изготовление эксклюзивной одежды, а также на показах участвуют девушки с ограниченными возможностями являющиеся авторами либо коллекции модной одежды, либо аксессуаров.

Нельзя забывать и о роли государства, так как конечной целью государственного регулирования экономики выступает достижение компромисса между эффективностью и социальной справедливостью. В случае регулирования количества и степени административных барьеров наивысшая эффективность экономики будет достигнута при снижении количества подобных барьеров. Но, к сожалению это является недостижимым. Проблема снижения административных (формальных) институциональных барьеров не



может быть решена без всестороннего исследования и мотивации заинтересованных групп. Наличие административных барьеров, в первую очередь, выгодно тем чиновникам, которые осуществляют функции лицензирования, квотирования и контроля за регулируемыми рынками.

Кыргызстан еще на пороге развития активного социального предпринимательства и в обществе только начинает складываться отношение к подобным предприятиям. К пересмотру границ прибыльной и неприбыльной деятельности обязывает само понятие социального предпринимательства, которое предполагает объединение особенностей бизнеса с чертами некоммерческой неприбыльной организации. В то же время мы попытались показать на примерах предприятий Кыргызстана и других стран, что «размывание сложившихся границ» и междисциплинарность понятий не означает игнорирования специфики этого явления и отнесения к социальному предпринимательству любой деятельности по реализации социальных проектов будь то благотворительность или так называемое «межсекторное взаимодействие» государства, бизнеса и некоммерческих организаций. Одной из основных задач было показать не столько широту подходов к трактовке социального предпринимательства, сколько выявить направления, в которых исследования социального предпринимательства могут быть или уже являются наиболее плодотворными, имея в виду экономическую специфику и перспективы Кыргызстана.

#### **Источники:**

1. Alter S.K. Social Enterprise: a typology of the field contextualized in Latin America. W.P. Washington D.C. Aug. 2003 <http://www.iadb.org/sds/doc/228070wc.socialenterprise.pdf>
2. Alter, S. K. Social Enterprise Typology. Virtue Ventures LLC. Nov.27, 2007 (revised vers.).
3. Ashoka: Innovators for the Public “The entrepreneur’s revolution and you”, 2000, Ashoka Web page: [http://www.ashoka.org/fellows/entrepreneurs\\_revolution.cfm](http://www.ashoka.org/fellows/entrepreneurs_revolution.cfm)
4. Ashoka: Innovators for the Public. “What is a social entrepreneur?”, 2000, Ashoka Web page: [http://www.ashoka.org/fellows/social\\_entrepreneur.cfm](http://www.ashoka.org/fellows/social_entrepreneur.cfm)
5. Brinckerhoff, P.C. Social entrepreneurship: The art of mission-based venture development. New York: John Wiley & Sons, 2000.

6. Burt, R. S. Structural holes. Cambridge: Harvard University Press, 1992.
7. Burt, R. S. The contingent value of social capital. *Administrative Science Quarterly*, 1997, 42(2): 339–365.
8. Dees, J.G. The meaning of social entrepreneurship. Center for the Advancement of Social Entrepreneurship, Duke University's Fuqua School of Business, 2001 (revised vers.). [http://www.caseatduke.org/documents/dees\\_sedef.pdf](http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf)
9. Dees, J.G., Emerson, J. & Economy, P. Enterprising nonprofits: A toolkit for social entrepreneurs. New York: John Wiley & Sons, 2001.
10. Dees, J. G., & Elias, J. The challenges of combining social and commercial enterprise. *Business Ethics Quarterly*, 1998, 8(1): 165–178.
11. Drayton, W. The citizen sector: Becoming as entrepreneurial and competitive as business. *California Management Review*, 2002, 44(3): 120–132.
12. Drucker, P.F. *Innovation and Entrepreneurship: Practice and principles*. New York: Harper Business, 1985. В русском издании: Друкер, П.Ф. Рынок: как выйти в лидеры. Практика и принципы. М. Book Chamber International, 1992.
13. Drucker, P.F. What business can learn from nonprofits. *Harvard Business Review*, 1989, Vol.67, No. 4, pp. 88-93.
14. Drucker, P.F. *Managing the non-profit organization: Principles and practices*. New York: Harper Business, 1990.
15. Guclu, A., Dees, J. G., & Anderson, B. B. The process of social entrepreneurship: Creating opportunities worthy of serious pursuit. Center for the Advancement of Social Entrepreneurship: Duke—The Fuqua School of Business, 2002.
16. Martin, R.L., Osberg, S. Social Entrepreneurship: the Case for Definition. *Stanford Social Innovation Review*. Spring, 2007.
17. Osborn, D. A poverty program that works. *The New Republic*, 1989, May 8.
18. Thompson, J., Alvy, G., & Less, A. Social entrepreneurship: A new look at the people and the potential. *Management Decision*, 2000, 38(5): 328–338.
19. Yunus, M. *Banker to the poor: Microlending and the battle against world poverty*. New York: Public Affairs, 1999.