

ЭКОНОМИКА: ИСТОРИЯ, ТЕОРИЯ, ПРАКТИКА

МРНТИ 06.52.17

УДК 334:36

<https://doi.org/10.46914/1562-2959-2021-1-1-9-16>

С.Ж. ИНТЫКБАЕВА,^{1*}

д.э.н., профессор.

*e-mail: saule_54@mail.ru

Г.Ж. ЕСЕНОВА,²

к.э.н., профессор.

e-mail: pavlodarsemey@mail.ru

А.Д. АЛИБАЕВА,³

м.э.н.

e-mail: adina.alibayeva@gmail.com

¹Алматинская Академия экономики и статистики,

Казахстан, г. Алматы

²Университет «Туран-Астана», Казахстан, г. Нур-Султан

³НУХ «Байтерек», Казахстан, г. Нур-Султан

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Аннотация

В предлагаемой статье рассматриваются существующие подходы к трактовке понятия «социальное предпринимательство». Социальное предпринимательство как сфера научного исследования в процессе своего формирования характеризуется недостаточной определенностью теоретических границ, содержания и понятийного аппарата. Необходимость уточнения дефиниции социального предпринимательства позволит определить формат его использования и развития в процессе нарастающих противоречий между социальными и экономическими проблемами в условиях глобальной пандемии Covid-19. Являясь одной из активно развивающихся форм предпринимательской деятельности, сегодня социальное предпринимательство призвано решать проблемы, затрагивающие повышение уровня благосостояния и качества жизни как социально уязвимых групп населения, так и общества в целом. Казахстанский опыт социального предпринимательства – новый тренд развития экономики. В качестве инновационных и используемых инструментов в зарубежной практике социального предпринимательства следует назвать краудфандинг и фандрайзинг. Реалии сегодняшнего кризиса свидетельствуют о том, что адаптация людей социально уязвимой группы в обществе, рост их социальной и экономической активности становятся одной из многих задач, которые призвано реализовать социальное предпринимательство. В этой связи необходимо активное взаимодействие государственных структур, предпринимательского и социального секторов. В статье в качестве методологической основы исследования были использованы общенаучные принципы и методы логического анализа, синтеза, восхождения от абстрактного к конкретному, а также система общеметодологических принципов диалектического познания социальной действительности.

Ключевые слова: пандемия, коронавирус, концепция, социальное предпринимательство, социальный предприниматель, гранты, краудфандинг, фандрайзинг.

Сегодня становится ясным, что пандемия коронавируса отразится на всей глобальной экономике, в том числе и нашей казахстанской, до сих пор мир сталкивался с разными видами кризисов – от природных катаклизмов, экономических, энергетических, финансовых, геополитических до военных, но COVID-19 – это катастрофическое распространение нового заболевания в мировых масштабах. Современная мировая экономика еще не испытывала глобальных шоков от инфекционного заболевания, парализовавшего все страны в длительном периоде времени.

Как долго и сколько будет длиться карантин в той или иной стране, не знает никто и не может дать ответа. Это состояние еще долго будет отражаться на различных секторах экономики: производстве, торговле, сфере услуг, развлечениях, туризме и т.д. В сложившейся ситуации глобальная экономика несет большие убытки и пока невозможно смоделировать все возможные экономические потери. Правительства многих стран направляют значительный объем средств на господдержку борьбы и последствий коронавируса. Германия направила 37% от ВВП 2019 г., далее следуют Италия – 20%, США – 13%, Казахстан – 9%, Китай – 4% и Россия – 2% от ВВП. Для сопоставления цифр, объем господдержки Казахстана составляет примерно 13 млрд долларов США, у Китая 610 млрд долларов США, у России 30 млрд долларов США [1].

Перед государствами стоят задачи: преодолеть пандемию Covid-19, пересмотреть парадигму экономики на будущее, определить все социально-значимые компоненты экосистемы бизнеса, усилить внимание на адресную поддержку социально незащищенных слоев населения, неуклонно растущую безработицу. Поэтому в текущих условиях возникает необходимость в мобилизации всех имеющихся ресурсов, и социальное предпринимательство становится одним из таких источников.

Для казахстанской экономики и общества социальное предпринимательство – относительно новое явление, тренд, использующий потенциал активных граждан и организаций в решении насущных социальных проблем. Главная цель социального предпринимательства состоит в качественном повышении уровня жизни и благосостояния населения в результате решения социальных вопросов. Особенность социального предпринимательства заключается в том, что оно направлено, в первую очередь, на производство продукции и предоставление услуг в интересах социально уязвимых и малоимущих групп граждан либо создает рабочие места для таких членов общества. В силу этого деятельность социально ориентированных предприятий направлена на решение ряда социальных и экономических проблем, которые не способны выполнить ни государственный, ни предпринимательский сектора экономики.

В то же время, как показывает мировой опыт, социальное предпринимательство, являясь одним из эффективных инструментов в решении социальной асимметрии, до сих пор не имеет своего четкого определения. Существующее многообразие определений и трактовок данного понятия обуславливает необходимость уточнения дефиниции социального предпринимательства. Это позволит, по нашему мнению, определить формат его использования и развития, обеспечить адекватную административную, правовую и финансовую поддержку в процессе нарастающих противоречий между социальными и экономическими проблемами.

В настоящее время существует в историческом аспекте большое количество трактовок социального предпринимательства. Термины «социальное предпринимательство» и «социальный предприниматель» впервые стали употребляться в 60-х годах в зарубежной литературе и вошли в широкое употребление в 80-х годах XX века. Исторически сложилось так, что в западных странах в этот период произошел взрывной рост некоммерческих организаций. В результате этого появился новый многомиллиардный сектор экономики, получивший название гражданский (солидарный) или третий сектор, наряду с традиционными государственным и частным секторами. Фундаментальными причинами генезиса социального предпринимательства в западных странах называют всемирную мобилизацию и вызванную ею социальную революцию. Эти процессы были обусловлены ростом благосостояния населения, повышением уровня грамотности, появлением новейших средств и услуг связи, транспорта, финансовых институтов и одновременно ослаблением многих ранее труднопреодолимых пространственных, временных, информационных и языковых барьеров.

Учеными многих стран концепция социального предпринимательства как нового явления и социального предпринимателя, как его проводника дискутировалась и корректировалась на протяжении длительного времени, параллельно с функционированием самой сферы деятельности [2, 3]. Растущее число публикаций в экономической литературе свидетельствует о том, что в процессе своего эволюционирования социальное предпринимательство продолжает оставаться не до конца изученным феноменом общественного развития, что в границах своего теоретического осмысления и содержания вызывает необходимость в новых концептуальных под-

ходах исследования сущности данного явления в силу существующих противоречий, мнений и определений. Все это подтверждает, что проблема дефиниций социального предпринимательства, особенно в кризисных условиях, снижающихся ресурсов и растущих потребностей, в том числе, порожденных пандемией остается актуальной.

В зарубежной литературе классическое определение социального предпринимательства дано Грегори Дизом в статье «The Meaning of «Social Entrepreneurship» (1998 г.), где «социальное предпринимательство – это применение практик традиционного предпринимательства для достижения социальных целей или выполнения социальной миссии» [4].

В опубликованной (2007 г.) статье-манифесте Р. Мартина и С. Осберг «Социальное предпринимательство нуждается в точном определении» сказано о том, что истоки чрезмерной инклюзивности понятия «социальное предпринимательство» заключаются в некоторой расплывчатости самого термина «предпринимательство», тогда как содержание «социальности» не вызывает вопросов. Авторы отметили, что качества, которые необходимы обычному предпринимателю (энергичность, креативность, решительность, смелость принимать вызовы и риски, стрессоустойчивость), характерны и для социального предпринимателя. Различие между ними состоит в самой сути этого ценностного предложения, и для социального предпринимателя оно означает, прежде всего, производство масштабного общественного блага [5]. Позднее группой ученых (2012 г.) также была сделана попытка дать более точное определение этому явлению с учетом того, что социальное предпринимательство, во-первых, не является синонимом социального бизнеса, во-вторых, не уникальная форма социальной ответственности, в-третьих, не сингулярная модель социальных инноваций и, наконец, та сфера, границы которой могут включать в себя элементы частного, государственного и гражданского секторов. По их мнению, социальное предпринимательство выступает как деятельность некоммерческих организаций, эффективно работающих с применением инструментов классического бизнеса [6].

В процессе целенаправленного поиска в своих исследованиях определения социального предпринимательства зарубежные авторы предлагали объединение лучшего опыта решения социальных проблем государством и достижения в области современного бизнеса.

Углубленный обзор разногласий вокруг определения социального предпринимательства позволяет сказать, что оно проделало путь от предположения о возможности применения инструментов и принципов бизнеса к социальной сфере или наделении бизнеса социальными чертами к реальной возможности взаимодействия этих составляющих. В своих исследованиях ряд авторов пришли к заключению, что социальное предпринимательство следует рассматривать в качестве феномена, который способен осуществить необходимые социальные изменения, смягчающие недостатки рынка; как инновационный способ управления ресурсами для реализации возможностей по созданию организаций или проектов, которые имеют социально значимые цели и направлены на решение социально значимых проблем; социальное предпринимательство, как процесс, образ действий, метод решения социальных проблем, способный вызвать реальные изменения для конкретных социальных групп населения, предполагает симбиоз интересов населения, государства и бизнеса [7, 8].

Наши исследования в этом направлении позволяют утверждать, что в научном сообществе единого определения, которое раскрывало бы смысл содержания понятий «социальное предпринимательство», «социальный предприниматель» и удовлетворило бы всех авторов, пока не сложилось, но всеми признаются два основных критерия: предпринимательство и социальная цель. В то же время функционирование данного процесса обусловило постановку другой ключевой проблемы, которая связана с поиском конкретных источников его финансирования.

Сегодня социальное предпринимательство получило масштабное развитие в мировой практике, а социальные предприниматели становятся полновесными субъектами экономики и бизнеса. В Великобритании и Франции на долю быстрорастущего гражданского (солидарного) сектора, приходится до 10% ВВП.

В Казахстане социальное предпринимательство уже успело себя зарекомендовать как перспективное направление с большим социальным, экономическим и духовным потенциалом. Если в 2016 г., по данным профильной ассоциации, в республике насчитывалось около

120 социальных предпринимателей в различных регионах страны: Алматы, Астана, Шымкент, Костанай, ВКО и др., то к началу 2020 г. в стране зарегистрировано 250 социальных предпринимателей, осуществляющих социальные проекты в сфере образования, общепита, туризма и экологии [9].

Так, Фонд развития социальных проектов «Samruk-KazynaTrust» предпринимает усилия по внедрению новых форм социального бизнеса в среде некоммерческих организаций. При поддержке этого фонда стартовал проект «ӘРЕКЕТ», который реализуется в Акмолинской, Атырауской, Актюбинской, Западно-Казахстанской, Кызылординской, Мангистауской, Павлодарской, Туркестанской областях и городе Шымкент с целью развития и поддержки социального предпринимательства в этих регионах. Этот проект предусматривает обучение основам бизнеса и его планирования, маркетинга, финансовой деятельности с целью реализации социально значимых стартапов с участием многодетных, одиноких матерей, инвалидов и других лиц социально уязвимых групп.

Социальные предприниматели становятся активной частью общества и бизнеса, открывают и развивают новые бизнес-проекты, создают рабочие места и решают на местах социальные проблемы. На практике чаще всего это обусловлено устранением противоречий между существующей реальностью и декларируемыми социальными условиями, в числе которых социальное обслуживание инвалидов, одиноких и престарелых граждан, многодетных семей, обеспечение жильем и занятостью выпускников детдомов, оказание материальной и финансовой помощи, социальной реабилитации граждан, оказавшихся в критической ситуации, к примеру, пандемия коронавируса, в силу недостаточности финансовых ресурсов.

Казахстанская практика социального предпринимательства реализуется в традиционной форме некоммерческих организаций (НКО), источниками финансирования которых выступают государство или иностранные гранты. Как правило, полученные гранты и госзаказы носят одноразовый характер проводимых акций. Сложившаяся картина свидетельствует о том, что долгое время многие некоммерческие организации работали от госзаказа к госзаказу. В действительности, деятельность некоторых социальных предпринимателей часто сводится к поиску не инвесторов, а грантодателей, это характерно для неправительственных или благотворительных организаций.

Несмотря на то что социальное предпринимательство имеет схожие черты с социальными проектами неправительственных организаций в источниках финансирования (гранты или государственный социальный заказ), в то же время между ними существуют и различия, которые обусловлены долгосрочностью, временным лагом исполнения общественно значимых мероприятий и заданий. Кроме того, как свидетельствует практика многих стран, НКО, используя методы традиционного бизнеса в процессе функционирования, предполагают возможность получения прибыли от собственной деятельности. Наличие полученных доходов, помимо прочих источников финансирования дает возможность НКО реализовать свою миссию в удовлетворении потребностей как социально незащищенных групп населения, так и самих социальных предприятий.

Социальное предпринимательство, имея долгосрочный характер, носит характер системной коммерциализации социальных проектов. Следует отметить, что получение прибыли не является основной целью функционирования этих предприятий, часть доходов может пополняться за счет грантов, пожертвований и других видов финансовой поддержки. В частности, в качестве активно используемых инструментов в зарубежной практике социального предпринимательства следует назвать краундфандинг и фандрайзинг. Краундфандинг как способ коллективного финансирования, основанный на добровольном участии в проекте (чаще в электронном формате), на сегодняшний день имеет место быть в казахстанской практике социального предпринимательства. Тогда, как фандрайзинг полностью отсутствует в широком понимании нашего гражданского общества и социального бизнеса.

Фандрайзинг как инновационный инструмент представляет поиск источников финансирования на постоянной основе, необходимых для функционирования деятельности НКО. Он предусматривает реализацию неприбыльных программ и проектов социальной ориентации,

значимых для общества. Фандрайзинг, имеющий безвозмездный характер, связан с поиском и привлечением внешних ресурсов для финансирования конкретного проекта, на который у НКО не хватает внутренних ресурсов. Его особенность состоит в том, что он носит постоянный характер коллаборации с уже найденными спонсорами (донорами) и имеет свой терминологический аппарат, позволяющий собрать недостающие средства. Сюда включаются благотворительность, меценатство, спонсорство, донорство, гранты. К сожалению, в Казахстане фандрайзинг еще не получил должного развития, но грамотно выстроенная стратегия его применения будет способствовать активному решению проблемы финансовой поддержки в сфере работы некоммерческих организаций.

По мере своего функционирования сектор неправительственных организаций начинает все больше понимать, что финансовая зависимость от государственных социальных заказов становится барьером для дальнейшего роста, поэтому необходимым выходом является развитие социального предпринимательства. При этом очень важно учитывать, что в перспективе для данного сектора предпринимательства наряду с социально ответственной мотивацией приоритетными шагами становятся профессионализация социальных предпринимателей, адекватное финансирование, системное видение стратегической важности этого процесса, адаптация лучших зарубежных практик в казахстанский опыт формирования солидарного сектора экономики.

Существующее восприятие природы социального предпринимательства со стороны государства и бизнеса, отсутствие законодательной базы, механизма и инфраструктуры поддержки солидарного сектора, структурной организации, координирующей социальное предпринимательство на республиканском уровне, обуславливают наличие большого круга проблем в этой сфере. По мнению ряда экспертов, «существует большое количество преград для развития социального предпринимательства: низкая доступность финансовых средств, неосведомленность общества о такого рода социальных проектах, несовершенство законодательства, низкие навыки социального предпринимателя в вопросах организации бизнес-процессов и менеджмента. Также нерешенной остается проблема бизнес-образования социальных предпринимателей» [10].

Рассматривая социальное предпринимательство как новый вектор социально-экономического развития, как производственную и социальную деятельность, государство может оказать свое воздействие в решении ряда проблем. Важность развития этой сферы малого и среднего бизнеса, трудоустройство и поддержка граждан с ограниченными возможностями и социально уязвимых групп уже находит понимание со стороны правительственных органов. В настоящее время по заданию Президента страны К-Ж. Токаева разрабатывается принятие закона, регулирующего деятельность социального предпринимательства и определяющего эффективные механизмы поддержки со стороны государства. Адекватная законодательная база с предоставлением особого статуса социальным предприятиям и вытекающими отсюда различными налогово-кредитными преференциями, необходимостью повышения профессиональных компетенций самих социальных предпринимателей в овладении бизнес – знаниями и технологиями позволит поднять на новый уровень развитие данного сегмента предпринимательства.

Современное общество не до конца понимает как терминологию, так и саму идею социального предпринимательства. Главная черта деятельности солидарного сектора проявляется в том, что в конечном счете ее результатом становятся не только какие-либо социальные преобразования, но и предпринимательская деятельность, ориентированная на создание этих социальных ценностей с возможностью получения прибыли (доходов). Социальное предпринимательство не ограничивается решением проблем выпускников детских домов, людей с особыми потребностями, других слабо защищенных категорий граждан, особенно в этот критический период локдауна. Спектр интересов и возможностей социального предпринимательства охватывает самые разнообразные сферы жизнедеятельности общества, начиная с образования и заканчивая экологией. Поэтому деятельность НКО требует релевантной поддержки со стороны государственных и предпринимательских структур, равно как и понимания со стороны гражданского общества в поддержке социального предпринимательства.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Экономика коронавируса: как страны мира спасаются от кризиса в условиях пандемии [Электронный ресурс]: URL: <https://www.unian.net/economics/finance/10919504-ekonomika-koronavirusa-kak-strany-mira-spasayutsya-v-usloviyah-pandemii.html> (Дата обращения: 20. 10.2020).
- 2 Bill Drayton: Empathy-Based Ethics: A Strategic Essential. Forbes India (17 мая 2012). (Дата обращения: 26 июня).
- 3 Georgia Levenson Keohane. Social Entrepreneurship for the 21st Century: Innovation across the Nonprofit, Private, and Public Sectors. – McGraw Hill Professional, 2013. – С. 97. – 263 с. – ISBN 0071801677, 978007180.
- 4 J.Gregory Dees. The Meaning of Social Entrepreneurship. CASE at Duke (31 октября 1998).
- 5 Роджер Л. Мартин, Салли Осберг. Социальное предпринимательство нуждается в точном определении (русский перевод) Social entrepreneurship: The case for definition. НКО «Эволюция и Филантропия», 2014. (Дата обращения: 30 ноября 2020 г.).
- 6 Social Entrepreneurship and Social Business. An Introduction and Discussion with Case Studies. – Wiesbaden: Springer Gabler, 2012. – 227 с. – ISBN 978-3-8349-7093-0.
- 7 Баринаова В. Зарубежный опыт развития социального предпринимательства и возможность его применения в России / В. Баринаова – М.: Изд-во Ин-та Гайдара, 2018. – с.100: ил. – (Научные труды / Ин-т экономической политики им. Е.Т. Гайдара; No 174P). – ISBN 978-5-93255-532-3.
- 8 Жохова В.В. Социальное предпринимательство: концепция, сущность и значение // Современная конкуренция. – 2015. – Т. 9. – № 4(52). – С. 77–99.
- 9 Проблемы социального предпринимательства должны более широко освещаться в СМИ. Vteme.kz. [Электронный ресурс]. – URL: http://vteme.kz/news/problemy_socialnogo_predprinimatelstva_dolzny_bolee_shiroko_osveshatsja_v_smi/2017-09-19-217 (дата обращения: 15.07.2020).
- 10 Притворова Т.П., Гелашвили Н.Н., Жуманова Б.К. Социальное предпринимательство в Республике Казахстан: проблемы и перспективы развития // Креативная экономика. – 2019. – Том 13. – № 2. – С. 231–238. – doi: 10.18334/ce.13.2.39919.

SPISOK LITERATURY

- 1 Jekonomika koronavirusa: kak strany mira spasajutsja ot krizisa v usloviyah pandemii [The economy of the coronavirus: how the countries of the world are saving themselves from the crisis in a pandemic]. [Jelektronnyj resurs]: <https://www.unian.net/economics/finance/10919504-ekonomika-koronavirusa-kak-strany-mira-spasayutsya-v-usloviyah-pandemii.html>. (Data obrashhenija: 20.10.2020).
- 2 Drayton B. (2012) Empathy-Based Ethics: A Strategic Essential. Forbes India. (Data obrashhenija: 26 ijunja).
- 3 Keohane G.L. (2013) Social Entrepreneurship for the 21st Century: Innovation across the Nonprofit, Private, and Public Sectors. McGraw Hill Professional, pp. 97-263 – ISBN 0071801677, 978007180.
- 4 J.Gregory Dees (1998) The Meaning of Social Entrepreneurship. CASE at Duke, 5 p.
- 5 Rodzher L. Martin, Osberg S. (2014) Social entrepreneurship: The case for definition. NKO «Jevoljucija i Filantropija», 19 p. (Data obrashhenija: 30 nojabrja 2020 g.).
- 6 Springer Gabler (2012) Social Entrepreneurship and Social Business. An Introduction and Discussion with Case Studies. Wiesbaden: Springer Gabler – 227 p. – ISBN 978-3-8349-7093-0.
- 7 Barinova V. (2018) Zarubezhnyj opyt razvitija social'nogo predprinimatel'stva i vozmozhnost' ego primeneniya v Rossii [Foreign experience in the development of social entrepreneurship and the possibility of its application in Russia]. Izd-vo In-ta Gajdara, 100 p. il. – (Nauchnye trudy / In-t jekonomicheskoy politiki im. E.T. Gajdara; No 174P). – ISBN 978-5-93255-532-3.
- 8 Zhohova V.V. (2015) Social'noe predprinimatel'stvo: koncepcija, sushhnost' i znachenie [Social entrepreneurship: concept, essence and meaning]. Sovremennaja konkurencija – T. 9. – № 4(52), pp. 77–99.
- 9 Problemy social'nogo predprinimatel'stva dolzhny bolee shiroko osveshat'sja v SMI [The problems of social entrepreneurship should be more widely covered in the media.]. Vteme.kz. [Jelektronnyj resurs]. http://vteme.kz/news/problemy_socialnogo_predprinimatelstva_dolzny_bolee_shiroko_osveshatsja_v_smi/2017-09-19-217. (Data obrashhenija: 15.07.2020).
- 10 Pritvorova T.P., Gelashvili N.N., Zhumanova B.K. (2019) Social'noe predprinimatel'stvo v Respublike Kazahstan: problemy i perspektivy razvitija [Social entrepreneurship in the Republic of Kazakhstan: problems and development prospects]. Kreativnaja jekonomika, Tom 13. – № 2. – pp. 231–238. – doi: 10.18334/ce.13.2.39919.

С.Ж. ИНТЫКБАЕВА,^{1*}

э.ғ.д., профессор.

*e-mail: saule_54@mail.ru

Г.Ж. ЕСЕНОВА,²

э.ғ.к., профессор.

e-mail: pavlodarsemey@mail.ru

А.Д. АЛИБАЕВА,³

э.ғ.м.

e-mail: adina.alibayeva@gmail.com

¹Алматы экономика және статистика академиясы,

Қазақстан, Алматы қ.

²«Тұран-Астана» университеті,

Қазақстан, Нұр-Сұлтан қ.

³«Бәйтерек» ҰБХ, Қазақстан, Нұр-Сұлтан қ.

ӘЛЕУМЕТТІК КӘСІПКЕРЛІК: ТЕОРИЯ ЖӘНЕ ПРАКТИКА

Аңдатпа

Берілген мақалада «әлеуметтік кәсіпкерлік» түсінігін түсіндіруде қолданыстағы тәсілдер қарастырылады. Ғылыми зерттеу саласы ретінде әлеуметтік кәсіпкерлік өзінің қалыптасу үдерісінде теориялық шегінің, мазмұны мен түсініктемелік аппаратының жеткіліксіз анықталуымен сипатталады. Әлеуметтік кәсіпкерліктің анықтамасын нақтылау қажеттілігі оны әлеуметтік және экономикалық мәселелер арасындағы қарама-қайшылықтардың артуы үдерісінде, сондай-ақ әлемнің барлық елдерін қамтыған жаһандық Covid-19 пандемиясы жағдайында қолдану мен дамыту тұрпатын анықтауға мүмкіндік береді. Кәсіпкерлік қызметтің белсенді дамып келе жатқан нысандарының бірі ретінде, әлеуметтік кәсіпкерлік қазіргі кезде халықтың әлеуметтік жағдайы нашар топтарының, сонымен қатар жалпы қоғамның да әл-ауқаты деңгейі мен өмір сүру сапасын арттыруға ықпал ететін мәселелерді шешуге арналған. Әлеуметтік кәсіпкерліктің қазақстандық тәжірибесі – экономиканы дамытудың жаңа бағыты. Әлеуметтік кәсіпкерліктің шетелдік тәжірибесінде инновациялық және қолданылатын құралдар ретінде краудфандинг және фандрайзинг деп атауға болады. Қазіргі дағдарыс шындығы қоғамдағы әлеуметтік жағдайы нашар тобындағы адамдардың бейімделуі, олардың әлеуметтік-экономикалық белсенділігінің өсуі әлеуметтік кәсіпкерлікті жүзеге асыруға бағытталған көптеген міндеттердің бірі екендігін көрсетті. Осымен байланысты мемлекеттік құрылымдардың, кәсіпкерлік пен әлеуметтік секторлардың белсенді өзара әрекеттестігі қажет. Мақалада зерттеудің әдістемелік негізі ретінде жалпы ғылыми қағидаттар мен логикалық талдау, синтез, абстрактыдан нақтылыққа жету әдістері, сонымен қатар әлеуметтік шындықтың диалектикалық танымының жалпы әдістемелік қағидаттар жүйесі қолданылды.

Тірек сөздер: пандемия, коронавирус, тұжырымдама, әлеуметтік кәсіпкерлік, әлеуметтік кәсіпкер, гранттар, краудфандинг, фандрайзинг.

S.ZH. INTYKBAYEVA,^{1*}

d.e.s., professor.

*e-mail: saule_54@mail.ru

G.ZH. YESSENOVA,²

c.e.s., professor.

e-mail: pavlodarsemey@mail.ru

A.D. ALIBAYEVA,³

Master of economic sciences.

e-mail: adina.alibayeva@gmail.com

¹Almaty Academy of Economics and Statistics,

Kazakhstan, Almaty

²Turan-Astana University, Kazakhstan, Nur-Sultan

³National Managing Holding Baiterek,

Kazakhstan, Nur-Sultan

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP: THEORY AND PRACTICE

Abstract

This article examines the existing approaches to the interpretation of the concept of "social entrepreneurship". Social entrepreneurship, as a field of scientific research, in the process of its formation is characterized by an

insufficient definition of theoretical boundaries, content and conceptual apparatus. The need to clarify the definition of social entrepreneurship will determine the format of its use and development in the process of growing contradictions between social and economic problems and, in the context of the global Covid-19 pandemic that has embraced all countries of the world. Being one of the actively developing forms of entrepreneurial activity, today social entrepreneurship is designed to solve problems affecting the improvement of the level of well-being and quality of life of both socially vulnerable groups of the population and society as a whole. Kazakhstan's experience of social entrepreneurship is a new trend in the development of the economy. Crowdfunding and fundraising should be mentioned as innovative and used tools in the foreign practice of social entrepreneurship. The realities of the current crisis indicate that the adaptation of people of a socially vulnerable group in society, the growth of their social and economic activity are becoming one of the many tasks that social entrepreneurship is designed to implement. In this regard, it is necessary to actively cooperate with state structures, the business and social sectors. The article uses general scientific principles and methods of logical analysis, synthesis, ascent from the abstract to the concrete, as well as a system of general methodological principles of dialectical cognition of social reality as the methodological basis of the research.

Key words: pandemic, coronavirus, concept, social entrepreneurship, social entrepreneur, grants, crowdfunding, fundraising.