

2. Digital Transformation: Survive and Thrive in an Era of Mass Extinction, Tom Siebel
3. Digitalization, Collective of Authors
4. Driving Digital: The Leader's Guide to Business Transformation Through Technology, Isaac Sacolick
5. The New IT: How Technology Leaders are Enabling Business Strategy in the Digital Age, Jill Dychй
6. See Sooner, Act Faster: How Vigilant Leaders Thrive in an Era of Digital Turbulence (Management on the Cutting Edge), George Day and Paul Schoemaker
7. The Economics of Data, Analytics, and Digital Transformation, Bill Schmarzo

Әлеуметтік кәсіпкерлік бизнес-қызметті ұйымдастырудың инновациялық нысаны ретінде

Ж.М.Жартай, Г.М.Кожабатчина

Экономика және халықаралық бизнес кафедрасының ассоц. профессоры, PhD
Экономика мамандығы бойынша I-ші оқу жылының докторанты
zhanibek862010@mail.ru, kozhabatchina@mail.ru

Е.А.Бөкетов атындағы Қарағанды университеті, Қарағанды қ.

Аннотация: 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. 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.

Кілт сөздер: әлеуметтік кәсіпкерлік, әлеуметтік инновациялар, әлеуметтік әсер, кәсіпкерлік тәсіл

Әлеуметтік кәсіпкерлік құбылысы практиктердің де, теоретиктердің де назарын көбірек аударады. Бизнес-тәсілдерді қолдана отырып, әлеуметтік мәселелерді шешетін фирмалар санының артуы мұндай ұйымдарға зерттеу жүргізу және олардың құрылуы мен жұмыс істеу ерекшеліктерін түсіндіру қажеттілігін анықтайды.

Әлеуметтік кәсіпкерліктің ерекшелігі, ол ең алдымен негізгі миссияға, белгілі бір әлеуметтік мәселені шешуге байланысты ұйымның мақсатына қол жеткізуге бағытталған, ал қаржылық тұрақтылықты құру осы мақсатқа жетудің қажетті тәсілі болып табылады. Қайырымдылық, қайырымдылық жұмыстарынан айырмашылығы, әлеуметтік кәсіпкерлер қаржылық тұрақтылыққа ұмтылады және оларға әлеуметтік және экономикалық құндылықты құрудың қос мақсатына жетуге көмектесетін бизнес модельдерін жасауға тырысады. Әлеуметтік кәсіпкерліктің инновациясы ең алдымен жаңа тәсілдерді іздеумен, әлеуметтік мәселелерді шешу үшін инновациялық бизнес-модельдер құрумен анықталады.

Әлеуметтік кәсіпкерлер басқа экономикалық агенттер жиі орындай алмайтын бірқатар әлеуметтік-экономикалық міндеттерді шеше алады. Біріншіден, әлеуметтік кәсіпкерлік "билетсіз" әсерінің туындауына байланысты тауар үшін ақы төлегісі келмейтін азаматтарды қоғамдық игілікке ақы төлеуге итермелейді. Екіншіден, әлеуметтік кәсіпкерлер тауар үшін төлеуге дайын, бірақ оны жасай алмайтындарға тауар ұсынудың жолдарын табады (мысалы, инновациялық бизнес модельдерін әзірлеу арқылы көптеген компаниялар вакциналарды немесе санитарлық өнімдерді осы топтарға қол жетімді бағамен ұсынады). Атап

өтілгендей, "әлеуметтік кәсіпкерлік — бұл жоғары оң әсерлері бар назардан тыс қалған проблемалардың тұрақты шешімдерін іске асырумен байланысты қызмет".

Шынында да, әлеуметтік кәсіпкерліктің мақсаты белгілі бір қоғамдастықтың белгілі бір әлеуметтік мәселесін шешумен байланысты, ол мемлекет пен нарықтың істен шығуына байланысты шешілмейді. Алайда, әлеуметтік кәсіпкерлікті әлеуметтік бағдарланған қызметтің басқа түрлерінен ажырату қажет. Сонымен, ресурстарды қайта бөлуге негізделген қайырымдылық пен қайырымдылықтан айырмашылығы, әлеуметтік кәсіпкерлік тауарларды және/немесе қызметтерді ұсынумен байланысты экономикалық қызмет болып табылады. Егер біз корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік пен әлеуметтік кәсіпкерліктің арақатынасы туралы айтатын болсақ, онда ұйымның мақсаттары осы қызмет түрлерінің маңызды айырмашылығы болып табылады. Әлеуметтік кәсіпкерлікте олар әлеуметтік мәселені шешуге байланысты, ал коммерциялық компанияларда олардың қызметін үш көрсеткіш бойынша — қаржылық, әлеуметтік және экологиялық есеп беруге байланыстыруға тырысқанына қарамастан, бастапқыда қаржылық пайда табуға дейін азаяды. Сонымен бірге, әлеуметтік кәсіпкерлік бизнесті өзімен алмастырмайды, бірақ корпоративтік әлеуметтік жауапкершіліктің сәтсіздіктері мүмкін болған жағдайда оны толықтырады.

Жалпы, әлеуметтік кәсіпкерлік күрделі әлеуметтік-экономикалық құбылыс болып табылады, өйткені ол адам өмірінің әртүрлі салаларының: экономикалық, институционалдық, әлеуметтік қиылысында пайда болатын қатынастар мен байланыстарды көрсетеді. Осыған байланысты, біздің ойымызша, әлеуметтік кәсіпкерліктің категориялық мәнін қоғамдағы әлеуметтік шиеленісті азайту және жеке және қоғамдық әл-ауқатты арттыру мақсатында кәсіпкерлік қызметтің әдістері мен құралдары арқылы әлеуметтік мәселені шешуге қатысты экономиканың шаруашылық жүргізуші субъектілері арасында туындайтын экономикалық, әлеуметтік және институционалдық қатынастардың жиынтығы ретінде анықтаған жөн.

Әлеуметтік кәсіпкерлік күрделі әлеуметтік-экономикалық категория ретінде, бір жағынан, өндіргіш күштердің даму деңгейін көрсетеді, екінші жағынан, экономикалық қатынастар жүйесімен, адамдар арасындағы қатынастармен, әлеуметтік-саяси даму тенденцияларымен, көптеген әлеуметтік-мәдени факторлармен сипатталады. Өндіргіш күштер мен өндірістік қатынастардың өзара әрекеттесуінде адам әлеуетінің жаңа сапасы қалыптасады, әлеуметтік-экономикалық қатынастардың барлық спектрі өзгереді, көптеген әлеуметтік мәселелерді бірінші кезекте бизнестің өзі шешеді.

Әлеуметтік кәсіпкерліктің объектісі қоғамның әлеуметтік саласында бар нақты проблема болып табылады. Әлеуметтік кәсіпкерлік субъектісіне дуализм тән, бұл бір жағынан кәсіпкердің өзі, екінші жағынан - бұл барлық қатысушы тараптар, олар үшін қажеттіліктерді қанағаттандыру және белгілі бір мәселелерді шешу әлеуметтік кәсіпкерліктің нәтижесі болып табылады.

Әлеуметтік кәсіпкерліктің ерекшелігін және оның категориялық сәйкестендірілуін анықтайтын сипаттамалық белгілер [1]:

- әлеуметтік әсер, оның негізгі мәні бар әлеуметтік мәселелерді жеңілдетуге, он әлеуметтік нәтижелерді арттыруға бағытталған;

- инновация, яғни әлеуметтік тәжірибеде басқа, стандартты емес тәсілдерді қолдану, яғни әлеуметтік инновациялар;

- өзін-өзі қамтамасыз ету және қаржылық тұрақтылық - бұл әлеуметтік кәсіпорынның әлеуметтік мәселелерді қажет болған жағдайда және өз қызметінен алынған кірістер есебінен шешу қабілеті;

- ауқымдылығы мен таралымы – әлеуметтік әсерді ұлғайту мақсатында әлеуметтік кәсіпорын қызметінің ауқымын (ұлттық және халықаралық деңгейде) ұлғайту және тәжірибені (модельді) тарату;

- экономикалық және әлеуметтік нәтижелерді ескере отырып, өз қызметінде жоспарлау, талдау, мониторинг, өз қызметін тұрақты бақылау функцияларын пайдалануды көздейтін кәсіпкерлік тәсіл.

Әлеуметтік кәсіпкерлікті қалыптастырудың, дамытудың және ұдайы молайтудың маңызды парадигмаларына мыналар жатады.

Біріншіден, оның жұмыс істеуінің стратегиялық мақсаты - әлеуметтік қажеттілікті қанағаттандыру немесе әлеуметтік мәселені шешу.

Екіншіден, әлеуметтік кәсіпкерліктің қызметі қаржылық тұрақтылықпен сипатталады. Бұл кірістің негізгі бөлігі тауарларды немесе қызметтерді сату арқылы, яғни кәсіпкерлік қызметті жүзеге асыру арқылы, шаруашылық жүргізуші субъектілер тарапынан қосымша субсидиялар емес, сатып алынатындығын білдіреді.

Үшіншіден, әлеуметтік кәсіпкерліктің негізі инновация болып табылады: сапалы жаңа өнім (қызмет) немесе оны ұсынудың сапалы жаңа моделі ұсынылады [2].

Жоғарыда айтылғандарды қорытындылай келе, әлеуметтік кәсіпорындардың артықшылығы олардың ұтқырлығы болып табылады, бұл әлеуметтік осал топтардың өзгертін қажеттіліктеріне икемді жауап беру қабілеті, жаңа нақты және жиі стандартты емес осалдық аймақтарының пайда болуы деп түсінуге болады. Олардың белсенділігі көбінесе мемлекеттік органдардың назарынан тыс қалатын халықтың топтарына, сондай-ақ мемлекет көрсетпейтін қызметтер мен көмек түрлеріне таралады.

Әлеуметтік бағдарланған кәсіпкерлік қызметтің нәтижесі - әлеуметтік инновация, яғни әлеуметтік мәселені шешудің жаңа тәсілі. Әлеуметтік инновацияның маңыздылығы - оның құндылығы-қызмет алушының әлеуметтік қажеттіліктерін Жаңа, өзіне ыңғайлы тәсілмен қанағаттандыру қабілетімен анықталады [3].

Қазіргі уақытта әлеуметтік кәсіпкерлік әлеуметтік инновацияның бір түрі ретінде даму сатысында, өйткені оның қалыптасуына қажетті жағдайлар жоқ. Ауқымды мемлекеттік және қоғамдық қолдау әлі жоқ. Бүгінгі таңда әлеуметтік кәсіпкерліктің қалыптасу жағдайы ұзақ уақыт бойы КСРО-да әлеуметтік сала мемлекет тарапынан толығымен монополияланғандығымен және кейбір мемлекеттік функцияларды беру жөніндегі жеке әлеуметтік бастама туралы сөз бола алмайтындығымен түсіндіріледі.

Бүгінгі таңда талқыланатын мәселелердің бірі -әлеуметтік кәсіпкерліктің Қазақстандағы әлеуметтік және экономикалық өмірдің тәуелсіз құбылысы ретіндегі мәртебесі, оның коммерциялық емес ұйымдардың қызметінен, қайырымдылықтан, бизнестің әлеуметтік жауапты мінез-құлқынан және дәстүрлі кәсіпкерліктен айырмашылығы. Әлеуметтік кәсіпкерлік мәдени және әлеуметтік-экономикалық жағдайларға, мақсаттар мен міндеттерге байланысты әр түрлі формада болуы мүмкін.

Қазақстандағы әлеуметтік кәсіпкерліктің басты кемшілігі оның қоғамдық экономикалық қатынастар жүйесінде институттандырылмағандығы, сонымен қатар бұл бағыттың жағдайы бизнес құрылымдарда да анықталмағандығы болып табылады. Сондай-ақ, әлеуметтік кәсіпкерлік заңнамамен бекітілмеген.

Әлеуметтік кәсіпкерлікті теориялық талдау әлеуметтік кәсіпкерлік мемлекеттік міндеттерді шешетін шағын бизнестің жеке қабаты сияқты көрінеді деген қорытынды жасауға мүмкіндік береді. Әлеуметтік кәсіпкерліктің мәнін мұндай тар түсіну оның кәсіпкерлік ортада жаппай таралуы үшін бірқатар қиындықтарды тудырады, атап айтқанда:

- "әлеуметтік кәсіпкерлік" құбылысын түсіндірудің көптігі және нақты бекітілген заңнамалық анықтаманың болмауы әлеуметтік кәсіпкерлердің қызметін заңнамалық, салықтық реттеудің қиындығын тудырады;

- әлеуметтік кәсіпкерліктің заңнамалық белгіленген шекараларының болмауы әлеуметтік кәсіпкерлердің өзіндік бірегейлігі проблемасы туындайды;

- нақты мемлекеттік саясаттың және әлеуметтік кәсіпкерлікті мемлекеттік қолдаудың болмауы кәсіпкерлік бастамаларды қаржыландыру дағдарысына және әлеуметтік кәсіпорындардың инвестициялық ашаршылығына алып келеді.

Талдау нәтижелері қазақстандық әлеуметтік кәсіпкерліктің енді ғана дами бастағанын көрсетті. Алайда, осыған қарамастан, көптеген сарапшылар оның дамуына қатысты оң болжамдар жасайды және әлеуметтік кәсіпкерлік туралы заңның қабылдануы тек уақыт мәселесі екенін атап өтеді. Сарапшылардың пікірінше, отандық экономикадағы оң өзгерістер

тіркеліп, әлеуметтік кәсіпкерлік жаппай қозғалысқа, оң өзгерістердің күшіне айналуы мүмкін және бұл үшін бірқатар алғышарттар бар:

- қайырымдылық қызметінің тарихи мұрасы;
- коммерциялық емес сектордың қызметін кеңейту және бизнестің әлеуметтік жауапкершілігі практикасын тарату;
- азаматтардың шығармашылық (өнертапқыштық) әлеуеті;
- бизнес-ортаның шетелдік тәжірибені қабылдауға және оны отандық әлеуметтік-экономикалық шындықтың ерекшеліктерін ескере отырып белсенді түрде енгізуге бейімділігі. Экономикалық ресурстар мен адам әлеуетін сәтті біріктіре отырып, әлеуметтік кәсіпкерлік тәжірибесін тарату мүмкін болады:
- мемлекеттік функциялардың бір бөлігін кәсіпкерлік субъектілері мен жергілікті қоғамдастықтар арасында бөлу арқылы көптеген әлеуметтік мәселелер мен қайшылықтарды шешу;
- кәсіпкерлік қызметке халықтың кең топтарын тарту, нәтижесінде қоғамның жаңа әлеуметтік-экономикалық құрылымын құруға мүмкіндік береді;
- әлеуметтік-бағдарланған экономика құру;
- экономикалық өсу қарқынын арттыру [3].

Жоғарыда айтылғандардың барлығы әлеуметтік кәсіпкерліктің үлкен артықшылықтарын, оның экономикалық өсудің драйвері болу мүмкіндігін көрсетеді. Сонымен қатар, әлеуметтік кәсіпкерлік көптеген мәселелерінің болуына байланысты экономика үшін өте маңызды екенін атап өткен жөн: қоғам дифференциациясының, әлеуметтік шиеленістің, экологиялық мәселелердің және т. б. үнемі өсуі. Осы мәселелерді шешуде қалыптасқан мемлекеттік бағдарланған тәсіл жеткілікті тиімді емес, өйткені ол тек нормативтік реттеу және қаржыландыру мәселелеріне қатысты, ал атаулы және мақсатты тәсіл қажет.

Әдебиеттер тізімі

1. Сафаров С. М. Основы социального предпринимательства: учебное пособие. Иваново: Издательство «Роша», 2021. — 212 с.
2. Проблемы социального предпринимательства должны более широко освещаться в СМИ. Vteme. kz. [Электронный ресурс]. - URL: http://vteme.kz/news/problemu_socialnogo_predprinimatelstva_dolzno_bolee_shiroko_osveshatsja_v_smi/2017-09-19-217 (дата обращения: 15.07.2020).
3. 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.
4. Жохова В.В. Социальное предпринимательство: концепция, сущность и значение // Современная конкуренция. - 2015. - Т. 9. - № 4(52). - С. 77-99.

Трансформация маркетинговой деятельности в условиях цифровой экономики

П.А. Казаков¹, А.Ж. Жарасбаева²

¹студент 3-го года обучения по специальности “Инженерия программного обеспечения”

²м.э.н., старший преподаватель кафедры экономики и международного бизнеса

pashakazakov01@gmail.com, jar-aika84@mail.ru

¹Одесский университет интеллектуальных технологий и связи

²Карагандинский университет имени академика Е.А. Букетова, г.Караганда

Аннотация: описание ключевых изменений маркетинга с появлением цифровой экономики