

Липовка Анастасия Владимировна, докторант PhD
 УО «Алматы Менеджмент Университет»
 Алматы, Республика Казахстан

ГЕНДЕРНЫЙ АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Социальное предпринимательство как научный термин известно с 1980-х годов XX века. Реалии XI века обусловили дальнейшую популяризацию данного вида предпринимательской деятельности и повышенный интерес к проведению исследований в области социального предпринимательства во всем мире. Среди упомянутых реалий следует особо отметить: ухудшение экологической ситуации, включая кризис водных ресурсов, климатические изменения в связи с усиливающимся воздействием человечества, крупномасштабная вынужденная миграция населения, чрезвычайная социальная нестабильность, рост диспропорции между доходом и благосостоянием богатых и бедных в развитых странах, высокая структурная безработица и неполная занятость, повышение уровня хронических заболеваний.

В современном мире социальное предпринимательство выполняет ряд функций, способствующих снижению масштабов вышеперечисленных тенденций. Играя важную роль в обществе, социальное предпринимательство способно быть ключом к решению «двусторонних проблем», то есть выступать в качестве амортизатора одновременно в двух направлениях. Так, решая проблему снижения уровня хронических заболеваний путем создания предприятия по их профилактике и пропаганде здорового образа жизни, социальный предприниматель одновременно решает и проблему безработицы, принимая на работу людей для осуществления социальной миссии.

Наиболее распространенное определение исследуемого понятия гласит: социальное предпринимательство – деятельность, направленная на решение или смягчение социальных проблем общества на условиях самоокупаемости, инновационности и устойчивости. Главной целью социального предприятия является выполнение социальной миссии – вклада в улучшение социальной ситуации. [1]

Основные атрибуты социального предпринимательства:

- фокус на решении социальных проблем;
- новые подходы к ответу на вызовы общества;
- самоокупаемость;
- смелость и предприимчивость в условиях ограниченности ресурсов.

Рисуя словесный портрет социального предпринимателя, необходимо отразить такие характеристики, как социально-ориентированный, творческий, предприимчивый, смелый, стойкий. Качества, присущие представителем женского и мужского гендеров, необходимые для социального предпринимателя, приведены в Таблице 1.

Таблица 1. Важные характеристики для социального предпринимателя в гендерном разрезе

Качества, присущие мужчинам	Качества, присущие женщинам
Храбрость	Творческое мышление
Предприимчивость	Эмпатия и чувствительность
	Выносливость и жизнеспособность
Составлено на основе источника [2]	

Согласно таблице 1, как мужчинам, так и женщинам присущи черты, необходимые для социального предпринимателя: в то время как мужчины отличаются предприимчивостью и храбростью, требуемой для инициации своего дела, женщины обладают креативным мышлением, являющимся основой инноваций, демонстрируют выносливость и жизнеспособность, которые помогают справляться с дефицитом ресурсов и достигать устойчивости бизнеса, эмпатией и чувствительностью, способствующими глубокой вовлеченности в решение наиболее острых проблем общества.

В свою очередь гендерный анализ призван выявить содержание гендерных отношений в специфической ситуации или в рамках реализации определенного проекта, направленного на изменение сложившейся ситуации. Данный вид анализа обеспечивает выявление фактической диспозиции мужчин и женщин в различных сферах деятельности со значительной долей объективности.

Многочисленные исследования выявили, что женщины более склонны к состраданию, сопереживанию и эмпатии. Представители женского гендера чаще оказывают помощь нуждающимся, пенсионерам, сиротам, инвалидам, серьезно больным, подвергшимся насилию, что подтверждается превалярованием женщин среди руководителей благотворительных организаций как в РК, так и во всем мире. Социологические и экономические исследования, проводимые в последние десятилетия в разных странах, показали, что в своей работе женщины

более ориентированы на человека, отношения между людьми, а мужчины делают больший акцент на целях и задачах.

На основании исследований 26 тысяч индивидуальных данных из 36 стран мира, включая 27 стран-членов ЕС, а также Хорватию, Исландию, Норвегию, Швейцарию, Турцию, США, Китай, Японию и Южную Корею, голландскими учеными Бриджит Хугендорна (Brigitte Hoogendoorna), Питер ван дер Цвана (Peter van der Zwana) и Рой Турик (Roy Thurik) из Эразмус Университета были сделаны выводы, что социальное предпринимательство является более предпочтительной сферой для представителей женского гендера. Данное исследование также продемонстрировало взаимосвязь следующего рода: чем выше уровень образования индивида, тем вероятнее его вовлеченность в рассматриваемый вид предпринимательства. [3]

Результатам упомянутого исследования вторит официальная статистика РК: в 2015 году количество субъектов малого и среднего предпринимательства в социальной сфере и здравоохранении, возглавляемых женщинами, составило 53% от общего числа предпринимателей, а коэффициент охвата высшим образованием женщин превышает тот же показатель мужчин на 12%. В 2015 году количество субъектов малого и среднего предпринимательства в социальной сфере и здравоохранении, возглавляемых женщинами, составило 53% от общего числа предпринимателей. [4]

Существуют свидетельства в пользу так называемого «парадокса удовлетворенности женщины-социального предпринимателя», обнаруженные в 2014 году в ходе исследований учеными Saul Estrin (Сол Эстрин), Ute Stephan (Ют Стэфэн) и Sunčica Vujić (Сунчика Вуич) из бельгийского и британского университетов. Согласно полученных данных женщины-социальные предприниматели в Великобритании имеют заработную плату ниже своих коллег-мужчин на 29% при общем разрыве в заработной плате в разрезе гендеров по Соединенному Королевству в 19%. Парадоксально, но, несмотря на выявленный факт, женщины-социальные предприниматели демонстрируют более высокую удовлетворенность своей работой в сравнении с мужчинами. [5]

В Республике Казахстан не проводилось исследований гендерного разрыва в заработной плате социальных предпринимателей в следствие нахождения данного вида предпринимательства в процессе становления. Тем не менее, руководствуясь данными официальной статистики на 2015 год в среднем разница в заработной плате между мужским и женским населением составила 33% в пользу первого, на основании этого можно сделать гипотетический вывод о распространении данной тенденции на Казахстан. [4]

Малые и средние предприятия, во главе которых стоят женщины, являются более инновационными и демонстрируют большую эффективность в проведении инноваций. К таким выводам пришла исследователь из Белоруссии Мария Акулова, анализируя данные 5260 МСП со штатом до 250 сотрудников в рамках пяти измерителей инновационности. В основе исследования лежали результаты Обзора деловой среды и деятельности компаний, проводимые Всемирным Банком и Европейским Банком Реконструкции и Развития.

Согласно приведенному определению и атрибутам «социального предпринимательства» в РК работает определенное количество представителей данного вида деятельности, которые по результатам исследования, проведенного Алматы Менеджмент Университет зачастую не осведомлены о том, что они таковыми являются. В Казахстане на сегодняшний день не существует закона о социальном предпринимательстве, не имеется статистики по количеству предпринимателей данного типа и отсутствует согласие между учеными и практиками относительно понятийного аппарата в данной области. Все эти мероприятия требуют внимания общественности и заинтересованности всех участников социальных трансформаций, способных внести вклад в дальнейшее развитие государства.

Социальное предпринимательство в Республике Казахстан имеет следующий статус-кво:

- Разногласия относительно понятия «социальный предприниматель», в частности неоднородность понимания какие группы компаний относятся к социальным предпринимателям.
- Неразвитая инфраструктура в области социального предпринимательства.
- Дефицит статистических данных о социальных предпринимателях и специфических характеристиках их деятельности.
- Отсутствие нормативно-законодательной базы, являющейся поддержкой социального предпринимательства и регулирующей деятельность в данной области.
- Сложность привлечения инвестиций в «малоизвестную» сферу.
- Низкий уровень осведомленности населения о возможностях вовлечения в сферу социального предпринимательства.
- Немногочисленные примеры предпринимателей, которые позиционируют себя в качестве социальных предпринимателей.

В тоже время отмечается повышение заинтересованности представителей власти, общественных организаций, бизнеса и граждан к вопросам социального предпринимательства. В частности, правительство Республики Казахстан предпринимает систематические меры по поддержке инициатив в данной области: Комитет социальной сферы и социального партнерства при Национальной палате предпринимателей «Атамекен» консультирует настоящих и перспективных предпринимателей по экономическим, юридическим и другим аспектам, а фонд «Даму» помогает начинающим социальным предпринимателям в приобретении необходимых знаний и профессиональном бизнес-планировании. Представители общественности также предприняли ряд уверенных шагов, направленных на становление социального предпринимательства в Казахстане, в частности за последние два года основаны: Ассоциация социальных предпринимателей Казахстана, Альянс социальных предпринимателей Казахстана и Центр развития социального предпринимательства.

В настоящее время женщины выступают мощным драйвером развития в социальной сфере, включая благотворительность, краудфандинг, некоммерческие организации, разнообразные социальные инициативы и проекты. Сложившаяся тенденция характерна для социального предпринимательства многих стран мира, включая Казахстан. Неоспоримым фактом является то, что во главе Ассоциации социальных предпринимателей Казахстана находится Гульзира Амантурлина, Центр развития социального предпринимательства основан Бахыт Сыздыковой, которая является также соучредителем Альянса социальных предпринимателей.

На сегодняшний день членство в упомянутых организациях незначительно. Например, Ассоциация социальных предпринимателей Казахстана в 2015 году насчитывала всего 15 членов. Среди основных причин сложившейся ситуации – низкая осведомленность населения по данному вопросу: многие социальные предприниматели не знают, что они таковыми выступают и могут воспользоваться хоть и немасштабной, но поддержкой со стороны уполномоченных государственных органов и общественных объединений. В связи с этим фактом количество социальных предпринимателей в РК неизвестно: согласно данным представителей Неправительственных организаций (НПО) РК их 100, по мнению Информационно-аналитического портала «AND.KZ» – 30.

Весомый вклад в становление социального предпринимательства в РК могут внести НПО, являющиеся неправительственными, негосударственными добровольными объединениями граждан на основе объединяющих интересов и целевых установок. Основная разница между социальным предприятием и НПО состоит в практикуемой бизнес модели: НПО существуют за счет доноров, социальные предприятия находятся на собственном обеспечении и являются финансово-устойчивыми.

НПО давно требуется обновление, существующая бизнес модель ставит их в критическую зависимость от грантов, делая их деятельность урывочной и соответственно неэффективной. Сокращение выделения иностранных грантовых средств, ориентация на незначительное количество постоянных доноров и осознание невозможности вести бизнес «по-старому» привели к необходимости фундаментального пересмотра функционирования НПО. В рамках обсуждений на конференциях и круглых столах представители НПО многократно рассказывали о своей причастности к социальному предпринимательству, указывая, что они предпринимают конкретные шаги по изменению своей бизнес модели, открывая ТОО для осуществления коммерческой деятельности. Таким образом, данные НПО выступают в качестве социальных предпринимателей. [6]

Согласно проведенной переписи 2015 года в Казахстане насчитывается 22771 НПО. По данным специальной переписи 2015 года в Алматы зарегистрированы 5137 НПО, из них – 224 НПО являются наиболее активными. [7] Около 60% руководителей и/или учредителей наиболее активных НПО Алматы являются представителями женского гендера.

Большинство НПО в РК, во главе которых находятся женщины, ориентированы на решение острых проблем незащищенных слоев казахстанского общества, среди которых:

- инвалиды;
- дети-сироты;
- престарелые;
- неизлечимо больные;
- подвергшиеся насилию;
- безработные;
- малоимущие.

Проведенный гендерный анализ позволил прийти к следующим выводам:

1. Согласно своим социально-психологическим характеристикам женщины наилучшим образом соответствуют портрету социального предпринимателя.
2. Представители женского гендера представляют большинство среди зарегистрированных предпринимателей в социальной сфере.
3. Женщины вносят значительный вклад в становление социального предпринимательства в Республике Казахстан, иницируя и возглавляя общественные организации, направленные на поддержку социального предпринимательства.
4. Представители НПО, возглавляемые женщинами, участвуют в решении наиболее острых актуальных и критических социальных проблем.
5. Женщины требуют меньшего вознаграждения за свой вклад в улучшение социального благополучия, принимая во внимание довольно серьезный разрыв в заработной плате мужского и женского населения.
6. Представители женского гендера имеют более высокий уровень удовлетворения от выполнения социальной миссии, что доказывается их значительным присутствием в социально-ориентированных предприятиях, несмотря на гендерный разрыв в доходах.

В качестве рекомендаций следует отметить следующие:

1. Активно вовлекать женское население в социальное предпринимательство, что позволит увеличить уровень эффективности данного вида бизнеса за счет приверженности социальной миссии, высокой удовлетворенности выполняемой работой, вложении средств в дальнейшее развитие бизнеса путем уменьшения направления финансовых средств на удовлетворение собственных нужд руководителей.
2. Улучшать инфраструктуру, способствующую прогрессу социального предпринимательства в Республике Казахстан.
3. Увеличить осведомленность представителей обоих гендеров о сущности и перспективах социального

предпринимательства с целью вовлечения более значительного пласта населения в данный вид деятельности.

4. Перестроить деловую модель НПО с целью более активного привлечения данного вида организаций к деятельности в сфере социального предпринимательства.
5. Проводить исследования с целью разработки количественной и качественной информации в области социального предпринимательства, в частности, в гендерном разрезе. Исследовать перспективы дальнейшего применения гендерного потенциала населения Республики Казахстан с целью повышения уровня благосостояния граждан в целом.

Социальное предпринимательство – одно из набирающих популярность направлений бизнеса – должно послужить основой дальнейшего эффективного вовлечения и развития гендерного потенциала населения для снижения существующей безработицы, повышения уровня жизни граждан и конкурентоспособности государства на мировой арене.

Источники:

1. *Манахова И.В.* Социальное предпринимательство как экономическое явление. Вестник ПАГС, 2011, с. 167.
2. *Комаров Е.И., Жукова В.Ф.* Гендерный менеджмент: Учебник – М.: РИОР: ИНФРА-М, 2014, с. 108.
3. *Brigitte Hoogendoorna, Peter van der Zwana, Roy Thurik.* Social entrepreneurship and performance: The role of perceived barriers and risk. Research Papers in Economics, 2011, 20.05.2015 – <http://papers.ssrn.com>.
4. Гендерная статистика и показатели целей развития тысячелетия. Гендерное равенство в экономике. 20.05.2016 – <http://www.stat.gov.kz>.
5. *Saul Estrin, Ute Stephan, Sunčica VujićDo.* Women Earn Less as Social Entrepreneurs? Discussion Paper Series, 2014, 20.05.2015 – <http://papers.ssrn.com>.
6. Казахстанские НПО выходят на тропу социального предпринимательства. Газета «Литер». 22.05.2015-http://liter.kz/ru/articles/show/19887kazahstanskie_npo_vyhodyat_na_tropu_socialnogo_predprinimatelstva
7. Национальная перепись неправительственных организаций Республики Казахстан, 22.05.2015 – <http://indexngo.kz/ru/for-ngo>