

МРНТИ 06.56.21

JEL Classification: A13 R11 E24 I31 O18

<https://doi.org/10.52821/2789-4401-2021-5-44-53>

РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В КАЗАХСТАНЕ: АНАЛИЗ И ФАКТОРЫ

С. В. Беспалый

Инновационный Евразийский университет, Павлодар, Республика Казахстан

АННОТАЦИЯ

Целью исследования – является обзор и выявление того, как социальное предпринимательство развивается и какие факторы этому способствуют.

Методология. Обобщены концептуальные дебаты и оценка разнообразных эмпирических данных для более интегрированного понимания социального предпринимательства. Эта статья призвана внести ясность в понятие социального предпринимательства и его потенциал, и фактические отношения к социальному воздействию. Проведена оценка статистических данных развития предпринимательства в Казахстане, данных Ассоциации социальных предпринимателей Казахстана. Сформированы признаки совокупности: количество социальных предприятий в Казахстане и влияющие факторы: демографической группы, социальной группы, экономической группы. Используются экономико-математические инструменты для определения зависимости факторов. Построена модель, корреляционно-регрессионной зависимости.

Оригинальность / ценность исследования заключается в исследовании и анализе состояния социального предпринимательства в современных условиях и рекомендации по совершенствованию развития социального предпринимательства в Казахстане.

Результаты исследования. В исследовании с использованием экономико-математического аппарата сделаны выводы о влиянии факторов на развитие социального предпринимательства в Казахстане. Социальные предприятия очень диверсифицированы, поскольку они работают во многих отраслях, включая финансовые услуги, коммерческие услуги, сельское хозяйство, здравоохранение и социальные услуги, с различными организационными структурами и связями с другими коммерческими и некоммерческими организациями. Такая диверсификация может привести к разным информационным потребностям, разным ожиданиям заинтересованных сторон, а также к разным возможным метрикам для оценки и анализа развития социального предпринимательства.

Ключевые слова: социальное предпринимательство, социальные инновации, инклюзивное предпринимательство, социальная ответственность, социальные ценности.

ВВЕДЕНИЕ

Ученые интерпретируют и рассматривают социальное предпринимательство как инструмент, для решения социальных проблем работников, благотворно влияющего на качество жизни и создающее возможности для трудоустройства. Социальное предпринимательство представляет собой предприятия, которые содействуют занятости уязвимых групп населения.

Обзор литературы. В начале развития этой области исследований авторы, такие как Дж. М. Прохаска [1] писал о том, как некоммерческие организации могут извлечь выгоду из предпринимательского мышления, и как справляться с проблемами, возникающими, когда традиционные ценности в некоммерческих организациях встречают ценности бизнеса в быстро меняющейся среде. П. Сундар [2] подчеркнул роль социальных предпринимателей и социального предпринимательства как агентов перемен и привел примеры того, как инновационные организации, основанные на инновациях, фактически создают альтернативные структуры власти в меняющемся обществе. Кроме того, Э. Де Леу

[3] утверждал, что такие процессы перемен, основанные на предпринимательстве, приобретают силу путем постепенной институционализации сообщества, и А. Фаулер [4] проблематизировал идеи социального предпринимательства и гражданских инноваций в неправительственных организациях развития в свете коммерческого предпринимательства и общественного благосостояния. Эти вклады в эту область чаще всего были тематическими исследованиями из разных контекстов, но в конечном итоге за ними последовала попытка разработать новые рамки для явления социального предпринимательства.

Исследования в области социального предпринимательства на современном этапе актуальны и востребованы. Открытый университет, Бирмингемский университет, Кембриджский университет, Делфтский технологический университет – это научные организации, которые занимаются исследованиями в области социального предпринимательства. Среди авторов, можно выделить М. Ниссенса, П. Трейси, Дж. Фергюсона, Дж. Дефорни, Дж. Мэйра, Б. Р. Смита, Р. Спира, Ч. Триведи, Д. Уэтли и Т. Куни [2]. Хотя большинство ученых согласны с тем, что исследования должны быть превращены в руководящие принципы, которые сообщают потенциальные вопросы и рекомендации о том, как следует интерпретировать данные [5], можно отметить, обзор литературы предполагает, что область исследований социального предпринимательства заслуживает отдельного внимания.

Главной темой социального предпринимательства выступает бизнес и его управление. Можно интерпретировать этот интерес как в значительной степени отражающий глобальные изменения в финансах, в окружающей среде, в бизнесе и в развитии сообщества. Сдвиг в сторону коллективного устойчивого развития, ориентированного на будущее, также, привлекает исследования в области социального предпринимательства.

Тенденции мирового развития ускорили практическое применение принципов социального предпринимательства. Таким образом, оценка тенденций и факторов развития социального предпринимательства в Казахстане поможет сформировать организационно-экономический механизм управления им.

В данной статье рассматриваются сущность и предпосылки становления социального предпринимательства, исследуется мировой опыт его развития, а также определяются тенденции и факторы, оказывающие влияние на социальное предпринимательство в Республике Казахстан, проводится количественная оценка.

На развитие национальной экономики прямое воздействие оказывают социальные процессы, которые происходят в обществе, и это воздействие только усиливается. В этой связи поддержка и развитие социального предпринимательства государством является необходимым. Многие страны создают нормативно-правовую базу, с помощью которой осуществляется государственная поддержка социального предпринимательства.

Социальное предпринимательство – это новое явление, на которое оказывают давление факторы, способствующие глобализации социального предпринимательства [6]. Это корпоративная социальная ответственность; сбои, происходящие в обществе; мировое неравенство капитала; инновационные достижения; ответственность государственных институтов. Социальное предпринимательство – это процесс возможностей для создания ценностных продуктов, при помощи инноваций [7].

Исследователи уделяют значительное внимание аспектам социального предпринимательства и тому, как предприниматели могут пересмотреть существующие решения для обеспечения финансовой, организационной, социальной и экологической устойчивости [8; 9].

Наиболее заметными сферами социального предпринимательства, являются, преобразующее влияние социального предпринимательства, социальные инновации [10], уточнение определения и границ социального предпринимательства [11], борьба с бедностью [12], драйверы и ценности для социальных предпринимателей [13] и типы процессов, существующих в организациях социальной направленности [14].

Хотя социальное предпринимательство не является абсолютно новым явлением, существует дефицит исследований и недостаток эмпирических знаний о том, как функционируют социальные предприятия.

Направлениями развития социального предпринимательства будут являться [15; 16]:

- инклюзивное развитие, то есть вовлеченность в формальный и неформальный сектора народного хозяйства изолированных групп и социальных слоев населения, общества;
- инновационное развитие и увеличение значимости социальных инноваций.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

Социальное предпринимательство осуществляется внутри или за пределами бизнеса. В частности, некоторые авторы недавно подчеркнули появление гибридных организаций или новых форм социальных предприятий, которые используют как элементы некоммерческого, так и коммерческого сектора.

Социальные предприниматели являются альтруистическими предпринимателями, создающими экономическую ценность для сообществ, тем самым генерируя социальную ценность. В последние годы социальное предпринимательство стало популярным термином, используемым политиками, бизнесменами и учреждениями для обозначения предприятий, которые возвращают обществу, таких как предпринимательская деятельность, направленная на повышение социальной значимости и деловых выгод. Таким образом, социальное предпринимательство становится механизмом для устранения этих различий в богатстве, возможностях, образовательном доступе и экологических проблемах.

Существуют следующие причины возникновения социального предпринимательства в обществе. Во-первых, социальное предпринимательство создает предпосылки, для использования инновационных методов работы. Сокращение традиционных ресурсов, конкуренция за эти общие ресурсы, некоммерческим организациям необходимо использовать профессиональные бизнес-операции и маркетинговые методы для повышения эффективности продуктов и услуг.

Во-вторых, реальные условия требуют коллаборации всех частей современного общества, для улучшения жизни. Имеющиеся в обществе проблемы, социального характера, требуют от хозяйствующих субъектов принятия ответственности и успешного преодоления данных проблем. Это повысит ценность как для бизнеса, так и окажет положительное социальное воздействие [17]. Социальное предпринимательство – это тот инструмент, с помощью которого возможно решение проблем общества [18].

В ходе исследования нами определены следующие факторы влияния на социальные предприятия: развитие общества; государственно-частное партнерство; трансформация социальной структуры современного общества.

Направления развития современного общества. В условиях кризиса, влияния пандемии и ее последствий, нестабильного состояния на рынке труда, роста числа населения, находящегося за чертой бедности, общество должно искать пути для устойчивого развития, когда все составляющие должны быть увязаны едиными целями и направлениями деятельности обеспечивающего баланс.

Несмотря на отсутствие исследований и трудности с поиском данных для анализа, некоторые исследователи подтверждают, что мир социальных предприятий в Казахстане является диверсифицированным. Также признается, что социальные предприятия важны для социального развития и решения проблем. Несмотря на улучшения в государственной политике и в экономическом развитии, направленные на борьбу с социально-экономическим неравенством в Казахстане, которые доминировали в прошлом, поднимаются вопросы о качестве жизни населения. Социальными предприятиями, выступают те компании, которые защищают и практикуют социальную вовлеченность, расширяя возможности сообществ, делая их партнерами в производстве и потреблении товаров и услуг, повышая качество жизни. Эти предприятия также стали рассматриваться как «инклюзивные предприятия», которые могут работать в различных правовых форматах в соответствии с их характером работы и правовой средой, но по сути, они играют важную роль во многих процессах социальных изменений.

Государственно-частное партнерство. Это партнерство и тесное взаимодействие между государственными органами и субъектами частного бизнеса, которое имеет возможности реагировать на социальные проблемы и конечный результат, который влияет на развитие общества.

В Казахстане запланировано реализация 293 проектов, из них 17 проектов в социальной сфере, 56 в здравоохранении, 81 в образовании. В настоящее время на местном уровне реализовываются 99 проектов, на общую сумму 874 млрд. тенге. Взаимодействие бизнеса и государственной власти влияет

на экономический рост и инновационное развитие. Этим отношениям способствует институт государственно-частного партнерства.

В последние годы в социальном предпринимательстве началась значительная революция, когда государственные финансирующие организации и частные инвесторы начали преследовать социальные цели. В основе революции лежит стремление этих организаций использовать инновации и предпринимательство для поддержания и масштабирования воздействия в поддержку социальных и экологических целей. Социальные финансы рассматриваются как ключ к снятию ограничений социальных инноваций, поскольку они способны собирать и координировать капитал, ресурсы, знания и способности.

Социальные инновации – это сложный процесс, включающий взаимодействие между различными участниками, которые представляют разные и, возможно, конфликтующие роли на разных уровнях, что может быть, как разрушительным, так и стабилизирующим. Как следствие, социальные инновации во всем мире сложно масштабировать. Чтобы социальные инновации успешно решали социальные проблемы в Казахстане, они должны быть крупномасштабными и приводить к системным социальным инновациям. Однако стратегии масштабирования социальных предприятий остаются слишком маленькими, чтобы быть эффективными. Хотя социальное предпринимательство стало глобальным явлением, которое решает устойчивые социальные проблемы с помощью инноваций, его присутствие и влияние все еще остаются нишевыми в Казахстане.

Структура общества и социальные проблемы. Социальные предприниматели, как и другие предприниматели, движимы определенными факторами, а не одним элементом, именно неформальные институты особенно важны для социальных предпринимателей, поскольку они в значительной степени стимулируют появление социальных предприятий. В частности, социальные предприниматели руководствуются новыми социальными ценностями общества, а также личным и проактивным отношением к решению социальных проблем.

С практической точки зрения крайне важно, чтобы местные учреждения – государственные и частные – осознавали, что социальное предпринимательство может способствовать решению социальных проблем сообщества, а также повышению коллективного благополучия. Ожидается, что социальный предприниматель будет использовать поддержку, предлагаемую официальными учреждениями, и, следовательно, социальные предприятия будут реализовываться с большей легкостью. Более того, использование неформальных институтов в качестве механизмов финансовой поддержки, таких как социальные сети, можно заменить использованием формальных институтов. Следовательно, сети можно было бы использовать специально для привлечения человеческих ресурсов к участию в социальных проектах.

В Казахстане профильные министерства стараются уделять большое внимание решению социальных проблем населения. Социальные предприниматели эффективно развиваются в США и Европе, используя условия для развития социального предпринимательства в этих регионах, которые служат центрами для деятельности социального предпринимательства. В мировом сообществе созданы крупные фонды, предоставляющие гранты социальным предпринимателям, такие как Ashoka, Echoing Green и Draper-Richards [19; 20].

Синтез государственного сектора и предпринимательства содействует занятости и снижению безработицы, развитию социальных инноваций, появлению новых форм взаимодействия с гражданским обществом, развитию инклюзивного предпринимательства.

Для содействия развитию социального предпринимательства возможно следующее. Во-первых, правительство может разработать позитивную политику, такую как снижение налогов и начальные фонды, чтобы стимулировать деятельность социального предпринимательства, чтобы побудить социальных предпринимателей создать социальные предприятия. Поэтому, как правительство стратегически поддерживает деятельность социального предпринимательства, очень важно. Если правительство введет политику снижения налогов в отношении деятельности социального предпринимательства, социальный предприниматель будет иметь высокую степень познавательной желательности и осуществимости для начала деятельности в области социального предпринимательства, а социальное предпринимательство облегчит жизнь. Программы обучения социальному предпринимательству по-

звоят налаживать связи между предпринимателями и получать знания от таких кратковременных, но необходимых площадок развития.

Во-вторых, правительство, университет и ассоциация могут работать вместе, чтобы развивать социальную и институциональную среду для поощрения деятельности в области социального предпринимательства.

Социальное предпринимательство в Казахстане. Недостаточность статистических данных и однополосность деятельности субъектов социального предпринимательства не дают всесторонне оценить глубину влияния факторов, способствующих развитию. Нехватка информации не позволяет провести оценку влияния факторов. При этом, на основании исследований в области социального предпринимательства, Казахстана, данных Ассоциации социальных предпринимателей, нами сформирована совокупность признаков, таблица 1: признак-результат (y) – количество социальных предприятий в Казахстане и признаки-факторы (x).

x_1 – количество людей с особыми потребностями, которым необходимо трудоустройство, тыс. чел.; x_2 – уровень безработицы, %; x_3 – уровень бедности населения, %; x_4 – удельный вес расходов на социальную защиту в валовом внутреннем продукте, %; x_5 – валовый внутренний продукт на душу населения, долл. США; x_6 – индекс потребительских цен, %; x_7 – доля организаций, внедряющих инновации.

Выделим три группы факторов: демографическая группа (x_1), социальная группа (x_2, x_3, x_4), группа экономическая (x_5, x_6, x_7). Демографическая и социальная группы факторов учитывают взаимосвязь связей, составляющих социальной сферы политику государства в области социальной защиты, экономическая группа факторов показывает экономическое благосостояние в развитии общества. Выбранные группы факторов характеризуют детерминанты развития социального предпринимательства.

Таблица 1 – Данные для анализа

год	y	x_1	x_2	x_3	x_4	x_5	x_6	x_7
2017	183	536,8	0,5	4,8	13,9	8316	18,1	1,19
2018	187	549,5	0,9	5,9	13,8	5941	13,5	1,08
2019	204	554,9	1,0	5,7	14,5	4989	11,8	1,54
2020	211	552,6	1,1	6,0	15,0	5586	10,1	0,62

Примечание – составлено автором

Применим экономико-математические инструменты для поиска зависимостей факторов и построении модели, $y = f(x)$, (1) отражающую корреляционно-регрессионную зависимость (Таблица 2).

Таблица 2 – Корреляционно-регрессионный анализ

Фактор	Коэффициент корреляции	Зависимость между переменными	Среднее отклонение расчетных значений от фактических
x_1	0.875	$y = 125.47724 + 0.59092 * X_1$	5.0 %
x_2	0.617	$y = 148.19792 + 45.10417 * X_2$	5.2 %
x_3	0.519	$y = 193.78265 + 1.93445 * X_3$	6.0 %
x_4	0.854	$y = 24.74258 + 11.84124 * X_4$	5.5 %
x_5	0.594	$y = 214.79118 + 0.00500 * X_5$	5.9 %
x_6	-0.565	$y = 193.22662 - 0.44005 * X_6$	4.9 %
x_7	0.251	$y = 170.21434 + 12.73321 * X_7$	5.7 %

Примечание – составлено автором

В Казахстане на предприятиях используют труд людей с особыми потребностями, но не все предприятия берут на работу людей с особыми потребностями. Уровень бедности населения, уровень безработицы не являются главенствующими. В Казахстане существует скрытая безработица, которую сложно оценить, а также средний уровень заработной платы может отличаться от реальных заработных плат населения.

Consumer Price Index (CPI) или «индекс инфляции», данный показатель постоянно растет в Казахстане, что носит обратную связь. В Казахстане все больше людей создают социальные предприятия.

Как решить социальные проблемы? Этот диалог достаточно широк и к нему подходят со многих сторон. Современные социальные проблемы – это: борьба с бедностью, утилизация отходов, восстановление ресурсов, развитие сообществ, местный экономический рост и многое другое. Проблема решения социальных проблем возросла в последние годы и во многих отношениях является «горячей темой». Изменения в глобальном климате, экономическом росте и уровне жизни требуют нового акцента на социальные, экологические и экономические реалии и, следовательно, на новые взгляды на разработку государственной политики, которые способствуют созданию более устойчивых сообществ.

Социальные проблемы возможно решать через восстановление ресурсов, социальное предпринимательство, наряду с переработкой, социальной экономикой, сокращением бедности и социальной интеграцией. Идея заключается в том, что неформальное восстановление ресурсов – сбор перерабатываемых материалов из потока отходов и городской среды, известный как биннинг – может способствовать экологической устойчивости. Решение социальных проблем на местном, региональном, национальном и глобальном уровнях может быть огромным мероприятием, но при сосредоточении внимания на восстановлении ресурсов, социальном предпринимательстве, сокращении бедности и т.д.

ПОЛУЧЕННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ (ВЫВОДЫ)

По итогам анализа, необходимо сделать следующие выводы:

- социально-экономическое неравенство граждан является результатом развития общества. В Казахстане социальная политика государства, в том числе вопросы демографии, расходы на социальную защиту, остаются в стороне, в отличие от экономического развития. Инклюзивный показатель «численность людей с особыми потребностями, нуждающихся в трудоустройстве», говорит о том, что необходимы инструменты для эффективного роста благосостояния граждан страны, и развитие социального предпринимательства один из таких инструментов. Многофакторный корреляционно-регрессионный анализ показал высокую связь наиболее влиятельных факторов: уровень безработицы и уровень бедности населения, исходя из этого, в Казахстане существует необходимость улучшения благосостояния населения, реализацию эффективной социальной политики и защиты населения, поддержке внедрения социальных инноваций;

- помимо исследованных факторов, на развитие социального предпринимательства влияют экономическое благосостояние, конкурентный потенциал, финансовая система и др. факторы.

В мире и в Казахстане, будущие исследования могут быть по системам социальных инноваций и определению создания и коммерциализации социальных ценностей, а также организация социальных предприятий, мобилизация социального капитала и борьба с бедностью посредством микрофинансирования. Еще одной важной областью исследования социального предпринимательства, которая должна быть исследована в Казахстане, это типы начальных процессов, способствующих созданию социальных предприятий. Как только больше внимания будет уделено таким областям, исследователи смогут определить, как бизнес развивается от идеи до действующего социального предприятия.

Рост социальных проблем в обществе приводит к развитию социального предпринимательства. Предпосылками для развития социального предпринимательства в современных условиях являются: инклюзивное развитие, устойчивое развитие и рост социальных инноваций, а также социальная ответственность страны.

Изученные предпосылки позволяют выявить следующие факторы влияния: цели социального развития, изменения в сфере занятости, социальной структуры общества. На факторы развития социального предпринимательства влияют национальные особенности законодательства, социально-экономические, демографические и культурные условия.

Эмпирическое исследование с использованием статистических методов позволяет оценить и выделить социальные и демографические факторы, которые необходимо учитывать в государственном регулировании и стратегическом развитии.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Prochaska J. M. Social entrepreneurship: a challenge for mental health managers // *Mental Health Administration and Policy*. – 1994. – № 21(6). – P. 531–535.
2. Pierre A., von Friedrichs J., Vincent J. Review of Social Entrepreneurship Research: Book chapter // In: Lundström A., Zhou C., von Friedrichs Y., Sundin E. (Eds.) *Social Entrepreneurship. International Entrepreneurship Studies*. – Springer, 2014. – № 29. – P. 43-69.
3. De Leeuw E. Healthy cities: urban social entrepreneurship for health // *Health Promotion International*. – 1999. – № 14(3). – P. 261–269.
4. Fowler A. NGDOS as a historic moment: beyond helping social entrepreneurship or civic innovation? // *Third World Quarterly*. – 2000. – № 21(4). – P. 637–654.
5. Edmondson A. C., McManus S. E. Methodological fit in research management // *Academy of Management Review*. – 2007. – № 32(4). – P. 1155–1179.
6. Dees J. G., Battle Anderson B. Framing a theory of entrepreneurship: Building on two schools of practice and thought // *ARNOVA Occasional Paper Series: Research on Social Entrepreneurship: Understanding and Contributing to an Emerging Field*. – 2006. – № 1(3). – P. 39-66.
7. Martin R. L., Osberg S. Social entrepreneurship: the case for definition // *Stanford Social Innovation Review*. – 2007. – № 5(2). – P. 28–39.
8. Austin J., Stevenson H., Wei-Skillern J. Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both? // *Entrepreneurship Theory and Practice*. – 2006. – № 30(1). – P. 1-22.
9. Беспалый С. В., Давиденко Л. М., Бекниязова Д. С., Кашук Л. И. Социальное предпринимательство, способствующее устойчивому развитию: международный опыт // *Научный журнал «Статистика, учет и аудит»*. – 2020. – Т. 3. – № 78. – С. 121-126.
10. Mair J., Martí I. Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Prediction, and Delight // *World Business Journal*. – 2006. – № 41(1). – P. 36–44.
11. Беспалый С. В. Социальное предпринимательство и его роль в социальном воздействии на общество // *Grand Altai Research & Education*. – 2020. – № 1. – С. 33-41.
12. Peredo A. M., McLean M. Social entrepreneurship: a critical review of the concept // *World Business Journal*. – 2006. – № 41(1). – P. 56–65.
13. Nyssens M., Defourny J. Conceptions of Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and Divergences // *Journal of Social Entrepreneurship*. – 2010. – Vol. 11. – P. 32-53.
14. Hemingway C., Maclagan P. Personal values of managers as drivers of corporate social responsibility // *Journal of Business Ethics*. – 2004. – № 50. – P. 33–44.
15. Bidet E., Eum H., Ryu J. Diversity of Social Enterprise Models in South Korea // *Voluntas*. – 2018. – № 29. – P. 1261-1273.
16. Smith B. R., Stevens Ch. E. Different types of social entrepreneurship: The role of geography and embeddedness on the measurement and scaling of social value // *Entrepreneurship & Regional Development*. – 2010. – № 22(6). – P. 575-598.
17. Swanson L. A., Zhang D. The Social Entrepreneurship Zone // *Journal of Nonprofit & Public. Sector Marketing*. – 2010. – № 22(2). – P. 71–88.
18. Nogales R., Díaz M., Marcuello C. Social enterprises and their ecosystems in Europe: country report: Spain / European Commission, Directorate-General for Employment, Social Affairs and Inclusion. – Publications Office, 2020. – 130 p. – DOI: <https://data.europa.eu/doi/10.2767/730936>.
19. Kickul J., Lyons T. S. Financing Social Enterprises // *Entrepreneurship Research Journal*. – 2015. – № 5(2). – P. 83-85.
20. Chella E., Nicolopoulou K., Karatas-Ozkan M. Social entrepreneurship and enterprise: International and innovation perspectives // *Entrepreneurship & Regional Development*. – 2010. – № 22(6). – P. 485-493.

REFERENCES

1. Prochaska, J. M. (1994). Social entrepreneurship: a challenge for mental health managers. *Mental Health Administration and Policy*, 21(6), 531-535.
2. Pierre, A., von Friedrichs, J. and Vincent, J. (2014). Review of Social Entrepreneurship Research: Book chapter. *Social Entrepreneurship. International Entrepreneurship Studies*, 29, 43-69.
3. De Leeuw, E. (1999). Healthy cities: urban social entrepreneurship for health. *Health Promotion International*, 14(3), 261-269.
4. Fowler, A. (2000). NGDOS as a historic moment: beyond helping social entrepreneurship or civic innovation? *Third World Quarterly*, 21(4), 637-654.
5. Edmondson, A. C. and McManus, S. E. (2007). Methodological fit in research management. *Academy of Management Review*, 32(4), 1155-1179.
6. Dees, J. G. and Battle Anderson, B. (2006). Framing a theory of entrepreneurship: Building on two schools of practice and thought. *ARNOVA Occasional Paper Series: Research on Social Entrepreneurship: Understanding and Contributing to an Emerging Field*, 1(3), 39-66.
7. Martin, R. L. and Osberg, S. (2007). Social entrepreneurship: the case for definition. *Stanford Social Innovation Review*, 5(2), 28-39.
8. Austin, J., Stevenson, H. and Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 1-22.
9. Bepalyy, S. V., Davidenko, L. M., Bekniyazova, D. S. and Kashuk, L. I. (2020). Social'noe predprinimatel'stvo, sposobstvuyushchee ustojchivomu razvitiyu: mezhdunarodnyj opyt. *Scientific journal «Statistics, accounting and audit»*, 3(78), 121-126 (in Russian).
10. Mair, J. and Martí, I. (2006). Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Prediction, and Delight. *World Business Journal*, 41(1), 36-44.
11. Bepalyy, S. V. (2020). Social'noe predprinimatel'stvo i ego rol' v social'nom vozdejstvie na obshchestvo. *Grand Altai Research & Education*, 1, 33-41 (In Russian).
12. Peredo, A. M. and McLean, M. (2006). Social entrepreneurship: a critical review of the concept. *World Business Journal*, 41(1), 56-65.
13. Nyssens, M. and Defourny, J. (2010). Conceptions of Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and Divergences. *Journal of Social Entrepreneurship*, 11, 32-53.
14. Hemingway, C. and Maclagan, P. (2004). Personal values of managers as drivers of corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics*, 50, 33-44.
15. Bidet, E., Eum, H. and Ryu, J. (2018). Diversity of Social Enterprise Models in South Korea. *Voluntas*, 29, 1261-1273.
16. Smith, B. R. and Stevens, Ch. E. (2010). Different types of social entrepreneurship: The role of geography and embeddedness on the measurement and scaling of social value. *Entrepreneurship & Regional Development*, 22(6), 575-598.
17. Swanson, L. A. and Zhang, D. (2010). The Social Entrepreneurship Zone. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 22(2), 71-88.
18. European Commission, Directorate-General for Employment, Social Affairs and Inclusion, Nogales, R., Díaz, M. and Marcuello, C. (2020). *Social enterprises and their ecosystems in Europe: country report: Spain*, Publications Office, 130 p., DOI: <https://data.europa.eu/doi/10.2767/730936>.
19. Kickul, J. and Lyons, T. S. (2015). Financing Social Enterprises. *Entrepreneurship Research Journal*, 5(2), 83-85.
20. Chella, E., Nicolopoulou, K. and Karatas-Ozkan, M. (2010). Social entrepreneurship and enterprise: International and innovation perspectives. *Entrepreneurship & Regional Development*, 22(6), 485-493.

**THE DEVELOPMENT OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP
IN KAZAKHSTAN: ANALYSIS AND FACTORS**

S. V. Bepalyy

Innovative Eurasian University, Pavlodar, Republic of Kazakhstan

ABSTRACT

The purpose of the study is to review and identify how social entrepreneurship develops and what factors contribute to it.

Methodology. Summarized conceptual debate and assessment of a variety of empirical data for a more integrated understanding of social entrepreneurship. This article aims to clarify the concept of social entrepreneurship and its potential, and the actual relationship to social performance. The assessment of statistical data on the development of entrepreneurship in Kazakhstan, data of the Association of Social Entrepreneurs of Kazakhstan. The signs of the aggregate were formed: the number of social enterprises in Kazakhstan and the influencing factors: demographic group, social group, economic group. Used economic and mathematical tools to determine the dependence of factors. A model of correlation-regression dependence has been built.

The originality / value of the study lies in the study and analysis of the state of social entrepreneurship in modern conditions and recommendations for improving the development of social entrepreneurship in Kazakhstan.

Findings. In the study using the economic and mathematical apparatus, conclusions were drawn about the influence of factors on the development of social entrepreneurship in Kazakhstan. Social enterprises are highly diversified as they operate across many industries, including financial services, commercial services, agriculture, health care and social services, with different organizational structures and relationships with other commercial and non-profit organizations. This diversification can lead to different information needs, different expectations of stakeholders, as well as different possible metrics for assessing and analyzing the development of social entrepreneurship.

Keywords: social entrepreneurship, social innovation, inclusive entrepreneurship, social responsibility, social values.

**ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ӘЛЕУМЕТТІК КӘСІПКЕРЛІКТІҢ ДАМУЫ:
ТАЛДАУ ЖӘНЕ ФАКТОРЛАР**

С. В. Беспалый

Инновациялық Еуразия университеті, Павлодар, Қазақстан Республикасы

АҢДАТПА

Зерттеу мақсаты – әлеуметтік кәсіпкерліктің даму жағдайын және оған ықпал етуші факторларды қарастыру және анықтау.

Әдіснамасы – әлеуметтік кәсіпкерлікті кешенді түсіну үшін жинақталған концептуалды пікірталас және әртүрлі эмпирикалық деректерді бағалау. Бұл мақала әлеуметтік кәсіпкерлік ұғымын және оның әлеуетін және әлеуметтік нәтижеге нақты қатынасын түсіндіруге бағытталған. Қазақстандағы кәсіпкерліктің дамуы туралы статистикалық мәліметтерге, Қазақстанның әлеуметтік кәсіпкерлер қауымдастығының мәліметтеріне баға берілді. Жиынтық белгілері қалыптастырылды: Қазақстандағы әлеуметтік кәсіпорындардың саны және әсер етуші факторлар: демографиялық топ, әлеуметтік топ, экономикалық топ. Факторлардың тәуелділігін анықтау үшін экономикалық-математикалық құралдар қолданылады. Корреляциялық-регрессиялық тәуелділік моделі құрастырылды.

Зерттеудің бірегейлігі / құндылығы – қазіргі жағдайдағы әлеуметтік кәсіпкерліктің жағдайын зерттеу және талдау және Қазақстандағы әлеуметтік кәсіпкерлікті дамытуды жақсарту бойынша ұсыныстар.

Зерттеу нәтижелері. Зерттеуде экономикалық-математикалық аппаратты қолдану арқылы Қазақстандағы әлеуметтік кәсіпкерліктің дамуына факторлардың әсері туралы қорытындылар жасалды. Әлеуметтік кәсіпорындар жоғары әртараптандырылған, өйткені олар қаржылық қызметтерді, коммерциялық қызметтерді, ауыл шаруашылығын, денсаулық сақтауды және әлеуметтік қызметтерді қоса алғанда, әртүрлі ұйымдық құрылымдармен және басқа коммерциялық және коммерциялық емес ұйымдармен қарым-қатынастары бар көптеген салаларда жұмыс істейді. Бұл әртараптандыру әртүрлі ақпараттық қажеттіліктерге, мүдделі тараптардың әртүрлі күтулеріне, сондай-ақ әлеуметтік кәсіпкерліктің дамуын бағалау мен талдаудың әртүрлі ықтимал өлшемдеріне әкелуі мүмкін.

Түйін сөздер: әлеуметтік кәсіпкерлік, әлеуметтік инновация, инклюзивті кәсіпкерлік, әлеуметтік жауапкершілік, әлеуметтік құндылықтар.

ОБ АВТОРЕ

Беспалый Сергей Владимирович – кандидат экономических наук, профессор, Инновационный Евразийский университет, Павлодар, Республика Казахстан, e-mail: sergeybesp@mail.ru, ORCID ID <https://orcid.org/0000-0002-7462-5340>.

MPHTI 06.71.02

JEL Classification: C52

<https://doi.org/10.52821/2789-4401-2021-5-53-63>

РЕЙТИНГОВАЯ ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ВУЗОВ И БИЗНЕСА ПО РЕГИОНАМ КАЗАХСТАНА

Т. П. Драг^{1*}, З. А. Сальжанова¹, А. А. Витренко²

¹Карагандинский университет Казпотребсоюза, Караганда, Республика Казахстан

²Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Киев, Украина

АННОТАЦИЯ

Цель исследования. Статья посвящена освещению и анализу результатов рейтинговой оценки эффективности взаимодействия вузов и бизнеса на основе расчета интегрального показателя на мезо-уровне по регионам Республики Казахстан для принятия дальнейших решений при разработке региональной политики в области высшего образования и осуществления поддержки вузов тех регионов, которые наиболее результативно взаимодействуют с реальным сектором экономики.

Методология. В исследовании использован методический подход к расчету интегрального показателя.

Оригинальность / ценность исследования. Данная оценка позволяет на основе имеющихся статистических данных объективно определить эффективность взаимодействия вузов и бизнеса по регионам.

Результаты исследования. Проведенная оценка позволила определить, что лидерами регионального рейтинга являются регионы с высоким уровнем образовательно-научного потенциала.

Ключевые слова: оценка эффективности, взаимодействие вузов и бизнеса (ВВБ), интегральный показатель, рейтинг, результативность, удельный вес.