

УДК 339.187.44(574)

СОЦИАЛЬНЫЙ ФРАНЧАЙЗИНГ В КАЗАХСТАНЕ: ЗАРОЖДЕНИЕ И ПУТИ РАЗВИТИЯ

*Ж. Нысанова, Г. Калиева
Университет Алматы*

Ускоренными темпами в экономике нашей страны развивается франчайзинг как эффективная модель распространения успешного бизнеса на современном рынке. Этот вид предпринимательской деятельности привлекает всех, независимо от возрастной категории, социального статуса, опытности ведения бизнеса и т.д. Значит, он дает хорошие результаты, полностью оправдывая коммерческий смысл предпринимательства, при этом минимизируя всевозможные риски потери вложенных денежных средств, времени и риски неоправданности бизнес-проектов. Он порождает целую систему взаимосвязанных объектов, контролируемых, управляемых, обучающих друг друга, взаимозависимых, синхронно растущих и развивающихся.

Увеличение числа франшиз в геометрической прогрессии заставляет задуматься, все ли бизнес-отрасли приспособились к этому новшеству. Плотны охвачены сферы фаст-фуд, ритейла, зоны интернета, производства, медиа. Хорошим спросом пользуются франшизы организаций, оказывающих услуги в сфере дошкольного образования, различных авторских методик ментального развития детей, медицинских организаций, спортивно-развлекательных комплексов, мероприятий психо-аналитической направленности (тренинги, семинары, уроки личностного роста) и т.д.

К сожалению, франчайзинг по сегодняшний день не наблюдается в такой чувствительной зоне социального предпринимательства, где объектами являются уязвимые, незащищенные слои населения, пенсионеры, матери-одиночки, дети-сироты, инвалиды, безработные...

Социальный предприниматель – это лицо, зарабатывающее деньги не столько для личного обогащения, сколько для решения

части имеющихся социальных проблем. Деньги в этом случае являются лишь инструментом. В отличие от коммерческих структур, социальные предприниматели сознательно не считают деньги конечным итогом своей работы. Эмоциональная составляющая как основной фактор существования данных организаций не позволяет этого желать и этого добиваться. В основе мотива деятельности социальных организаций является желание оказать помощь, поддержку «незащищенной» части общества, социально-уязвимому слою населения в любой возможной форме.

Объяснимы причины незрелости, непривлекательности франчайзинговой модели ведения бизнеса в социальной сфере. В общем понимании франчайзинг – это предпринимательская деятельность, согласно которой на договорной основе одна сторона (франчайзер) передаст второй стороне (франчайзи) за вознаграждение на определенный срок или без указания такого право использования торговой марки, фирменного наименования, услуг, технологического процесса, специализированного оборудования, ноу-хау и других, оговоренных в договоре, комплексов услуг. При социальном франчайзинге идет работа с совокупностью благ и методов ведения социально значимого бизнеса, с тиражированием удачных социальных практик, поддержанием и повышением уровня качества оказания той ли иной социальной услуги. Характерной чертой социальных франшиз является такой факт, что зачастую необходимость в расходах стоит перед франчайзером, а не перед потенциальным франчайзи. В случае, если выплата все же является обязательством покупателя, она бывает выражена в виде гарантии обеспечения определенного объема конкретного блага, предоставляемого какой-либо целевой аудитории. Это благо и является возвратной частью, ожидаемой социальным предпринимателем от своей деятельности.

В книге Бекнура Кисикова «Франчайзинг в Казахстане» доступно и подробно написано о возникновении франчайзинга, истории его зарождения и успешного развития как во всем мире, так и в Казахстане. Особенная роль принадлежит социальному франчайзингу. «Если привлечь внимание крупного отечественного бизнеса к проектам социального франчайзинга, то можно создать на базе опыта успешных национальных компаний социально-ориентированные франшизы для социально незащищенных сло-

ев населения. Учредителями социальных франчайзинговых предприятий могут выступать как государство или компании-франчайзеры, так и сами научно-производственные объединения. С увеличением доли социального франчайзинга в мировом предпринимательстве данный сектор будет расти и в Казахстане, так как очевидно, что социальный франчайзинг – это одна из эффективных форм предпринимательства по социализации незанятости населения» [1].

Государству очень важно поддержать таких бизнесменов, которые частично перекалывают на себя огромную ответственность перед социумом и самим собой. Франчайзинг в данной сфере сыграл бы большую роль как для самих организаций, так и для государства. Социальный франчайзинг может стать залогом финансового самообеспечения организации и инструментом его успешного развития и распространения [2].

Как таковой, субъект социального предпринимательства не закреплен нигде юридически, не зарегистрирован в уполномоченных органах именно как социальная организация или как лицо, занимающееся социальной деятельностью. Поэтому можно говорить лишь о примерных цифрах. Это более 120 таковых на сегодняшний день по Казахстану, из них около 40 в Алматы. Наглядными примерами социального предпринимательства являются такие социальные объекты, как фонд «Эльдани», центры «Айкунс», «Кенес», клубный дом «Тренинг кафе», проекты «Нурбала», «Аяулым» и мн. другие

Благотворительный фонд «Эльдани», созданный в 1996 году, оказывает реабилитационную, психологическую, адаптационную, материальную помощь детям и молодежи, страдающим тяжелой болезнью ДЦП, эпилепсией, нарушением психического развития. Большое количество детей состоит на учете в фонде. Это число увеличивается с каждым годом. Директор фонда Гульзира Амантурлина акцентирует внимание на роли государства в этой сфере, которое могло бы существенно разрешить ситуацию путем создания выгодных условий для предпринимателей, расширяя поле привлечения инвестиций, облегчая работу стартапов и инноваций, предоставляя ощутимую выгоду для тех, кто занимается филантропией и благотворительностью. В Казахстане отсутствует инфраструктура поддержки социального предпринимательства,

дорогие кредитные ресурсы, отсутствуют законодательные основы деятельности.

Особенное место в социальном бизнесе занимает такой замечательный объект, как «Тренинг кафе» («Training cafe»). Это общественное объединение с 2012 года работает с людьми с ментальными нарушениями, это клубный дом, предоставляющий возможность таким особенным детям зарабатывать своим трудом деньги. Изучая опыт других стран, посещая конференции, семинары, изучая похожие стратегии, перейдя от теории к практике, удалось открыть данное кафе, где гостей встречают и обслуживают дети, которые в обществе всегда ассоциировались с такими понятиями, как «недееспособный, несамостоятельный, немощный».

Вот как раз так здесь и ощущается легкое действие франчайзинговой системы. Произошло перенятие, частичное дублирование схемы действия социального объекта, что опять же подтверждает возможность, полезность и необходимость развития социального франчайзинга в стране.

Невозможно не отметить в списке социальных организаций всеми известный оздоровительно-реабилитационный центр «Айкун», использующий уникальную методику лечения заболевания опорно-двигательного аппарата. Дети с ДЦП после прохождения курса лечения по инновационной запатентованной авторской технологии Абая Баймагамбетова поражают хорошими результатами и успехами. Уже более 18 лет Центру благодарны сотни семей. Таким центрам надо развиваться и приумножаться.

«Кенес-Центр» реабилитации уже более 20 лет под неизменным руководством Майры Сулесвой занимается защитой прав детей с особыми потребностями и оказанием медико-социальной и специализированной психо-коррекционной помощи детям, имеющим дефекты умственного и психического развития. Эта категория детей и подростков до создания центра не имела возможности получать эффективную помощь, качественную коррекционную поддержку, социальную адаптацию и реабилитацию.

Наглядным примером социального предприятия может служить ТОО «Актюбинское учебно-производственное предприятие Казахского общества слепых», где задействован труд инвалидов по зрению. Здесь изготавливают высококачественные рабочие рукавицы, постельное белье, спецодежду и т.д.

В тендерах успешно участвуют предприятия по производству вышперечисленных изделий, по пошиву любого текстиля, по производству металлокаркасного ассортимента, изделий из дерева, сборке мебели и многого другого, где используется труд инвалидов. Большое внимание уделяется социально-уязвимой части населения – оралманам. Создаются центры по их адаптации, где проходит обучение, консультирование и трудоустройство.

Отличилась в социальной сфере молодежь Аграрного университета КазНАУ. С помощью международной организации «Enactus» в 2012 году был запущен казахстанский проект «Благотворительный магазин добра». Сданные в «Магазин» вещи сортируются, раздаются в детские дома, центры адаптации, инвалидам, матерям-одиночкам. Оставшаяся часть распродается по низкой цене. Вырученные деньги идут на социальные проекты (сбор средств на операции детям с тяжелым диагнозом), также на содержание самого «Магазина», аренду, зарплаты, рекламу. Также в рамках организации «Enactus» студенческие коллективы помогли трудоустроиться более 200 человек, многим помогли открыть собственный бизнес. Изучая опыт социальной деятельности стран Кореи, Нигерии, Франции, США, Германии, России и множества других, они рассказывают об этом своим единомышленникам, внедряя свои новшества, примеряя свои идеи.

В 2012 году состоялся первый Алматинский марафон, входящий в число немногих международных марафонов, являющихся благотворительными: средства, полученные со стартовых взносов участников, направляются на благотворительные цели. Корпоративно-социальная ответственность Фонда «Алматы Марафон»: помощь детям с особыми потребностями раскрыть свой потенциал, давая им возможность вести активный образ жизни, развиваясь физически, направляя часть вырученных средств на создание необходимой для них спортивной инфраструктуры. «Алматы Марафон» проводится ежегодно с участием акимата г. Алматы, волонтеров и спонсоров.

Еще хочется обратить внимание на один социальный проект, появившийся совсем недавно в Алматы. Это Центр творчества для детей «ММдэне». Основателем является молодой, активный, талантливый социальный предприниматель Айбек Есимов. Его студия позволяет заниматься на одной площадке детям с детского

дома с детьми из благополучных семей. Причем финансовые доходы от абонентов идут на содержание Центра, а детдомовские ребята обучаются на бесплатной основе. Это будущие танцоры, вокалисты, художники, музыканты. Также дети получили возможность за пределами детского дома жить интересной творческой жизнью полноценного счастливого человека. Чем не успешная модель социального предпринимательства, чем не готовая социальная франшиза? При беседе с Айбеком выяснилось, что он намерен первым в Казахстане открыть социальную франшизу для расширения поля своей благой деятельности.

В общем, социальные проекты набирают обороты, благодаря рвению, таланту, эмоциональному настрою инициаторов. Важно все это удерживать, поддерживать и смотивировать.

Сегодня в мире много социальных франшиз, в том числе очень успешных. Так, «Диалог в темноте», созданный немецким социальным предпринимателем Андreasом Хайнске, сегодня работает уже как масштабный международный проект, призванный преодолеть барьер между видящими и незрячими людьми. В Великобритании известная социальная франшиза – автомойки «Чистота будущего», использующие минимум воды и моющих средств. В Германии существуют магазины кооперативного типа, значительная часть сотрудников которых инвалиды. В Индии имеется сеть гостиниц, где 50 % всех сотрудников – люди с ограниченными возможностями. Каждый вид деятельности имеет свои специфические особенности, поэтому при заимствовании идей необходимо правильно оценивать востребованность проекта в социальном обществе своей территории [3].

Соседняя Россия имеет ряд успешных проектов по введению социального франчайзинга. В 2010 – 2011 г. родилась идея социального франчайзинга у Фонда «Наше будущее», занимающегося оказанием поддержки социальным предпринимателям как финансовой, так и консультативной, организационной. Первая социальная франшиза – это проект «Чудсево» – небольшие творческие студии для детей и взрослых в Московской области. Завершена разработка франшизы сети гериатрических центров «Опека», франшизы по грудничковому плаванию. Проводятся различные конкурсы в поиске востребованного рынком проекта и создания стоящей франшизы социального характера.

Российский опыт развития социального франчайзинга можно повторить и в Казахстане, как начало действий, дополнив его новаторскими идеями, разбавив творческим потенциалом нашей активной, предприимчивой молодежи. И, конечно же, при поддержке государства. Депутат Мажилиса Парламента Республики Казахстан, член Комитета по финансам и бюджету Ирина Смирнова считает, что социальные предприниматели могут стать надежными партнерами государства в решении социальных проблем в стране. Они могут качественно решать социальные проблемы населения, экономя при этом бюджетные средства, выделяемые на социальную сферу. Эту экономию можно будет снова использовать в социальной сфере. Ответственность государства – создать прозрачность и комфортные условия для развития социального предпринимательства.

Ежегодно проводится ярмарка социальных идей и проектов, которую проводит Фонд Первого Президента. При поддержке Фонда «ДАМУ» проводятся различные научно-практические конференции, например с темой «Социальный франчайзинг: франчайзинг для людей с ограниченными возможностями». Эти факты дали Национальному центру развития франчайзинга при Фонде «ДАМУ» толчок к разработке республиканской, межведомственной программы «Франчайзинг для людей с ограниченными возможностями». Программа предполагает: 1) разъяснение для данной категории людей преимуществ и возможности франчайзинга в их предпринимательской деятельности; 2) отбор франшиз, потенциально соответствующих данной Программе; 3) содействие клиентам программы в приобретении таких франшиз; 4) создание новых рабочих мест для трудоспособных инвалидов [4].

Настоящая конференция – это первое мероприятие в комплексе мер по реализации программы «Франчайзинг для людей с ограниченными возможностями». Задачи конференции: 1) констатировать необходимость реализации программы; 2) определить меры и поэтапные действия реализации программы; 3) привлечь к реализации программы профильные общественные объединения и государственные учреждения.

Цель конференции: обеспечить рост франчайзинговых отношений с участием людей с ограниченными возможностями до 3% от доли всех франчайзинговых отношений к 2022 году (прогноз

союза франчайзинга – достижение доли франчайзинговых отношений в Казахстане в общей доле субъектов МСБ – 15% к 2022 году).

Ассоциация франчайзинга Казахстана готова приветствовать социальных предпринимателей, чьи предложения и идеи благотворно скажутся на развитии социального франчайзинга. Возможно, было бы целесообразным создание обособленного участка (отдела) при Ассоциации Франчайзинга, который бы занимался лишь развитием и поддержкой социального франчайзинга в Казахстане, как одного из основных показателей успешной социально-ориентированной политики государства.

Источники:

1. Кисиков Б. Франчайзинг в Казахстане / Б. Кисиков. – Алматы, 2011.
2. www.zakon.kz
3. www.aflk.kz.
4. www.agkipr.kz.