

ОТ «ФАБРИКИ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА» – К «ФАБРИКЕ СОЦИАЛЬНЫХ УСЛУГ»

Н. В. Высоцкая,

кандидат экономических наук, профессор кафедры менеджмента
Московского городского университета управления Правительства Москвы

Статья посвящена вопросам формирования организаций, осуществляющих свою деятельность в области социального предпринимательства и социального партнерства. Обсуждается концепция создания инновационных проектов: «Фабрика социального предпринимательства» и «Фабрика социальных услуг».

Issues related to creation of organizations carrying out activities in the field of social business and social partnership are discussed as well as concepts of creation of two innovative projects « Social business factory» and « Social service factory».

Ключевые слова: предпринимательство, трансформация, социальная ответственность бизнеса, социальное партнерство, социальное предпринимательство, государственно-частное партнерство, внутреннее предпринимательство, частная финансовая инициатива, кредитная фабрика, фабрика социального предпринимательства, фабрика социальных услуг.

Key words: entrepreneurs' activities, transformation, corporate social responsibility, social partnership, social entrepreneurs' activities, public private partnership, intrapreneurship, private financial initiative, credit factory, social businesses factory, social service factory.

В российском предпринимательстве в последние два десятилетия происходят длительные, целенаправленные, часто крупномасштабные изменения, включающие совместное развитие процессов, структур, технологий, человеческого капитала, модификацию или даже замену основных принципов функционирования, использование выявленных источников развития, формирование лидеров новой формации, а также создание новой организационной культуры, восприимчивой к переменам и поддерживающей инновации и социальную ответственность бизнеса. Бизнес теперь имеет установку на вовлечение мира в сферу своей деятельности и акцентирование внимания на социально значимых аспектах человеческой деятельности, что необходимо для того, чтобы уравновесить интересы развития бизнеса с более широкими интересами всего общества¹.

Социальная ответственность понимается очень широко. Социальную ответственность имеют и государство, и бизнес, и общественность. При этом сближаются такие области, как корпоративное управление и социальная ответственность бизнеса, социальная ответственность бизнеса и государства, общественности и государства, бизнеса и общественности. В этом процессе традиционный взгляд на социальное партнерство и на социальные программы также трансформируется.

Если в традиционной модели взаимодействия бизнеса и общества бизнес-структурам позволялось участвовать в благотворительных акциях и выступать спонсором программ, которые никак не были связаны с основным направлением бизнеса, то в 1990-х гг. ситуация начала постепенно меняться. Взносы и пожертвования стали сильнее концентрироваться вокруг какой-либо главной темы, которая непосредственно была связана с основным направлением бизнеса.

Накопленный опыт стал помогать интегрировать социальные программы бизнес-структуры с основными направлениями ее деятельности. В этом случае эффективность социальных программ становилась гораздо выше. Не только конкретные люди или социальные группы получали конкретный вид помощи в решении конкретных проблем и задач (фактическая эффективность), но наблюдался и репутационный эффект (в том числе снижение какого-либо негативного явления). Такой подход в мировой практике носит название социально-значимых направлений деятельности, которая смягчает противоречия между интересами бизнес-структур и общества. Для российского бизнеса целесообразно акцентировать деятельность именно на реализации этого интегрированного подхода².

¹ Высоцкая Н.В. Трансформация предпринимательства в постсоветской России: управленческий аспект. Монография. М.: АП «Наука и образование», 2010.

² Социальная ответственность бизнеса: актуальная повестка / под ред. С.Е. Литовченко, М.И. Корсакова. М.: Ассоциация менеджеров, 2003.

Наряду с развитием указанных направлений развития социальной ответственности бизнеса, в мире наблюдается тенденция к переходу благотворительных организаций от простого дарения к инвестициям. В результате появляются бизнес-структуры, спонсируемые и финансируемые бизнесом. Становится все больше сторонников той точки зрения, что благотворительная деятельность должна иметь в своей основе те же принципы зарабатывания и расходования денег, которые имеет предпринимательство. Так, стали создаваться венчурные филантропические компании, имеющие целью достижение конкретных и количественно измеряемых социальных целей, а в долгосрочной перспективе – финансовых результатов. В этом контексте имеет смысл рассматривать получателей всевозможных «грантов» не как «нуждающихся», а как социальных предпринимателей, причем имеющих общую цель с инвесторами. Как показывает анализ практики, для продуктивного и эффективного сотрудничества необходимо с самого начала существования такого сотрудничества сформировать набор показателей, с помощью которых будет осуществляться отчетность, контроль, а также оценка результатов деятельности такой организации.

Еще одним примером организаций нового типа являются бизнес-структуры, которые выступают посредниками между филантропией и социальным предпринимательством. Примером может служить деятельность созданной в Цюрихе организации по кредитованию бедных слоев населения Socential, которой предоставляется возможность реализации инвестиционных программ через ряд профессионально управляемых инвестиционных структур¹.

Как известно, в настоящее время все более актуальным становится партнерство властных и предпринимательских структур – государственно-частное партнерство (ГЧП), которое представляет собой концепцию сотрудничества и партнерства между государственными и частными секторами в обеспечении общественно значимых проектов².

В современном мире потребность в новых социальных проектах растет. Следовательно, растут и финансовые обязательства государства перед населением по предоставлению этих услуг, бре-

мя обеспечения которых традиционная задача государства. Помимо этого, растет потребность в финансировании обновления, поддержания и эксплуатации существующей социальной инфраструктуры. Ограниченность бюджетных средств приводит к ситуации, когда власть не в состоянии обеспечить адекватное и своевременное финансирование из бюджета всех социально значимых проектов и программ, поэтому основной задачей территориальных администраций становится поиск форм привлечения частного сектора в общественно значимые программы, направленные на повышение качества традиционных и предоставление новых общественных услуг.

Как известно, государственно-частное партнерство представляет собой договорные механизмы, действующие между государственным сектором и частной стороной. Это институциональный и организационный альянс между государством и бизнесом, действующий между государственным сектором и частной стороной на договорной основе в целях реализации общественно значимых проектов и программ или оказания других основных услуг. Таким образом, ГЧП определяется как стратегический контракт, договорно оформленные отношения государства и предпринимательских структур с четким распределением возможных рисков и ответственности.

Партнерство строится как формализованная кооперация государственных и предпринимательских структур, специально создаваемая под те или иные цели и опирающаяся на соответствующие договоренности сторон. В мире не существует единой стандартной схемы ГЧП, но как свидетельствует опыт стран с развитой рыночной экономикой, существуют принципы, механизмы и основные черты ГЧП, отличающие его проекты от других форм отношений государства и частного бизнеса: Типового контракта государственно-частного партнерства в России также не существует, скорее можно говорить о позициях, которые должны быть контрактно закреплены³.

В перспективе представляется целесообразным формирование социального государственно-частного партнерства в форме целевой государственно-

¹ Нотигер М. От благотворительности к инвестициям // Ведомости. – 22.11.2010.

² Высоцкая Н.В. Трансформация предпринимательства в постсоветской России: опыт, инновации и перспективы. Монография. М.: АП «Наука и образование», 2010.

³ Высоцкая Н.В., Жилина О.А. Государственно-частное партнерство: вопросы теории и методологии: учеб. пособие. М.: Моск. гор. ун-т управления Правительства Москвы, 2010/

частной программы (федеральной, долгосрочной). В развитии социальных государственно-частных проектов и программ можно будет говорить и о международных социальных проектах и программах.

Развитие информационных систем, выделение и оптимизация бизнес-процессов и представление организации как процессной создали в ряде сфер бизнес-деятельности предпосылки и условия для создания комплексов автоматизированных и управленческих операций (или мер), позволяющих проводить централизованный процессинг (поведение) и скоринг (оценку) принимаемых решений. Такие комплексы во всем мире называют «фабриками»¹.

Так, Сбербанк в конце 2008 года запустил инновационный проект – автоматизированную систему «Кредитная фабрика», в соответствии с которой на автоматизированную оценку были переведены все виды кредитов, за исключением ипотечных (ипотечные кредиты, согласно стратегии развития банка до 2014 года, будут рассматриваться через «фабрику» во втором квартале 2011 года). При этом подходе «технический» способ оценки клиента дополняется проверкой информации о потенциальных заемщиках кредитными инспекторами. Заметим, что страховые компании также заинтересовались возможностью создания так называемых «страховых фабрик».

Таким образом, с одной стороны, происходит интеграция основной деятельности бизнес-структур с их социальными программами, с другой, наблюдается интеграция социально-значимых направлений деятельности бизнес-структур с соответствующей деятельностью органов исполнительной власти. Эта интеграция имеет место не только в области предоставления населению значимых для него общественных услуг, но и в области формирования и поддержания социальной инфраструктуры территории (в том числе ее объектов, а также образовательных учреждений, готовящих специалистов в области управления социальной сферой и т.п.).

Государство должно формировать определенную и меняющуюся в зависимости от социально-экономической ситуации и все возрастающих потребностей граждан «производственную линейку» социальных услуг. При этом все более проблема-

тичным становится удовлетворение потребностей всех нуждающихся в необходимых им услугах: имеются трудности не только финансового, но и организационно-функционального характера.

Помочь выходу из сложившейся ситуации может использование двух моделей партнерства властных и бизнес-структур. Первой из этих моделей является так называемый социальный аутсорсинг (привлечение внешних источников). Властные структуры вынуждены (и это уже делается) свои функции социального характера, например, некоторые виды деятельности в области социальной защиты, передавать на конкурсной и контрактной основе бизнес-структурам, имеющим в своем портфеле социально-значимые бизнес-мероприятия, соответствующие требуемым видам социальных услуг (или наборам таких услуг, или таким услугам «в пакете»). В этом случае фактически формируется государственно-частное партнерство в виде концессионного соглашения. По сути, речь здесь идет о таком виде концессионного соглашения как PFI (Private Financial Initiative – частная финансовая инициатива). В соответствии с PFI, с частным партнером заключаются долгосрочные контракты на предоставление услуг, которые обычно включают обеспечение основных фондов и обязательства инвестиционного характера. Ответственность за предоставление услуг остается за государственным сектором.

Вторая модель взаимодействия в области социально-значимых направлений деятельности властных и бизнес-структур, а также бизнес-структур и общественности базируется на создании организационных структур внутреннего предпринимательства (intrapreneurship)².

Если в бизнес-структурах создание организационных структур внутреннего предпринимательства не противоречит существующему законодательству, то для государственных структур вопрос о законности их создания остается дискуссионным. Вместе с тем, как представляется, и в одном, и в другом случае внутреннее предпринимательство – это государственно-частное партнерство в форме концессионного соглашения вида PFI (частная финансовая инициатива).

¹ The Credit Factory [///D:/%D0%9A%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D1...](http://D:/%D0%9A%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D1...)

² <http://finam.fm/archive-view/3154/print/>

Таким образом, в бизнес-структурах (или в органах исполнительной власти) возникает новая функция, реализующая формирование, инвестирование и контроль организаций-аутсорсеров или организаций внутреннего предпринимательства. Так как профессиональная деятельность, осуществляемая этими структурами, – это предоставление социальных услуг, по своей сути являющихся «самостоятельными произведениями», то их исполнитель в той или иной степени является предпринимателем. В этом случае сама организация имеет тенденцию постепенно становиться настоящей «партнерской» и «предпринимательской структурой».

В связи с этим, представляется целесообразным институционализировать «производство» организационных структур социально-ответственного взаимодействия власти, общественности и бизнеса путем создания «фабрик социального предпринимательства». Деятельность такой фабрики должна осуществляться с использованием информационной системы, предпочтительно отбирающей «кандидатов» в партнеры, подобно тому, как это сделано в проекте Сбербанка России «Кредитная фабрика». Потенциальными партнерами могут быть физические и юридические лица (бизнес-структуры, общественные организации). В результате успешной деятельности таких организаций социального предпринимательства, формой их менеджмента со временем может стать МВО (management buy-out) – постепенный выкуп бизнес-структуры ее менеджментом.

В дальнейшем на основе созданной системы структур социального предпринимательства возможен запуск еще одного инновационного проекта – автоматизированной системы «Фабрика социальных услуг».

Библиографический список

1. Высоцкая Н.В. Трансформация предпринимательства в постсоветской России: управленческий аспект. Монография. М.: АП «Наука и образование», 2010.
2. Высоцкая Н.В. Трансформация предпринимательства в постсоветской России: опыт, инновации и перспективы. Монография. М.: АП «Наука и образование», 2010.
3. Высоцкая Н.В., Жилина О.А. Государственно-частное партнерство: вопросы теории и методологии: учебное пособие. М.: Моск. гор. ун-т управления Правительства Москвы, 2010.
4. Нотигер М. От благотворительности к инвестициям // Ведомости. – 22.11.2010.
5. Социальная ответственность бизнеса: актуальная повестка / под ред. С.Е. Литовченко, М.И. Корсакова. М.: Ассоциация менеджеров, 2003.
6. The Credit Factory/The First Rand Group Company //D:/D0%9A%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D1...
7. [http:// finam.fm/archive-view/3154/print/](http://finam.fm/archive-view/3154/print/)

Высоцкая Наталья Владимировна – кандидат экономических наук, профессор кафедры менеджмента Московского городского университета управления Правительства Москвы

e-mail: vyssotsk@infoline.su