



№ 2
выпуск

Социальные предприниматели на рынке социальных услуг: перспективы развития

Темы номера:

Социальные услуги: государство расширяет доступ новым игрокам

Возможности социальных предпринимателей на рынке социальных услуг

Коммерческие условия и барьеры

Расширение участия негосударственных организаций на рынке социальных услуг: есть вопросы

По данным Фонда «Общественное мнение»

Выпуск №2

**Социальные предприниматели
на рынке социальных услуг:
перспективы развития**

Авторы: Петренко Е. С., Кот Ю. А., Климова С. Г., Богомолова Е. В.

Дизайн и верстка: ООО «ФОМ.РУ»

Оглавление

Брошюра «Социальные предприниматели на рынке социальных услуг: перспективы развития» рассказывает о ключевых результатах исследования Фонда «Общественное мнение» 2016 года «Социальные предприниматели как акторы на рынке социального обслуживания».

Первое исследование в рамках изучения феномена социального предпринимательства – «Социальное предпринимательство как форма гражданского участия» – ФОМ провел в 2013 году. С его результатами можно ознакомиться на сайте **soc.fom.ru** в разделе «Спецпроекты».

Текущий тренд в сфере социального обеспечения – расширение доступа к рынку негосударственных поставщиков социальных услуг.

Как относится к этому тренду население? В каких сферах наиболее востребованы услуги социальных предпринимателей? Кто из игроков готов занять место государства на рынке социальных услуг? Каковы особенности социальных предпринимателей по сравнению с другими игроками социальной сферы – государственными учреждениями, бизнесом в социальной сфере и некоммерческими организациями? Есть ли между ними конкуренция? Что способствует, а что препятствует развитию социального предпринимательства? Нужны ли особые преференции для социальных предпринимателей и других негосударственных игроков на этом поле?

На эти и многие другие вопросы пока нет однозначных ответов ни у экспертов, ни у социальных предпринимателей. Палитра мнений представлена на страницах брошюры.

Введение	6
Основные выводы	8
Часть 1. Социальные услуги: государство расширяет доступ новым игрокам	11
Изменение функции государства	12
Особенности социальных предприятий	13
Что такое социальное предпринимательство	14
Социальная миссия или прибыль?	15
Инновационность	16
Часть 2. Возможности и барьеры социальных предпринимателей на рынке социальных услуг	18
Нормы и законы	20
Законодательство	21
Статус социального предприятия	22
Равенство прав государственных организаций и социальных предприятий	25
Единые правила привлечения государственных средств в разных сегментах социальной сферы	26
Роль региональных и местных властей	28
Коммерческие условия и барьеры	30
Платежеспособный спрос	31
Практики получения негосударственных услуг и мнение об их качестве	32
Конкуренция с бизнесом в социальной сфере	33
Внутренние, профессиональные возможности и ограничения	34
Профессиональные риски	35
Бизнес-стратегии социальных предпринимателей: инновации и сотрудничество	37
Часть 3. Расширение участия негосударственных организаций на рынке социальных услуг: есть вопросы	40
Конкуренция – развитие или деградация социальной сферы?	41
Какие перспективы у ваучеров как финансового механизма?	42
Каковы возможности привлечения бизнеса в социальную сферу?	43
Каковы перспективы привлечь благотворительные пожертвования и труд добровольцев?	44
Разгосударствление – отказ государства от социальных обязательств или способ развития социальной сферы?	45

Введение

Социальное предпринимательство – еще новая, но уже достаточно устойчивая практика, набирающая все большую популярность в России. Суть социального предпринимательства – в изначальной нацеленности на решение или существенное смягчение остроты конкретной социальной проблемы, которое обеспечивается за счет сочетания бизнес-подхода и социального новаторства.

История развития социального предпринимательства в России к настоящему моменту насчитывает около 10 лет, в то время как за рубежом это явление существует уже более 30 лет. Социальное предпринимательство пришло к нам во многом благодаря Фонду «Наше будущее», который стал первой организацией, всецело специализирующейся на поддержке социального предпринимательства в нашей стране. Развивая институт социального предпринимательства, Фонд ведет работу по поиску наиболее перспективных инновационных идей и проектов, их эффективной реализации на практике, а также адаптации западных технологий социального предпринимательства к российским условиям.¹

Уже сейчас многие эксперты считают, что социальное предпринимательство может стать эффективным инструментом для решения многих социальных проблем и проблем развития экономики. При этом в последнее время в России заметно усилился тренд

на разгосударствление социальной сферы – это выражается, в частности, в расширении доступа негосударственных организаций к социальному обслуживанию. Как же отразится этот тренд на развитии социального предпринимательства в России? Станут ли социальные предприниматели более популярны и востребованы у государства и населения как поставщики социальных услуг? И оказывается ли провозглашенному курсу разгосударствления необходимая поддержка?

Основная задача исследования состояла в том, чтобы выяснить, как соотносятся представления основных участников процесса разгосударствления – населения (потребителей услуг), социальных предпринимателей (поставщиков) и представителей органов власти различного уровня (заказчиков и контролеров) – о должном порядке разгосударствления социальных услуг и о роли новых игроков на этом рынке.

Результаты исследования показывают возможные стратегии развития социального предпринимательства, а также основные риски на их пути как поставщиков социальных услуг.



1 В первой части брошюры рассматриваются особенности социальных предпринимателей в сравнении с другими поставщиками социальных услуг: «обычным» бизнесом в социальной сфере, некоммерческими организациями и государственными учреждениями.

2 Во второй части описаны основные возможности социальных предпринимателей и ограничения, с которыми они сталкиваются. Речь идет как о внешних институциональных и коммерческих условиях, формирующих спрос и предложение на рынке социальных услуг, так и о внутренних ресурсах и профессиональных рисках новых игроков социальной сферы.

3 В третьей части брошюры в формате блиц-ответов представлены наиболее острые и дискуссионные темы, связанные с расширением присутствия негосударственных организаций на рынке социальных услуг.

Надеемся, полученные результаты будут использованы при разработке комплексной системы мер, направленных на развитие как социальной сферы в целом, так и социального предпринимательства в частности.

В исследовании приняли участие:

8 8 экспертов – представители федеральных и региональных органов власти: Департамента социального развития и инноваций Министерства экономического развития РФ, Департамента развития малого и среднего предпринимательства и конкуренции Министерства экономического развития РФ, Государственной думы, Российского союза промышленников и предпринимателей, Комитета общественных связей Москвы, правительства Красноярского края, Пермского фонда развития предпринимательства, Департамента экономического развития Ханты-Мансийского АО;

20 20 социальных предпринимателей из Вологды, Горно-Алтайска, Москвы, Нижнего Тагила, Новокузнецка, Перми, Югры, Санкт-Петербурга, Красноярска, Свердловской области, Череповца.

¹ <http://www.nb-fund.ru/>

Основные выводы



1 Государство декларирует стремление к тому, чтобы на рынке социальных услуг появились новые игроки для создания конкуренции в этой сфере. При этом за собой оно намерено оставить функции заказчика таких услуг и контролера их качества.

Важный вопрос – насколько готовы предприниматели занять место государства во всех сферах социального обслуживания (а не только в тех, где это рентабельно) и обеспечить высокий уровень качества услуг и их разнообразие? Насколько возможно для них выступить конкурентами государственным учреждениям, не имея аналогичных ресурсов – долгосрочного финансирования, высокотехнологичного оборудования, помещений, базы клиентов и пр.?

2 Данные статистики и опросов свидетельствуют, что россияне довольно широко пользуются негосударственными социальными услугами, в первую очередь – в сфере образования и медицины.

Но с одной стороны, социальная сфера неоднородна: оказывать услуги социально незащищенным группам – большим детям и взрослым с врожденными или хроническими заболеваниями, ментальными нарушениями – частный бизнес обычно не готов из-за ряда трудностей, в частности – нерентабельности.

С другой стороны, часто население вынужденно прибегает к негосударственным социальным услугам из-за сложности получения или отсутствия государственных аналогов. При этом люди не привыкли, не готовы, а иногда и не имеют возможности платить за все виды необходимых им услуг.

Иными словами, рынок социальных услуг в России ещё не сложился, для «ухода» государства из социальной сферы необходимых условий нет. Пока только оно может гарантировать предоставление дорогостоящих социальных услуг, которые никаким другим игрокам оказывать не под силу.

3 Социальные предприниматели являются предпочтительными поставщиками социальных услуг благодаря своим сущностным особенностям: изначальной нацеленности на решение социальных проблем, инновационности, бизнес-подходу и финансовой устойчивости. Они готовы к небольшим масштабам деятельности и относительно скромным доходам – в том числе к работе в нишах, где государственные структуры по разным причинам социальные услуги не оказывают, а для бизнеса они нерентабельны.

Однако для развития и даже выживания социальных предприятий нужна поддерживающая

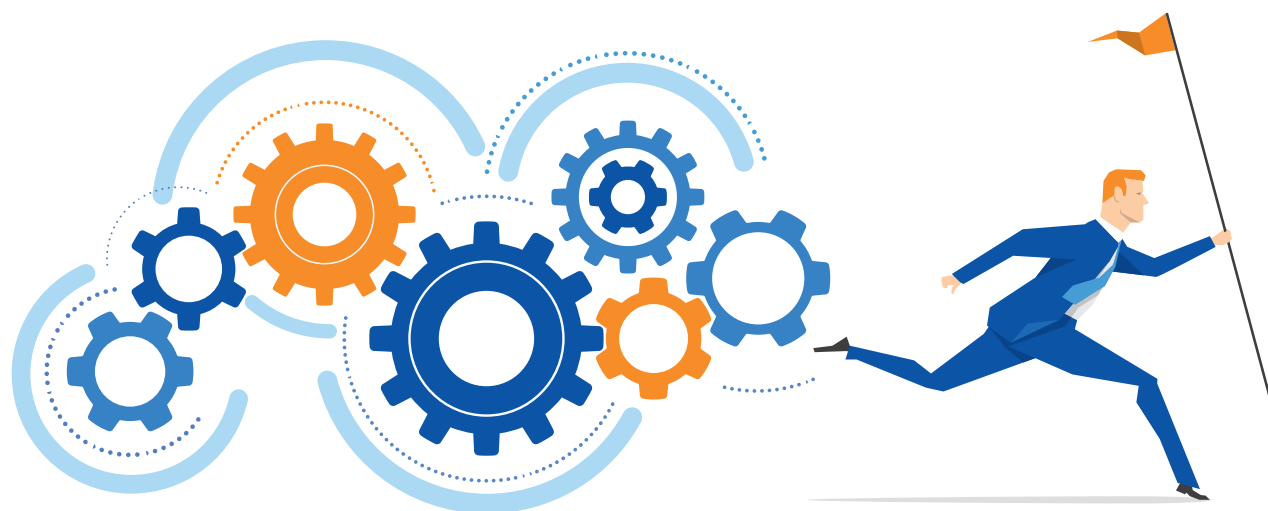
институциональная среда. Государство, крупный бизнес и фонды должны стать проектировщиками этой среды и сформулировать «правила игры»:

- нормы и законы, обеспечивающие социальным предпринимателям статус и преференции;
- доступ к различным ресурсам, в том числе финансовым (программы поддержки со стороны государства и крупного бизнеса, частное финансирование), возможность использования различных финансовых механизмов (ваучеры, сертификаты в сфере социального обслуживания, средства ОМС и пр.);
- информационное продвижение, формирующее сети поддержки;
- инфраструктурная поддержка, укрепляющая компетенции социальных предпринимателей и снижающая неизбежные профессиональные риски;
- формирование среды для развития инноваций, предпринимательской инициативы и базовых ценностей сотрудничества, благотворительности, гуманизма и пр.;
- контроль качества услуг негосударственных поставщиков со стороны государства, профессиональных сообществ и населения (ассоциации потребителей и пр.).

4 Требования расширить доступ новым игрокам на рынке социальных услуг, не подкрепленные продуманной институциональной поддержкой (нормативные, финансовые, инфраструктурные и пр. меры), сопряжены с рисками имитации процессов разгосударствления.

Это ситуации, когда местные власти «не мешают, но и не помогают» социальным предпринимателям; когда «контрольные цифры» достигаются лишь на бумаге (создание госструктурами НКО для оказания социальных услуг); когда регионы в случае необходимости показывают федеральным чиновникам и СМИ парочку одних и тех же социальных предпринимателей. Все это не только снижает эффективность самого процесса разгосударствления, но способствует возникновению коррупционных барьеров на пути негосударственных учреждений.

5 Новые игроки приходят в социальную сферу не только и не столько потому, что хотят конкурировать и вытеснить государство с этого рынка. Спрос на социальные услуги превышает предложение государственных учреждений (откуда государство уходит или куда не приходит, редкая или новая услуга, отдаленный район и пр.).



В этом смысле у социальных предпринимателей нет серьезных коммерческих барьеров и конкуренции. Однако как только у них появляется отработанная технология и сформированный круг постоянных потребителей продукта или услуги, возникает интерес со стороны конкурентов – бизнеса в социальной сфере.

с рядом профессиональных рисков: несоблюдение ими стандартов качества в лицензируемых видах деятельности; несоответствие услуг государственным стандартам; неясная ответственность в случае оказания некачественной услуги; недостаток профессиональных компетенций и пр.

6 Для своего развития российские социальные предприятия часто используют следующие бизнес-стратегии:

- извлечение преимуществ из разных организационно-правовых форм: создание альянсов коммерческого предприятия (ООО, ИП) и НКО (благотворительного фонда или общественной организации);
- диверсификация социального предприятия через создание кластера близких по роду деятельности предприятий;
- кооперативная стратегия сотрудничества, создание межсекторных сетей поддержки и последователей.

7 Расширение доступа негосударственных поставщиков социальных услуг сопряжено

8 В настоящее время формируется новый ландшафт сферы социального обслуживания. Активный поиск новых финансовых механизмов, облегчающих доступ негосударственным организациям (концессионные соглашения, ваучеры, использование средств ОМС и пр.), сопряжен с новыми рисками для населения и государственного бюджета, что нередко ведет к ухудшению, а не развитию социальной сферы.

9 Судя по данным исследования, есть несколько важных моментов, в которых интерпретации смысла и приоритетных механизмов разгосударствления расходятся. На повестке дня стоит дополнительное обсуждение наиболее дискуссионных моментов, разработка и реализация комплексных мер, обеспечивающих минимизацию выявленных рисков и развитие социальной сферы.

Часть 1

Социальные услуги: государство расширяет доступ новым игрокам

Изменение функции государства

Особенности социальных предприятий

Как меняются функции государства на рынке социальных услуг. Тренд на разгосударствление. Особенности и преимущества социальных предпринимателей.

Изменение функции государства

Социальные услуги в России традиционно оказывало государство, выполняя одновременно три функции: заказчика, поставщика и контролёра услуг.

В последнее время ситуация меняется: чётко прослеживается тенденция на изменение роли государства в социальной сфере, а именно – готовность расширить доступ негосударственных поставщиков к оказанию социальных услуг.

“Появление таких игроков и встраивание их в систему оказания социальных услуг способствует росту конкуренции. Если мы будем развивать систему бюджетных сертификатов, когда за получателем услуги из государственного учреждения может уйти и финансирование на оказание этой услуги, это заставит их быть оперативнее, гибче и клиентоориентированнее.
(эксперт, Москва)

“Одному государству справиться с этим сложно в силу разных обстоятельств, особенно когда речь идет о разнообразии. Есть какие-то специфические услуги, которые не нужны широкому кругу пользователей, а кому-то они абсолютно необходимы. И есть те, кто готов эти услуги предоставить.
(эксперт, Москва)

Эксперты считают, что расширение доступа негосударственных организаций к оказанию социальных услуг – это фактор развития социальной сферы, создание здоровой конкуренции на рынке:

- повысится предпринимательская и социальная активность населения;
- социальные услуги станут разнообразнее, качественнее и доступнее, так как негосударственные игроки – более гибкие, они быстрее госучреждений реагируют на новые вызовы и потребности людей;
- у населения повысится удовлетворенность услугами: люди смогут сравнивать услуги государственных и негосударственных учреждений и выбирать для себя лучшее;
- управление социальной сферой станет более эффективным – государство перестанет контролировать само себя;
- более рациональным и эффективным станет использование бюджетных средств: экономия, привлечение внебюджетных инвестиций, благотворительных пожертвований и труда добровольцев.

Особенности социальных предприятий

Что такое социальное предпринимательство

Социальная миссия или прибыль?

Инновационность



Что такое социальное предпринимательство

Наряду с государственными учреждениями, социальные услуги населению оказывают коммерческие организации (бизнес в социальной сфере) и некоммерческие организации (НКО), а в последнее время появилась еще одна группа игроков – **социальные предприниматели**.

Социальное предпринимательство – пока достаточно новое явление для России в целом и на рынке социальных услуг в частности.

В настоящее время у социальных предприятий нет отдельного организационно-правового статуса (они оформляются как НКО или коммерческое предприятие), однако это тип организаций со своими характерными особенностями.



“Например, реабилитационный центр раннего вмешательства, где семье с ребёнком-инвалидом помощь оказывают не как в госучреждении, по стандарту, с 5–7 лет, а при необходимости. Вышла семья с ребёнком из роддома – к государству она может прийти через какое-то время за этой услугой, а до этого она сама себе предоставлена. Если в эту нишу приходит социальный предприниматель, то он берёт эту семью и работает с ними в развитии, до взрослого возраста ребёнка. То есть здесь это пролонгированная услуга, это глубокое изучение потребностей клиента. Стандартный, обычный бизнес больше ориентирован на сиюминутную прибыль, а не на долговременные отношения с клиентом. (эксперт, Красноярск)



Социальное предпринимательство – это новаторская деятельность, изначально направленная на решение или смягчение социальных проблем общества на условиях самоокупаемости и устойчивости.

Социальная миссия или прибыль?

Коммерческие игроки в социальной сфере стремятся к увеличению прибыли, а потому – к масштабным проектам или оказанию «премиум-услуг для состоятельных людей», основной критерий выбора сферы деятельности для них – это экономическая эффективность.

В то время как для социальных предпринимателей **получение прибыли – это не основная цель, а лишь средство, позволяющее решить социальную проблему**.

“Сейчас выстроена такая схема, когда есть коммерческое направление – это работа с иностранными туристами на колясках по рыночной стоимости. И есть социальное направление – работа с российскими туристами с инвалидностью. Это работа с минимальной прибылью, либо без прибыли, либо в убыток. Она, так скажем, осознанно убыточна. (социальный предприниматель, Санкт-Петербург)

В этом смысле социальные предприниматели готовы к **небольшим масштабам деятельности и более скромной прибыли**: работать в узких сегментах, где нужна сложная **индивидуальная** работа. Это те профессиональные, географические, социальные ниши, в которых государственные структуры и бизнес по разным причинам услуги не оказывают. Например, открытие какого-либо дела «в глубинке» – балетной школы в степном селе, зубоврачебной поликлиники в тундре и пр.

“Россия – большая же матушка. Много людей вообще за логистическими барьерами находятся, живут в таких местах, где врачей нет. (социальный предприниматель, Красноярск)



Инновационность



Инновационность – другая отличительная особенность социального предпринимательства, готового к освоению смежных или новых сфер деятельности, выходу на новые рынки и группы клиентов, предоставлению новой социальной услуги. Инновационность – это и принципиально новая организация производства, позволяющая использовать имеющиеся возможности и ресурсы более экономно, креативно, рационально и с большей пользой для клиентов.

“В дефектологии рассматривается нарушение, дефект – и что с этим делать, как это лечить. Поскольку у меня не было вот этого изначального взгляда на дефект, я сразу же смотрела на сохранное. Получалось, что абсолютно не говорящие дети через английский язык начинали говорить. (социальный предприниматель, Свердловская область)

“Мы работаем только с натуральными материалами, стараемся делать замкнутый цикл. Если делают рамочки или какие-то большие сундуки, остаются небольшие отходы дерева – мы из этого делаем упаковку под свечи. У нас есть мастерская изготовления бумаги из старой. Мы живем на глине, сами её копаем, сами её делаем. В швейной мастерской у нас бывают хорошие заказы на постельное белье. И цены у нас очень приемлемые, цена и качество соответствуют абсолютно. Ну, кроме того, работаем с разными организациями, с ателье. У них забираем остатки и работаем в лоскутном стиле, используем остатки из мастерской шерсти и фетра... (социальный предприниматель, Свердловская область)

В этом отношении деятельность социальных предприятий близка некоммерческим организациям – с одной стороны, распространена зависимость от **дополнительной финансовой подпитки** в виде благотворительных пожертвований, безвозмездных субсидий и грантов; с другой стороны, имеет место ориентация на **сотрудничество и партнерство**, создание сетей.

“Рабочие места для людей-колясочников или для слепых могут быть и прибыльными. Но если мы говорим о людях с ментальными и психическими нарушениями, то говорить о прибыли, о том, что эти люди смогут работать в рыночных условиях, нельзя. Сюда нужно вкладывать дополнительные субсидии, чтобы эти люди могли быть частью нашего общества. (социальный предприниматель, Свердловская область)

Расширение участия негосударственных организаций на рынке социальных услуг – это не уход государства из социальной сферы, а изменение его функций: оно продолжает финансировать и контролировать социальную сферу.

Социальные предприниматели отличаются от других игроков социальной сферы: для них прибыль – это средство решения острых социальных проблем. Они находят новые решения там, где государство услуги не оказывает, а обычному бизнесу это невыгодно.

Особенность	Негосударственные поставщики			Государственные поставщики
	бизнес	СП	НКО	
Миссия, цель	ориентация на прибыль	ориентация на решение или смягчение социальной проблемы		выполнение госзаказа
Готовность к инновациям	высокая			низкая
Ресурсы	нестабильная ресурсная база			стабильное долговременное финансирование, наличие средств производства, кадров
Репутация и доверие со стороны населения	невысокий уровень доверия			высокий уровень доверия и информированности населения
Клиенто-ориентированность	+ учёт индивидуальных потребностей людей	++ личностный подход, учёт индивидуальных потребностей людей		– предоставление стандартизированных услуг
Бизнес-стратегия	конкуренция	ниша		госзаказ
Управление и основные ценности	бизнес-подход, экономическая эффективность	бизнес-подход, экономическая и социальная эффективность	слабо выстроенные бизнес-процессы, социальная эффективность	слабо выстроенные бизнес-процессы, государственные приоритеты
		деятельность ценностно окрашена, ориентирована на альтруизм		

Часть 2

Возможности и барьеры социальных предпринимателей на рынке социальных услуг

Нормы и законы

Коммерческие условия и барьеры

Внутренние, профессиональные
возможности и ограничения

Что способствует и что препятствует социальным предпринимателям?
Коммерческие условия: какие сферы – наиболее перспективные и востребованные?
Как обеспечить рост числа негосударственных игроков в социальной сфере?

Учитывая особенности социальных предпринимателей как поставщиков социальных услуг, наиболее перспективны для них, по мнению экспертов, следующие сферы:



дошкольное образование: детские сады и дополнительные образовательные услуги (детские клубы, досуговые и развивающие центры);



медицина: специализированные медицинские услуги, медицинское обслуживание на дому; пансионаты для пожилых людей;



социальная и медицинская реабилитация: услуги специальных реабилитационных учреждений для больных детей и взрослых, в том числе с ментальными нарушениями.

Мнение экспертов подтверждается и практиками обращения населения в частный сектор для получения социальных услуг.

Поэтому именно этим трем направлениям далее будет уделено особое внимание.



Нормы и законы

Законодательство

Статус социального предприятия

Равенство прав государственных организаций и социальных предприятий

Единые правила привлечения государственных средств в разных сегментах социальной сферы

Роль региональных и местных властей

Дружественное законодательство и понятные «правила игры» как условия успеха разгосударствления.

Нужен ли особый статус социального предпринимателя?

Роль региональных и местных властей в развитии социального предпринимательства.



Законодательство

Объявленный курс на разгосударствление социальной сферы предполагает создание государством возможностей для новых игроков занять своё место на рынке социальных услуг. Речь идёт как о дружественном законодательстве и чётких правилах игры, так и об оказании новым участникам информационной, административной и финансовой поддержки.

В настоящее время у экспертов и социальных предпринимателей нет согласованной позиции в том, какими должны быть нормы, регулирующие и стимулирующие развитие социального предпринимательства.



Благоприятные институциональные условия

1. дружественное законодательство, льготы и преференции, программы господдержки
2. поддержка региональных и местных властей
3. инфраструктурная поддержка (со стороны государства, крупного бизнеса и фондов): обучение, экспертное сопровождение, информационное продвижение и пр.
4. доступ к финансам и ресурсам, налоговые льготы:
 - федеральный бюджет: механизмы государственно-частного партнёрства; субсидирование процентной ставки по кредитам и пр.
 - региональный и муниципальный бюджет: субсидии, закупки социальных услуг (при включении в реестр поставщиков социальных услуг), торги и конкурсы, целевые сертификаты (ваучеры), использование средств ОМС и пр.
 - крупный бизнес: гранты, софинансирование, совместная реализация проектов и пр.
 - крупные благотворительные фонды и НКО (например, Фонд «Наше будущее»)
 - частные средства (краудфандинг, пожертвования и пр.).

Статус социального предприятия

В законодательстве РФ отсутствует отдельный общеправовой раздел о социальном предпринимательстве. Единственное определение содержится лишь в приказе Минэкономразвития РФ об организации конкурсного отбора субъектов РФ, бюджетам которых предоставляются субсидии из федерального бюджета на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства субъектами РФ.

“**Нет закона о социальном предпринимательстве – это затрудняет диалог. Потом, на сегодняшний день в административных кругах принято определение социального предпринимательства, которое дает Минэкономразвития. Оно достаточно узкое, говорит, что это оказание услуг людям в трудных жизненных ситуациях.** (эксперт, Пермь)

В августе 2016 года Минэкономразвития РФ выступило с очередной инициативой изменения действующего законодательства и закрепления в нём понятия «социальное предпринимательство» – это проект федерального закона «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации (в части закрепления понятия «социальное предпринимательство»); соответствующие изменения и дополнения предлагается внести также в федеральные законы № 135-ФЗ «О защите конкуренции» и № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации». Проект закона разработан

в рамках реализации положений Стратегии развития малого и среднего бизнеса на период до 2030 года и Дорожной карты по поддержке доступа негосударственных организаций к предоставлению социальных услуг.

Тем не менее в среде экспертов и самих социальных предпринимателей не прекращаются споры – нужно ли законодательно оформлять статус «социального предпринимательства», и если да, то какими должны быть его «родовые» признаки.

А Закрепление законом отдельного статуса необходимо, поскольку позволит социальному предпринимательству сформироваться в устойчивую практику, когда есть согласованное представление о том, что такое «социальное предпринимательство», в чём его специфика, как и почему его нужно поддерживать.

“**Вот в Череповце эндокринолог разработал целую систему ранней диагностики раковых заболеваний – онкологических. И создаёт центр. И с такими препятствиями идёт центр... Когда Череповец должен сам его найти и всё для него сделать, понимаете? Вот до абсурда доходят ситуации. Он говорит, что он социальный предприниматель, и всех это повергает в шок, потому что никто не знает, кто это такой.**

(социальный предприниматель, Вологда)



Правовые проблемы часто возникают из-за того, что для решения одних задач социальным предпринимателям удобнее иметь статус коммерческой организации (например, медицинскую лицензию не выдают НКО); а для других – статус НКО, поскольку позволяет привлекать безвозмездные средства (гранты, благотворительные пожертвования). Формальный статус обеспечит социальным предприятиям объединение тех преимуществ, которые сейчас есть только у НКО, либо только у малого и среднего бизнеса.

“**Раньше мы занимались выездным туризмом, у нас были страховки оформлены, и вывозили в год 30–50 человек – это всегда маленькие группы, по предоплате с иностранными турфирмами работали, риск минимальный. Сейчас мы это направление закрыли, потому что нужны обязательные платежи в фонд «Турпомощь» – 100 тысяч ежегодно. Плюс нужно платить совершенно другие деньги по страхованию. И 50 человек в год – это неподъемное финансовое бремя. Иметь бы льготы как социальным... Нельзя нас грести под одну гребенку с какими-нибудь мощными большущими конторами, которые банкротятся, туристы где-то зависают и в виду этого вводятся вот такие жёсткие меры.**

(социальный предприниматель, Санкт-Петербург)



Текущая стратегия выживания:

извлечение преимуществ из разных организационно-правовых форм – создание альянсов коммерческого предприятия (ООО, ИП) и НКО (благотворительного фонда или общественной организации).

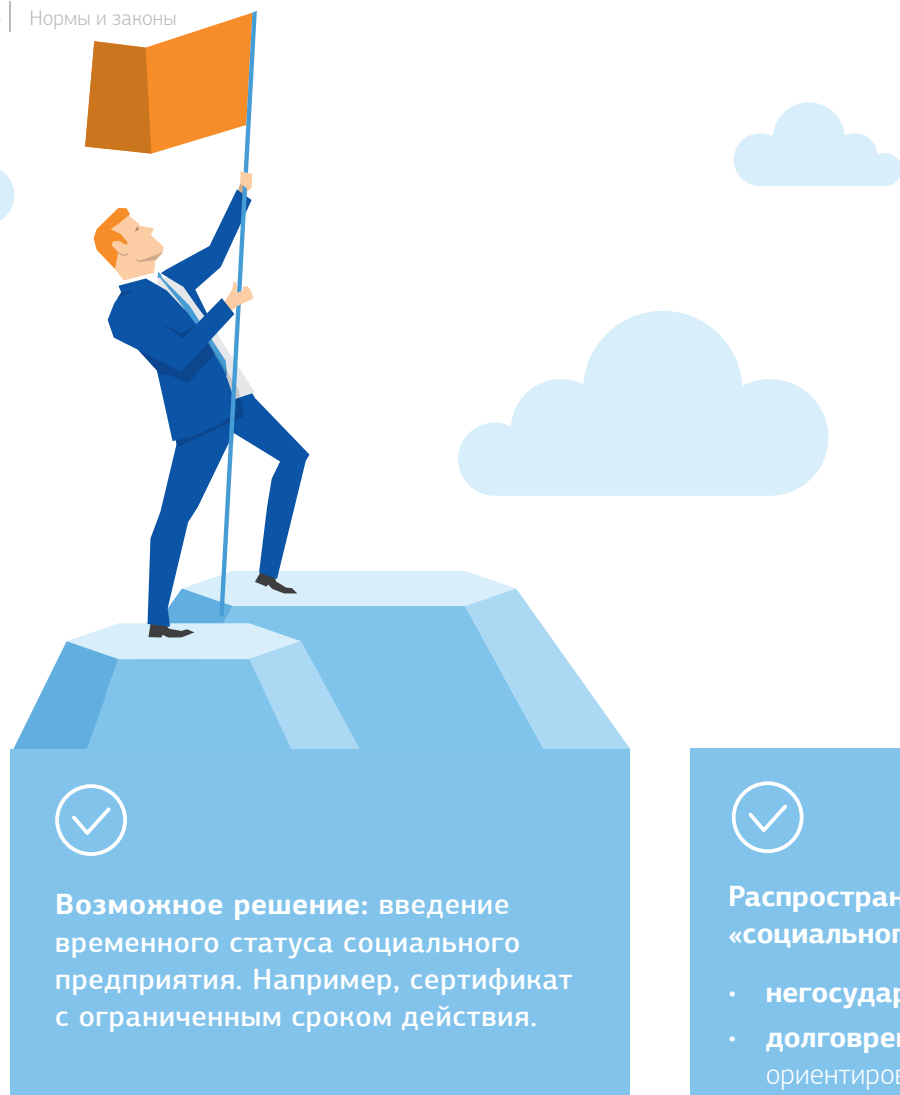
Б

Правила, регулирующие государственную помощь малому и среднему предпринимательству, вполне могут быть применимы и к социальным предприятиям без изменения их юридического статуса.

“

Что такое социальное предпринимательство? Это тот же самый малый бизнес. Возможно, на уровне региона нужно рассмотреть какую-то льготную ставку аренды. Для НКО это есть сейчас, а для социальных предпринимателей пока этой нормы нет. Это может решаться на уровне каких-то региональных программ поддержки бизнеса, ведь эти полномочия есть у администрации муниципальных образований.

(эксперт, Красноярск)



Другой спорный вопрос – какие именно предприятия считать социальными, то есть каковы **критерии**? Как сделать так, чтобы, с одной стороны, под статус «социального предприятия» и соответствующие преференции не попали абсолютно все предприятия, работающие в социальной сфере, а с другой – чтобы процесс закрепления статуса «социального предприятия» не был слишком сложным или вообще невозможным.

“**Ни к чему это. Лишняя волокита. В нашем государстве так делать нельзя, потому что все обязательно запутают. Это надо делать постепенно, может быть...**

(социальный предприниматель, Череповец)



Распространённые критерии «социального предприятия»

- **негосударственное**
- **долговременная** деятельность, ориентированная на решение социальной проблемы (не разовая акция)
- приносит прибыль, которая **большей частью вкладывается в развитие дела**, а не идёт владельцу
- работает в низкоконкурентной, **малорентабельной**, нишевой области
- **инновационное**
- ориентировано на **малообеспеченные**, социально незащищенные категории населения (например, инвалиды)
- предоставляет **рабочие места** социально незащищенным категориям населения

Равенство прав государственных организаций и социальных предприятий

Острые дискуссии вызывает и вопрос, нужно ли уравнивать в правах (прежде всего – в доступе к бюджетным средствам) государственных и негосударственных поставщиков социальных услуг.

Например, сейчас негосударственные структуры могут работать только по **государственному заданию** (а государственные – по госзаказу). Это создаёт сложности, связанные, в частности, с тем, что негосударственным поставщикам услуг трудно планировать свою деятельность на длительный срок.



Возможное решение: внедрение промежуточной формы между госзаказом и госзаданием.

Далеко не все эксперты считают желательным «широко открывать двери» в государственную казну для негосударственных организаций. Нет согласия, в частности, по вопросу использования средств обязательного медицинского страхования (ОМС).

Одни считают, что нужно допустить негосударственные предприятия.

“**Был период, когда частные клиники не были допущены в систему обязательного медицинского страхования. Сегодня какие-то допущены, какие-то – нет. Мы считаем, что если существует медицинская организация, которая работает по добровольному медицинскому страхованию, то у нее должно быть право работать и по обязательному.**

(эксперт, Москва)

Другие убеждены в обратном.

“**Негосударственные предприятия в этих сферах не должны заменять государственные. Это должно быть как дополнительный выбор для людей.**

(социальный предприниматель, Санкт-Петербург)

“**Сейчас самые богатые люди в ОМС не обращаются, все 100% средств остаются в ОМС. В этой ситуации они косвенно дотируют остальных. А если эту систему сделать доступной для всех, то объем финансирования размажется уже на всех, и таким образом ухудшится ситуация.**

(эксперт, Москва)

Единые правила привлечения государственных средств в разных сегментах социальной сферы

Еще одна тема, которая вызывает большие споры – должны ли быть одинаковыми правила использования средств государственного бюджета (федерального, регионального и муниципального) со стороны негосударственных организаций, работающих в разных сегментах социальной сферы.

В сфере медицинского обслуживания из федерального бюджета нельзя оплачивать услуги частников по системе ОМС, но можно оплачивать их из регионального и муниципального бюджетов (как госзадание).

Другая ситуация – в сфере общего дошкольного и школьного образования, где государство может компенсировать расходы на оплату услуг, но не капитальные вложения.

Ещё один институциональный барьер – у коммерческой организации образование не может быть основным видом деятельности, поэтому социальному предприятию, оказывающему образовательные услуги, выгоднее иметь статус НКО.

В системе социального обслуживания ситуация сложнее всего, потому что, как правило, это услуги для низкоресурсных граждан (медицинская и социальная реабилитация, работа с инвалидами, тяжелобольными детьми и взрослыми). Это адресные и эксклюзивные услуги, трудоёмкие и дорогие, а потребители, как правило, бедны. Именно такие сферы деятельности требуют льготных условий для развития, особых

программ поддержки. Например, у предпринимателей, работающих в образовании и здравоохранении, есть возможность не платить налог на прибыль (нулевая ставка), но условия получения этой льготы настолько жесткие, что почти невозможно ею воспользоваться.

“У социального обслуживания доходность очень низкая. Порог должен быть снижен, надо считать, но примерно до 70%. Для социального обслуживания это очень сложно – 90%. Конечно, те же нормы действуют в образовании и здравоохранении. Но там частный бизнес гораздо более доходный. (эксперт, Москва)

Независимо от сферы деятельности у негосударственных организаций, работающих в социальной сфере, есть общая проблема – доступ к средствам производства. Это прежде всего аренда или строительство помещений для нужд предприятия. Многие убеждены, что государство обязано облегчить доступ социальных предприятий к недвижимости.

“Это бизнес с низким уровнем рентабельности в большинстве случаев. Если государство сегодня отдаёт ряд своих функций бизнесу, то должна быть какая-то компенсация в виде доступа к аренде муниципальной недвижимости или выкупа. Частно-государственные формы сегодня практически невозможны. На своем уровне муниципалитеты что-то тихо решают, но это всё равно не регулируется серьезно. (эксперт, Пермь)

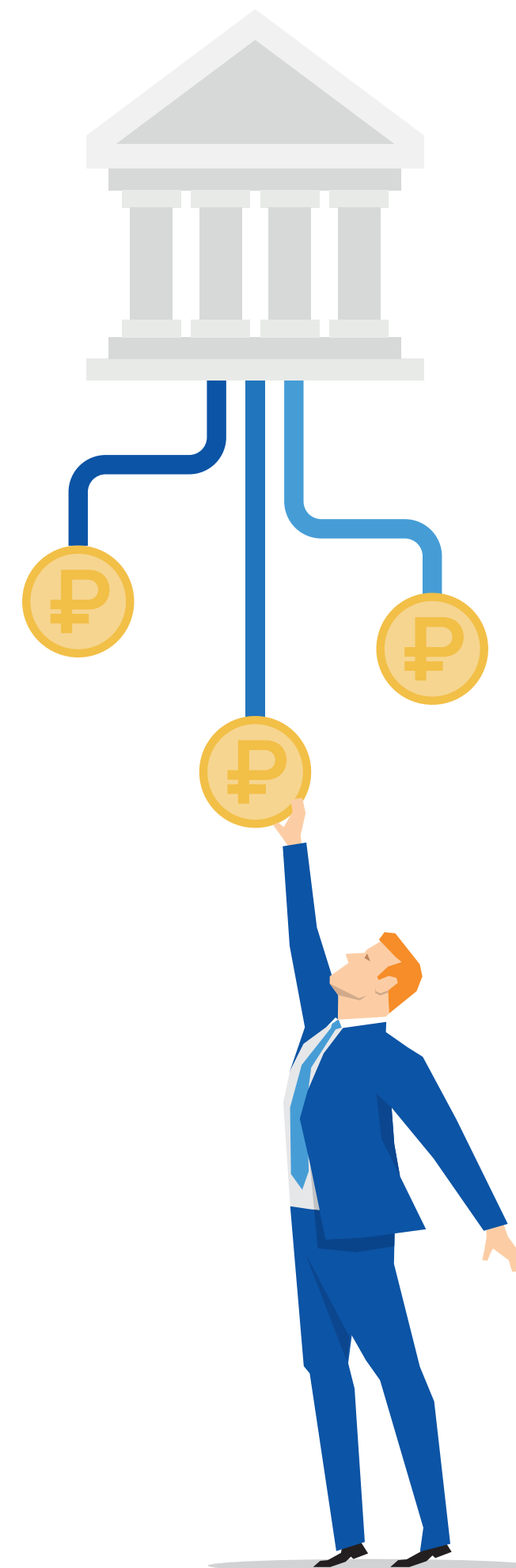
Развитие предпринимательства в социальной сфере регулируется рядом законов, распоряжений правительства, региональными законодательными актами. Вот некоторые из них.

Федеральные законы:

- N 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд»
- N 115-ФЗ «О концессионных соглашениях»
- № 224-ФЗ «О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации»
- № 265-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О концессионных соглашениях»
- № 442-ФЗ «Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации»
- № 464-ФЗ «О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации»

Постановления правительства РФ:

- от 27.12.2014 N 1582 «Об утверждении Правил предоставления и распределения из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации субсидий на возмещение части затрат на уплату процентов по кредитам, полученным юридическими лицами на реализацию инвестиционных проектов в сфере социального обслуживания, в рамках подпрограммы «Модернизация и развитие социального обслуживания населения» государственной программы Российской Федерации «Социальная поддержка граждан»
- от 30.12.2014 № 1605 «О предоставлении и распределении субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства, включая крестьянские (фермерские) хозяйства»



Роль региональных и местных властей

Перед региональными и местными властями стоит непростая, «спущенная сверху» задача – расширить участие негосударственных организаций, в том числе социальных предпринимателей на рынке социальных услуг. С этой задачей сопряжен целый комплекс сложных задач, не имеющих простых решений.

Как управлять инновационной деятельностью?

С одной стороны, региональные и местные власти не должны пускать этот процесс на самотёк, чтобы неудачные эксперименты не загубили идею, с другой стороны, важно не заблокировать социальное предпринимательство, поскольку такая новаторская деятельность зачастую не укладывается в жесткие рамки формальных процедур государственного и муниципального управления. Как правило, проекты социальных предпринимателей – принципиально новые, на них нет стандартов и регламентов, и чиновники не знают, как быть. Например, как конкретного предпринимателя вписать в реестр поставщиков социальных услуг, если в реестре такой услуги нет?

“**Это не та же услуга в другом формате, а вообще что-то другое, новое, инновационное: иппотерапия, раннее вмешательство – раннее содействие детям семей с инвалидами, стоматологическая и другая медицинская помощь на дому.** (эксперт, Красноярск)

Оценка деятельности региональных и муниципальных чиновников, эффективности обеспечения ими доступа

негосударственных игроков на рынок социальных услуг, должна учитывать не только то, в какой мере предприниматели получают денежную помощь или помещения для работы, но и насколько доступны для потенциальных предпринимателей процедуры оформления необходимой документации.

“**Если ты приходишь в этот бизнес, то ты должен соблюдать требования. А есть излишняя требовательность.** (эксперт, Москва)

Как обеспечить эффективность расходования бюджетных средств?

Эксперты и социальные предприниматели утверждают, что у региональных и местных властей есть инструменты, чтобы стимулировать развитие малого бизнеса и социального предпринимательства. Помимо организационных и нормативных возможностей у регионов есть и федеральные деньги, которые выделяются на развитие малого предпринимательства вообще и социального предпринимательства – в частности. Но этих денег немного, и получить что-то успевают лишь самые активные.

Поэтому сложность заключается в следующем противоречии: как, с одной стороны, обеспечить достижение показателей по поддержке социально значимых инициатив, а с другой – выявить действительно эффективные социальные программы



и избежать траты и без того небогатых социальных бюджетов на «обогащение частных».

Развитие социального предпринимательства во многом зависит от потенциала того или иного региона – **экономического** (возможность поддержки социального предпринимательства из регионального и местного бюджетов; наличие платежеспособного спроса населения на услуги негосударственных поставщиков и пр.), а также **человеческого и социального** (наличие среды для талантливых, образованных и пассионарных людей, из числа которых, как правило, рекрутируются социальные предприниматели).

Однако особого внимания заслуживают проекты оказания социальных услуг бедным в «бедных» регионах. Это в чистом виде социальное предпринимательство, которое требует особых программ поддержки. В нашем исследовании – это проекты социальной и медицинской реабилитации физических и ментальных инвалидов.

“**Регионы очень отличаются друг от друга и по бюджетной обеспеченности, и по развитости бизнеса, и по готовности бизнеса финансировать социальную сферу, и по развитости некоммерческого сектора.** (эксперт, Москва)

Как обеспечить контроль и качество услуг негосударственных поставщиков?

Серьезной проблемой в некоторых регионах становится риск оказания ненадлежащих услуг. Для предупреждения возможных злоупотреблений и помощи в трудных случаях должны существовать работающие механизмы и субъекты контроля.

“**Главы администраций действуют с осторожностью, потому что население мгновенно отреагирует и обвинит во всём опять власть. И поэтому страх пустить на свою территорию какого-то предпринимателя и отдать ему какие-то функции, полномочия или ещё что-то сегодня, к сожалению, превалирует. Они заинтересованы в том, чтобы на их территорию приходил игрок успешный, известный, которому можно доверять – будь то образование, здравоохранение или социальная защита. Нужен постоянный надёжный партнёр, но это приходит с годами.** (социальный предприниматель, Пермь)

Как обеспечить развитие негосударственной сферы социальных услуг в условиях падения доходов населения – ещё одна головная боль региональных и муниципальных властей. С одной стороны, нужно обеспечить населению доступ к более качественным социальным услугам, а с другой – значительная часть населения не готова или не способна за них платить, особенно в текущей ситуации экономических трудностей в стране. Это потенциально острая проблема, чреватая массовым недовольством в тех регионах, где недостаточно бесплатных или недорогих государственных социальных услуг.

Коммерческие условия и барьеры

Платежеспособный спрос

Практики получения негосударственных услуг и мнение об их качестве

Конкуренция с бизнесом в социальной сфере

—

Население как потребитель негосударственных социальных услуг.

Есть ли конкуренция в сфере социальных услуг?

Готовы ли сами социальные предприниматели к оказанию социальных услуг и соблюдению требований государства?



Платежеспособный спрос

Рост негосударственных поставщиков социальных услуг обеспечивается не только благоприятной нормативно-правовой средой. Развитие социального предпринимательства зависит также от отношения и спроса со стороны потребителей услуг – населения. От платежеспособности граждан, их привычки пользоваться социальными услугами негосударственных предприятий и удовлетворенности качеством полученных услуг.

Данные статистики и опросов показывают, что россияне довольно широко пользуются негосударственными социальными услугами. В первую очередь речь идет о платежеспособном спросе, сформированном вокруг ценностей здорового образа жизни, страховых негосударственных услуг, хорошего образования для детей, поэтому сравнительно неплохо чувствуют себя коммерческая медицина и образование.

Стабилен и платежеспособный спрос со стороны высоко-ресурсных граждан (высшее образование, доход более 30 тысяч рублей в месяц на одного члена семьи) в узких сегментах; либо в сравнительно богатых регионах, где государство участвует в финансировании услуг частных.

В тех сегментах, где бизнес в социальной сфере может быть прибыльным, он вполне может существовать на тех же правовых основаниях, с той же системой преференций, какие есть для других видов малого и среднего бизнеса.

“У нас открыт медицинский диагностический центр, где услуги платные, но по более низкой цене, потому что муниципалитет предоставил площади, выделил

субсидию в рамках поддержки малого бизнеса. Они прописали конкурсность, ввели понятие «социальный предприниматель». В рамках своей программы муниципальщики смогли сумму дать большую – не 300–500 тысяч, а около миллиона рублей.
(эксперт, Красноярск)

Но социальная сфера неоднородна. Оказывать услуги социально незащищенным группам – больным детям и взрослым с врожденными или хроническими заболеваниями, ментальными нарушениями – обычный бизнес, как правило, не готов. С одной стороны, это жёсткие требования государственного стандарта к помещению, оборудованию, профессионализму персонала, что повышает капиталоемкость бизнеса и делает эти направления менее конкурентоспособными и привлекательными для бизнеса в социальной сфере. С другой стороны, такой контингент потребителей часто не в состоянии платить за услугу, в которой остро нуждается. Соответственно, несмотря на высокий спрос со стороны потребителей, с большей долей вероятности можно ожидать приход в эти сферы социальных предпринимателей. Но и для них нужны льготы, облегченные условия вхождения в такой бизнес.

Переход разных функций социального обслуживания к социальным предпринимателям должен быть постепенным, и касаться он должен услуг, с которыми у государственных организаций возникает больше всего проблем.

Практики получения негосударственных услуг и мнение об их качестве

Уровень доверия к негосударственным социальным учреждениям

37%

социальные услуги должны оказывать только государственные учреждения

32%

частники могут оказывать только некоторые услуги

11%

негосударственные учреждения могут оказывать любые социальные услуги

20%

не согласны пользоваться услугами частных учреждений

Личный опыт обращения в негосударственные социальные

52%

россиян, чаще – высокоресурсные горожане (более богатые и образованные)

16%

считают, что государственные учреждения работают лучше

32%

считает что качество примерно одинаковое²

Согласно исследованиям, россияне неоднозначно относятся как к работе негосударственных учреждений в социальной сфере, так и к самому тренду на сокращение функций государства в этой области.

Для населения получение негосударственных социальных услуг – это часто вынужденное решение – либо остаться вообще без социальной поддержки, либо обратиться к частнику. Гораздо реже речь идет о том, чтобы получить услугу более высокого качества, или ближе к дому, или некую дополнительную.

Острая ситуация в социальной сфере возникает, например, в следующих случаях:

- нехватка/отсутствие государственных учреждений в шаговой доступности (детских садов, поликлиник, больниц, реабилитационных учреждений для инвалидов и пр.);
- прекращение оказания государственных услуг большим категориям населения по тем или иным причинам;
- низкое качество государственных услуг (в том числе низкая культура обслуживания в госучреждениях – грубость персонала и пр.).

В любом случае, с одной стороны, более половины россиян имеют опыт получения социальных услуг в негосударственных организациях. С другой – этот опыт не всегда был удачным; либо удачным, но вынужденным. В итоге, среди граждан, имевших опыт обращения в негосударственные учреждения, значительна доля тех, кто считает, что они работают так же либо даже хуже государственных.

Опыт граждан ставит под сомнение главную идею разгосударствления – конкуренция в социальной сфере как гарантия разнообразных, более качественных и доступных социальных услуг населению.

Конкуренция с бизнесом в социальной сфере

Социальные предприниматели, как правило, оказывают новые услуги для тех категорий населения или в таких районах, где они ранее не предоставлялись. В этом смысле у социальных предприятий нет особых коммерческих барьеров, поскольку ещё довольно много незанятых ниш, где конкуренция не ощущается. Но как только технология социального предприятия отработана, сформирован круг постоянных потребителей продукта или услуги, появляется и интерес со стороны конкурентов – бизнеса в социальной сфере.

“Появляются недобросовестные конкуренты, которые оказывают некачественные услуги по более низким ценам. На рынок пришли недобросовестные игроки – мелкие организации, учебные центры-однодневки. Они снимают сливки, за счет демпинга отбирают самое лучшее.” (социальный предприниматель, Пермь)

Уже сейчас предприниматели соглашались с тем, что неплохо было бы их новаторские наработки защищать авторскими правами, но пока это отдельная задача, решить которую большинство не способно.

“Идея запатентовать и авторские права получить есть, и хочется очень, но не для того чтобы их удержать, а для того чтобы качество обеспечить. Потому что есть некоторая опасность, что приезжают, например, на один или на два дня, потом уезжают, что-то там начинают делать... Это совсем



не та технология, и они действительно не добьются... А удерживать – ни в коем случае, потому что это действительно очень нужно. И я думаю, что только если будут появляться подобные организации, мы сможем изменить немножко стандарт по социальным услугам. (социальный предприниматель, пос. Верх-Нейвинский)

Потенциально острая проблема: конкурентные отношения чаще всего возникают не у социальных стартапов на этапе их вхождения на рынок социальных услуг, а у уже устойчивых социальных предприятий.

Когда (и если) социальное предприятие становится привлекательным, большие бизнес-игроки способны отнять у него наработанную технологию и круг постоянных потребителей продукта или услуги.

Более того, характерная особенность социального предпринимательства – и наша страна здесь не исключение – неприятие конкуренции как принципа деловой стратегии, замена его **установкой на сотрудничество**, открытость во взаимодействии с окружающим миром. Это проявляется, например, в открытых правах на распространение информации, технологий, моделей продуктов и услуг без получения разрешения автора.

Внутренние, профессиональные возможности и ограничения

Профессиональные риски

Бизнес-стратегии социальных предпринимателей: инновации и сотрудничество

С чем связаны профессиональные риски социальных предпринимателей?

В чем залог успеха их деятельности?

Бизнес-стратегии социальных предпринимателей.



Профессиональные риски

Для развития социальной сферы недостаточно просто расширить доступ негосударственных игроков. Остро стоит вопрос – насколько они сами готовы к оказанию социальных услуг населению и соблюдению требований государства.

Речь идет о ряде **профессиональных рисков**, связанных с деятельностью негосударственных игроков, в том числе социальных предпринимателей:

- недостаточный профессионализм и квалификация кадров – как самих предпринимателей, так и специалистов, оказывающих конкретные социальные услуги;
- несоблюдение государственных стандартов оказания социальных услуг;
- неадекватное соотношение цены и качества услуг.

“Как только ты становишься дошкольным учреждением, оказывающим образовательную услугу в рамках лицензии, то Минобр может сразу предъявлять тебе требования и контролировать качество твоих услуг. А если ты не получил лицензию, то ты не в сфере их поля зрения. Они тебя видят, знают, но рычагов воздействия на тебя не имеют.

(эксперт, Пермь)

“В бизнес приходят порой абсолютно некомпетентные и малограмотные в вопросах экономики, законодательства люди.

(социальный предприниматель, Пермь)

Всё это чревато профессиональными ошибками, ущербом для получателей услуг, репутационными потерями и для социальных предпринимателей и для властей, их поддерживающих.

“Не секрет, что дома престарелых не работают и не оформляют свою услугу как предоставление именно услуги в рамках домов престарелых. Там идут договоры временного пребывания, это как гостиницы. Центры пребывания детей не всегда оказывают, например, образовательную услугу. Вообще родители не всегда понимают, какой уровень услуг им оказывается и какой уровень услуг должен быть. Доведение уровня услуг, их качества до уровня государственного – это очень большая забота.

(эксперт, Пермь)

Зоны риска:

- несоблюдение стандартов качества в лицензируемых видах деятельности, санитарно-гигиенических норм и пр.
- неясная ответственность в случае оказания некачественной услуги
- недостаток профессиональных компетенций у негосударственных поставщиков, оказывающих социальные услуги.



Все это приводит к тому, что услуги оказываются в ущерб благополучию потребителей и профессиональной репутации.

Проблему может решить введение **профессиональных стандартов**, но при этом возникает другая сложность – кто будет субъектом контроля? Это могут быть представители государственных отраслевых организаций, профессиональных сообществ, страховщики или другие структуры. Такие субъекты контроля могут работать совместно, например, под эгидой региональных общественных палат, объединений предпринимателей или профессиональных ассоциаций.

“Негосударственные структуры приходят с тем, что они выиграли конкурс, работают по государственному заказу. И государственные контролирующие органы должны удостовериться, что там есть команда, которая в состоянии эти услуги предложить, у них есть образование, какой-то навык. Может быть, добровольный стандарт. Они говорят: вот мы обеспечиваем услуги вот такого уровня, содержания, и мы это можем доказать. А если мы сказали «А», но не можем это ничем подтвердить, или мы ничего не предлагаем в описании, то конечно, это уже будет вопрос к государству: как можно привлечь такого провайдера, который ничего не обещает и ни за что не отвечает?

(эксперт, Москва)

Бизнес-стратегии социальных предпринимателей: инновации и сотрудничество

Уникальная особенность социальных предприятий – они заинтересованы не просто в эффективном ведении бизнеса, а в таком, которое обеспечивает решение социальной проблемы.

Для расширения деятельности и увеличения прибыли социальному предприятию часто недостаточно занять уникальную нишу, даже если она широкая; недостаточно снижать издержки и внедрять инновации. Наиболее перспективная стратегия диверсификации социального предприятия – создание целого **кластера близких по роду деятельности предприятий**. У кого-то из социальных предприятий такая стратегия уже реализована, кто-то только к ней примеряется, но большинство именно в этом видят способ развития своих предприятий.

Диверсификация деятельности по кустовому принципу как стратегическая цель предполагает разные пути развития. Это может быть либо работа только в сфере определенных социальных услуг, либо развитие смежных, похожих услуг.

- Деятельность в сфере определенных социальных услуг – оказание смежных услуг, когда бизнес и миссия предприятия предметно связаны. Это встречается преимущественно, когда есть препятствия для реализации первоначальной идеи. Например, в Пермском крае в процессе создания сети негосударственных детских садов возникло еще несколько направлений работы: стали готовить педагогов, и появилась тема повышения

квалификации руководителей. Другой пример – «тревожная кнопка» для пожилых людей, которую дополняют другие медицинские и патронажные услуги.

- Развитие направлений деятельности, в которых бизнес и миссия не связаны, но создают эмерджентный эффект, который не мог бы возникнуть, если бы бизнес-проект и социальные проекты существовали автономно. Например, производство половичков в Вологодской области, которое стало центром куста культурных и благотворительных проектов; или благотворительные проекты магазина детской комиссионной одежды в Перми (система комиссионной продажи детской одежды построена как площадка различных благотворительных акций).
- Иногда социальный проект – главная цель, а бизнес становится средством достижения этой цели и некоторым подспорьем, помогающим людям выжить. Например, главная задача и миссия – профорientация и социальная реабилитация, а производство продукции – средство; или основная социальная деятельность – реабилитация инвалидов, а производственная (изготовление сувениров) – вспомогательная.

Диверсификация деятельности социального предприятия по кластерному (кустовому) принципу – одна из стратегий его выживания.

Другая особенность социального предпринимательства, которая обеспечивает увеличение доходов, а соответственно, более широкие возможности для оказания социальных услуг нуждающимся, – **инновационность**, интерес к новаторским идеям практически во всех аспектах деятельности (предметных, организационных, экономических, социальных). А соответственно, для развития социального предпринимательства в целом и каждого социального предприятия, в частности, нужна **благоприятная среда**, способная генерировать, находить практические решения для использования инноваций. Нужен широкий круг людей, способных воспринимать и продвигать базовые **ценностные принципы** социального предпринимательства: сотрудничество, новаторство, благотворительность, гуманизм, защита прав слабых и т. д.

“**Потребители пытаются вместе с нами моделировать, придумывать рисунки, комбинировать разные ткани. Они приходят: «Вот можно ли, допустим, лыко с джинсой сделать?» Мы попробовали – понравилось, ввели это в основу, у нас теперь есть продукт – лыко с джинсой. Причём этот половинчик используется и как подкладка в сауне, и им же можно помыться. Представляете, как классно? Два в одном.** (социальный предприниматель, Вологда)

Работа в социальной сфере предполагает интенсивное общение, многочисленные контакты с разными субъектами. Некоторые социальные предприниматели ограничиваются необходимыми контактами (поставщик – потребитель – власти), но в долгосрочной перспективе более успешны те, кто создаёт и активно поддерживает **сети**, в которые включены разнообразные субъекты (коллеги, представители смежных профессий, власти, партнёры по бизнесу, волонтеры, потребители услуг, местное население).

“**Фактически все, с кем мы взаимодействуем, становятся нашими постоянными надёжными партнёрами. Люди, которые к нам приходят, фактически становятся нашими сотрудниками. Каждый день мы собираемся все вместе и действительно обсуждаем насущные вопросы. Это такой общий круг, где люди высказываются, говорят, какие у них вопросы, какие у них задачи и так далее. Если нам надо в чём-то помочь, мы просто говорим. Причём мы привлекаем местную общественность: и подростков, и родителей. Могут прийти простые жители и фирмы, компании**

могут прийти. Мы являемся очень хорошим мотиватором, то есть к нам приходят для того, чтобы получить импульс к дальнейшей жизни. (социальный предприниматель, Свердловская область)

Сеть последователей и помощников социального предприятия – одна из успешных стратегий

- средство объединения усилий для решения сложных проблем, требующих кооперации (например, решение профессиональных проблем, использование дорогостоящего оборудования, обращение к услугам редкого специалиста)
- канал обмена информацией
- среда, где создаются и поддерживаются репутации
- среда для рождения новых идей (предметных и организационных)
- среда, где складываются карьеры, должностные и профессиональные (например, от волонтера-помощника до специалиста высокого класса)
- мощный лоббист, формулирующий и продвигающий запросы на социальные изменения

Социальные предприниматели, принявшие участие в исследовании, перечисляют следующие **факторы успеха**.

- Иметь сильную мотивацию, стремление реализовать себя в деле.
- Иметь хорошее (профессиональное) образование.
- Найти своё конкурентное преимущество.
- Сформулировать задачу (проблему) как решаемую.
- Найти новую профессиональную технологию, новые способы решения задач.
- Найти новое организационное решение, новую логику.
- Найти деньги.
- Диверсифицировать цели деятельности, работать на перспективу.
- Наладить сотрудничество, кооперацию, добиться синергии.
- Понять возможности территории и людей, живущих на этой территории.



- Создать инфраструктуру деятельности или воспользоваться инфраструктурными услугами (если они есть).
- Создавать саморегулируемые организации для решения общих проблем.
- Сотрудничать с властями.
- Поменять устаревшие и мешающие законы и правила.
- Сотрудничать с коллегами, занятыми в той же или смежной сфере.
- Заботиться о трудовом коллективе, создать работникам условия, более выгодные, чем в аналогичных учреждениях.
- Поддерживать неформальные отношения в коллективе, формировать атмосферу сплоченности и взаимной заботы.
- Быть авторитетным, известным человеком.



- Перспективы социальных предпринимателей на рынке социальных услуг определяются как внешними условиями (благоприятной институциональной средой и рыночными условиями), так и внутренними – укреплением и развитием своих компетенций, наращиванием потенциала для оказания социальных услуг.
- В наиболее перспективных сферах негосударственного социального обслуживания – медицина, дошкольное

образование, социальная и медицинская реабилитация – рынок услуг ещё до конца не сложился, и говорить об уходе государства нельзя. Здесь присутствует установка на сектор обязательной государственной помощи, а не сферу услуг. Кроме того, люди не привыкли платить за все виды услуг в этих сферах.

- Для укрепления на рынке социальные предприниматели должны профессионально оказывать высококачественные услуги, удовлетворяющие требованиям государственных стандартов и потребностям получателей услуг, чтобы и государство, и граждане доверили им оказание этих услуг. Они должны освоить практику ведения бизнеса – управление финансами и кадрами, выстроенные бизнес-процессы и маркетинг.
- А государство, крупный бизнес и фонды должны создать для их развития поддерживающую институциональную среду и стать наставниками по освоению «правил игры»: разработать дружественные нормы и законы, обеспечивающие статус и дополнительные преференции; оказывать финансовую, информационную и инфраструктурную поддержку, укрепляющие компетенции социальных предпринимателей и снижающие неизбежные профессиональные риски.

Часть 3

Расширение участия негосударственных организаций на рынке социальных услуг: есть вопросы

Конкуренция – развитие или деградация социальной сферы?

Какие перспективы у ваучеров как финансового механизма?

Каковы возможности привлечения бизнеса в социальную сферу?

Каковы перспективы привлечь благотворительные пожертвования и труд добровольцев?

Разгосударствление – отказ государства от социальных обязательств или способ развития социальной сферы?

По каким вопросам мнения экспертов различны?
Аргументы «за» и «против». Возможен ли компромисс?

Тренд на разгосударствление или расширение негосударственных поставщиков социальных услуг имеет ряд спорных моментов.

Конкуренция – развитие или деградация социальной сферы?

А Конкуренция в социальной сфере между государственными и негосударственными поставщиками услуг – безусловное благо. Уже есть позитивные результаты: повышение качества и доступности услуг, их разнообразие (медицина и сфера дошкольного образования).

“ Любая здоровая конкуренция позволяет отбирать лучших. Появляется многообразие благодаря современным технологиям, которые небольшие организации быстро осваивают. Появление негосударственного сектора в социальной сфере повысит качество услуг. А где лучше качество, туда и пойдут люди.
(эксперт, Москва)

Бюджет города заключает контракт с частным детским садом, направляет туда своих очередников. Если детский сад устраивает родителей, они готовы доплатить (допустим, пребывание ребёнка стоит 16 000: 7000 оплачивают родители, 9000 – бюджет).
(эксперт, Красноярск)

Б1 Конкуренция не повышает, а снижает качество социальных услуг. Как можно конкурировать с государством в капиталоемких отраслях (например, в медицине)? Будут просто сокращаться издержки, а вот при государственном финансировании нет жёсткого запроса на минимизацию издержек.

Конкурентной стратегии альтернативна нишевая – частные инвестиции в социальную сферу приходят не только и не столько потому, что предприниматели хотят конкурировать и вытеснить государство с этого рынка, сколько потому, что в этой сфере много незанятых ниш, – те виды услуг, которые государство не оказывает (откуда уходит или куда не приходит,

редкая или новая услуга, отдалённый район и пр.).

“ Сейчас идут негосударственные учреждения в те сектора, например, в новые микрорайоны, где нет государственных учреждений.
(эксперт, Москва)

Б2 Существует риск вымывания дешевых услуг, если государство не будет жестко регулировать этот процесс.

“ Рыночный механизм стимулирует делать только то, что выгодно. А значит, возникает существенный риск, что категории потребителей услуг с невысоким уровнем доходов и платежеспособности могут со временем оказаться за бортом. Либо ряд услуг могут со временем оказаться подверженными вымыванию из перечня оказываемых услуг в силу того, что у них высокая себестоимость и невысокая прибыль, их оказание становится менее выгодным.
(эксперт, Москва)

Б3 Нужно конкретизировать детальные критерии для каждого вида социальных услуг. Например, в некоторых случаях с учётом контингента получателей услуг и капиталоемкости бизнеса вместо разнообразия лучше использовать критерий минимально необходимого набора услуг (например, социальное обслуживание пожилых людей и инвалидов), которые при этом также должны быть доступны и качественны.

“ Если у человека доход меньше полутора прожиточных минимумов, услуга должна быть оказана ему бесплатно, за счёт государства. Многие регионы иногда сами придумывают критерии, и приходится иногда видеть, что идёт вымывание каких-то услуг.
(эксперт, Москва)

Какие перспективы у ваучеров как финансового механизма?

А Созданы необходимые условия и механизмы – есть возможность полностью или частично оплачивать услуги частных из федерального или муниципального бюджета. Например, через ваучеры (целевые сертификаты) в системе образования или через систему ОМС в медицине.

“Баширия переходит на домашнее обслуживание. В 2014 году у них были пилоты, в 2015 году полностью практически во всех районах перевели на такую систему. Вроде, у них действительно сокращаются затраты. При этом появляется возможность оказывать дополнительные услуги (сверх своего норматива) за счет внебюджетных источников. Финансовый механизм, задействованный в этой работе, – ваучеры, целевые сертификаты.

(эксперт, Москва)

Е Условия достижения этого блага – оплата услуг частных из государственного кармана через систему ваучеров или из средств ОМС – пока не определены, и потому выглядят как пожелание. А это значит, что конкурентные преимущества частных потребители в нынешней ситуации оплачивают полностью или большей частью из своего кармана.

Использование ваучеров очень ограничено и возможно лишь в относительно богатых субъектах РФ. Ваучеры пока не вошли в массовое употребление. Ваучер покрывает лишь незначительную долю стоимости услуги, а потому не является полноценной заменой бесплатной услуги. Кроме того, средства, которые получают частники из государственной казны, выводятся из государственной сферы социальных услуг и обедняют её.

“Сейчас гражданин либо платит целиком за услугу из своего кармана, либо идет через обязательное медицинское страхование. Если мы будем разрешать гражданину обращаться в частную организацию, частично используя средства ОМС, мы тем самым ухудшим положение тех, кто не получает средств, тех, кто может обратиться только в ОМС. Почему? Потому что сейчас самые богатые люди в ОМС не обращаются, все 100% средств остаются в ОМС. В этой ситуации они неким образом дотируют остальных. А если эту систему сделать доступной для всех, то получается, что объем финансирования, который размажется уже совсем на всех, и таким образом ухудшится ситуация.

(эксперт, Москва)

Каковы возможности привлечения бизнеса в социальную сферу?

А Социальная сфера перспективно прибыльна, есть возможность привлечения внебюджетных инвестиций.

“В Пермском крае, например, практически полностью домашнее обслуживание передано на конкурс, по 44-му Федеральному закону. Запускалась программа так называемого сопровождаемого проживания: когда вместо проживания в интернатах предлагалось переселяться инвалидам пожилым в семьи, и оказалось, что это выгоднее. Там обстановка более комфортная, одновременно это стоило дешевле, чем содержание в интернате.

(эксперт, Москва)

Б Привлечение внебюджетных инвестиций сомнительно, платежеспособный спрос населения невелик. Далеко не все предприятия социальной сферы и далеко не везде могут рассматриваться как перспективно прибыльные, чтобы крупный частный капитал стал вкладывать деньги в сектор социальных услуг.

“Это очень узкий сегмент, где это возможно, когда вы предоставляете дорогие услуги для очень обеспеченных граждан.

(эксперт, Москва)



Каковы перспективы привлечь благотворительные пожертвования и труд добровольцев?

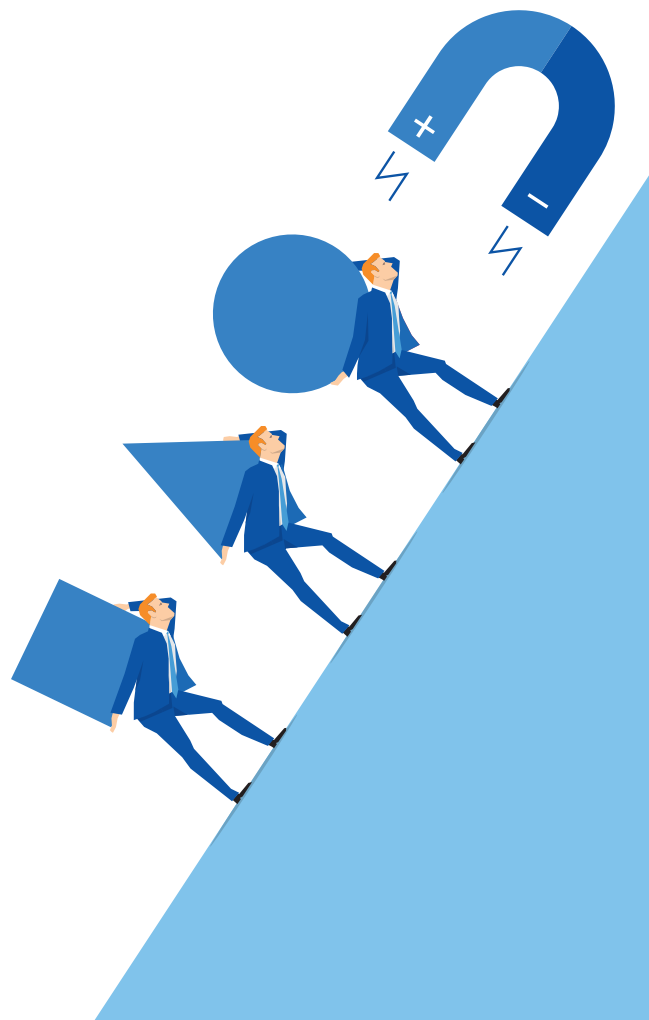
А Возможность привлечения в социальную сферу благотворительных пожертвований и труда добровольцев существует.

“Государственные учреждения, будучи не очень нацеленными на подобного рода работы, сейчас потихонечку начинают менять свои подходы. Волонтеров допускают в медицинские учреждения, пожертвования начинают принимать и предлагать компаниям и гражданам делать эти пожертвования, предлагать волонтерам приходить в учреждения и помогать. В те же библиотеки, музеи, больницы и школы.
(эксперт, Москва)

Е Нет, если речь идёт о масштабной системной работе, связанной с базовой функцией государства, рассчитывать на долговременную добровольную инициативу нельзя.

“Добровольчество и благотворительность – формы сверхнормативной активности граждан. Они социально желательны в неординарной ситуации и там, где государство не может оперативно реагировать на вызовы.
(эксперт, Москва)

“В общем, волонтерская помощь, добровольческая помощь. У тех, у кого горит сердце, командная работа – вот так вот. То есть единоклющие, единая идея – вот нас что объединяло. Скорее всего, благодаря ей вот это все происходит.
(социальный предприниматель, Санкт-Петербург)



Разгосударствление – отказ государства от социальных обязательств или способ развития социальной сферы?

А Государство не отказывается от социальных обязательств – сокращение государственных расходов на социальные нужды связано лишь с временными трудностями в экономике.

Кроме того, государство оставляет за собой функцию контроля соблюдения государственных стандартов в той или иной сфере. Существуют законы о здравоохранении, об образовании, о социальном обслуживании, где прописаны стандарты оказания бесплатных социальных услуг. Да, могут быть вопросы и к стандартам, и к фактическому их соблюдению в том или ином регионе, но никто не ставит вопрос об их отмене. Важно не кто предоставляет социальные услуги, а чтобы они были разнообразными, качественными и доступными.

“Государство в силу слабой экономики сокращает свои бюджетные расходы и будет сокращать. Вопрос заключается не в сокращении этих расходов, которым, конечно, население недовольно, а в том, растёт или не растёт негосударственный сектор. И в состоянии ли этот негосударственный сектор оказывать дополнительные услуги, которые, появляясь как премиум-услуги, со временем становятся доступными всё большему и большему числу граждан. И это вне зависимости от того, будет сокращаться или увеличиваться бюджетный сектор.

(эксперт, Москва)

Е Разгосударствление – это стремление к экономии государственного бюджета за счёт социальной сферы. Снижение финансовой нагрузки на бюджет в социальной

сфере существует по факту. Государство, не отказываясь полностью от социальных обязательств, в последнее время тратит на их выполнение всё меньше денег. Особенно заметно похудела статья «социальная политика» (пенсионное обеспечение, социальное обслуживание и социальное обеспечение населения, охрана семьи и детства). Сейчас для сферы социального обслуживания характерна ситуация отсутствия выбора, когда человека вынуждают покупать услугу, которую он имеет право получать бесплатно. Особенно остро эта тема звучит в обсуждениях дорогостоящих видов лечения и программ, которые никогда не смогут выполнять негосударственные поставщики социальных услуг.

“Предоставление услуг государственных населению – это обязанность государства и его ответственность. Мы можем передать эту функцию негосударственным предприятиям, но при этом подготовив почву. Оказать содействие предпринимателям, начиная с информационно-консультационных, образовательных услуг и заканчивая финансовой поддержкой, особенно на начальном этапе становления этих бизнесов.
(эксперт, Югра)

В экспертной среде есть несколько важных моментов, в которых интерпретации смысла и приоритетных механизмов разгосударствления расходятся.

На повестке дня стоит дополнительное обсуждение наиболее спорных моментов, разработка и реализация комплексных мер, обеспечивающих расширение доступа негосударственных игроков в сферу социального обслуживания.

ФОМ благодарит:

Фонд региональных социальных программ «Наше будущее»
за оказание консультационной и информационной поддержки
в проведении исследования.

Наталию Фреик за помощь в анализе результатов
и подготовке брошюры.

Всех экспертов и социальных предпринимателей, принявших
участие в исследовании, за то, что нашли время для интервью.



Фонд «Общественное мнение» (ФОМ)

Некоммерческие проекты в сфере социологии:
тематические исследования, методические
разработки, образование, просвещение,
издательская деятельность и коммуникации.

ФОМ существует с 1992 года и входит в топ-3
исследовательских агентств России.

Контакты:

e-mail: fom@fom.ru
сайт: www.fom.ru

Проект ФОМ-СОЦ;
e-mail: soc@fom.ru
сайт: <http://soc.fom.ru/>