

---

## СОЦИАЛЬНЫЕ ИННОВАЦИИ ВО ВЗАИМОДЕЙСТВИИ ВЛАСТНЫХ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР

Е.В. Лылова

Кафедра государственного и муниципального управления  
Российский университет дружбы народов  
*ул. Миклухо-Маклая, 10–2, Москва, Россия, 117198*

Статья посвящена рассмотрению зарубежных и российских тенденций во взаимодействии властных и предпринимательских структур в области формирования и реализации социально-экономических проектов и программ. В соответствии с приоритетами долгосрочного развития страны для России является новым и важным направлением социализации экономики, утверждение приоритета социальных ценностей, сочетание экономической и социальной эффективности. В этой связи социальные инновации играют важнейшую роль, помогая повысить уровень и качество жизни населения. В настоящей статье предпринята попытка выявить значимые актуальные тенденции в области социальных инноваций, среди которых: появление нового класса предпринимателей – социальных предпринимателей, развитие венчурной филантропии, переход от государственно-частного партнерства к государственному социальному частному партнерству, развитие механизма GR (government relations) и др.

**Ключевые слова:** социальные инновации, взаимодействие власти и бизнеса, социальное предпринимательство, венчурная филантропия, государственно-частное партнерство, государственное социальное частное партнерство, краудсорсинг.

В современном мире инновации играют важную роль, так как представляют собой воплощение будущего, вечное стремление к совершенствованию. Все большую актуальность приобретают социально ориентированные инновации.

Социально ориентированные инновации представляют собой новшество, применяемое на практике и существенно повышающее уровень эффективности процессов, направленных на повышение уровня и качества жизни населения, организационных структур и систем, действующих на благо общества.

В мировой и российской социально-экономической сфере отчетливо прослеживаются новые тенденции. Одни тенденции уже обрели статус социальных инноваций, феномен которых мало изучен с научно-теоретической точки зрения. Другие весьма перспективны, но являются новейшими в своем роде, в связи с чем не получили всемирной известности, научной обоснованности и масштабного практического применения. Однако и те и другие тенденции в высшей степени интересны для изучения и полезны для

научного осмысления, так как позволяют получить важную информацию о происходящих реальных организационно-функциональных и организационно-культурных изменениях в области взаимодействия властных и предпринимательских структур с точки зрения поиска возможностей и путей решения социально-экономических проблем населения, а также выхода экономики страны на новую траекторию развития.

***Первая и одна из самых значимых тенденций*** – появление нового класса предпринимателей. Социальные предприниматели развивают свой бизнес в социально-экономической области, а их деятельность (целенаправленно или опосредованно) направлена на решение важных общественных проблем. Существует мнение, что социальное предпринимательство – это трансформировавшаяся некоммерческая организация (НКО). Цель такой организации, как и любой НКО или благотворительной организации, состоит в решении острых социальных проблем общества, таких как нищета, алкоголизм, наркомания, голод, брошенные дети, бездомные животные, безработица, утилизация отходов и т.п. Названная категория социальных предпринимателей, выходцев из некоммерческой сферы, характерна для России. Другая категория социальных предпринимателей – люди, объединенные любовью к своему делу и важностью создаваемых социальных услуг. В этом случае организация чаще всего не самоокупаема и существует за счет даровых ресурсов, источником которых являются сами социальные предприниматели и неравнодушные, заинтересованные в деятельности организации, люди. Однако, как показывает зарубежный опыт, в некоторых случаях проблемная ситуация становится не целью решения для организации, а стартом для развития. В этом случае общественная проблема рождает инновационный подход к ее решению со стороны предпринимателя и является стимулом деятельности. Экономический эффект от деятельности по-прежнему сохраняет свою первостепенную значимость и не является лишь средством финансовой самоокупаемости. Социальный эффект становится апостериорным, что не уменьшает его значения для населения.

Важно отметить, что для общественности России социальное предпринимательство является несомненным новшеством, несмотря на то, что за рубежом опыт социального предпринимательства начал накапливаться уже с 1980-х гг. [11. С. 6]. Об этом свидетельствуют данные различных опросов российских граждан: по сравнению с предыдущими годами знание населения о таком явлении, как социальное предпринимательство, заметно выросло, но остается на достаточно низком уровне. Каждый второй россиянин считает, что появление и развитие социального предпринимательства в России невозможно или маловероятно [1]. Сохраняется недоверие граждан к коммерческим организациям и их участию в решении социально-экономических проблем общества; укоренилось традиционное представление о том, что государство является единственным ответственным субъектом. Вместе с тем

более 40% граждан считают, что принимать участие в решении значимых проблем общества должны как государство, так и бизнес [1].

По оценкам практиков, российские бизнес-структуры тратят на социальные проекты и программы от 3 до 6% прибыли [6. С. 4–7]. Во-первых, цель инвестирования в социально значимые проекты и программы – создание в регионе присутствия социальной инфраструктуры, благоприятствующей развитию бизнеса. Во-вторых, установление «правил игры» с органами государственной и муниципальной власти, направленных на достижение соглашения по реализации определенного количества проектов. В-третьих, участие в реализации общественно значимых проектов и программ создает благоприятный имидж бизнес-структуры, что, в свою очередь, формирует потребительскую лояльность.

Примеров участия бизнеса в социально-экономических проектах и программах множество. В частности, компанией «Сахалин энерджи» профинансировано с 2003 г. 262 социальных проекта в 55 населенных пунктах Сахалинской области [6. С. 5]. Компания «Еврохим» реализует программы поддержки ледового спорта в регионах присутствия. По оценкам экспертов, более 100 российских бизнес-структур имеют комплексные социальные программы, обладающие стратегическим и хорошо структурированным характером. В большинстве случаев это крупные компании, работающие и на международном рынке, заботящиеся о своей репутации и имеющие возможность перенимать передовой опыт в области трехстороннего социально-экономического сотрудничества «государство – бизнес – общество».

***Второй важнейшей инновационной тенденцией*** в области взаимодействия властных и предпринимательских структур в процессе решения общественно значимых проблем является переход от простого дарения (благотворительности) к инвестициям (венчурной филантропии).

Если говорить о российских НКО как об основных на настоящий момент катализаторах социального действия со стороны граждан и бизнеса по отношению к социальным проблемам, то около 58% деятельности финансируется за счет средств, поступающих от бизнес-структур, порядка 15% – от граждан, менее 5% приходится на государственное финансирование. За рубежом структура источников финансирования обратно пропорциональна российской, где основная доля приходится на государственное финансирование [6].

Бизнес-структуры все активнее становятся сторонниками создания собственных фондов, так называемых организаций венчурной филантропии. Примером создания подобной организации, основанной на смешанной модели финансирования, сочетающей в себе элементы благотворительности и коммерции, можно считать компанию Omidyar Network [7. С. 35–38]. Другими представителями венчурной филантропии являются PricewaterhouseCoopers (PwC), Sociental, Venturesome и др.

Стимулом к развитию венчурной филантропии стала попытка привнести опыт бизнеса в некоммерческий сектор, основанная на понимании того, что несистемные и нецелевые пожертвования могут быть неэффективными. Со временем стало очевидно, что ситуативный подход к решению социальных проблем не ведет к осязаемому и закономерному прогрессу. Сфокусированное воздействие на той или иной области социальной сферы, где бизнес-структуры могут применить свой опыт и реализовать свои интересы, представляется предпринимателям более рациональным.

Таким образом, можно говорить о развитии таких форм реализации социальной политики, которые не просто становятся доходными из не доходных. Такие социальные бизнес-структуры – структуры венчурной филантропии – могут сами поддерживать и активно участвовать в политике государства, направленной на реализацию общественно значимых проектов и программ.

*Третьей тенденцией* в области взаимодействия властных и предпринимательских структур в процессе формирования и реализации социально-экономических проектов и программ является трансформация механизма их взаимодействия – из государственно-частного партнерства в государственное социальное частное партнерство (ГСЧП).

В настоящее время ученые и практики сходятся во мнении, что реализация механизмов ГЧП в социальном секторе требует особых условий и критериев для реализации ГЧП [13]. Определение целей является главным и требующим особого внимания вопросом в поиске подходящих форм и методов реализации ГЧП в этой области. Социальная ориентация политики государства нуждается в соответствующих изменениях в механизмах реализации, в том числе и во взаимодействии с бизнес-структурами в области достижения социально и экономически значимых общественных целей. В связи с этим меняется и форма ГЧП, которая в социальном секторе становится ГСЧП.

Смысл ГСЧП состоит не столько в расширении сущности ГЧП, сколько в том, чтобы стать предпосылкой для эффективного функционирования ГЧП в социальной сфере [5].

Как известно, существует три уровня участия бизнес-структуры в социальной сфере [3. С. 16–17]. На первом уровне находится традиционная благотворительность, на втором – стратегическая благотворительность, на третьем, самом высоком, – социальное инвестирование.

Важной чертой социального инвестирования является долгосрочный интерес бизнес-структуры в реализации той или иной общественно значимой социально-экономической деятельности. В отличие от благотворительности, когда высшее руководство чаще от собственного имени вносит пожертвования, для осуществления социального инвестирования необходим специализированный отдел, в состав которого входили бы все главные руководители бизнес-структуры (по направлениям маркетинга, стратегического

планирования, HR-отдел и т. п.). Особое значение в названном контексте приобретает отдел по связям с органами государственной власти, поскольку реализация социально-экономических проектов и программ на территории присутствия бизнес-структуры всегда происходит с согласия и при участии органов государственной и муниципальной власти, которые, в свою очередь, несут ответственность за социальное и экономическое развитие региона в целом.

Учитывая вышесказанное, уместно говорить *о четвертой тенденции* в области взаимодействия властных и предпринимательских структур – о развитии механизма government relations (GR).

Government relations представляет собой современное направление менеджмента, которое позволяет бизнес-структурам налаживать конструктивный диалог с представителями системы государственного и муниципального управления. Для России термин GR является новым, вместе с тем он активно используется, что на практике подтверждается институциализацией самого понятия: создание кафедры GR-менеджмента в Высшей школе экономики, учреждение Комитета по отношениям с органами власти в Ассоциации менеджеров России и др. [12]. Особенностью организации GR-деятельности в российских компаниях является то, что зачастую департамент по отношениям с органами власти не имеет собственной структурной единицы и совмещает свои функции, например, с управлением по корпоративным отношениям или с департаментом PR.

Изменения в организационной структуре влекут культурные изменения. Кроме того, культура, как один из основных элементов организации, в свете новой постиндустриальной парадигмы приобретает особое значение. Приоритетной становится роль знаний, информации, науки и человеческих ресурсов. В этой связи, с точки зрения успешности деятельности и эффективности функционирования организации, культурный, социальный капитал становится первостепенным по отношению к экономическому в общей структуре капитала [4. С. 3]. Именно человеческий капитал выступает проводником между изменениями во внешней среде и получением с их помощью конкурентных преимуществ, и, как следствие, стабильностью функционирования и развитием организации, получением положительного эффекта от деятельности в виде прибыли или социального эффекта.

Отсюда следует *пятая тенденция*, которая косвенно, в организационно-культурном аспекте, затрагивает развитие отношений властных и предпринимательских структур, – переход от организационной культуры к корпоративной культуре.

Культура определяет атмосферу деятельности, формирует, оформляет и стимулирует управленческие, организационные, социально-экономические, политические и другие процессы. Для взаимодействия власти и бизнеса культура имеет большое значение: формирование цивилизованных правил игры между российскими предпринимательскими и властными структурами

находятся на начальном этапе становления (с учетом российского исторического опыта) и, в частности, в условиях социализации экономики и развития социальных инноваций. Как известно, новой посторганизационной формой культуры является корпоративная культура, представляющая «в качестве стратегического направления развития современных партнерских социально-трудовых отношений, корпоративного (консолидирующего) поведения ключевых социальных сил капитала, труда и государства» [4. С. 3–24], становясь необходимой предпосылкой консенсуальных социально-экономических связей, гармонизации и сотрудничества основных сил общества.

**Шестая тенденция** во взаимодействии властных и предпринимательских структур, которая обобщает перечисленные тенденции в один суммирующий вектор трансформации – расширение корпоративной социальной ответственности бизнеса до социально-экономического партнерства. Как показывает практика, корпоративная социальная ответственность бизнеса в ряде случаев при ближайшем рассмотрении не является собственной инициативой предпринимательской структуры, а выступает результатом давления властных структур или практикуется для реализации собственных корыстных интересов [11; 3].

Социально-экономическое партнерство в системе «государство – бизнес – население» призвано вывести трехсторонние отношения на новый качественный уровень, где население выступает и актором, и объектом деятельности одновременно. С одной стороны, потребности населения, их удовлетворение и решение социально-экономических проблем государства и общества – все это является объектом партнерства властных и предпринимательских структур. С другой стороны, население может выступать и как активный, полноправный субъект названных отношений.

Трансформируется сама роль населения как участника социально-экономических и политических отношений в государстве. Все активнее становится гражданская позиция людей. Современные информационные технологии позволяют добровольно объединять людей в группы по признаку деятельности, учитывая их интересы и возможности. Например, инновационным направлением участия населения в области решения общественно значимых социально-экономических проблем становится краудсорсинг. Краудсорсинг, или crowdsourcing (от англ. crowd – толпа, source – источник, ресурс) – это **новая тенденция**, которую можно определить как добровольную и самоорганизуемую с помощью информационных технологий деятельность множества людей, направленную на решение определенных задач. Субъектом краудсорсинга выступает объединение профессионалов, любителей или энтузиастов. Цель объединения – решение проблемы, чаще всего на безвозмездной основе, силами коллективного интеллекта и коллективного энтузиазма [2. С. 16]. Иногда финансирование деятельности происходит по схеме краудфандинга (crowdfunding, от англ. crowd – толпа, funding – финансирование). Стимулом

выступает индивидуальное и добровольное желание каждого участника сделать что-либо общественно полезное, увидеть свои идеи воплощенными, желание помочь, что-либо усовершенствовать. В области реализации социально-экономических проектов краудсорсинг может стать перспективным направлением совершенствования системы государственного и муниципального управления в области решения социально-экономических проблем населения. С помощью краудсорсинга заинтересованная часть населения способна не просто контролировать деятельность органов государственной и муниципальной власти или бизнес-структур при реализации проекта или программы, но и принимать непосредственное участие, создавая синергетический эффект от активного трехстороннего взаимодействия.

Организационно-технической основой краудсорсинга могут выступать социальные сети в интернете. По мнению некоторых практиков государственного управления, в настоящее время «интернет – это почти пятая ветвь власти» [9]. Уже начала свою работу специализированная социальная сеть, пользователи которой, равнодушные к проблемам города люди, имеют возможность общаться и объединяться для решения различных проблем, как локальных, так и глобальных, взаимодействовать с представителями органов власти [8; 10].

Таким образом, в заключение можно сделать вывод о том, что все активнее набирают силу масштабные структурные и организационно-функциональные трансформации в системе «государство – бизнес – общество». Несмотря на то что вышеназванные тенденции и инновации в большей степени получили свое развитие за рубежом, для России процесс социализации экономической системы, утверждение приоритета социальных ценностей, сочетание экономической эффективности и социальной – новое и важное направление исследования.

## ЛИТЕРАТУРА

- [1] Данные социологического опроса «Социальное предпринимательство: восприятие россиян». URL: <http://www.zircon.ru/publications/sotsiologiya-sotsialnoy-sfery-i-grazhdanskogo-obshchestva/>
- [2] *Евграфова Е.* Как привлечь коллективный разум // Harvard Business Review Russia. – № 10 – Октябрь 2012.
- [3] *Ивченко С.В., Либоракина М.И.* Город и бизнес: формирование ответственности российских компаний. – М.: Фонд «Институт экономики города», 2003.
- [4] *Капитонов Э.А., Зинченко Г.П., Капитонов А.Э.* Корпоративная культура: теория и практика. – М.: Издательство «Альфа-Пресс», 2005.
- [5] *Лылова Е.В.* Модели и формы взаимодействия властных и предпринимательских структур: обзор опыта и мировые тенденции, обзор опыта и современные тенденции // Материалы Международного молодежного научного форума «ЛОМОНОСОВ-2012» / Отв. ред. А.И. Андреев, А.В. Андриянов [Электронный ресурс]. – М.: МАКС Пресс, 2012.

- [6] Мартеньянова Т., Подцероб М. Общество недоверия // Ведомости. Форум. – 04.04.2012.
- [7] Оmid'яр П. Основатель eBAY – о новом понимании благотворительности и социальной функции бизнеса // Harvard Business Review Россия. – № 10 (72). – Октябрь 2011.
- [8] Основатель «Связного» запустил «Йополис» – соцсеть для активных граждан. URL: <http://www.osp.ru/news/2012/1123/13016116/>
- [9] По материалам научно-практической конференции «Стратегическое управление в сфере национальной безопасности России: субъекты, ресурсы, технологии», 5 декабря 2012.
- [10] Пользовательское соглашение [Электронный ресурс] // Йополис. URL: <http://yopolis.ru/site/userAgreement/>
- [11] Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования: монография / под общ. ред. А.А. Московской. – М.: Издательский дом ВШЭ, 2011.
- [12] Толстых П. Лоббизм, Government relations (GR) и Public affairs (PA): к истокам понятий. – URL: <http://www.april.by>.
- [13] Lambert M. Surhone, Mariam T. Tennoe, Susan F. Henssonow Public/Social/Private Partnership. – Betascript publishing, 2011.

#### REFERENCES

- [1] Dannye sociologicheskogo oprosa «Social'noe predprinimatel'stvo: vosprijatie rossijan». – URL: <http://www.zircon.ru/publications/sotsiologiya-sotsialnoy-sfery-i-grazhdanskogo-obshchestva/>
- [2] Evgrafova E. Kak privlech' kollektivnyj razum // Harvard Business Review Russia. – № 10. – Oktjabr' 2012.
- [3] Ivchenko S.V., Liborakina M.I. Gorod i biznes: formirovanie otvetstvennosti rossijskikh kompanij. – М.: Fond «Institut jekonomiki goroda», 2003.
- [4] Kapitonov Je.A., Zinchenko G.P., Kapitonov A.Je. Korporativnaja kul'tura: teorija i praktika. – М.: Izdatel'stvo «Al'fa-Press», 2005.
- [5] Lylova E.V. Modeli i formy vzaimodejstvija vlastnyh i predprinimatel'skikh struktur: obzor opyta i mirovye tendencii obzor opyta i sovremennye tendencii // Materialy Mezhdunarodnogo molodezhnogo nauchnogo foruma «LOMONOSOV-2012» / Otv. red. A.I. Andreev, A.V. Andrijanov [Jelektronnyj resurs]. – М.: MAKS Press, 2012.
- [6] Marten'janova T., Podcerob M. Obshhestvo nedoverija // Vedomosti. Forum. – 04.04.2012.
- [7] Omid'jar P. Osnovatel' eBAY – o novom ponimanii blagotvoritel'nosti i social'noj funkcii biznesa // Harvard Business Review Rossija. – № 10 (72). – Oktjabr' 2011.
- [8] Osnovatel' «Svjaznogo» zapustil «Jopolis» – socset' dlja aktivnyh grazhdan. – URL: <http://www.osp.ru/news/2012/1123/13016116/>
- [9] Po materialam nauchno-prakticheskoj konferencii «Strategicheskoe upravlenie v sfere nacional'noj bezopasnosti Rossii: sub'ekty, resursy, tehnologii», 5 dekabrja 2012.
- [10] Pol'zovatel'skoe soglasheni. – URL: <http://yopolis.ru/site/userAgreement/>
- [11] Social'noe predprinimatel'stvo v Rossii i v mire: praktika i issledovanija: monografija / pod obshh.red. A.A. Moskovskoj. – М.: Izdatel'skij dom VShJe, 2011.
- [12] Tolstyh P. Lobbizm, Government relations (GR) i Public affairs (PA): k istokam ponjatij. – URL: <http://www.april.by/>
- [13] Lambert M. Surhone, Mariam T. Tennoe, Susan F. Henssonow Public/Social/Private Partnership. – Betascript publishing, 2011.



## **SOCIAL INNOVATIONS IN THE INTERACTION BETWEEN AUTHORITIES AND ENTREPRENEURIAL STRUCTURES**

**Elena V. Lylova**

Department of Public Administration  
Peoples' Friendship University of Russia  
*Miklukho-Maklaya st., 10–2, Moscow, Russia, 117198*

This article analyses Russian and foreign trends in the interaction of authorities and entrepreneurial structures in the formation and realization of socio-economic projects and programs. In accordance with the priorities of the long-term development of Russia there is a new and important direction of socialization of the economy, the statement of priority of social values, the combination of economic and social efficiency. In this context, social innovation plays a critical part in helping to raise the standard and quality of life. In this paper the author made an attempt to identify important current trends in the field of social innovation, including: emergence of a new class of entrepreneurs (social entrepreneurs), development of venture philanthropy, transition from a public-private partnership to public social private partnership, development of GR mechanism (government relations), etc.

**Key words:** social innovations, interaction between government and business, social entrepreneurship, venture philanthropy, public-private partnership, public social private partnership, crowdsourcing.