

«СОЦИАЛЬНЫЙ БИЗНЕС СОСТОЯЛСЯ»

МНОГОЧИСЛЕННЫЕ ПРОСЬБЫ О ПОМОЩИ И ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ОТ НАЧИНАЮЩИХ БИЗНЕСМЕНОВ, ПОМНОЖЕННЫЕ НА СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД, ПРИВЕЛИ ВАГИТА АЛЕКПЕРОВА К СОЗДАНИЮ ФОНДА «НАШЕ БУДУЩЕЕ». ТАК В 2007 ГОДУ В РОССИИ ПОЯВИЛОСЬ СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: И КАК ТЕРМИН, И КАК ЯВЛЕНИЕ.

— Как вам пришла идея фонда «Наше будущее»? Не есть ли это для вас форма исполнения социального контракта крупнейшего бизнеса и общества?

— Вы правы: чем крупнее и успешнее бизнес, тем выше социальная ответственность — не только в форме уплаты налогов, но и во взаимоотношениях с сотрудниками, партнерами, местными сообществами и так далее. Компания ЛУКОЙЛ, которую я возглавляю, является социально ответственной компанией — с прекрасно выстроенной программой корпоративной социальной ответственности, собственным благотворительным фондом, но это корпоративная история, к которой я имею отношение как акционер и президент компании. Если говорить о фонде «Наше будущее», то это частная инициатива. Капитал фонда сформирован исключительно из моих личных средств.

К идее поддержать социальное предпринимательство я шел постепенно. С какого-то момента ко мне стали обращаться посторонние люди — это были как просьбы о помощи, так и предложения инвестировать в проекты начинающих предпринимателей. Отказывать я не привык, но хотелось как-то систематизировать эту деятельность. При этом создавать еще один благотворительный фонд мне не хотелось по ряду причин. Первая: в 1990-е годы, если помните, само словосочетание «благотворительный фонд» было изрядно скомпрометировано рядом недобросовестных игроков, использовавших эту форму как оболочку для банального отмывания денег. Сегодня ситуация, конечно, изменилась, но десять лет назад начинать еще благотворительную историю мне не хотелось. Второе: было желание, чтобы усилия имели устойчивое воздействие. Для системного решения той или иной серьезной проблемы обыкновенно недостаточно разовых денежных вливаний. И, наконец, я человек с активной жизненной позицией, и мне импонируют люди, которые не только просят о помощи, но и сами стараются что-то изменить, придумывают некие собственные решения. Сочетание всех этих факторов я и нашел в социальном предпринимательстве. В 2007 году, когда мы организовали фонд «Наше будущее», эта модель в России была практически никому не известна, то есть была абсолютной социальной инновацией, что меня также привлекло.

— Фонд «Наше будущее» за девять лет профинансировал 150 проектов, так или иначе поддержал сотни действующих предпринимателей. Прделан огромный путь. Какие вехи на этом пути вам хотелось бы отметить? Какие новые задачи вы бы поставили?

— Как я уже сказал, когда мы только начинали эту работу, о социальном бизнесе в России знали единицы — даже на экспертном уровне. Это была абсолютно новая тема, поэтому первые несколько лет мы потратили главным образом на популяризацию самого явления. Проводились конференции, встречи в профильных министерствах, региональных органах власти и так далее. Показательный пример: в 2007-м, в год создания фонда, мы набирали в поисковике словосочетание «социальное предпринимательство» и получали максимум несколько сотен ответов. Рунету тема была практически неизвестна. Сегодня, если вы наберете «социальное предпринимательство», то получите порядка 10 млн ссылок. Я считаю, что первое наше существенное достижение — введение понятия «социальное предпринимательство» в понятийное поле социума. Сейчас социальное предпринимательство — это тренд, можно сказать, модное явление. Так, если проводятся какие-то бизнес-форумы, посвященные, скажем, развитию малого и среднего бизнеса, там наверняка часть программы будет отведена социальному предпринимательству. Так что с задачей популяризации, я считаю, мы справились. Девять лет назад социально-предпринимательские проекты (по крайней мере, те, которые позиционировали себя как таковые) можно было пересчитать по пальцам. Сегодня мы видим десятки и сотни проектов в



ФОТО ПРЕДОСТАВЛЕНО ФОНДОМ «НАШЕ БУДУЩЕЕ»

самых разных регионах страны, социальный бизнес действительно превратился в массовое движение.

Следующей вехой можно обозначить включение социального бизнеса в повестку управленческих решений на уровне государственной власти и крупного бизнеса. Примерно в 2011–2012 годах о социальном предпринимательстве как важном социальном инструменте и возможном партнере государства заговорили на уровне президента и правительства страны. Одновременно к поддержке социального предпринимательства начал подключаться и крупный бизнес. Такие системообразующие компании, как «Металлоинвест», «Русал», «Северсталь», уже используют социально-предпринимательские механизмы для развития потенциала территорий своего присутствия.

Ну и, конечно, за прошедшее время самым существенным образом расширился инструментарий, спектр программ поддержки, реализуемых фондом «Наше будущее». Конкурс «Социальный предприниматель», с помощью которого отбираются проекты для финансирования, проводится в онлайн-формате, круглогодично и для предпринимателей из всех регионов России (начинали с восьми регионов). Появилась «Лаборатория социального предпринимательства» — обучающий центр, который занимается разработкой учебных программ для социальных предпринимателей, открыты центры консалтинга и аутсорсинга «Наше будущее», запущена программа «Больше, чем покупка!», которая обеспечивает доступ социальных предприятий к массовому потребительскому рынку.

Если говорить о задачах на будущее, то сегодня мы работаем скорее не на популяризацию, а на формирование полноценной инфраструктуры социального предпринимательства в России. Социальный бизнес состоялся. Теперь ему нужны специализированные учебные программы, стандарты, сертификация и профессиональный консалтинг, механизмы доступа на рынки, разветвленное профессиональное сообщество, региональное развитие. Задачи усложнились. Теперь мы видим фонд «Наше будущее» как модератора объединенных усилий общества, бизнеса и власти по развитию социального предпринимательства в стране.

— Если предположить, что в России по крайней мере 1,5 тыс. социально-предпринимательских про-

ектов и в каждом работают хотя бы три-четыре человека, то речь идет о 3,5–6 тыс. людей. В 2016 году прогнозируемая безработица составит 6% от трудоспособного населения, или 4,6 млн человек. На ваш взгляд, какая часть этих людей могла бы заняться социальным предпринимательством? Как их можно было бы на это мотивировать?

— Есть результаты многочисленных социологических и психологических исследований, которые говорят о том, что к предпринимательской деятельности склонно порядка 10% людей. В реальности тех, кто готов предпринимать какие-то практические шаги, открывать собственное дело, еще меньше. И при этом далеко не все стартапы будут социальными. То есть из 4,6 млн безработных количественно не так много могут в итоге стать социальными предпринимателями, но при этом эти люди и созданные ими компании могут иметь весьма существенное влияние на общество. Можно сравнить социальных предпринимателей с библейской закваской, малой толики которой хватает на все тесто. Кстати говоря, по мнению многих экспертов, социальное предпринимательство не только смягчает социальную напряженность, но и способствует формированию благоприятной, дружелюбной предпринимательской среды в целом. Успешные социально-предпринимательские проекты привлекают людей неординарных, неравнодушных и создают вокруг себя некое поле социального оптимизма, драйва, инноваций. В этом еще одно, опосредованное значение социального бизнеса для общества и экономики.

Как мотивировать людей становиться социальными предпринимателями? Прежде всего информировать. Распространять позитивный опыт. В этом плане трудно переоценить роль СМИ. Мы часто слышим о том, что бизнес должен нести социальную ответственность, и эти слова, безусловно, справедливы, но не меньшая социальная ответственность лежит и на средствах массовой информации! Рассказывать о том, как тяжело в России вести бизнес, извините за игру слов, легко. Но, может быть, пора начать рассказывать и о том, какие успешные проекты работают в России, рассказывать истории успеха социально-предпринимательских проектов! Таких историй, достойных тиражирования, на самом деле сотни.

ВАГИТ АЛЕКПЕРОВ: «МНЕ ИМПОНИРУЮТ ЛЮДИ, КОТОРЫЕ НЕ ТОЛЬКО ПРОСЯТ О ПОМОЩИ, НО И САМИ СТАРАЮТСЯ ЧТО-ТО ИЗМЕНИТЬ, ПРИДУМЫВАЮТ НЕКИЕ СОБСТВЕННЫЕ РЕШЕНИЯ»

— Как, на ваш взгляд, должны распределяться функции между государством и социальными предпринимателями? Не может ли у государства возникнуть «ревность» к успешным социальным бизнес-проектам?

— На мой взгляд, здесь нет места для ревности. Задач и проблем хватит на всех. Хороший пример — это дошкольное образование, сфера, где российские социальные предприниматели представлены, пожалуй, наиболее массово. Частные детские сады и развивающие центры заметно снизили нагрузку на муниципальные дошкольные учреждения в последние несколько лет. Государство не только этому не препятствует, но в ряде регионов субсидирует частные детские сады. При правильном подходе получается не конкуренция, а синергия. Здесь еще раз хочется упомянуть о механизме аутсорсинга оказания социальных услуг. Например, в Великобритании социальные предприятия выполняют государственный заказ в социальной сфере на десятки миллиардов фунтов стерлингов. Думается, что эта модель партнерства государства и социального бизнеса может быть применима и у нас. Нет поля для соперничества, есть общие задачи.

— В текущем году премии «Импульс добра» пять лет. Какую задачу, на ваш взгляд, решает премия? Чем важна соревновательность для социальных предпринимателей?

— Главная цель премии — выявление и популяризация лучших практик социального предпринимательства в России, а также признание заслуг отдельных людей, внесших свой вклад в сферу социального предпринимательства, привлечение внимания к институту социального бизнеса, его популяризация. Соревновательность в данном случае это способ выявить лучших, чтобы сделать их опыт достоянием всех. Премия поднимает качественный уровень отечественного социального бизнеса. Если вы посмотрите лауреатов разных лет, то увидите, что это действительно уникальные люди и уникальные проекты.

Кроме того, премия «Импульс добра» превратилась в серьезную коммуникативную площадку для всех, кто имеет отношение к социальному бизнесу. В церемонии награждения лауреатов участвует почти тысяча человек со всей страны. То есть это системообразующее мероприятие для всей сферы.

— Можно ли представить такую ситуацию в России, когда социальные предприниматели перерастут планку мелкого и среднего бизнеса?

— В целом социальное предпринимательство — это все же локальная история. Бывают, конечно, исключения, как, например, банк «Грамин» одного из родоначальников социального бизнеса, Мохаммад Юнуса. Аналитики в числе основных рисков для социальных предприятий называют как раз излишнее масштабирование бизнеса. Сложно представить, что какие-то социальные предприятия вырастут до размеров транснациональных корпораций. Точнее, вырасти могут, но вряд ли при этом сохранят свою «социальность» в полной мере.

А вот уровень среднего бизнеса вполне достигим, и мы видим, что ряд российских социальных предприятий подходит к этому порогу, как, например, компания Observer из Калининграда или KENGURU.PRO, столичная компания, строящая воркхаут-площадки по всей России.

Все же будем помнить, что цель социального предприятия — создать устойчивый механизм решения той или иной социальной проблемы. Если во главу угла ставятся бизнес-цели, а компания перерастает масштабы социальной ниши, в которой она изначально работала, то это, наверное, неплохо для бизнеса, но не может быть стандартной моделью для всех социальных предприятий. Все же в фокусе социального бизнеса — человек. ■