

Гены новой экономики

Социальное предпринимательство сегодня – это ген новой экономики, которая придет на смену спекулятивным рынкам. Уверенность в таком сценарии развития придает ни вера в победу альтруизма, а чисто рыночный анализ трансформации бизнес-моделей в разных секторах экономики.



Трансформация общественных благ и услуг.

Несмотря на миллионы голодающих в мире, в развитых экономиках уже происходит насыщение (и даже пресыщение) потребностей в материальных благах. Дальнейшее развитие потребительского спроса связано с удовлетворением потребностей в общественных благах и услугах, которые нужны всем, а платить за все не хочет никто. Более того, сам этот спрос не очень эластичен: школы, больницы, дороги, объекты инфраструктуры и коммуникаций просто должны быть.

Низкая эластичность спроса по цене создает проблемы формирования цен и тарифов на общественные блага и услуги. При повышении уровня жизни спрос на общественные блага повышается независимо от цены. Новый уровень баланса спроса и предложения в рамках существующих технологий можно достичь за счет повышения цен и тарифов. Из популистских соображений этот рост пытаются тор-

мозить, что в конечном счете приводит к деградации существующей инфраструктуры.

Новое равновесие нового спроса можно достичь за счет предложения новых технологий общественных благ и услуг. Поэтому модернизация отраслей производственной и социальной инфраструктуры становится непрерывным процессом, и только в этом случае достигается долгосрочная траектория равновесного развития общественных благ и услуг.

Трансформация традиционных бизнес-моделей.

Указанные изменения касаются не только общественных благ и услуг, но и традиционных продуктов. Сегодня невозможно продать автомобиль, если он не удовлетворяет принятым в обществе стандартам, если его обслуживание не поддерживается производителем, если не происходит постоянного обновления продуктовых линий. Еще более яркий пример балансировки общественного спроса и предложения – продажа новых моделей смартфонов и компьютеров. Стандартизация не только транслирует общественный спрос на производимые блага и услуги даже индивидуального пользования, она меняет маркетинговую стратегию, процессы производства, распределения финансовых ресурсов и требования к персоналу. Продукт можно реализовать только в том случае, если он имеет общественное признание, как правило, через специализированные сети, социально ориентированных сотрудников во всех подразделениях. При этом финансовые ресурсы на продвижение товара в сетях и сообществах дают отдачу не меньше, чем затраты на НИОКР.

Трансформация социального предпринимательства.

Социальное предпринимательство сегодня чаще всего выступает как благотворительная деятельность. Социальные потребности общества пока

еще удовлетворяются за счет государственных структур, которые не заинтересованы в модернизации своей деятельности. Отсутствие конкуренции снижает качество и стимулирует коррупцию в этих структурах. Разрыв между спросом и предложением в социальной сфере настолько велик, что делает услуги социально ориентированных некоммерческих организаций вполне конкурентоспособными по сравнению с услугами госорганов и муниципалитетов. Лучшая мировая практика содержит примеры технологий, когда социальные проблемы решаются самими людьми более эффективно, чем официальными структурами¹. Именно поэтому краудфандинг социальных инициатив окажется более привлекательным, чем бюджетное финансирование.

Трансформация партнёрства.

Широко известное в мировой практике социально-частное партнерство (PPP – public private partnership) очень долго локализуется в российских условиях под брендом государственно-частных/муниципально-частных партнерств (ГЧП/МЧП). Только в июле 2015 года удалось принять № 224-ФЗ «О ГЧП/МЧП в Российской Федерации...», реализация которого требует еще принятия большого числа подзаконных актов, отладки процедур рассмотрения проектов и принятия решений. Кроме проектов, требующих государственного контроля и надзора, существуют еще и множество мелких ремонтных, инфраструктурных, социальных проектов для удовлетворения именно общих потребностей, которые могут быть реализованы самими активными гражданами. Если кто-то сделал дорогу для себя и соседей, то зачастую важно не собирать деньги, а просто зарегистрировать сам факт существования новой дороги, чтобы обязательно восстановить ее после прокладки водовода или теплотрассы другими активистами.

Трансформация бизнес-модели.

Формула успеха традиционного бизнеса требует хорошо знать свой бизнес, свои рынки, свои преимущества на этих рынках и иметь свою стратегию развития. Социальный бизнес несет ответственность не только за себя, но и свою экосистему – минимальный набор участников и ресурсов, обеспечивающий их воспроизводство. Поэтому успех социального бизнеса достигается в том случае, если предприниматель знает себя, свою экосистему, свою роль в этой экосистеме и стратегию ее воспроизводства.

¹ Джилл Кикал, Томас Лайонс. Социальное предпринимательство: миссия – сделать мир лучше. — М.: Альпина Паблшер, 2014. — 304 с. — ISBN 978-5-9614-4458-2.
Дэвид Борнштейн. Как изменить мир. Социальное предпринимательство и сила новых идей. — М.: «Альпина Паблшер», 2012. — 504 с. — ISBN 978-5-9614-1741-8.



Социальный бизнес:

1. удовлетворяет общественную потребность (решать общую проблему),
 2. на основе новых технологий, допускающих масштабирование (программа должна работать в отсутствие разработчика),
 3. обеспечивает самокупаемость и финансовую устойчивость (в отличие от социального побирательства)
 4. эффективно управляет рисками (добро должно быть с кулаками),
- Честность – самый лучший актив такого предпринимателя, а бриллиантовая стратегия – непрерывное воспроизводство на основе лучшей мировой практики и взаимодействия с партнерами по экосистеме.

Гены новой экономики

Социальное предпринимательство – решение социальных проблем инновационными методами:

- ▶ Решение общей проблемы
- ▶ Новые технологии
- ▶ Управление рисками
- ▶ Самокупаемость и финансовая устойчивость
- ▶ Масштабируемость
- ▶ Честность – самый лучший актив

Бриллиантовая стратегия: изучать международный опыт, сравнивать регионы, координировать с правительственными и общественными кругами.

Гены новой экономики

Социальный предприниматель! Будь готов:

- ▶ Решать долгосрочные задачи
- ▶ Исправлять свои ошибки
- ▶ Разделить успех (больше союзников)
- ▶ Освободиться от стереотипов (зачем мучиться)
- ▶ Приступить к привычным границам (в создании новых структур)
- ▶ Работать без признания со стороны общества
- ▶ Мобилизовать сильный моральный императив

«таких людей отличает альтруизм, изобретательность, сверхответственность, профессиональный авторитет, умение опереживать людей и мобилизовать коллег, быстрая обучаемость»

Лидеры, рожденные в бомбоубежищах
Ведомости, 19.11.2015

Особенность маркетинговой стратегии социального предпринимательства на рынке социальных услуг состоит в оказании таких услуг для всех и без лишнего шума.

Стратегии на рынке социальных услуг таб.1

	Тихо	Громко
Адресно	Благотворительность	Спонсорство
Для всех	Социальное предпринимательство	Шоу-бизнес

Креативные решения социальных проблем.

Предприниматели преобразуют мир, разрешая технические и финансовые противоречия, используя для этого новые ресурсы, предлагая новые продукты, изобретая новые технологии и бизнес-процессы, осваивающие новые рынки. Социальные предприниматели разрешают еще и социальные противоречия посредством новых ресурсов, продуктов, технологий и рынков. Инжиниринг – это деятельность связанная с разрешением противоречий в любой сфере деятельности. В условиях постоянных трансформаций креативный инжиниринг становится обязательным рутинным элементом любой деятельности. Для этого следует изучать и использовать методы креативного анализа и принятия решений².

Среди этих методов особое место занимает ТРИЗ (Теория решения изобретательских задач), разработанная советским инженером Г.А.Альтшуллером на основе анализа более 40 000 патентов для решения технических задач посредством выявления и разрешения противоречий. Многочисленные работы автора и его последователей были направлены на замену метода проб и ошибок построением типовых приемов целенаправленного разрешения противоречий. Опыт применения этих приемов не только в технической, но и в экономической, социальной, политической сферах, научных исследованиях позволил их сгруппировать в следующую таблицу (таб.2) В качестве иллюстрации возможностей ТРИЗ-инжиниринга рассмотрим реально существующее противоречие между ВУЗами и работодателями: первые делают упор на подготовку знаний, а вторым нужны специалисты, обладающие навыками. Для таких

² <http://www.centrinvest.ru/files/articles/pdf/creative.pdf>

Таблица типовых решений проблем (ТРИЗ - инжиниринг) таб.2

	Разделить	Объединить	Противо-поставить	Дополнить	Отклонить	Изменить среду
Разделить	Дробление	Матрешка	Клин клином	Переходник	Импульсы	Оболочки, пленки
Объединить	Выделение	Универсал	Вред в пользу	Усилители	Колебания	Пористые материалы
Противо-поставить	Локализация свойств	Композиты	Антирешения	Итерации	Частичное решение	Фазовые переходы
Дополнить	Отброс	Регенерация	Асимметрия	Обратная связь	Избы-точное решение	Инертная среда
Отклонить	Проскок	Непрерывность	Предварительное антивоздействие	Предварительная компенсация	+/- 10%	Динамика
Изменить среду	Разные части в разных средах	Однородность среды и материала	Движение частей относительно друг друга	Пневмо-, гидрокострукции	Изменение формы	Изменение пространства

взаимных «Противопоставлений» таблица предлагает использовать «Анти-решение». Действительно, если заменить противоречие «ВУЗ – работодатели» на отношение «отцы и дети», то станет очевидной задача вузов и работодателей по совместной подготовке специалистов.

Аналогичным образом, таблица ТРИЗ для разрешения противоречия науки и производства «Отклонить - Объединить» предлагает решение «Непрерывность».

Оба приема широко используются в практике работы банка «Центр-инвест» и вузами Юга России.

Ежегодно около 200 студентов приходят в банк на стажировку (<http://www.centriinvest.ru/ru/about/career/>), через год часть из них остается работать в банке, а другие с удовольствием трудоустраиваются у клиентов банка.

Фонд целевого капитала «Образование и наука ЮФО» (<http://education.southofrussia.ru>) и банк с 2002 года проводят конкурс среди лучших студентов Юга России и награждают 400 победителей именной стипендией в размере 20 тысяч рублей.

Совместно с ЮФУ банк открыл «Центр финансовой грамотности населения» (<http://знания-сила.рф>), где студенты изучают современные банковские технологии, а затем консультируют население, более 10 тысяч человек получили консультации молодых специалистов.

Интернет – портал «Предпринимательский всеобуч» (<http://school.centriinvest.ru>) посетили 20 тысяч человек, а свыше 7,5 тысяч успешно сдали экзамен по основам предпринимательской деятельности. Органы власти Ростовской области, Краснодарского и Ставропольского края, Волгоградской области подтвердили, что будут проводить аттестацию своих чиновников с учетом завершения обучения на этом портале.

В конкурсе микрокластеров «Проект для любимого города» (<http://микрокластер.рф>) приняли участие 125 проектов молодых жителей Ростова, 28 проектов научных коллективов ВУЗов, 17 проектов предпринимателей и 9 проектов департаментов и районных администраций. Более 13 тысяч ростовчан приняли участие в обсуждении проектов, многие проекты уже реализованы.

Самые современные научные представления о будущей модели развития банк «Центр-инвест» реализует в жизнь, формирует экосистему позитивной экономики (<http://positiveforum.ru>).

Экономическое развитие сегодня – это не только экономический рост, это еще и изменение предпринимательского генотипа. Социальное предпринимательство – ген будущей новой экономики.



8 863 2-000-000

Информационно-справочная служба

8 800 200-99-29

Бесплатный звонок по РФ

www.centriinvest.ru

ОАО КБ «Центр-инвест». Реклама