

РАЗВОРОТ

квестов, корпоративных игр, развлече- ний. Это направление сегодня оказалось очень востребовано, в нём сосредоточи- лась масса креативных людей.

— **То, о чём вы говорите, плохо соот- носится с мнением предпринима- телей, которые считают сегодняш- ние условия мало способствующими открытию нового бизнеса. Все про- блемы на слуху: административные барьеры, контролирующие органи- зации, невозможность взять кредит. Может быть, франшиза — это некая другая экосистема, которая справля- ется с подобными трудностями более успешно?**

— Наверное, да. Франшиза — другая экосистема. Тот, кто создаёт франши- зу, — неординарный предприниматель, поскольку ему уже удалось за несколь- ко лет выстоять, достичь успеха, выра- ботать свои стандарты, которые позво- ляют регламентировать бизнес до такой степени, что модель можно продавать в другие регионы и тиражировать ровно в исходном виде, без потери качества.

Сеть франчайзинга действует в своих стратегиях, стандартах, в своей миссии. У них есть свои правила общения с внеш- ним миром.

Такой предприниматель уже отрабо- тал схему взаимодействия с внешней сре- дой. Если что-то у франчайзи идёт не так, он подключается и помогает решить про- блему.

Он может также выстроить отношения с каким-либо сетевым банком, чтобы его партнёры могли на любой территории в филиале этого банка получить кредит.

Более того, он бесплатно получает огромное количество идей для творче- ства от своих партнёров-франчайзи. Это синергия обратного интеллектуально- го капитала. В своём регионе никогда не получить таких разнообразных ситуаций в процессе построения бизнеса. Пробле- мы франчайзи такой предприниматель может принимать как шанс раз за разом отлаживать бизнес-процессы. Бизнес шлифуется, становится всё более устой- чивым, поднимается на ступень выше. Синергия интеллекта — большое пре- имущество.

И это всё применимо к франчайзин- гу в любой отрасли. И к социальному франчайзингу в том числе.

— **Социальное предпринимательство и франчайзинг начали взаимопроникновение недавно, но сегодня это уже ярко выраженный тренд. Что произошло?**

— Тема социального предприниматель- ства вообще молодая в мировом мас- штабе, не говоря уже о России. В нашей стране ей как сформировавшейся сфере бизнеса, по большому счёту, не более 10 лет. Но с каждым годом тема становится всё более интересной для предпринима- телей, для государства, которое понимает, что у него не хватает ресурсов и сил зани- маться решением социальных вопросов.

Все эти моменты в комплексе приве- ли к тому, что государство начало под- держивать социальное предприни- мательство как явление различными ресурсами: административными, финан- совыми, когда предприниматели берут на себя задачи государства и решают их в конкретных регионах.

Первый импульс — это поддержка. Второй — личные мотивы. Бизнесу ста- ло неинтересно просто зарабатывать деньги, он хотел бы при этом получать моральное удовлетворение. Сочетание этих двух моментов — зарабатывания денег и выполнения особой миссии — даёт человеку просто счастье.

Я больше семи лет в Пермском кам- пусе ВШЭ веду авторские курсы по франчайзингу, а там учатся очень праг- матичные ребята. И я вижу просто уди- вительный отклик со стороны будущих бизнесменов на задачи социального предпринимательства: каждый второй студент при тестировании по резуль- татам курса отметил: «Открыл для себя тему социального предприниматель- ства».

Эта тема благодатна не только для государства, которое запустило её в общество с обещанием поддержки. Механизмов для этого много. Напри- мер, государственно-частное партнёр- ство (ГЧП). В крае уже есть конкрет- ный пример построения такого бизнеса, которым занялась в Чердыни предпри- ниматель Нина Маратканова. Государ- ство отдало ей в пользование памятник старины, относящийся к федеральной собственности, она его восстановила и открыла там дом престарелых.

**Когда люди видят у отдельных представителей бизнеса «долларовые счётчики» в глазах, они делают вывод о том, что ничего хорошего этот бизнес для общества не делает**

На основе ГЧП могут возникать раз- личные проекты. А для того чтобы контент этих проектов был устойчив, эффективен, может использоваться тех- нология франчайзинга.

— **Бизнес какого масштаба может быть задействован в таких проектах?**

— Любого. Это могут быть и крупные компании, и частные предприниматели.

Большую работу ведёт в этой сфе- ре Фонд региональных социальных программ «Наше будущее» (*создан в 2007 году Вагитом Алекперовым для ре- ализации долгосрочных социально зна- чимых программ и проектов, где могут быть применимы принципы социального предпринимательства, — ред.*).

Уже два года компания «Франчай- зинг-Интеллект» в партнёрстве с фон- дом «Наше будущее» занимается тема- тикой развития франчайзинга в России, созданием франшиз на основе социаль- ного бизнеса.

Идеология следующая: не стоит изо- бретать множество «велосипедов» в оди- наковых проектах, надо выбрать из уже имеющихся тот, который отвечает стан- дартам самой удачной социальной прак- тики, сделать из него франшизу, при- годную для тиражирования в любом регионе страны. Портфель проектов фонда обширен.

Технология франчайзинга примени- ма к социальному предприниматель- ству и даёт совершенно удивительный эффект. Так, в декабре 2016 года начал- ся сбор заявок на организованный фон- дом «Наше будущее» конкурс, который называется «Социальный франчайзинг». Я вошла в состав его экспертного совета. В результате будут выбраны два проек- та, из которых сформируем франшизы. Думаю, это будет постоянно действующий проект фонда.

— **Вы полагаете, что социаль- ное предпринимательство сегодня реальный тренд?**

— Бизнес активно откликается на подоб- ные инициативы.

Бывает, предприниматель начина- ет своё дело с меркантильной целью, выискивает в своей работе элементы социальной нагрузки для получения

неких преференций. Ну и пусть, если при этом решаются социальные задачи. В дальнейшем количество неизбежно перейдёт в качество, процесс зарабаты- вания денег будет сочетаться с благо- родными мотивами.

— **А такие случаи бывали?**

— В Прикамье есть компания, которая занимается изготовлением изделий из древесины, это чисто коммерческий проект. На определённом этапе разви- тия своего бизнеса команда решила соз- дать франшизу, вывести её на рынок, но при этом реализовать и социально зна- чимые задачи. Покупка каждой фран- шизы должна сопровождаться посадкой дерева в нашем регионе. Они сами взя- ли на себя это обязательство, в нём нет никакой экономической выгоды, это их вклад в экологию и дар обществу.

Сегодня многие начинают понимать, что в бизнесе должны присутствовать две составляющие — материальная и моральная. Они могут иметь разный

удельный вес, но обязательно должны быть.

— **А вы не выдаёте желаемое за дей- ствительное?**

— Я вижу, что на самом деле многие люди стремятся к тому, чтобы мораль- ная составляющая была весомой частью их деятельности. Кроме того, и общество начинает оценивать какие-то проекты, бизнесы с точки зрения их обществен- ной пользы. Идёт встречный процесс.

— **То есть это своеобразная попытка решить ментальную проблему тра- диционной нелюбви нашей обще- ственности к предпринимательству как таковому?**

— Когда бизнес-интересы превалируют, люди действительно начинают отри- цательно относиться к бизнесу. Они видят у отдельных представителей биз- неса «долларовые счётчики» в глазах и делают вывод о том, что ничего хорошего этот бизнес для общества не делает. Такая нестыковка ожиданий общества и результатов бизнеса — фундамент для определённых экономических, социаль- ных, гражданских конфликтов.

Если в бизнесе будет присутствовать социальная часть, то и его репутация будет меняться.

— **Как определить, можно ли счи- тать тот или иной бизнес социаль- ным?**

— Подготовлен проект федерально- го закона, в котором даётся определе- ние понятия «социальное предприни- мательство» и его критерии, но документ ещё не принят. Поэтому пока социаль- ное предпринимательство — размытое понятие.

Например, в одном регионе не хва- тает детских садов, и тот, кто открыва- ет такие учреждения, может считаться социальным предпринимателем. В дру- гом — плохо с медициной, и владелец частного медицинского кабинета тоже может претендовать на такой статус. Где-то не хватает специалистов по уходу за пожилыми людьми, там дома presta- релых и патронажная служба на дому тоже попадут в эту категорию.

В глубинке, где нет ни одной парик- махерской, тот, кто её открыл, тоже

является социальным предпринима- телем. Если на депрессивной террито- рии человек создал бизнес, организо- вав 20 рабочих мест, он — социальный предприниматель. Для разных терри- торий разные виды деятельности будут являться социальным предпринима- тельством, в зависимости от региональ- ных предпочтений.

Фонд региональных социальных про- грамм «Наше будущее» говорит: мы вам дадим займы денег без процентов, но берите франшизу, в которой просчитана финансовая модель, сроки окупаемости ясны. И он поддерживает этот проект, гарантируя, что модель будет работать.

— **А что делает государство?**

— В каждом регионе определён набор социальных услуг для малоимущих, пожилых, инвалидов, многодетных семей и т. д. Региональная власть ана- лизирует ситуацию и составляет реестр потребителей социальных услуг. Кто-то нуждается в детском садике, кто-то — в уходе за престарелым, кто-то — в медицинском обслуживании. В то же время из представителей бизнеса или государственных учреждений (или НКО) формируется реестр поставщиков социальных услуг. Человек выбирает из этого реестра какую-то структуру, и госу- дарство туда переводит вслед за ним денежные средства.

Если бизнес вошёл в реестр постав- щиков социальных услуг, государство предоставит ему потребителя вместе с финансированием, которое заложено в бюджете.

— **Каким образом формируется реестр поставщиков социальных услуг? Очевидно, что войти в него будет много желающих, в том числе и не совсем добросовестных?**

— Есть очень интересная идея, которую тоже запустил фонд «Наше будущее».

Понимая, что государству трудно разобраться, есть ли в каждом конкрет- ном случае социальное предпринима- тельство, фонд предложил сертифици- ровать социальных предпринимателей. Претенденты на такой статус высылают заявку, эксперты фонда анализируют их бизнес по всем критериям и выдают сер- тификат. Это своего рода верительная грамота, свидетельствующая, что биз- нес интегрирован в общество. Так что предприниматели уже идут к государ- ству за поддержкой на основании этого документа. Сертификация социальных предпринимателей — процедура серьёз- ная, вызывающая абсолютное доверие у общества и государства.

Я всё время ссылаюсь на фонд не только потому, что это мои партнёры, но и потому, что «Наше будущее» на сегодняшний день является новатором в России в сфере социального предпри- нимательства. Ежегодно в Москве фонд проводит конкурс «Импульс добра». Это тоже один из его проектов. Я поража- юсь тому количеству государственных и негосударственных институтов, кото- рые на церемонии присутствуют и под- держивают предлагаемые фондом ини- циативы.

Фонд «Наше будущее» — разработ- чик стратегических проектов социаль- ного предпринимательства. В его арсе- нале гранты, беспроцентные ссуды. А в последнее время появилась ещё одна форма поддержки — конкурс «Социаль- ный франчайзинг», в рамках которо- го фонд выделяет деньги на упаковку удачного социального бизнеса во фран- шизу. Взаимодействие с фондом позво- ляет ускорить многие процессы в этой сфере деятельности.