

ОЦЕНКА РОЛИ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОГРАММ ПРОМЫШЛЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ В РАЗВИТИИ РЫНКА СОЦИАЛЬНЫХ УСЛУГ

Статья посвящена вопросам становления рынка социальных услуг в организациях России, участию в этом процессе всех субъектов общества. Предложены методические основы оценки социальных программ организации в развитии рынка социальных услуг.

Ключевые слова: рынок социальных услуг, промышленная организация, социальная программа, развитие, становление.

Совершенно очевидно, что социально значимый эффект от основной хозяйственной деятельности любой организации - это рабочие места, налоги и другие поступления, качественная продукция и безопасность производства. Однако бизнес развивается в рамках социально-экономической системы, и современные условия ведут к учету интересов развития других социальных партнеров как одного из важных факторов обеспечения благоприятных условий ведения деятельности. Поэтому организация должна за рамками установленных требований вкладывать ресурсы в развитие внутренней и внешней среды своей деятельности, в частности, в персонал, экологию, местное сообщество.

Сегодня в России происходит становление нового явления, получившего название «рынок социальных услуг». Его характерной особенностью является приход цивилизованного бизнеса в сферу оказания конкурентных социальных услуг. **Спектр** этих услуг широк и включает такие направления, как: пенсионное обеспечение, добровольное медицинское и индивидуальное страхование, финансовые услуги населению (потребительский кредит, ипотека и пр.), образовательные услуги, услуги транспорта и связи, жилищно-коммунальные услуги, энергоснабжение и пр. Другими словами - все то, что необходимо для развития полноценной социальной инфраструктуры.

Говоря о **рынке социальных услуг**, прежде всего, определим, что под этим понятием мы подразумеваем области и объекты социальной сферы, в которых по определенным правилам и посредством определенных механизмов возможно эффективное взаимодействие государства, организаций и других заинтересованных субъектов с целью улучшения социальной инфраструктуры и, как следствие, повышение «качества жизни». **Участниками рынка социальных услуг** выступают организации, государственный сектор, общественные организации и граждане.

Модель эффективного функционирования рынка социальных услуг, т.е. модель взаимодействия основных субъектов на рынке социальных услуг можно охарактеризовать следующими основными категориями (3):

- участники рынка социальных услуг;
- механизмы взаимодействия участников на рынке социальных услуг;
- правила и принципы, регулирующие реализацию механизмов взаимодействия участников на рынке социальных услуг;
- движение финансовых потоков.

Можно представить схематически взаимосвязь основных компонентов рынка социальных услуг (рис. 1).

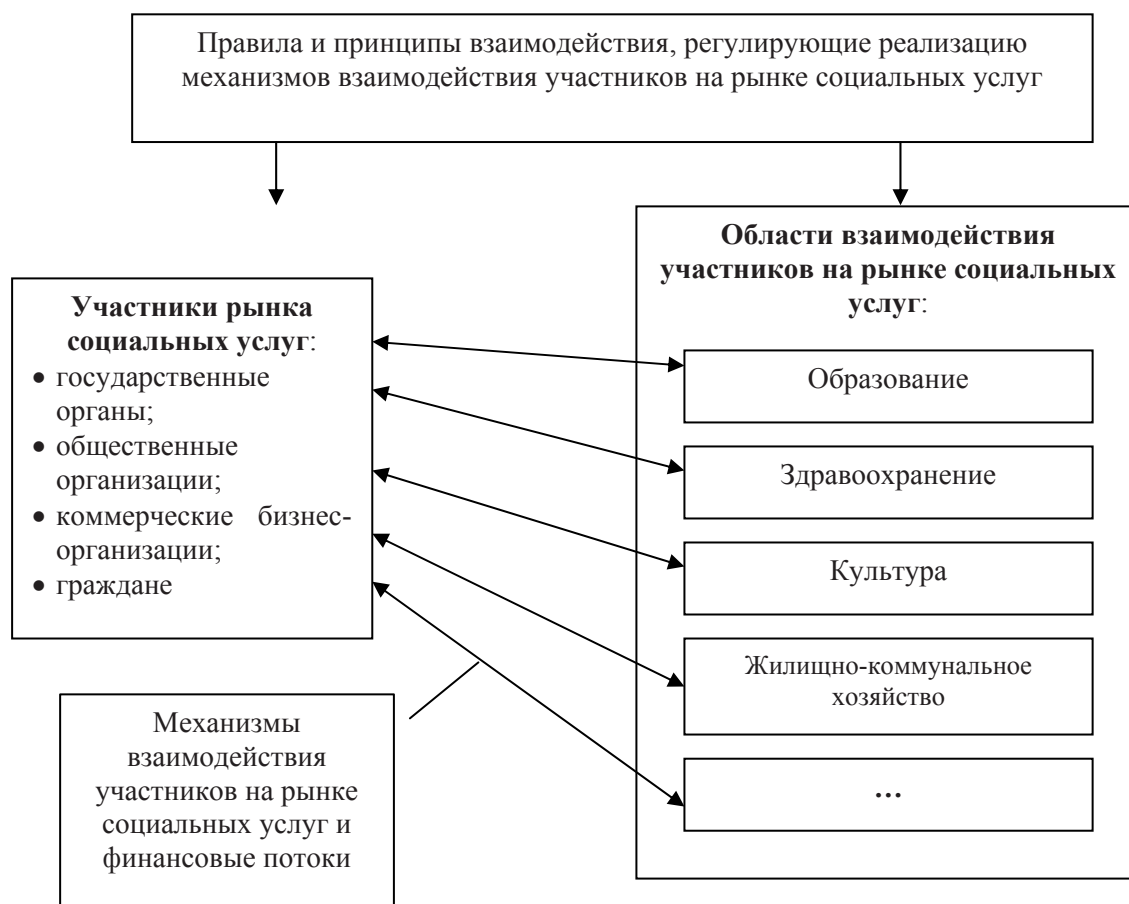


Рис.1. Взаимосвязь основных компонентов рынка социальных услуг

Современное понимание рынка социальных услуг предполагает участие в социально-экономических отношениях всех субъектов общества.

Рассматривая рынок социальных услуг, т.е. его среду и инфраструктуру, в которых пересекаются интересы и потребности его различных участников, объединенных конечной целью - оптимизацией социально-экономического развития общества, можно выделить три основные группы участников: государство (государственные органы власти, агентства и институты различных уровней), бизнес (различные виды и типы коммерческих организаций) и организации так называемого «третьего сектора».

Проводимые реформы на рынке социальных услуг должны преследовать определенный положительный эффект. Задача государственной власти состоит в таком построении социальной стратегии, чтобы одновременно решить несколько социальных проблем, получив максимальный эффект при минимальных ресурсных вложениях.

В чем может выражаться социальный эффект от рыночных преобразований на рынке социальных услуг? Можно выделить, как минимум, два его компонента. Первый – это увеличение занятости в сфере социального обслуживания населения. Второй – повышение доступности и качества предоставляемых социальных услуг, максимальное удовлетворение спроса на социальные услуги со стороны потребителей, привлечение коммерческих, промышленных организаций и их социальных программ к развитию рынка социальных услуг.

Таким образом, государственные и муниципальные программы по социальному обслуживанию населения должны дополнить деятельность общественных и коммерческих, промышленных организаций и объединений. Их вовлечение в сферу социального обслуживания населения позволит привлечь к решению проблем малоимущих, одиноких и инвалидов дополнительные трудовые ресурсы, денежные средства, расширить перечень оказываемых социальных услуг.

В числе основных мер, способствующих рыночным преобразованиям в сфере предоставления социальных услуг и направленных на повышение эффективности социального обслуживания, на сегодняшний день следует выделить:

- организацию маркетинга потребностей в социальных услугах;
- стандартизацию социального обслуживания;
- разработку ценового механизма финансирования социальных услуг;
- переход от сметного финансирования содержания социозащитных учреждений к договорному финансированию государственных и муниципальных заказов на предоставление социальных услуг в рамках целевых программ;
- совершенствование механизма контроля качества предоставляемых услуг;
- привлечение негосударственных коммерческих организаций к оказанию социальных услуг, государственная поддержка коммерческих организаций в области развития их социальных программ.

Отдельной задачей является кадровое обеспечение государственной и негосударственной систем социального обслуживания. При этом привлечение негосударственных коммерческих поставщиков услуг к реализации государственного и муниципального социального заказа не потребует подготовки необходимых специалистов – психологов, специалистов по управлению персоналом, поскольку они уже присутствуют в коммерческих организациях.

Решение поставленных задач требует скоординированной деятельности органов социальной защиты, образования, занятости как на федеральном, так и на региональном и муниципальном уровнях с участием ученых и представителей некоммерческого сектора. Организацию данной работы следует строить на основе накопленного опыта, имеющихся ресурсов и прогноза предполагаемых последствий.

Рынок социальных услуг существует и развивается, и на нем действуют различные участники: государственные органы, а также, в меньшей степени, некоммерческие и коммерческие организации. Коммерческие и некоммерческие и промышленные организации приступают к осуществлению своих социальных программ:

- для своих сотрудников, в рамках которых они занимаются обучением сотрудников (тренинги и переквалификация), вводят льготы на бытовые услуги, осуществляют единовременные выплаты к профессиональным праздникам и другим датам; выдают льготные кредиты, оплачивают услуги сотовой связи, обеспечивают сотрудников бесплатным питанием и многое другое;
- для социально уязвимых слоев населения (дети, молодежь, женщины, проблемные семьи, военнослужащие, ветераны, инвалиды, беженцы и переселенцы, больные СПИДом и наркоманией и т.д.). В рамках этих программ организаций, в т.ч. и промышленных, занимаются просвещением, проводят

консультации, оказывают благотворительную, гуманитарную, медико-психологическую помощь, организуют специальные мероприятия, культурно-образовательные и досуговые программы.

В свою очередь, социальные программы промышленных организаций на рынке социальных услуг, с одной стороны, должны решать социальные проблемы сотрудников этих организаций, а с другой стороны, должны быть направлены на решение социальных проблем наименее защищенных категорий населения.

Взгляды на развитие рынка социальных услуг сегодня представлены двумя высказываниями. В частности, Г.Н. Карелова в интервью отметила [1]: «Самый надежный путь борьбы с бедностью - объединение усилий государства, социально ответственного бизнеса и гражданского общества», признавая тем самым необходимость межсекторного социального партнерства. При определении путей трансформации в социальной сфере ею среди других были названы изменение кадровой составляющей в органах соцзащиты («необходимо привлечь молодежь») и создание *легального, регулируемого государством* рынка социальных услуг.

С другой стороны, в своем интервью В.Ю. Алексперов, президент компании «Лукойл», отмечает заинтересованность бизнеса в том, «чтобы в стране был сформирован *конкурентный* рынок социальных услуг» [2].

Таким образом, мнения государства и бизнеса о необходимости создания рынка социальных услуг и участия в нем бизнеса сходятся, но каким он должен быть - еще предстоит определить.

Создание рынка социальных услуг является одной из ключевых задач реформирования социальной политики в России, которая, по мнению автора, со временем должна стать основой социальных программ промышленной организации. Отметим, что, с точки зрения социальной политики, задача создания рынка социальных услуг уже нашла свое отражение в ряде правительственных документов.

Отсюда следует, что в России на федеральном уровне закладываются предпосылки для развития рынка социальных услуг и развития социальных программ промышленных организаций.

Решение этой задачи требует совместных усилий государственных структур, коммерческих организаций и общественных объединений.

Организации всех трех секторов должны предпринять скоординированные усилия по выработке стратегии развития рынка социальных услуг, начиная от расширения сферы предложения (разнообразие, масштабы и качество предлагаемых услуг с учетом потребностей различных категорий населения и возможностей потенциальных потребителей), включая мероприятия по развитию спроса на социальные услуги (повышение доходов населения, укрепление среднего класса, проведение рекламных и маркетинговых исследований и др.), а также, принимая участие в разработке работоспособных рыночных механизмов и конкурсных процедур, стимулирующих добросовестную конкуренцию на рынке социальных услуг. Потребуется и существенная доработка нормативно-правовой базы. Отметим, что на региональном уровне уже существует и соответствующая нормативная база и опыт создания и применения конкурсных механизмов, например таких, как социальный заказ в Перми, Томске, Великом Новгороде и др.

Как мы отметили выше, социальная политика государства должна стать реальной основой социальных программ организаций.

В силу этого, вопросы социальной политики и нормативно-правовой базы являются чрезвычайно важными и определяющими развитие социальных программ, поэтому встает необходимость анализа **механизмов взаимодействия организаций и государства** на федеральном и местном уровнях по вопросам развития социальных, промышленных программ на рынке социальных услуг.

Литература

1. Интервью Г.Н. Кареловой газете «Известия» от 2 июня 2003 г.
2. Интервью В.Ю. Алексперова размещено на сайтах www.peoples.ru и www.lukoil.ru.
3. Информационная открытость социальной политики российских компаний. – М.: Ассоциация менеджеров, 2004.
4. Корпоративная социальная ответственность: общественные ожидания. Потребители, менеджеры, лидеры общественного мнения и эксперты оценивают социальную роль бизнеса в России. / Под ред.: С.Е. Литовченко, М.И. Корсакова. – М.: Ассоциация менеджеров, 2003.

M. Nenashev

ESTIMATION OF THE ROLE OF SOCIAL PROGRAMS OF THE INDUSTRIAL ORGANIZATION IN DEVELOPMENT OF THE MARKET OF SOCIAL SERVICES

Article is devoted questions of formation of the market of social services in the organizations of Russia, to participation in this process of all subjects of a society. Methodical bases of an estimation of social programs of the organization in development of the market of social services are offered.

Key words: market of social services, industrial organization, social program, development, becoming.