

ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО
Том 4 ● Номер 3 ● июль-сентябрь 2017
ISSN 2410-8367
Public-Private Partnership
издательство Креативная экономика

Возможности для повышения эффективности участия бизнеса в гуманитарных операциях

Зайцев Ю.К. [1, 2, 3]

[1] Институт прикладных экономических исследований, Москва, Россия
[2] Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Москва, Россия
[3] Московский государственный институт международных отношений (университет), Москва, Россия

АННОТАЦИЯ:

Настоящая статья посвящена изучению вопросов, связанных с повышением эффективности государственно-частного партнерства в гуманитарных операциях. Рассмотрены нормативно-правовые рамки, регулирующие участие бизнеса в предоставлении гуманитарной помощи, произведена оценка ее объемов в финансовом выражении. Выделены мотивационные компоненты, определяющие заинтересованность частного сектора в участии такой помощи. Изучена российская практика, проведен анализ работы международного бизнеса в отмеченном направлении, выявлены механизмы, определяющие эффективность этой работы. Кроме того, в статье рассмотрены основные барьеры, препятствующие участию частного сектора в предоставлении гуманитарной помощи, предложены рекомендации по их устранению.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: государственно-частное партнерство, бизнес, гуманитарная помощь, программа

Options to increase the efficiency of business participation in humanitarian operations

Zaytsev Yu.K. [1, 2, 3]

[1] The Institute for Applied Economic Research (Ipea), Russia
[2] The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Russia
[3] Moscow State Institute of International Relations (MGIMO), Russia

Введение

За последнее время роль новых игроков в сфере содействия международному развитию (СМР) существенно трансформировалась. Частный сектор все в большей степени становится весомой альтернативой традиционным механизмам в СМР и предоставлении гуманитарной помощи в частности. Формируется большое число партнерств между частным сектором и национальными и многосторонними агентствами СМР.

Регулятивная рамка и объемы финансовой поддержки

К настоящему дню на международном уровне появилось большое число нормативно-правовых рамок, регулирующих вопросы участия бизнеса в предоставлении гуманитарной помощи. Одной из таких причин является опасение того, что сущность бизнеса, целью которого является получение прибыли, может противоречить культуре гуманитарной помощи.

Наиболее общим документом, определяющим социальную функцию бизнеса и его участие в СМР, является Глобальный договор ООН (2000 г.),[1] в котором определены десять принципов, регламентирующих имплементацию социально-ориентированных проектов бизнеса. Следование этим принципам позволяет бизнесу реализовывать свою роль корпоративного гражданина в увязке с общими принципами устойчивого развития.

Следующей тенденцией, которая начала складываться и закрепляться на институциональном уровне, стало формирование партнерств не только между государством и бизнесом на национальном уровне, но и с международными институтами на международном. Так, после цунами в Индийском океане в 2004 г. между институтами ООН и такими компаниями, как Pfizer и Coca-Cola, были заключены институциональные соглашения о сотрудничестве в преодолении дальнейших чрезвычайных ситуаций [1].

Впоследствии такое сотрудничество начало приобретать институциональный характер. Появились документы мягкого права, такие как рамочный документ Хйого

[1] UN Global Compact, 2000. URL: http://globalcompact.ru

ABSTRACT:

The article is devoted to the study of issues related to the increase of public-private partnership efficiency in humanitarian operations. We consider regulatory and legal framework governing the participation of business in the provision of humanitarian assistance. We assess it in financial terms. We mark motivational components that determine the interest of private sector in the participation in this type of assistance. We study Russian practice and analyze the work of international business in the marked direction. We revealed the mechanisms determining the effectiveness. In addition, the article examines the main obstacles to private sector participation in the provision of humanitarian assistance. We propose recommendations to address them.

KEYWORDS: public-private partnership, business, humanitarian aid, program.

JEL Classification: L26, L32, P33 **Received: 13.09.2017 / Published: 30.09.2017**

© Author(s) / Publication: CREATIVE ECONOMY Publishers
For correspondence: Zaytsev Yu.K. (yuriy.zaitsev@gmail.com)

CITATION:

Zaytsev Yu.K. (2017) Vozmozhnosti dlya povysheniya effektivnosti uchastiya biznesa v gumanitarnyh operatsiyakh [Options to increase the efficiency of business participation in humanitarian operations]. ***Gosudarstvenno-chastnoe partnerstvo. 4.*** (3). – 207-214. doi: 10.18334/ppp.4.3.38528

(Hyogo Framework)[2], принятый по итогам международной конференции по снижению уровня воздействия чрезвычайных ситуаций в 2005 г., а также руководствующие принципы по поддержке государственно-частного партнерства в гуманитарных операциях, которые были обозначены Международным экономическим форумом в 2008 г.[3]

Говоря о масштабах финансирования частным сектором гуманитарных операций и операций по преодолению чрезвычайных ситуаций, необходимо понимать, что участие бизнеса является только частью действий частных доноров, в число которых входят благотворительные фонды и частные пожертвования. Вклад бизнеса в среднем за последние 5 лет не превышал 7% от общего объема частного финансирования программ по преодолению чрезвычайных ситуаций. В 2014 г. эта доля в абсолютном выражении составила 409,9 млн долл. США (рис.).

[2] Hyogo Framework, 2005 (World Conference for Disaster Reduction). URL: http://www.unisdr.org/2005/wcdr/intergover/official-doc/L-docs/Hyogo-framework-for-action-english.pdf

[3] World Economic Forum and the United Nations Office for the Coordination of Humanitarian Assistance Guiding Principles for Public- Private Collaboration for Humanitarian Action (2008).

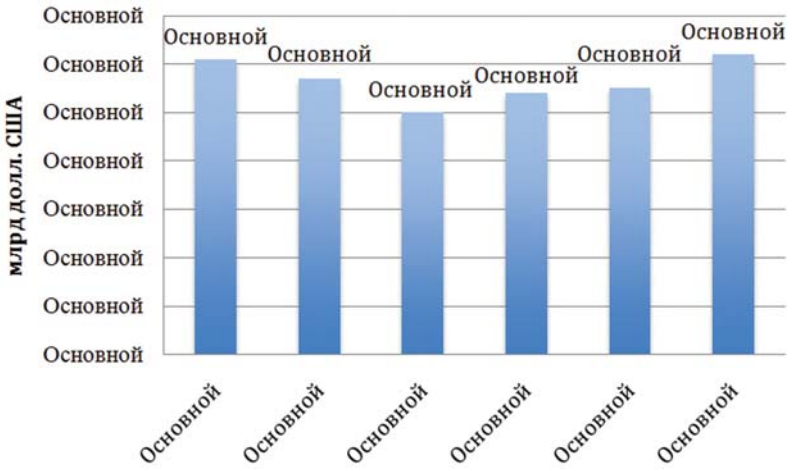


Рисунок. Гуманитарная помощь частных доноров, млрд долл. США
Источник: [2]

ОБ АВТОРЕ:

Зайцев Юрий Константинович, кандидат экономических наук, ст. научный сотрудник (yuriy.zaitsev@gmail.com)

ЦИТИРОВАТЬ СТАТЬЮ:

Зайцев Ю.К. Возможности для повышения эффективности участия бизнеса в гуманитарных операциях // Государственно-частное партнерство. – 2017. – Том 4. – № 3. – С. 207-214. doi: 10.18334/ppp.4.3.38528

Необходимо отметить, что количественные оценки участия частного сектора в гуманитарных операциях являются приблизительными. Смещению оценок может способствовать неучет отдельных гуманитарных интервенций. Так, платформа по Global Giving через механизм краудфандинга (crowd funding) собрала порядка 3 млн долл. США в качестве донорских средств для преодоления последствий землетрясения в Непале в 2015 г.

Рост вклада бизнеса происходил на волне общего увеличения вклада частного сектора в финансирование гуманитарных операций. В целом можно ожидать дальнейший прирост частного финансирования операций по преодолению чрезвычайных ситуаций в свете того, что агентства помощи продолжают диверсификацию и расширение способов мобилизации финансовых ресурсов для оказания гуманитарной помощи. Так, 40% бюджета Всемирной продовольственной программы (ВПП) приходится на оплату услуг частного сектора (логистических и продовольственных компаний). Появляются новые механизмы привлечения частных средств. В частности, Международным механизмом по закупке лекарственных средств ООН (UNITAID) используется инструмент солидарных сборов при покупке авиабилетов (micro-levy on airline tickets) [2].

Получение прибыли vs продвижение бренда

Несмотря на то, что главная цель бизнеса заключается в повышении уровня своей прибыли, представляется возможным выделить ряд мотивационных компонентов, которые определяют заинтересованность частного сектора в участии в гуманитарных операциях. В первую очередь, это повышение уровня репутации и узнаваемости бренда компании. Это дает возможность компаниям нанимать более квалифицированных сотрудников, привлекать новых клиентов, продвигать новую продукцию. Можно выделить ряд секторов, где такие практики особенно успешны в условиях преодоления кризисных ситуаций. К ним относятся страховой и банковский бизнес, услуги мобильных операторов, производство санитарной и продовольственной продукции. Компании часто используют кризисные ситуации для представления и продвижения своей продукции и своих услуг, которые население может продолжать использовать и после того, как негативные последствия кризиса будут устранены.

К примеру, банки применяют программы по переводу денежных средств и использованию мобильных денег в периоды кризисов для привлечения новых клиентов. Гипотетически бизнес ожидает, что показатель возврата вложенных средств будет выше нулевого значения. Однако это не нарушает положительного воздействия, связанного с реализацией гуманитарных программ.

В части, касающейся направлений участия бизнеса в гуманитарных операциях, в большинстве случаев бизнес работает в рамках преодоления негативных последствий природных катастроф. Его способность быстро мобилизировать свои ресурсы явля-

ется основным преимуществом в этом контексте. В преодолении последствий военных и политических конфликтов бизнес, как правило, менее заинтересован, т.к. такое участие может негативно повлиять на его репутацию.

При этом можно отметить тенденцию, связанную с тем, что по собственной инициативе в гуманитарных операциях бизнес участвует преимущественно в регионах своего присутствия. А в партнерстве с агентствами развития и органами государственной власти, участвующими в операциях по предоставлению помощи, бизнес сотрудничает в качестве подрядчика.

Помимо преимуществ от участия в гуманитарных операциях для бизнеса, можно выделить ряд плюсов от такого сотрудничества и для общественного сектора. Во-первых, плюсы связаны со способностью бизнеса быстро мобилизировать соответствующие имеющиеся у него ресурсы. Во-вторых, это способность бизнеса охватить все сегменты пострадавших районов и предоставить помощь всем слоям населения. В частности, такая тенденция проявляется в регионах присутствия бизнеса. В-третьих, это устойчивость программ во времени. Наиболее важным это является для тех регионов, которые в наибольшей степени уязвимы и подвержены природным катастрофам.

В-четвертых, это способность эффективно выполнять гуманитарные операции с наименьшими издержками. В-пятых, формированию общественного блага, за создание которого несут ответственность правительственные учреждения, способствуют инновационные технологии, которые, в свою очередь, также вносят вклад в повышение эффективности гуманитарных операций.

Ключевые участники

К ключевым участникам программ по предоставлению гуманитарной помощи с участием частного сектора можно отнести: национальные и международные агентства помощи, которые несут трансакционные издержки при координации оставленных участников процесса гуманитарных операций; региональные финансовые институты (банковские учреждения), которые часто кредитуют и выступают в качестве страховых агентов в случаях, связанных с наступлением чрезвычайных ситуаций; крупные международные компании, работающие в секторе продовольствия, телекоммуникаций и информационных технологий, а также компании, предоставляющие консалтинговые услуги (табл.).

Российская практика

В Российской Федерации наиболее активными представителями частного сектора в преодолении негативных последствий чрезвычайных ситуаций являются государственные и крупные частные компании, которые часто выступают в качестве партнеров Министерства по чрезвычайным ситуациям (МЧС) России. К ним относятся ОК «Русал», ПАО «Газпром», ПАО «Лукойл».

Таблица

Ключевые заинтересованные стороны, участвующие в гуманитарных операциях

Частный сектор	Ericsson (сектор телекоммуникаций); TNT, UPS and DHL (сектор логистических услуг); IKEA (предоставление строительных материалов); Google (услуги геолокационного поиска); Unilever and Proctor and Gamble (предметы гигиены и продовольствие) McKinsey & Co (консалтинговые услуги).
Донорские агентства	Трансакционные издержки по координации заинтересованных сторон
Региональные финансовые институты	Cairo Amman Bank, Jordan-Kuwait Bank, Ahli Bank

Источник: составлено автором.

Часто «Русал» и «Лукойл» участвуют в гуманитарных операциях по собственной инициативе, предоставляя социальную помощь и помощь в осуществлении мер по защите окружающей среды. Более того, компания «Лукойл» на постоянной основе предоставляет гуманитарную помощь Республике Кот-д'Ивуар.

Что касается ПАО «Газпром», то компания чаще работает в партнерстве с МЧС. Дочерние компании «Газпром» часто выступают в качестве подрядчиков, предоставляющих логистические услуги.

Извлеченные уроки

Анализ работы международного бизнеса в операциях по предоставлению гуманитарной помощи позволяет выявить несколько механизмов, определяющих эффективность такого участия. Во-первых, это механизм заключения контрактов с суверенными и международными донорами по секторному и географическому принципу, в том числе в рамках формирования партнерств.

Во-вторых, к таким механизмам относится страхование рисков домашних хозяйств и предприятий из сферы малого и среднего бизнеса, работающих в уязвимых территориях. Однако для реализации такой схемы в развивающихся странах необходимо участие государства, в том числе в части, касающейся проведения информационной работы с местными сообществами.

В-третьих, к таким инструментам относится гибкая нормативно-правовая основа, определяющая участие бизнеса в ликвидации чрезвычайных ситуаций. Особенно это актуально для бизнеса из сферы здравоохранения, фармацевтики, логистики и транспорта.

Несмотря на большое количество плюсов, связанных с участием бизнеса в гумани-

тарной помощи, как для самого частного сектора, так и для государств, существует ряд барьеров, которые затрудняют такое сотрудничество. Во-первых, это информационная асимметрия либо отсутствие какой-либо информации вообще о форматах сотрудничества между бизнесом и институтами общественного сектора в рамках предоставления международной помощи. В частности, наиболее характерной такая проблема является для определенных регионов и секторов.

Во-вторых, бизнес и органы госуправления часто непоследовательно используют возможности сотрудничества друг с другом в гуманитарных операциях. На практике случаи разовых совместных акций превышают количество долгосрочных партнерств, сформированных в рамках гуманитарных операций.

В-третьих, ограничением для участия бизнеса в гуманитарных операциях является неясность в принятии решений международными и национальными агентствами помощи. Часто непонятным является формат участия бизнеса в проводимых тендерах и закупках. Для снятия таких вопросов необходимо проведение тренингов и семинаров.

В-четвертых, часто бизнес готов работать только в регионах присутствия и мало заинтересован в реализации гуманитарных операций за их пределами.

В-пятых, бизнес часто не готов затрачивать ресурсы для прохождения формальных процедур (в том числе, процедур отчетности), которые часто являются необходимым условием для участия в тендерах национальных и международных агентств помощи.

Выводы

Проведенный анализ дает возможность сформировать рекомендации по поддержке участия бизнеса в предоставлении гуманитарной помощи. Их можно разделить на среднесрочный и долгосрочный период.

В среднесрочной перспективе нужно рассмотреть возможность разработки руководств, обеспечивающих участие бизнеса в гуманитарных операциях (наподобие Глобального договора ООН). В них уместно было бы обозначить общеиспользуемые термины, которые понятны и разделяемы бизнес-сообществом.

Во-вторых, представляется возможным повысить транспарентность участия бизнеса в операциях по предоставлению гуманитарной помощи. В настоящее время информация о практиках бизнеса в преодолении чрезвычайных ситуаций не организована и не имеет системного характера.

В-третьих, необходимо способствовать сближению представителей бизнеса и государственных органов, ответственных за предоставление гуманитарной помощи, путем: запуска информационных платформ с акцентом на существующие риски, создания информационных карт о гуманитарных интервенциях, привлечения к обсуждению вопросов гуманитарной помощи торговых представительств, работающих за рубежом.

В долгосрочной перспективе уместно говорить о формировании устойчивых

институциональных практик в предоставлении гуманитарной помощи с привлечением региональных организаций, а также путем создания эндаумент-фондов на их основе. Во-вторых, необходимо укреплять потенциал малых и средних предприятий в преодолении последствий гуманитарных катастроф, т.к. именно они являются наиболее заинтересованными сторонами, более тесно вовлечены в события и близко расположены к местам катастроф.

В-третьих, необходимо повышать эффективность гуманитарных операций за счет повышения уровня их инновационной составляющей и увеличения потенциала бизнеса.

ИСТОЧНИКИ:

1. Steven A. Zyck and Randolph Kent. Humanitarian crises, emergency preparedness and response: the role of business and the private sector. Overseas Development Institute, 2014.
2. Global Humanitarian Assistance Report, Development Initiatives, 2016.
3. Forced Displacement Poverty and Financing. Development Initiatives, 2016.
4. Guiding Principles for Public-Private Collaboration for Humanitarian Action. World Economic Forum, United Nations Office for the Coordination of Humanitarian Affairs, 2008.
5. Bennett J. Multinational Corporations, Social Responsibility and Conflict // Journal of International Affair. – 2002. – № 2.
6. Twigg, J. Corporate Social Responsibility and Disaster Reduction: A Global Overview. – London: Benfield Greig Hazard Research Centre, University College London, 2001.
7. Завьялова Е.Б. Социальное инвестирование в России: в поисках эффективной модели. / в кн.: «Социальная ответственность: вызовы времени», коллективная монография. – 2016. – 36-48 с.

REFERENCES:

Bennett J. (2002). Multinational Corporations, Social Responsibility and Conflict Journal of International Affair. 55 (2).

Zavyalova E.B. (2016). Sotsialnoe investirovanie v Rossii: v poiskakh effektivnoy modeli [Social investment in Russia: in search of effective model] Moscow. (in Russian).