

МИР

СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА



№10
2019

БЮЛЛЕТЕНЬ ЦЕНТРА СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И СОЦИАЛЬНЫХ ИННОВАЦИЙ НИУ ВШЭ



В НОМЕРЕ:

Зачем нужен закон о социальном предпринимательстве

Социальное предпринимательство в США, Великобритании и Германии

Новости регионов

Интервью с экспертом

Кейсы



Наша обложка

Журналы «Эксперт» и «Русский репортер» представили недавно список 100 выдающихся людей 2018 года, среди них – 10 социальных предпринимателей.
http://expert.ru/russian_reporter/2018/25/100-vydayuschih-sya-lyudej/

Мы начинаем знакомить с ними наших читателей.

Сегодня на обложке:

Дарья Алексеева – основатель благотворительного магазина Charity shop и фонда «Второе дыхание»

Евгений Рапопорт – *основатель и руководитель проекта «Авоська дарит надежду»*

Янина Урусова – *со-основатель культурного центра «Без границ»*

Михаил Кривонос – *со-основатель Центра по трудоустройству выпускников детских домов и молодых людей с ограниченными возможностями «Работа-і»*

Алексей Налогин – *генеральный директор компании «Новые реабилитационные технологии «Доспехи»*



Информационный бюллетень «Мир социального предпринимательства» выпускается с 2014 года.

Центр социального предпринимательства и социальных инноваций (ЦСП НИУ ВШЭ) – структурное подразделение НИУ «Высшая школа экономики», существует с 2011 года.

ЦСП НИУ ВШЭ специализируется на исследованиях, обучении и консалтинге экспертов и организаций, работающих в области социального предпринимательства, социальных инноваций, социальной ответственности бизнеса, коммерциализации социальных проектов и их оценке.

Наша цель – Устойчивое развитие социального предпринимательства и КСО в России, международная интеграция и сотрудничество в области социального предпринимательства.

<https://socentr.hse.ru>

ОГЛАВЛЕНИЕ

А.Московская «Зачем нужен закон о социальном предпринимательстве?».....	4
Статистика социальных предприятий в США и Великобритании: борьба за первое место	12
А. Скворцова "Социальное предпринимательство в Германии: заметки по итогам стажировки».....	14
Новости официально.....	19
Наши новости	25
Новости партнеров.....	26
Новости регионов.....	27
С.Седунова «Свое дело в своем регионе»	27
М. Полтавская "Развитие механизмов поддержки и моделей сотрудничества с социальными предпринимателями Волгоградской области».....	29
Интервью с В/ Вайнером «Будущее – За созданием экосреды для социального предпринимательства»	32
КЕЙСЫ.....	34

Ближайшие вебинары

Центра социального предпринимательства и социальных инноваций НИУ ВШЭ:

31 января А.Московская «Новый законопроект о социальном предпринимательстве: новизна, критерии, перспективы»

5 Февраля А.Московская "Социальные финансы: какие они бывают и от чего зависит их развитие в России"

12 февраля М.Шматов «Коучинг подход и наставничество в социальном предпринимательстве»

Электронная регистрация:

<https://goo.gl/forms/8eIPTtXr8X3tNSDU2>



ЗАЧЕМ НУЖЕН ЗАКОН О СОЦИАЛЬНОМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ?

Александра Московская

директор Центра социального
предпринимательства и социальных
инноваций НИУ ВШЭ

Законопроект, вводящий понятие социального предпринимательства и социального предприятия, после 4-х лет споров о формулировках внесен в Государственную Думу.

Зачем нужен закон?

Прежде всего - для признания новой практики в качестве самостоятельного и достойного направления работы отдельных людей и организаций. Официальное признание, которое дает законодательная форма, способствует утверждению новой практики среди партнеров и клиентов, узнаванию среди общественности и СМИ, более внимательному и уважительному отношению в среде государственных ведомств, которые в той или иной степени могут повлиять на ее развитие. В России государственное признание значит больше, чем в других странах, т.к. государство доминирует в сфере производства благосостояния и социальной защиты граждан..

Благожелательность ведомств имеет значение не только для того, чтобы обратиться за государственным финансированием (далеко не все социальные предприниматели, по нашим данным, хотят получать его из-за больших обременений по допуску к средствам и отчетности). Признание ведомств является основой для создания партнерств и легального взаимодействия с государственными организациями – школами, больницами, и др организациями, соответствующими выбранному социальным предпринимателем направлению деятельности. Во всех случаях официальный статус облегчает обмен информацией, услугами, создание консультационных и попечительских советов, осуществление переговоров с государственными ведомствами по изменению какой-то нежелательной ситуации, в которой оказываются целевые группы.

Несмотря на культурные и институциональные различия между странами, в мире существует консенсус в том, что социальное предпринимательство предназначено для решения социальных проблем, использует для этого устойчивые экономические ресурсы, включая куплю-продажу товаров и услуг, производит желательные качественные изменения в положении отдельных социальных групп и общества в целом. Отсюда - важным преимуществом официального признания

социального предпринимательства является признание нестандартного, гибридного характера социальных предприятий, в которых реализация социальной цели и извлечение прибыли для ее достижения считаются одинаково важными. Для этого в англоязычной литературе используется понятие «двойной результативности» (double bottom-line).

При отсутствии официального признания и достаточного числа социальных предприятий, чтобы стать известной и понятной практикой, государственные и негосударственные партнеры стремятся отождествить их с уже известными видами организаций, разделяя их по форме собственности (коммерческие или некоммерческие) или по виду деятельности (производство – услуги, социальная – материальная сфера). В результате понимания двойственной природы социальных предприятий не происходит, что-то одно выводится за скобки, и организации вынуждены мимикрировать под известные типы организаций, чтобы заводить партнеров и заключать соглашения. Не секрет, что учреждения, поддерживающие малое и среднее предпринимательство (МСП), не принимают в расчет «социальные заслуги» коммерческих организаций, тем более что ценой реализации социальной миссии часто оказывается уменьшение прибыли, а оценка МСП производится с учетом прибыльности. Наоборот, предпринимательская деятельность НКО не всегда приветствуется в некоммерческом секторе, т.к. может вызывать подозрение в отклонении от социальной миссии, и даже рассматриваться как угроза, что доноры могут уменьшить финансирование или предложить НКО зарабатывать самим в качестве условия предоставления поддержки.

Социальному предпринимательству важно закрепить свой статус как специфической разновидности организаций, отличающихся от уже существующих. Отличие - в том, что цель и средство по сравнению с обычным бизнесом «перевернуто»:

не удовлетворение клиентов является средством достижения прибыли, а прибыль – средством улучшения положения целевой группы. При этом

В СП цель и средство по сравнению с обычным бизнесом «перевернуто»: не удовлетворение клиентов является средством достижения прибыли, а прибыль – средством улучшения положения целевой группы.

если бизнес ориентирован на максимизацию прибыли за счет минимизации издержек, социальные предприятия поступают наоборот – они целенаправленно идут на повышение издержек, т.к. обращаются к менее конкурентоспособной рабочей силе и к низкодоходным клиентам, а для того, чтобы эта деятельность окупалась – используют нестандартные бизнес-модели, предпринимательскую смекалку и изобретательность.

В чем сильные стороны законопроекта?

В законе впервые прописаны критерии социального предпринимательства с учетом природы целевой социальной группы и связанной с ней модели социального предприятия.

В предыдущих законопроектах именно попытка описать все виды социальных предприятий одной-двумя общими чертами терпела неудачу, выбрасывая за скобки большую часть организаций, в т.ч. известных на всю страну социальных предпринимателей. Новый законопроект пошел по пути указания на признаки, соответствующие четырем моделям социального предпринимательства, различающимся в зависимости от места благополучателя (целевой социальной группы) в цепочке создания стоимости. Тем самым учтено разнообразие проявлений и расширен охват организаций без утраты специфики его социального назначения.

Таблица 1. Четыре модели/ критерия отнесения организации к социальному предприятию (СП)

<i>Основная целевая группа</i>	<i>Уязвимый производитель</i>	<i>Уязвимый работник</i>	<i>Уязвимый потребитель</i>	<i>Общество в целом</i>
Социальная проблема	Социально-экон, территориальная изоляция от рынков сбыта производимой продукции	Социально-экон изоляция от рынка труда, от возможностей освоения проф.навыков, от устойчивой занятости	Нехватка доступа к важным социальным, экономическим и культурным благам из-за недостатка доходов, социальной изоляции, ограничений здоровья, нехватки благ на рынке	Нежелательная общественная практика, которая требует искоренения
Функция СП	Обеспечение продвижения продукции на рынки сбыта и устойчивого дохода производителя	Наем работников, развитие профессиональных навыков для устойчивой занятости	Пр-во товара/ услуги, доступной потребителю, позволяющей преодолеть (смягчить) социально-экономическое неравенство и/ или создать новый продукт в ответ на неудовлетворенные нужды	Обеспечение интеграции не связанных между собой стейкхолдеров и ресурсов в интересах создания новой практики, предлагающей новые ценности и их распространение за пределы участников рыночного обмена
Уровень цен	На уровне и выше наличного рынка	Выше наличного рынка	Обычно ниже наличного рынка	Цена на уровне рынка, рыночный обмен дополняется нерыночным обменом

<p>Примеры Кейсов</p>	<p>Сосо-bello, Авоська дарит надежду (по форме организации)</p>	<p>Работа-i; Авоська дарит надежду (по фактической деятельности); Салон-парикмахерская Nadin;</p>	<p>«Доспехи»; «Либерти»; Обсервер, Благотворительный фонд «Надежда»; «Баба-деда»</p>	<p>Charity-shop (Второе дыхание), Котокафе «Котики и люди», Bezgraniz Couture, Altourism</p>
------------------------------	---	---	--	--

В соответствии с этим принципом целевая группа может относиться к уязвимым производителям, уязвимым работникам, уязвимым конечным потребителям или обществу в целом (Талица 1). Если целевая группа – уязвимые производители (например, самозанятые инвалиды или пожилые жители удаленных деревень), то социальное предпринимательство ориентировано на продвижение их продукции на рынок, обеспечивающее стабильный доход производителям. Если целевая группа – работники предприятия (например, те же инвалиды, бывшие заключенные или длительно безработные – все они испытывают трудности в доступе на рынок труда и часто не получают достаточного для жизни вознаграждения), то задачей социального предпринимателя является обеспечение занятости и стабильной заработной платы таким людям. Если целевая социальная группа – уязвимые конечные потребители производимого блага (это могут быть инвалиды, малоимущие – любые группы, оказавшиеся в неравном положении с остальными в доступе к определенному благу), то в задачу социального предпринимателя входит производство *доступных* товаров и услуг, либо обеспечение услугами, помогающими выйти из неблагоприятного положения (например, через обучение, консультации, социальное сопровождение).

Новый законопроект пошел по пути указания на признаки, соответствующие четырем моделям социального предпринимательства в зависимости от места целевой социальной группы в цепочке создания стоимости.

Если в первых двух случаях, цена конечного продукта не имеет принципиального значения для достижения социального эффекта для благополучателя, достаточно, чтобы производимые продукты продавались на рынке, то в третьем случае доступность продукта/услуги, их соответствие возможностям целевой группы – является отличительной чертой производимого блага. Это объясняет, почему принадлежность к отраслям социальной сферы и продажи на этом рынке (частный детский сад, частная клиника, фитнес-центр, фармацевтическая компания) еще не делает предпринимателя «социальным» в используемом здесь смысле. Законопроект проводит границу между социальным предпринимательством и бизнесом в социальной сфере, и этим принципиально отличается от законопроекта, обсуждавшегося в 2014 -2017 гг.

Четвертая модель и соответствующий критерий выявления социального предпринимательства предполагает в качестве целевой группы неограниченную определенными свойствами группу людей, т.е. общество в целом. Теоретически любой цивилизованный бизнес производит наряду с материальным и социальное благо – создает рабочие места, повышает производительность труда, удовлетворяет потребности. Другое дело, что благо для общества является побочным продуктом, а не основной целью бизнеса. Как отличить производство блага для общества от благих пожеланий и деклараций?

В четвертой модели социальный предприниматель предлагает новую практику взамен устоявшейся нежелательной, в целях привить обществу новые ценности. Его суть в том, что общество является благополучателем в большей степени, чем отдельный человек или группа лиц, которых эта деятельность затрагивает непосредственно. Например, продвижение благотворительных магазинов, в которые люди сдают хорошие вещи вместо того, чтобы их выбросить или обменять на скидки в модных магазинах, способствуют расширению практики бережного отношения к природе и продуктам чужого труда, развивают ответственное потребление и заботу о людях, которым эти вещи могут пригодиться. В итоге польза для общества превосходит преимущества для тех, кто

Сведение предпринимательства к коммерции сегодня - глубоко устаревший подход

покупает вещи в благотворительных магазинах, а деятельность благотворительных магазинов не сводится к благотворительности.

Базовым социальным предприятием в четвертой модели может быть и благотворительный магазин, и обучающий центр, и музей, и, например, котокафе. Отличительным признаком является то, что деятельность организации основана на широком партнерстве социального предприятия с разными стейкхолдерами, она многофункциональна, а социальное воздействие выходит далеко за рамки участников хозяйственного оборота. Так, некоторые котокафе предоставляют одновременно пространство коворкинга, занимаются устройством в семьи бездомных животных, проводят обучающие тренинги для владельцев и зоозащитников, распространяют ценности ответственного отношения к бездомным животным. В результате общественность становится менее терпима к жестокому обращению с животными, начинает обсуждать с городскими властями нормы обустройства бездомных животных, выселенных из подвалов сносимых зданий, способствует созданию института общественных кураторов бездомных животных в городских кварталах. Тем самым социальное предприятие оказывается центральным звеном широкой сети общественно полезной гражданской активности, благоустройства города и его обитателей.

Еще одно преимущество законопроекта – определенность объекта регулирования, которым является целостная хозяйственная единица – социальное предприятие. С одной стороны, это позволяет устранить многие подмены, которые нередко возникают в дискуссиях, когда отождествляется социальный проект, волонтерство, малый бизнес

и социальное предпринимательство.

У социального предприятия есть структура, цели, работники, результаты хозяйственной

деятельности. Все это позволяет судить не об абстрактных, а о конкретных делах и

результатах. С другой стороны, фокус на социальном предприятии позволяет дистанцироваться от ограниченных суждений о предпринимательстве ссылкой на Гражданский кодекс: «предпринимательский – значит, коммерческий – значит, действующий исключительно ради прибыли». Гражданский кодекс определяет предпринимательство как деятельность по извлечению прибыли для целей налогообложения, к тому же он не запрещает предпринимателю иметь дополнительные цели и обязательства.

В последние десятилетия понятие предпринимательства перекочевало из экономической науки в социологию и политику, появились термины «предпринимательский университет», «институциональное предпринимательство», «государственное предпринимательство», «предпринимательское общество»

Сведение предпринимательства к коммерции сегодня - глубоко устаревший подход. Сегодня реально существующие организации коммерческого и некоммерческого сектора подвергаются взаимной конвергенции и заимствуют друг у друга принципы организации и способы обмена ресурсами. Кроме того, предпринимательство никогда не сводилось к извлечению прибыли. Предпринимательство по природе нацелено на преобразование рынков и сложившегося статус-кво, на качественное изменение, на инновации, об этом пишут экономисты с 18 века. В последние десятилетия этот термин перекочевал из экономической науки в социологию и политику, появились термины «предпринимательский университет», «институциональное предпринимательство», «государственное предпринимательство», «предпринимательское общество». В этом контексте «социальное предпринимательство» не является противоречием в определении, но поскольку в законе речь идет о внедрении новой практики, с термином «социальное предприятие» легче достичь общественного консенсуса.

Что в законе несовершенно и может быть улучшено?

Текст закона, даже с учетом перечисленных критериев социального предпринимательства, остается результатом многих дискуссий и компромиссов. Это – не редкость для социального предпринимательства. Наши французские

коллеги тоже считают свой закон о социальном предпринимательстве компромиссным и противоречивым (он называется у них «закон о социальной и солидарной экономике» - Loi sur l'économie sociale et solidaire, ESS), хотя он неплохо работает с 2014 года.

В российском законопроекте есть немало шероховатостей, касающихся формы выражения идей, в то же время даже такие сложные для лаконичного описания вопросы как социальное назначение предприятий сформулированы лучше, чем в предыдущем законопроекте. Например, «общественно полезная деятельность, направленная на решение социальных проблем...» выглядит более определенно, чем «социально ориентированная деятельность», тем более что далее в тексте прописаны основные модели и критерии социальных предприятий. Кроме того, выделение организаций социальной пользы или социального назначения (social purpose) является широкой практикой в странах Европейского союза для

Для достижения общественного консенсуса термин «социальное предприятие» более удобен

регулирования социального предпринимательства, госзакупок и пр.

Содержательные моменты, требующие внимания и совершенствования, можно свести к трем. Во-первых, закон погружает деятельность социальных предприятий и ее регулирование в область функционирования коммерческих организаций по форме собственности, поскольку законопроект выходит в форме поправок в закон об МСП (N 209-ФЗ от 24.07.2007). Этот недостаток был и в предыдущем законопроекте. В новом законе он смягчен предложением критериев, соответствующих четырем моделям социальных предприятий, которые можно при желании использовать и для некоммерческих организаций. О такой возможности говорится в пояснительной записке к закону. Кроме того, среди представителей заинтересованных ведомств постепенно формируется понимание, что для правильного позиционирования организаций социального предпринимательства и его дальнейшего развития помимо издания закона требуются и другие шаги. К ним относится разработка механизмов реализации закона; предоставление доступа некоммерческих организаций, удовлетворяющих критериям социальных предприятий, к ресурсам поддержки социального предпринимательства, включая поддержку со стороны фондов МСП; разработка механизма признания статуса социальных предприятий и связанных с ним преимуществ и обязательств и пр. Все это может лечь в основу Дорожной карты развития социального предпринимательства по аналогии с Дорожной картой, посвященной доступу негосударственных организаций к предоставлению услуг в социальной сфере. Вопрос – будут ли реализованы эти планы, находится в стадии обсуждения.

Во-вторых, в законе содержатся конкретные нормы, регулирующие в разных моделях социальных предприятий долю дохода от социального

предпринимательства, долю занятых социально уязвимых работников или долю их заработной платы в общем фонде заработной платы. Зачем установлены эти пороговые значения – понятно. Стандартный бизнес может не менять общих условий своей работы, но выделять какую-то долю услуг или рабочее место, предназначенные для уязвимых социальных групп. Такие меры вызывают уважение, но не говорят о том, что перед нами социальные предприятия, скорее это - социально ответственный бизнес. Поскольку в перспективе государство планирует давать какие-то преимущества социальным предприятиям, в т.ч. в форме финансирования или налоговых вычетов, у регулирующих органов должны быть формальные инструменты выделения социальных предприятий из числа других. В то же время надо признать, что сегодняшние пороговые «проценты» прописаны умозрительно и не имеют доказательной базы, не основаны на исследовании реальной практики и моделей социальных предприятий. Стоит учитывать, что социальные предприниматели могут взять на себя повышенные социальные обязательства в обмен на гибкость бизнес-модели и нестандартный организационный дизайн. Одной из разновидностей последнего служит создание «парных» или «смешанных» предприятий, состоящих из группы компаний, которые имеют взаимно дополняющие функции и обмениваются ресурсами. При этом одна из организаций относится к коммерческой, а другая к некоммерческой организации. Смешанными могут быть и направления деятельности, где производство одного продукта – прибыльного, служит софинансированию другого – убыточного, но имеющего повышенный социальный эффект. Таким же образом могут сочетаться целевые группы потребителей, где одни клиенты частично платят за других, но это не «положительная дискриминация» или благотворительность, а основа бизнес-модели. Важно, что социальные предприятия используют эти меры не для ухода от налогов, а для достижения цели двойной результативности, т.е. социальной и коммерческой эффективности. Как определять в этом и во многих иных случаях контур социальных предприятий или целевой социальной деятельности для учета количества занятых и фонда заработной платы - еще потребует дополнительной разработки.

В-третьих, разработчики законопроекта отказались от перечисления уязвимых групп, решение проблем которых подпадает под критерии социального предпринимательства, и отнесли это к ведению специального постановления правительства. С одной стороны, это хорошо, потому что, перечень может со временем меняться, и постоянно вносить поправки в закон из-за этого нехорошо. С другой стороны, зависимость от постановления статуса социального предприятия вносит нестабильность в статус социальных предприятий, в то время как налаживание работы организации требует длительного времени и нуждается в устойчивой перспективе. Все это говорит о том, что институционализация социального предпринимательства с принятием закона не завершится, и будет зависеть от последующих решений.

СТАТИСТИКА СОЦИАЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В США И ВЕЛИКОБРИТАНИИ: БОРЬБА ЗА ПЕРВОЕ МЕСТО

Статистика социальных предприятий в мире только формируется, при этом единство в представлении данных и их сопоставимость – пока еще не достигнуты, как и способ выявления респондентов – социальных предпринимателей. В данной заметке приводятся некоторые количественные данные по США и Великобритании, которые все же позволяют судить об основных трендах. Для сопоставимости часть данных приводится за 2012 год.

По данным переписи социальных предприятий в США, социальные предприятия в среднем невелики по доходам и числу работников. Число коммерческих и некоммерческих организаций в них примерно одинаково, а организации разбросаны по всей стране. Более 90% из них сосредоточены на решении проблем в своей стране, и не выходят на международный рынок.

Данные пока трудно считать репрезентативными, поэтому нелегко сказать, какова доля социальных предприятий в общем числе организаций или организаций малого и среднего бизнеса. Есть вероятность, что сотни и даже тысяч организаций по разным причинам в пробную перепись не попали, хотя могут быть отнесены к СП на основании того, “что” они делают (т. е. производят товар или услугу для решения социальной проблемы), “как” они это делают (например, обеспечивают занятость людей из социальных групп риска, предоставляют таким людям продукцию /услуги, либо приобретают продукцию и услуги в экономически депрессивных общинах в качестве основной цели предприятий), или “почему” они это делают (т.е. производят прибыль ради реинвестирования в решение социальной проблемы). В круг таких предприятий входят предприятия, преследующие социальную или экологическую цель, предпринимательские некоммерческие организации, учреждения социальных финансов и объекты их инвестиций.

О чем говорят цифры?

- Около 40 % предприятий США имеют менее пяти сотрудников; только 8 процентов имеют более 100
- 45 % американских социальных предприятий имеют доход меньше чем 250 000 \$; 22 % - свыше \$2,000,000
- 35% социальных предприятий США являются некоммерческими организациями; 31% являются регулярными корпорациями категории “с” или LLC (т.е. коммерческими организациями)
- 20 % социальных предприятий по направлениям деятельности нацелены на экономическое развитие США; 16 % сосредоточены на развитии трудовых ресурсов; 12% процентов ориентированы на энергетику и окружающую среду; 11 % - на образование; и только 7% работают на международном уровне

- 60 % социальных предприятий США были созданы в 2006 году или позже, 29% - были созданы в 2011 году или позже

В Великобритании исследования проводятся дольше и регулярнее, и сегодня данные показывают, что 7% всего малого бизнеса подпадает под определение социального предпринимательства, это - 68,000 предприятий, имеющих £24 млрд совокупного дохода и 800 000 человек работников. Эти данные позволяют считать Великобританию мировым центром развития социального предпринимательства, располагающей для этого наиболее авторитетными инвестиционными сетями и благоприятными политическими условиями.

Между тем США находятся в благоприятном положении для того, чтобы разделить с Великобританией эту позицию и быть в центре внимания для изучения и распространения опыта, тем более, что США имеют богатую историю благотворительности, предпринимательства, решения социальных проблем на уровне местных сообществ, а число малых предприятий в стране перевалило за 5 миллионов. Если социальное предпринимательство еще не составляет 3,5 процента ВВП страны (именно такие данные приводятся по Великобритании), оно быстро вырастет до этого размера.

По данным, приводимым компанией «Red Bull», которая весьма серьезно относится к трендам в сфере социального предпринимательства, в 2017 году в Великобритании насчитывалось более 470 000 социальных предприятий, на которых работали 1,44 млн человек. Если учесть, что занятых в Великобритании зафиксировано более 32,4 млн., получается, что в СП работает 4,4% занятого населения.

В материале использованы данные Б. Торнлея, газеты «Хаффингтон пост» от 1.08.2013, а также аналитика компании «Red Bull» <http://www.redbull.com>

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В ГЕРМАНИИ: ЗАМЕТКИ ПО ИТОГАМ СТАЖИРОВКИ

Анна Скворцова

Директор по внешним связям МБОО
Центр развития некоммерческих организаций
г. Санкт-Петербург



Автор благодарит Институт Гете за помощь в разработке программы стажировки и ее поддержке.

Тема социального предпринимательства для Центра РНО в течение 7-8 лет была связана с устойчивостью и поиском новых источников финансирования. Однако в последнее время приобретает значение также вопрос трансформации традиционных НКО. Это подтвердила стажировка в Германии по социальному предпринимательству и социальному инвестированию, в которой представитель Центра РНО получил возможность участвовать благодаря Институту Гете.

В филантропии сегодня происходит революция: массово возникают новые возможности для социального инвестирования, новые инструменты и институты, которые призваны мобилизовать частные ресурсы на поддержку различных инициатив и трудно решаемых проблем общества. Традиционной филантропии и гражданскому обществу нужно меняться, чтобы соответствовать развивающемуся миру социально ориентированных финансов.

Программа пятидневной стажировки включала визиты в 12 организаций, связанных с развитием социального предпринимательства, лидерства и инноваций:

- Корпоративные фонды: Фонд BMW Herbert Quandt
- Исследовательские институты: Hertie School of Governance GmbH
- Социальные предприятия, которые реализуют смешанную модель: крупнейший женский центр в Германии Schokofabrik (Шокофабрика), querstadtein e.V.
- НКО: BAGFW (Bundesarbeitsgemeinschaft dear Freien Wohlfahrtspflege e.V.), Collective Leadership Institute GmbH Potsdam (CLI)
- Инфраструктурные организации: Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland (SEND), Startnext Crowdfunding GmbH, Social Impact Lab Berlin, Bundesverband Deutscher Stiftungen e.V., Investitions-bank Berlin (IBB) - программа поддержки стартапов, MitOst e.V.

Встречи были посвящены социальному предпринимательству (СП) и его инфраструктуре; конкретным примерам успешных и устойчивых социальных

предприятий; моделям государственного регулирования общественной деятельности.

Социальное предпринимательство в Германии

В Германию привезла понятие социальное предпринимательство в 1990-е годы Ashoka. Ниша для него нашлась не сразу, так как социальное обеспечение в этой стране хорошо развито. Правильным решением было с самого начала развивать экосистему социальных инноваций, что заняло почти 10 лет. В итоге создавались не только красивые проекты, но прежде всего новые сильные организации с независимым финансированием, работающей бизнес-моделью и подготовленными командами.

Так как иметь специальную правовую форму социального предприятия в Германии по закону не обязательно, социальные предприниматели могут выбирать разные правовые формы: ассоциация (Verein) или компания (Unternehmen). Половина социальных предприятий выбирает форму общества с ограниченной ответственностью или предпринимательского общества, как с некоммерческим статусом, так и без него (ООО, gGmbH/UG, gUG). Однако нередко встречается также и форма организаций, созданных для общего блага (e.V. или фонд), а также сочетают две организационно-правовые формы (гибридные правовые конструкции).

Одним из лучших катализатором процесса инноваций является Фонд BMW (bmw-foundation.org). В 2015 году в связи с большим наплывом беженцев родилось большое количество социально предпринимательским проектов, которые поддержал Фонд. А в 2017 году создали Сеть социальных предпринимателей Германии (SEND, www.send-ev.de), которая занимается эффективными коммуникациями и развитием сотрудничества, организует экспертные тематические и региональные группы. В декабре 2018 году был опубликован первый мониторинг СП в Германии, подготовленный SEND (https://www.send-ev.de/2018-12-12_erster-deutscher-social-entrepreneurship-monitor-vero%CC%88ffentlicht/?fbclid=IwAR1WwKxIVnGnZX9zSdLHT0mNIQzF7bJV--sLMQaScm06KZ13jhCTplTCYBM). Подчёркивается, что только глобальные решения возможны в мире глобальных проблем, и поэтому - сети, сети, сети!

Практическим примером того, как работает система поддержки СП, является программа поддержки стартапов Инвестиционного банка. Это первый госбанк, который открыл программу поддержки СП. Его центральное отделение в Берлине поддерживает социальных предпринимателей с 2005 года, в форме микрокредитования (сначала по 10 тысяч евро, с 2008 года по 25 тысяч евро на 1 проект, в течение 6 лет надо вернуть, 5% ставка, возвращает 95% соц. предпринимателей). В год дают до 150 микрокредитов. Почему бюджетные деньги тратятся на эти цели? Потому что банк заинтересован в развитии города и

поддержке инициатив граждан в сфере ИТ, развития здравоохранения, туризма, физической культуры, услуг для семей. Такие банки есть в каждой из 16 земель Германии, и в рамках этой программы они тесно сотрудничают друг с другом.



Фото 1: Салем Эль-Могаддеди в 2015 году (на фото слева) поехал в Афганистан со своим другом архитектором Гернотом Вюртенбергером. Они предложили местным жителям выращивать вместо опиума шафран. Покупают его по достойной цене, что позволяет афганцам содержать себя и свои семьи и не уезжать в другие страны. Шафран продают в Германии вместе с информационным пакетом о жизни в Афганистане (фото 2). Еда и мирная жизнь, а не война - концепция Conflictfood, одного из самых успешных проектов Social Impact Lab Berlin (<https://conflictfood.com/en/>).

Инфраструктуру СП развивает также и Social Impact Lab Berlin - инкубатор для социального предпринимательства. За семь лет своего существования помог он примерно 500 стартапам, от идеи до бизнес-модели и выхода на рынок. Сегодня это пространство для коворкинга, мероприятий, мастер-классов и семинаров по социальным инновациям и предпринимательству в шести городах Германии. Здесь располагается Ashoka Germany, встречаются фрилансеры и те, кто занимается социальным бизнесом. Social Impact Lab Berlin - катализатор инноваций, новых продуктов, услуг, проектов и идей (<https://berlin.socialimpactlab.eu/>).

Платформа Startnext Crowdfunding (www.startnext.com) - лидер на германском рынке поддержки стартапов. За 8 лет существования платформы почти 6700 краудфандинговых и краудинвестиционных проектов собрали более 60 миллионов евро. Команда - 10 сотрудников в Берлине и 5 в Дрездене, возраст от 25 до 35, работает по 4 направлениям - проектная поддержка, коммуникации, кооперации и партнёрство, и развитие. Основной месседж - каждый человек заслуживает шанс на реализацию своей идеи. 55% проектов успешны, большинство проектов существует длительное время.

MitOst (<https://www.mitost.org/>) – организация, которая давно и успешно поддерживает развитие НКО, и многое сделала и для развития инфраструктуры СП. Сегодня она переключилась на процессы трансформации традиционных

некоммерческих организаций, которым надо меняться, фокусироваться на расширении возможностей для гражданского общества. MitOst работает 20 лет, развил сеть в 40 европейских странах, и является платформой для социальных инноваций. Благодаря СП они поняли, что главное – предпринимательский подход, когда на новое реагируешь «WOW! Что-то новое!» И сегодня для MitOst важнее всего - поддерживать инновационное мышление, создавать ощущение сопричастности, достигать коллективного воздействия.

Посмотреть, как в жизни выглядит успешный социально предпринимательский проект, удалось на примере крупнейшего женского центра в Германии Schokofabrik (Шокофабрика), и социального предприятия, работающего с бездомными, querstadtein e.V.



Фото 3, 4, 5: Женский центр Шокофабрика

В 1981 году группа женщин - сквоттеров заняла пустующую бывшую шоколадную фабрику в берлинском районе Кройцберг. Район был так себе, ничем не привлекательная окраина восточного Берлина. Но после падения Берлинской стены он оказался в самом центре города и сильно оживился.

Женщины создали товарищество, определили вступительный взнос в 500 евро, взяли кредит в банке, и выкупили все здание в 1400 кв м. Отремонтировали, открыли Женский центр Schokofabrik (Шокофабрика). Сегодня он самый большой в Германии.

Здесь есть квартиры, которые сдают женщинам и семьям, детский сад (открыли три года назад, финансирует администрация), мебельная мастерская, хамам, кафе, спортзал, курсы немецкого языка, лекции и фильмы, и под крышей место для встреч и вечеринок.

Зарабатывают на содержание здания сами, продавая мебель, услуги, например, но также получают от города финансовую поддержку и пишут заявки на гранты в ЕС.

Поддержать центр можно, вступив в члены товарищества, или став «шоколадной тетушкой», перечислив пожертвования. Каждая тетушка и дядюшка

(деньги от мужчин тоже принимают) получает один мозаичный квадратик, размещается на стене в форме спонсорской змейки.

У центра нет начальника, это коллективное управление, есть председатель, который регулярно меняется. «Эта система может показаться сложной, но она логична и работает успешно уже многие годы», - говорит менеджер Анке Петерссен (<http://www.frauenzentrum-schokofabrik.de/index.php?id=36>).

Социальное предприятие, работающее с бездомными, querstadtein e.V.

Клаус Зайлвиндер был бездомным с 2002 по 2009 годы. Он ночевал в игровом домике на детской площадке в одном из районов Берлина. Каждое утро он уходил рано и возвращался поздно, когда площадка уже опустела. Но однажды утром он проспал, и его разбудила маленькая девочка: «Почему ты здесь?», - спросила она, - «У тебя нет дома?» Он ответил, что дома у него действительно нет. «Если у тебя нет дома, значит, тебе нечего есть?» - спросила девочка. Он утвердительно кивнул.

Девочка ушла, и вернулась с завтраком для него. Так началась дружба между Клаусом и семьёй учительницы начальной школы. Эта дружба, по сути наставничество, длится уже 15 лет. Каждое воскресенье в полдень Клаус приходит к ним обедать. Семья помогла ему восстановить документы, вернуть веру в себя. Клаус недавно познакомил их со своей дочерью, которой многие годы не рискнул сказать, что он - бомж. Он ненавидит это слово.

Сегодня он работает в НКО querstadtein e.V., социальном предприятии, которое организует экскурсии «Берлин глазами бездомных» (<https://querstadtein.org>). Такие экскурсии проводит четверо бывших бездомных, у каждого - свой маршрут и своя история, как выжить в большом городе, не имея крыши над головой и средств к существованию.



Фото 6: Клаус Зайлвиндер проводит авторские туры «Берлин глазами бездомного»

Главные выводы стажировки:

В Германии, как и в других развитых индустриальных странах, социальное предпринимательство развивается гораздо активнее и разнообразнее, благодаря

предпринимательским образцам, ценностям, культуре, экономическому образованию, финансовой инфраструктуре и консультативной помощи фондов.

Если сравнить СП в Германии и России по своему инновационному потенциалу и социальной направленности, то они очень близки. Социальные инновации в СП – это то, что нас объединяет с европейцами. Однако разница наблюдается в масштабах деятельности социальных предприятий, в институциональной среде.

Развитие СП меняет НКО: традиционным социальным НКО приходится адаптироваться, внедрять бизнес-модели. Новые социальные стартапы с самого начала используют бизнес подходы, новые формы фандрайзинга и коммуникаций. Очевидно, что некоммерческим организациям, - а Центр РНО с ними работает уже 25 лет, - нужно сегодня меняться и учиться в следующих направлениях:

- действовать в качестве катализатора создания финансирующих консорциумов
- сотрудничать с другими типами финансовых институтов (государственными и частными)
- сочетать свои традиционные инструменты - гранты - с ресурсами другого типа, чтобы нарастить силу общественного воздействия и сдвинуть с мертвой точки решение серьезных проблем, которые сегодня стоят перед всеми нами.

Партнерство является важным ресурсом и фактором успеха. В Германии многие организации сталкиваются с теми же проблемами, что и российские НКО, и нам очень полезно учиться друг у друга и поддерживать друг друга.

НОВОСТИ ОФИЦИАЛЬНО

Новый законопроект о социальном предпринимательстве



На заседании Правительства принято решение одобрить проект федерального закона «О внесении изменений в Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (в части закрепления понятий «социальное предпринимательство», «социальное предприятие»)» и внести его в Государственную Думу в установленном порядке.

Законопроектом предлагается выделить социальное предпринимательство в отдельную область деятельности субъектов малого и среднего

предпринимательства. Законодательно закрепляется понятие «социальное предприятие». Определяются критерии отнесения субъектов МСП к социальным предприятиям, специальные формы и виды поддержки социальных предприятий. Принятие законопроекта позволит оказывать адресную государственную поддержку социальным предприятиям.

Источник: Правительство Российской Федерации
<http://government.ru/news/35220/> , 26.12.2018

Законопроект внесен Правительством в Государственную Думу РФ и зарегистрирован 31 декабря 2018 г. № 620203-7. Ответственный комитет рассмотрения - Комитет Государственной Думы по экономической политике, промышленности, инновационному развитию и предпринимательству. Комитеты – соисполнители: Комитет Государственной Думы по труду, социальной политике и делам ветеранов, Комитет Государственной Думы по природным ресурсам, собственности и земельным отношениям. Срок предоставления отзывов: 14.02.2019. Документ включен в примерную программу решением Совета Государственной Думы на март 2019 года.

Источник: <http://sozd.duma.gov.ru/>

Декларация о принципах прозрачности НКО открыта для подписания

Опубликован текст Декларации об основных принципах прозрачности НКО, подготовленной Благотворительным собранием «Все вместе». Документ, закрепляющий ряд обязательств в области отчетности и сбора пожертвований, предлагается для подписания всем некоммерческим организациям, занятым сбором пожертвований частных лиц.

Источник: Милосердие.ру, 10.01.2019
<https://www.miloserdie.ru/news/deklaratsiya-o-printsipah-prozrachnosti-nko-otkryta-dlya-podpisaniya/>

Правительство обещает применить «гильотину» для снижения требований к бизнесу

Правительство готово резко сократить число мешающих бизнесу законов — Дмитрий Медведев объявил, что инструмент «регуляторной гильотины» будет использован, чтобы осуществить экономический рывок. Механизм «регуляторной гильотины» предусматривает масштабный анализ и пересмотр действующих нормативно-правовых актов. Как заявил премьер-министр Дмитрий Медведев, в

России действует свыше 9 тыс. нормативных актов, устанавливающих обязательные требования к бизнесу при проверках, причем многие еще со времен СССР.

Термин «регуляторная гильотина» был предложен международной консалтинговой компанией Jacobs, Cordova & Associates, разработавшей ее концепцию. Этот инструмент применяли власти Хорватии, Великобритании, Мексики, Вьетнама и других стран, написали в специальном докладе эксперты Центра стратегических разработок (ЦСР) и предложили распространить этот опыт на Россию. «Гильотина» должна ликвидировать «различные точки торможения в законодательстве на основе доказательного регулирования», пояснили они. По оценке Jacobs, Cordova & Associates, в Хорватии экономия бизнеса от этого механизма составила \$65,6 млн (0,13% ВВП) за девять месяцев реализации проекта (2006–2007 годы).

Готовить «дорожную карту» по «гильотине» поручено аппарату правительства. По мнению директора Центра оценки регулирующего воздействия НИУ ВШЭ Даниила Цыганкова, выявлять избыточные требования к бизнесу должны не чиновники правительства или Минэкономразвития, а новая структура — комиссия по дерегулированию. Она может быть подотчетной председателю правительства. Обеспечить выявление и монетизацию избыточных норм можно, например, посредством госзадания, которое получают «фабрики мысли» и профильные вузы, полагает он.

Источник: РБК, 16.01.2019

https://www.rbc.ru/economics/15/01/2019/5c3df76f9a7947214d11adcf?from=center_1

НКО окружают учетом. Минюст обяжет общественные объединения отчитываться о руководителях и месте нахождения

Минюст разработал поправки к закону «Об общественных объединениях» об обязательной регистрации не имеющих юридического лица некоммерческих объединений. Без включения в новый реестр такие НКО будут лишены прав общественных объединений, включая использование наименования, проведение собраний и митингов и распространение информации о своей деятельности. Эксперты считают идею Минюста репрессивной по отношению к гражданскому обществу.

Уведомление о разработке нового законопроекта о регулировании деятельности общественных объединений Минюст опубликовал 25 декабря, его публичное обсуждение практически совпало с новогодними каникулами и завершилось вчера. Минюст объяснил инициативу «отсутствием актуальных систематизированных сведений об общественных объединениях, не являющихся

юрлицами» — в том числе о полном наименовании, руководителях и месте нахождения. Эти сведения, по версии Минюста, необходимы для подачи заявлений в суд «о возмещении причиненного вреда в рамках гражданского судопроизводства» и «о запрете деятельности» таких объединений.

Право граждан на объединение предусмотрено Конституцией, при этом по закону «Об общественных объединениях» к ним относятся политические партии, организации, в том числе религиозные, а также общественные движения, учреждения, фонды и органы общественной самодеятельности. Такие НКО, согласно ч. 2 ст. 27 закона, имеют право использовать наименование, распространять информацию о своей деятельности, проводить собрания, митинги, демонстрации и пикеты, защищать интересы своих членов в органах власти и выступать с инициативами в уставных целях.

Но для создания общественного объединения в соответствии с законом у него должен быть сформирован устав и избрано руководство.

По мнению старшего юриста «Команды 29» Макса Оленичева, «новый реестр станет очередным инструментом давления на гражданское общество»... За последние шесть лет государство зачистило поле гражданской активности среди зарегистрированных НКО, но у него отсутствуют эффективные механизмы контроля деятельности незарегистрированных организаций».

Источник: «Коммерсантъ», 16.01.2019

<https://www.kommersant.ru/doc/3854782>

Минюст отказался смягчить требования к отчетам НКО

Министерство юстиции отказалось отменять новые требования к отчетности некоммерческих организаций (НКО), против которых в ноябре выступил председатель Совета по правам человека при президенте (СПЧ) Михаил Федотов. Об этом говорится в ответе ведомства (есть у РБК) за подписью заместителя министра юстиции Вадима Федорова.

Новые требования, которые Минюст ввел в августе 2018 года, предписывают НКО указывать не только собственные иностранные источники финансирования, но и зарубежные источники российских компаний-доноров НКО.

«Введен фактически полный запрет на получение денег из-за рубежа. Мы строим стену между собой и внешним миром, в результате ставится под вопрос само существование многих НКО, — указывает правозащитница Наталья Евдокимова. — К российским грантам, как к федеральным, так и региональным, имеет доступ небольшое число организаций, и это довольно скудные средства. Финансовые потоки из-за рубежа с 1990-х помогли многим НКО встать на ноги и

привнесли новые методики обучения людей — сейчас же многие НКО закрываются или меняют организационно-правовую форму».

Источник: РБК, 16.01.2019

<https://www.rbc.ru/society/16/01/2019/5c3ddfb39a794717ef82510d?from=main>

Сбербанк намерен в первом квартале 2019 года запустить платформу краудлендинга

— онлайн-кредитования физическими лицами. Об этом сообщил первый зампред Сбербанка Александр Ведяхин, т.е. схема p2B. Клиенты банка смогут предоставить заем компаниям с помощью мобильного приложения. Сам Сбербанк намерен при этом оценивать грозящие кредиторам риски.

С одной стороны, для создания платформы у Сбербанка огромные ресурсы — активы, люди, бренд. С другой стороны, инвесторы на краудлендинге хотят ставку 15–20% против банковской ставки 6–7%. Значит, если будущая краудлендинговая платформа даст инвесторам-физлицам возможность зарабатывать 15–20% годовых, то это будет либо за счет уменьшения прибыли банка, либо за счет выдачи займов низкокачественным, высокорисковым заемщикам, считают эксперты РБК.

Источник: РБК, 16.01.2019

<https://www.rbc.ru/business/16/01/2019/5c3edfe69a79475e1409b6d1>

НАШ КОММЕНТАРИЙ: Подобные системы распространены в мире, но не столько как высокоприбыльных операций населения, сколько для создания инструментов социальных финансов, где население может служить источником кредитования социального предпринимательства (см. один из кейсов в конце номера).

Незрячая девушка пытается защитить свои права после того, как ее с собакой-поводырем не пустили в автобус

Этот инцидент произошел с 24-летней жительницей Краснодара Анастасией Блиновой. Девушка - инвалид по зрению поступила в университет. Сначала на лекции ходила в сопровождении сокурсников, а затем в ее жизни появился кремовый лабрадор Дарли. Собака-проводник стала "глазами" девушки, выучила все нужные маршруты: по команде "Вперед!" она спокойно ведет свою хозяйку, помогает обойти лужи, останавливается перед бордюрами, сигнализируя о препятствии, и даже в торговом центре, ни на кого не отвлекаясь, выбирает путь вдоль витрин, тем самым уводя Настю от движущегося потока людей...

В большинстве случаев при словах "С собакой нельзя!" стоит показать паспорт четвероногого проводника, и ситуация решается сама собой. Согласно

статье 15-й федерального закона №181 человек с собакой-проводником может пройти в любое общественное место. Однако водитель пригородного автобуса не пустил ее в салон вместе с лабрадором-проводником, сославшись на то, что собаку нужно перевозить только в клетке. Паспорт четвероногого поводыря и справку об инвалидности он проигнорировал.

Источник: <https://rg.ru/2019/01/14/reg-ufo/nezriachuiu-devushku-ne-pustili-v-avtobus-s-sobakoj-povodyrem.html>

Напомним, что 31.12.2018 Правительством РФ одобрен и внесен в Государственную Думу (№ 620124-7) Законопроект «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях в части административной ответственности за правонарушения в сфере обеспечения доступности для инвалидов объектов и услуг».

В целях приведения Кодекса об административных правонарушениях в соответствие с законодательством в сфере социальной защиты инвалидов законопроектом предлагается возложить на Ространснадзор, Роскомнадзор, Ростехнадзор, Росздравнадзор, Рособрнадзор полномочия по рассмотрению дел о правонарушениях, связанных с уклонением от исполнения требований по обеспечению условий для доступа инвалидов к объектам и услугам, а также по составлению соответствующих протоколов.

Источник: «Российская газета», 15.01.2019
<http://sozd.duma.gov.ru/bill/620124-7>

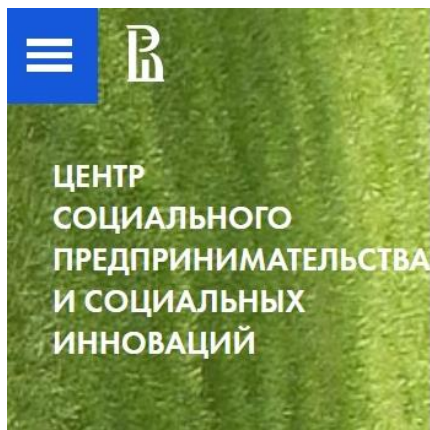
Эксперты Гайдаровского форума предложили скорректировать политику в области здравоохранения и демографии

Эксперты Гайдаровского форума раскритиковали нынешние направления социальной политики, нацеленные на выполнение майского указа президента — и представили альтернативные версии подходов к решению проблем демографии и здравоохранения. Так, главным фокусом внимания правительства, по их мнению, должно стать снижение смертности, а не повышение рождаемости. Для этого необходимо оптимизировать работу здравоохранения — эксперты предлагают испытать в регионах разные способы управления системой ОМС и выбрать лучший.

Напомним, госполитику в этой сфере определяет майский указ Владимира Путина, показатели из которого стали основой новых нацпроектов «Демография» и «Здравоохранение» (подробнее см. [“Ъ” от 23 июля 2018 года](#)).

Источник: «Коммерсантъ», 16.01.2019
<https://www.kommersant.ru/doc/3854744>

НАШИ НОВОСТИ



29 ноября 2018 года в НИУ ВШЭ стартовала серия новых мероприятий Центра социального предпринимательства и социальных инноваций НИУ ВШЭ, которые продолжатся в 2019 году. Это - круглые столы с представителями компаний по вопросам развития социального предпринимательства. На первом заседании обсуждалась история появления темы социального предпринимательства в повестке дня компаний и место СП в стратегических интересах бизнеса. В обсуждении приняли участие руководители компаний Теле2, МТС, СУЭК, типографии "Идея принт", социальные предприниматели и эксперты.

Следующий круглый стол пройдет в марте 2019 года.

Источник: <https://socentr.hse.ru/news>

НОВОСТИ ПАРТНЕРОВ

Social Impact Award

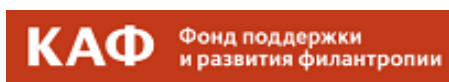


24 января в Москве, Екатеринбурге и Санкт-Петербурге стартует международная программа «Social Impact Award».

Программа осуществляется Impact Hub (Москва) вместе с региональными партнерами в Екатеринбурге и Санкт-Петербурге. SIA помогает молодым людям (от 18 до 30 лет) реализовать социально значимые предпринимательские проекты – от идеи до старта продаж. Три участника по выбору жюри получают грант размером 130 000 рублей и представляют проекты на международном саммите SIA. Все участники, успешно защитившие свой проект на российском финале, получают наставника для дальнейшего развития бизнеса.

Подробности на сайте <http://www.impacthubmoscow.net/events/#calendar>

Конкурс проектов



17 декабря 2018 г Фонд развития и поддержки филантропии «КАФ» (CAF Russia) объявил Конкурс проектов в рамках программы «Создавая возможности».

Срок приема заявок: до 7 февраля 2019 года, 18-00

В рамках конкурса будут профинансированы проекты, работающие по следующим направлениям Программы:

Направление 1. Поддержка инициатив в сфере истории и культуры

Направление 2. Поддержка экологических инициатив с вовлечением местного сообщества

Направление 3. Создание доступной среды для людей с ограниченной мобильностью

Конкурс проводится в следующих регионах Российской Федерации: Брянская область, Вологодская область, Воронежская область, Забайкальский край, Иркутская область, Красноярский край, Нижегородская область, Новосибирская область, Оренбургская область, Пермский край, Приморский край, республика

Башкортостан, республика Бурятия, республика Удмуртия, Свердловская область, Смоленская область, Тамбовская область, Тюменская область, Хабаровский край, Челябинская область, Ярославская область.

По всем вопросам, связанным с участием в Конкурсе и с разработкой проектов, организации могут получать консультации по телефону и электронной почте у сотрудников Программы Ольги Тетеревой и Дарьи Локтионовой: sv.konkurs2019@gmail.com

НОВОСТИ РЕГИОНОВ



Псковская область

«Свое дело в своем регионе»

Светлана Юрьевна Седунова
директор АНО «Центр инноваций социальной
сферы Псковской области»



Как ЦИССы помогают старшеклассникам создавать социальные проекты

С 29 октября по 2 ноября 2018 года в рамках проекта «Свое дело в своем регионе» в Великих Луках на базе лицея № 11 прошел Бизнес-лагерь для старшеклассников – программы бизнес – обучения детей и молодежи.

Проект реализован АНО «Центр инноваций социальной сферы Псковской области» совместно с МАУ Бизнес-инкубатор «Новация» (Великие Луки) при поддержке Общественного движения «СВОЕ», объединяющего производителей Псковской области.

Цель Бизнес-лагеря – обучить старшеклассников социальному проектированию, развить предприимчивое и предпринимательское мышление, показать возможности предпринимательства как еще одного пути построения своей карьеры и жизни.

Сегодня важно, чтобы молодой человек, выходящий во взрослую жизнь, был предприимчивым, умел порождать и продвигать идеи и проекты, мог меняться сам

и изменять окружающий мир вокруг себя, умел договариваться и работать в проектной команде.

Для участников программы проведено тестирование на предпринимательские способности, профориентационные тренинги и занятия финансовой грамотности.

В ходе работы над проектом прошли тренинги по командообразованию, генерации бизнес-идей, определению ресурсов для проекта, маркетингу и брендированию своего продукта. Участники бизнес-лагеря должны понять, что им по силам решение проблем региона, в котором они живут, и будущее которого зависит от каждого из них.

В рамках программы состоялось 2 встречи с предпринимателями в формате «Завтрак с ментором». К ребятам пришли Андрей Корнев, создатель сети книжных магазинов в г. Великие Луки, член Областного собрания депутатов Псковской области и Артем Багнюк, коммерческий директор предприятия «М-конструктор».



2 ноября прошла презентация проектов перед экспертами, в том числе представителями бизнеса – потенциальными менторами. У проектных команд появился реальный шанс заинтересовать своим проектом бизнес и получить возможность его продвижения. Всего обучение прошли 27 школьников 9-10 классов Псковской области.

На защиту были представлены проекты:

- "Online music school" - Учимся играя, чтобы научиться играть! <https://docs.google.com/.../2PACX-1vRiKWkxG5vJNbxJgfIOJ6.../pub...>
- "Компьютерный клуб Gamer's Den" - Вся наша жизнь - игра! <https://youtu.be/gw92myAWoEg>
- "IT'S MY LIFE! (Это моя жизнь!)" - Это твоя жизнь, и только ты её строишь! <http://project929933.tilda.ws/>
- "Парк будущего" - Развивайся, живи, общайся! <https://osipenkome.wixsite.com/parkv1>
- "Homeless" - Не исчезай!
- "Реабилитационный центр Роза ветров"

Все команды получили призы и сертификаты участников.



Волгоградская область

Развитие механизмов поддержки и моделей сотрудничества с социальными предпринимателями Волгоградской области

Мария Полтавская

к.соц.н., доцент кафедры социологии ВГУ

В преддверии принятия закона о статусе социального предпринимательства, каждый регион готовит почву для развития механизмов поддержки и моделей сотрудничества с социальными предпринимателями.

5 декабря 2018 г. в Волгограде состоялась региональная научно-практическая конференция «Социальный бизнес и власть: актуальные проблемы развития социального предпринимательства в Волгоградской области». Конференция была проведена при поддержке Администрации Волгоградской области и ФГАОУ ВО «Волгоградский государственный университет».

В пленарной части с докладами выступили: Артем Панкратов - директор Волгоградского областного бизнес-инкубатора, Анастасия Стефанова - региональный представитель Фонда региональных социальных программ «Наше будущее» в Астраханской и Волгоградской областях, Андрей Кагитин – первый заместитель председателя комитета социальной защиты населения Волгоградской области, Татьяна Шибченко - председатель областной общественной организации «Волгоградский центр защиты и развития бизнеса «Дело» и другие представители бизнес-сообщества, некоммерческого сектора и академической среды.

Во время конференции работала экспозиционная площадка, на которой были представлены региональные проекты социальных предпринимателей (ярмарка стартапов) и организаций инфраструктуры поддержки предпринимательства.

Открытие конференции началось с награждения победителей регионального этапа всероссийского конкурса «Лучший социальный проект года»-2018, инициированного Российским государственным социальным университетом. По итогам регионального этапа Конкурса в 2018 году победителями стали 15 социальных проектов в 5 номинациях:

■ *«Лучший социальный проект года в области обеспечения занятости, вовлечению в социально активную деятельность лиц, нуждающихся в социальном сопровождении»* - проект Галины Булгаковой по разработке «Социального маршрута: Волгоград для всех!», АНО СОН «Опора». Проект направлен на повышение качества жизни маломобильных получателей социальных услуг АНО СОН «Опора» и иных категорий граждан путем внедрения нового социального сервиса – экскурсии по г.Волгограду с последующим созданием путеводителя, а также дальнейшим развитием социального туризма на территории области. В рамках реализации проекта не менее 250 маломобильных получателей социальных услуг и «серебряных волонтеров» примут участие в экскурсиях и воспользуются социальным сервисом – экскурсии по Волгограду.

*Социальный бизнес и власть:
актуальные проблемы развития социального
предпринимательства в Волгоградской
области*

■ *«Лучшим социальным проектом года в области социального обслуживания лиц, нуждающихся в социальном сопровождении»* стал проект создателя патронажной службы «Стационар на дому» Анжелики Симионовой, АНО СОН «Благодать». Его задача – «Создание бригад быстрого реагирования по оказанию санитарно-гигиенических услуг «БлагоДать».

■ *«Лучшим социальным проектом года в области физической культуры и массового спорта для лиц, нуждающихся в социальном сопровождении»* оказался проект Вячеслава Глухова по поддержки здорового образа жизни «Ультрамарафон EltonUltra», ООО «Ультра 100».

■ *«Лучший социальный проект года в области дополнительного образования детей»* - программа повышения эффективности процесса обучения «TransCon» Анатолия Тулаева, ООО «Тулаев-Парк».

■ *«Лучший социальный проект года в области культурно-просветительской деятельности»* - создание культурно-ремесленного кластера «Ремесленное подворье» Людмилы Курышовой, ООО «ДК».

Конкурс показал, что у НКО Волгоградской области большой потенциал, чтобы перевести свои социальные проекты на бизнес-модель социального предпринимательства.

В рамках конференции был проведен Круглый стол «Создание условий для развития социального предпринимательства, повышения эффективности участия социально ориентированных НКО в предоставлении услуг в социальной сфере». Некоммерческие организации Волгоградской области заявили 440 проектов социальной направленности на конкурс президентских грантов в сентябре 2018 года. По количеству заявок регион занял *первое место* среди субъектов России (без учета Москвы и Санкт-Петербурга). В итоге 120 НКО области получили средства на развитие гражданского общества в рамках президентских грантов в 2018 году - 54 НКО стали победителями первого конкурса и 66 – второго.



ИНТЕРВЬЮ С ВЛАДИМИРОМ ВАЙНЕРОМ «БУДУЩЕЕ – ЗА СОЗДАНИЕМ ЭКОСРЕДЫ ДЛЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»



директором фонда развития медиапроектов и социальных программ Gladway, куратором конкурса социальной рекламы «Реклама Будущего» и программы «Города Будущего», автором-составителем каталога «Социальное предпринимательство России»

Какие ожидания у вас от нового года?

В 2019 году начал работать пилотный закон о самозанятых, и очевидно будет принят закон о социальном предпринимательстве. Это не радикальные, но показательные элементы изменений в сфере самостоятельного решения социальных проблем гражданами. Они связаны со стремлением видеть любого актора решений как бизнес и, соответственно, облагать налогами, вписывать в привычные рамки малого бизнеса и так далее.

Есть ожидание проявления условий поддержки социального предпринимательства и НКО – через госзакупки, льготное открытое предоставление помещений и оборудования, продвижение и содействие в распространении товаров и услуг НКО и социальных предприятий, появление и увеличение объема и качества социальной рекламы – как НКО, так и социальных предприятий. Насколько это ожидание будет реализовано? Даже если на четверть за год – уже хорошо.

Основные ожидания скорее связаны с самими социальными предпринимателями независимо от формы юридического лица и его наличия. Важно начать объединяться и на практике реализовывать идеи шеринга, начать согласованно определять критерии и модели деятельности, не оглядываться на декларации структур поддержки, а самим выстраивать такие структуры.

Есть ли связь между санкциями и ситуацией в соцпредпринимательством?

Связь всегда есть. Мы, со своей стороны, активно формируем образ социального предпринимательства России, как яркой и сильный элемент социальной экономики. Даже такая мелочь, как ежегодный каталог «Социальное предпринимательство России», особенно новая версия на английском показывает реальную Россию, налаживает связи между людьми и сообществами, формирует почву для народной дипломатии.

У социальных предприятий высокий потенциал для привлечения зарубежных инвестиций венчурных филантропов и возможности для экспорта товаров. Это- тонкая работа, но она важна для экономики страны, возможно, больше, чем сейчас кажется.

Есть ли связь между курсом доллара-евро и социальным предпринимательством?

Связь между курсом валют и любым предпринимательством тем сильнее, чем сильнее масштаб бизнеса, масштаб закупок и комплектующих за валюту и тд. Например, уверен, что курс сильно влияет на всех, кто работает в сфере производства технических средств реабилитации. Но в целом рынок социального предпринимательства еще не настолько масштабен, чтобы зависеть от курса больше, чем проявлена эта зависимость для каждого жителя страны, покупающего товары и продукты, приобретающего электронику и выплачивающего ипотеку или кредит.

Какие положительные и отрицательные моменты?

Моменты тем и прекрасны, что недолговечны. И это пройдет. Плохое забудется, хорошее будем вспоминать, и скоро покажется, что жили мы в 2019 году еще в цветочках. Например, на курируемый мной интенсив Digital for Charity Школы продвинутых коммуникаций MACS, поддержанный ЦСИО СОЛЬ, которая предоставила гранты на обучение для НКО, записалось 102 человека на 25 мест, и половина слушателей – как раз социальные предприятия. И вот это очень хороший признак для будущего – опора на digital и независимые, частные ресурсы филантропов.

И еще один важный элемент городов будущего в настоящем, который стоит выделить в нашей работе – это создание условий для развития местных сообществ, например, на базе соседских и комьюнити центров, расширение форматов коворкингов, развитие горизонтальной локальной экономики и так далее, все то, что позволяет обычному человеку включаться в занятость и активность, которая приведет его в социальную сферу, или самозанятость, а может быть и в малый бизнес. И так начнет прорастать новая экономика – про и для людей, «горожаноориентированная», если можно так сказать. А это как раз идеальная эко-среда и для социального предпринимательства.

Интервью брал:

Главный эксперт Центра социального предпринимательства и социальных инноваций НИУ ВШЭ [Максим.Шматов](#)

КЕЙСЫ

От редактора. На этот раз наша рубрика «Кейсы» не совсем обычная. Мы пригласили готовить раздел международных новостей для этого номера наших студентов из НИУ ВШЭ, которые ранее участвовали в исследованиях социального предпринимательства. Их подборка оказалась иной, чем делали старшие. Вместо конкурсов, новостей от международных фондов, бизнеса и органов власти, они подобрали события, связанные с деятельностью социальных предпринимателей и их организаций. В результате мы сохранили новостной формат и для этого раздела, но добавили необходимые пояснения к деятельности организаций.

Составители: Илья Литвин и Александр Пахомов, НИУ ВШЭ

Появился новый вид рабочего пространства - Коворкинг-сообщество

29 декабря 2018 г. в Нью-Йорке на Манхэттене появился новый вид коворкинга для новой генерации социальных предпринимателей, для которых рабочее пространство выходит за пределы стола, конференц-зала и случайных сетевых мероприятий. Стартап «Ассамбляж» рассчитан на то, чтобы предоставить ресурсы не только для поддержки или роста бизнеса, но обеспечить личное развитие, социальные связи и тесное взаимодействие с близкими по духу людьми.

Весьма вероятно, что Ассамбляж нашел новую благодатную нишу в сфере коворкинга. С одной стороны, он удовлетворяет потребность в здоровом образе жизни (здоровое питание, йога, музыка и пространство для медитаций), с другой – объединяет под одной крышей людей с близкими потребностями и вкусами и сознательным отношением к жизни, предоставляя возможности не только для работы, но и проживания. Участники знакомятся с экспертами и энтузиастами-любителями по широкому спектру проблем, что сродни годам сетевых и интернет-взаимодействий, только в реальной жизни, и упакованных в одном месте коворкинга. С третьей стороны, если человек хочет соединиться с сообществом для решения какой-то проблемы, ему нужна не просто хорошая бизнес-идея, но и общие с другими увлечения, человеческие отношения, эмпатия. В итоге практика Ассамбляжа становится своего рода открытым опытом исследования на границе здоровья, политики, этики, технологии и семьи.

Источник: <https://www.forbes.com/sites/gregoryferenstein/2018/12/29/the-assemblage-opens-a-co-working-community-for-social-entrepreneurs/#36a57ba844db>

Краудфандинговая платформа как инструмент инвестиций P2B для социальных предприятий

В США развивается практика финансовой поддержки социальных предпринимателей через краудфандинговые инвестиции. В частности, такую платформу создали 2 юриста в целях поддержки социальных предпринимателей из числа уязвимых групп – женщин и социальных меньшинств, доступ которых к финансовым ресурсам традиционно ниже, чем у большинства белых американцев - мужчин.

Мишель Тимеш, 55 лет, генеральный директор Crowdfund Mainstreet и ее бизнес-партнер Дженни Кассан, обе - адвокаты, имеют за плечами работу не с одним социальным предприятием. Они воодушевились идеей снижения неравенства в доступе к финансовым ресурсам между мужчинами и женщинами, а также белыми и цветными руководителями социальных предприятий в Америке.

Поэтому, когда Тимеш пригласила Кассан присоединиться к ней в запуске Crowdfund Mainstreet, краудфандинговой платформы, регулируемой официальным органом финансового регулирования (FINRA), они сразу пришли к взаимопониманию. Их предприятие было призвано обеспечить социальным предприятиям, так называемую «тройную результативность (triple-bottom-line – реализацию социальной миссии, экологичность и прибыльность). При этом женщины и представители социальных меньшинств могли рассчитывать на полноценную финансовую поддержку, на основе инструментов, которыми пользуется большинство предпринимателей.

Кассан, со своей стороны, имеет долгую историю работы с женщинами-предпринимателями, поэтому умеет собирать деньги из нетрадиционных источников, используя право на освобождение от жестких регулирующих процедур. Иногда она помогала предпринимателям собирать деньги в рамках нечасто используемых исключений, таких, как норма «D 504», позволяющая эмитентам собирать деньги от обычных инвесторов с минимальными ограничениями (освобождение от дополнительной отчетности и аудита у эмитента при условии сбора средств до 1 млн долл., отсутствие обязательного раскрытия информации, незначительное число общих ограничений на привлечение и перепродажу, отсутствие ограничений по количеству или типу инвесторов). Регулирующие нормы Reg CF были введены в 2016 году.

Тимеш, наряду с ее юридической практикой, работает в качестве исполнительного директора East Bay Revitalization - организации, занятой повышением доступности жилья и сокращением безработицы, что позволяет ей комплексно решать проблемы эмитентов и иметь доступ к широкому кругу потенциальных мелких инвесторов.

Платформа не взимает платы с эмитентов сверх скромной комиссии в 6.5% за пользование финансовыми ресурсами. Тем не менее, одной из основных проблем, с которой сталкиваются эмитенты, является стоимость и административные трудности получения финансового обзора, который служит условием инвестирования и гораздо больше похож на аудит, чем можно было бы предположить по его названию. Стоимость может составлять многие тысячи долларов. Кроме того, эмитентам может потребоваться дополнительная юридическая консультация. Кассан продолжает свою независимую консалтинговую практику, и все клиенты Crowdfund Mainstreet являются ее клиентами.

По мнению одного из эмитентов платформы, быть частью CMS означает быть частью реального сообщества поддержки. Существует команда реальных людей, которые увлечены социальным предпринимательством и поддержкой предпринимателей из числа уязвимых групп, демократизацией финансов, которые очень усердно работают, чтобы помочь каждому предприятию быть успешным

НАШ КОММЕНТАРИЙ: До конца 1980х гг. коммерческие организации в США могли использовать ресурсы внешних вкладчиков, только если это были официально аккредитованные инвесторы – т.е. в конечном счете, наиболее богатые держатели капитала. При президенте Обаме был принят закон - так называемый закон «JOBS» (Jumpstart our business startups - «старт для бизнеса в один прыжок»), позволяющий малым предприятиям выпускать подобие ценных бумаг для получения инвестиций от незарегистрированных инвесторов.

Если в первоначальном варианте закона на таких инвесторов налагались значительные рестрикции, в 2016 г. в этом законе появилась статья, которая позволяла стартапам обращаться к широкой аудитории за инвестиционной поддержкой. Эта статья называется reg Cf – статья краудфандингового регулирования, позволяющая стартапам на ранней (посевной) стадии привлекать деньги всех американцев, т.е. использовать краудфандинг, чтобы привлекать деньги своих клиентов как инвесторов. Вместо того, чтобы предоставлять инвесторам вознаграждение, такое как футболка или карта в привычном нам потребительском краудфандинге, инвесторы получают ценные бумаги, как правило - акции в стартапах, которые затем возвращаются. Подобным механизмом могут воспользоваться и некоммерческие организации, привлекающие деньги мелких держателей для микрофинансирования малого бизнеса в других странах посредством использования онлайн платформ (самые известные из них - Kiva или Zidisha).

Серьезной проблемой для предпринимателей при этом остается доказательство благонадежности денег и условий вхождения инвесторов, поэтому стартапы нуждаются в квалифицированной консультационной помощи. Описанный выше кейс как раз и представляет собой сочетание краудфандинговой платформы,

вовлечения в финансирование женщин и меньшинств и консультационной и правовой помощи в интересах нуждающихся в финансовых ресурсах социальных предпринимателей.

Сила предпринимательских связей: Три с половиной рукопожатия Фэйсбука

Как известно, Facebook проверил теорию 6 рукопожатий (то, что каждого человека в мире отделяет от другого 5-6 незнакомых людей) на своей полной базе пользователей и пришел к выводу, что каждых двух людей в его сети отделяет друг от друга 3,5 человека. Обыгрывая эту идею, в Фэйсбуке был разработан новый подкаст, посвященный силе связей – он был разработан в течение шести месяцев и будет иметь семь эпизодов, выпущенных каждые две недели. В первом сезоне фокус сделан на объединении молодых предпринимателей с опытными лидерами в деловом мире.

Одним из первых сюжетов является встреча основателя известной компании TOMS Блэйка Майкоски с братьями Брайаном и Брэдфордом Маннингами, создавшими фирму «Два слепых брата». Личный опыт заболевания воодушевил братьев на особое внимание к деталям в конструкции одежды. Они оба - выпускники Университета Вирджинии и в настоящее время живут в Нью-Йорке. Братья, у которых диагностировали врожденное заболевание глаз, ведущее к слепоте, создали свою линию одежды, 100% доходов от которой до достижения 1 млн долл. они отдают на исследования в области разработки лекарства от слепоты. На сегодняшний день они пожертвовали \$540,000 – более половины их первоначальной цели в \$1 миллион – таким организациям, как Фонд борьбы со слепотой.

В подкасте братья Мэннинг получили консультацию по социальному предпринимательству от Блэйка Майкоски (Blake Mycoskie), который основал необычную обувную компанию TOMS в 2006 году. Компания известна своей моделью "пара за пару" – за каждую купленную пару обуви другая пара дарится нуждающемуся ребенку по всему миру. (Книга Блейка Майкоски «Оставь свой след, переведена на русский язык, Изд-во МИФ, М., 2012). В случае TOMS это был не просто маркетинговый прием или корпоративная социальная ответственность, этот принцип взаимодействия пронизывает всю систему бизнеса. В частности, Майкоски был убежден, что ему не следует использовать стандартный маркетинг для развития продаж, достаточно рассказывать как можно чаще историю компании и принцип ее работы. Как известно, история его компании началась с путешествия и наблюдения за женщиной из НКО в Аргентине, которая собирала подержанную детскую обувь, чтобы передать в бедные семьи с детьми, чтобы те могли пойти в школу, т.к. обувь – неотъемлемый элемент школьной «формы». В этот момент у него и возникла идея компании TOMS. Пересказ истории своего дела – не только помогает распространению идеи, но и служит проверкой на исполнимость, на друзьях и коллегах можно перепроверить замысел и убрать из него все лишнее.

"Как только мы доказали, что вы можете зарабатывать деньги и одновременно помогать людям, по всему миру было создано много других подобных компаний", - сказал Майкоски в подкасте.

Братья Мэннинг сказали USA TODAY, что разговор с Майкоски был "одной из самых крутых вещей", которые они получили, так как он является "прародителем" для их бизнеса. "Он действительно начал всю эту историю с идеей о том, что делать добро и иметь социальное видение не только не противоречит бизнесу, но на самом деле может быть даже лучшим бизнесом, чем традиционный потребительский ритейл", - сказал Брайан Мэннинг.

Источник: USA TODAY

Mouves: экономическая эффективность на службе общих интересов

Mouves - первое движение социальных предпринимателей во Франции, которое претендует на то, чтобы стать мощным гражданским движением за социальное предпринимательство. С момента своего создания в 2010 году оно, с одной стороны, объединило и сделало более широкой поддержку социальных предпринимателей, а с другой - повысило осведомленность широкой общественности о причинах возникновения социального предпринимательства. Mouves сегодня это более 750 членов, куда входят социальные предприниматели и их сторонники, оно представлено в 10 регионах Франции. Все они готовы направить свои усилия на то, чтобы через развитие социального предпринимательства наш мир продвигался к большей свободе, социальной справедливости и защите общей окружающей среды.



Над номером работали:

А. Московская, А. Москвина, Ю. Миронова, М. Шматов.