



**МСП
БАНК**

Социальное предпринимательство в России




**Обзор подготовлен сотрудниками
Аналитического центра МСП Банка:**

Алексей Исаев,
заместитель начальника отдела анализа и прогнозирования

 isaev@mspbank.ru

Александр Шамрай,
начальник отдела анализа и прогнозирования

 shamray@mspbank.ru

Денис Барабанов,
заместитель руководителя Аналитического центра

 barabanov@mspbank.ru

Наталья Литянская,
руководитель Аналитического центра

 lityanskaya@mspbank.ru

**ОАО «РОССИЙСКИЙ БАНК ПОДДЕРЖКИ
МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»**

Лицензия Банка России на осуществление банковских операций №3340 от 25 апреля 2011 года

Телефон: +7 (495) 783-7998

Факс: + 7 (495) 783-7974

Адрес в сети Internet: www.mspbank.ru

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ	4
1 СОДЕРЖАНИЕ И ФОРМЫ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	7
2 ЭКСПЕРТЫ О СОЦИАЛЬНОМ БИЗНЕСЕ	14
3 ПРИМЕРЫ СОЦИАЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В РОССИИ	34
АВОСЬКА ДАРИТ НАДЕЖДУ	35
ИЗДЕЛИЯ НАРОДНО-ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОМЫСЛОВ	40
ПЕРЕРАБОТКА ПЛАСТИКОВЫХ ОТХОДОВ	43
«ШКОЛА ФЕРМЕРОВ»	46
МУКОМОЛЬНЫЙ КОМБИНАТ В КОЛОНИИ СТРОГОГО РЕЖИМА	50
ДЕТСКИЙ ЦЕНТР «ПРЕСТИЖ»	53
ТУРИСТИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ НА КОЛЯСКАХ	56

ВВЕДЕНИЕ

Феномен социального предпринимательства начал активно обсуждаться лишь в 70-х годах XX века, однако уже успел стать в экономике отдельной предметной областью, в которой работает значительное число исследователей. Разумеется, социальные предприниматели существовали и раньше, однако это явление не было распространенным настолько, чтобы привлечь внимание экономистов и исследователей предпринимательства в частности.

Наша заинтересованность в этой тематике была продиктована тем, что МСП Банк, как институт развития, должен поддерживать приоритетные с точки зрения государства и общества сферы активности малого и среднего бизнеса. И социально ответственные предприятия к таковым несомненно относятся.

В этой связи мы и решили разобраться в явлении, представить существующее разнообразие точек зрения экспертов и осветить несколько конкретных кейсов проектов социального предпринимательства, которые уже сейчас реализуются в России.

Для начала хотелось бы осветить несколько работ исследователей предпринимательства, которые внесли по оценкам сообщества, интересующегося темой социального предпринимательства, наибольший вклад в ее развитие.

Наиболее глубокий анализ социального предпринимательства в российской исследовательской практике принадлежит коллективу авторов из Центра социального предпринимательства и социальных инноваций Высшей школы экономики под руководством А.А. Московской. Книга "Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования", вышедшая в 2011 году, содержит как обзор современного состояния исследований в этой области, так и описание ряда кейсов социальных предприятий из зарубежной и российской практики.

Мы при планировании предлагаемой вашему вниманию брошюры решили выбрать в целом схожую логику изложения, ограничившись короткой вводной (условно теоретической) частью с описанием подходов к определению социального предпринимательства. Кроме того, мы провели серию интервью с

экспертами, которые интересуются вопросами развития социального предпринимательства и на сегодняшний день являются одними из наиболее компетентных в этой сфере в России.

Хочется сразу оговориться, что и среди этих экспертов понимание сути социального предпринимательства различается порой достаточно радикально, что свидетельствует о сравнительной методологической молодости этой сферы исследований и о высокой степени субъективности восприятия самого явления.

Мы выражаем признательность экспертам по вопросам социального предпринимательства за высказанные мнения, оценки и замечания, которые обогатили наши представления об этом весьма неоднозначно понимаемом феномене:

Авшалумова Римма Лазаревна, журналист газеты «Ведомости»;

Губернаторов Владимир Алексеевич, Советник Президента ТПП РФ;

Датиев Алан Юрьевич, Начальник отдела государственных программ поддержки Управления Республики Северная Осетия-Алания по поддержке и развитию малого предпринимательства;

Зверева Наталия Ивановна, Директор Фонда «Наше будущее»;

Калинин Виктор Валерьевич, Ответственный секретарь Экспертной комиссии по вопросам развития социального предпринимательства Комитета по экономической политике, инновационному развитию и предпринимательству Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации;

Каратаева Елена Владимировна, Министр экономики Республики Тыва;

Мамута Михаил Валерьевич, директор Российского микрофинансового центра;

Медведев Андрей Михайлович, заместитель директора Департамента развития малого и среднего предпринимательства и конкуренции Минэкономразвития России;

Московская Александра Александровна, Директор Центра социального предпринимательства и социальных инноваций НИУ ВШЭ;

Николаев Николай Петрович, Вице-президент Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «ОПОРА РОССИИ», Руководитель Комитета по социальному предпринимательству и корпоративной социальной ответственности, Руководитель Комитета по социальному предпринимательству;

Сербина Ирина Владимировна, председатель Омской региональной общественной организации «Центр инноваций социальной сферы»;

Чооду Айлана Викторовна, Начальник Департамента по развитию предпринимательства Министерства экономики Республики Тыва.

В завершение вводной части хотелось бы сказать несколько слов о цели этой брошюры. Билл Драйтон, основатель фонда Ashoka¹, который занимается поиском социальных проектов по всему миру, ведет базу таких проектов и оказывает им поддержку, дал метафорическое и довольно наглядное описание социального предпринимателя. Он сравнил его с человеком, который не ограничивается ни тем, чтобы дать голодающему рыбу, ни тем, чтобы дать ему удочку - он старается реформировать саму рыболовную отрасль. Множество предпринимателей, которые делают бизнес в первую очередь для решения социальных проблем, действуют локально и о них мало что известно.

Мы твердо уверены, что действительно широкое информационное освещение такого феномена, как социальное предпринимательство и конкретных кейсов способно вовлечь в эту деятельность больше людей, что позволит им вместе совершать настоящие прорывы и реформировать отдельные сферы общественной жизни.

В свою очередь, для МСП Банка, как института развития в сфере малого и среднего бизнеса, важно быть хорошо знакомым с приоритетными сегментами этого предпринимательского сектора для того, чтобы оказывать поддержку именно наиболее эффективным с точки зрения общественного блага рыночным институтам.

¹ www.ashoka.org

1 СОДЕРЖАНИЕ И ФОРМЫ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Как уже говорилось, за рубежом существование такого явления как социальное предпринимательство заметили значительно раньше чем в России. Рассмотрим далее некоторые примеры исследований, которые демонстрируют многогранность возможного содержания и форм социального бизнеса.

Грегори Диз в своей статье «Значение социального предпринимательства»² указывает на то, что причиной появления социальных предприятий является неэффективность отдельных социальных институтов. Не оспаривая это утверждение, отметим лишь то, что в развитых странах с достаточно прогрессивными институтами социальный бизнес даже более распространен, чем в странах развивающихся. Поэтому следует понимать, что для возникновения социального бизнеса достаточно субъективной оценки существующих социальных институтов как неэффективных со стороны отдельно взятого члена общества.

Вполне очевидно, что существование проблем социального характера - неотъемлемый атрибут любого общества, оно проистекает из невозможности обеспечить всем членам общества равные возможности самореализации во всех сферах. Социальный предприниматель предъявляет более высокие требования к соотношению между экономической эффективностью и социальной справедливостью, в результате чего решает самостоятельно бороться с проблемой, которая является для него своего рода раздражающим фактором. Это не означает, что социальные институты неэффективны - они могут быть вполне адекватны своему времени и отражать политический компромисс в обществе. Просто социальный предприниматель поднимает планку ответственности выше и становится таким образом локомотивом эволюции в понимании справедливости.

Отмечая то обстоятельство, что многие люди склонны избыточно широко понимать содержание социального предпринимательства, в отдельных случаях относя к нему любые некоммерческие организации, Г. Диз предлагает обратиться к термину «предпринимательство» и его современному пониманию. Автор напоминает, что термины «предпринимательство» и «бизнес» далеко не тождественны. Он описывает эволюцию определения предпринимательства от Жана-Батиста Сэя и Йозефа Шумпетера, которые первыми акцентировали

² «The Meaning of .Social Entrepreneurship». J. Gregory Dees (1998).

внимание на инновационном характере предпринимательской деятельности до Питера Друкера и Говарда Стивенсона, обративших внимание на то, что истинный предприниматель – это в первую очередь обладатель склада ума, нацеленного на поиск возможностей.

В таком определении спектр возможных применений склада ума, ориентированного на поиск возможностей, не исчерпываются открытием собственного дела. Именно это обстоятельство позволяет применять эту концепцию и к решению задач социального характера. Таким образом, Г. Диз предлагает рассматривать социального предпринимателя как предпринимателя с социальной миссией. Эта миссия должна быть явной и основной. При этом прибыль является не целью такого предпринимателя, а лишь средством достижения социального эффекта.

В качестве критериев отнесения к социальному предпринимательству Диз предлагает 5 условий, признавая при этом, что их совокупность сложно достижима и в некотором смысле идеализирована. Таким образом, автор допускает, что неполное соответствие критериям не должно означать однозначного непризнания в качестве социального предприятия. Итак, Диз предлагает формулировку, согласно которой социальные предприниматели играют роль агентов перемен за счет того, что:

- 1) определяют свою миссию таким образом, чтобы она обеспечивала создание и стабильное поддержание социального эффекта;
- 2) умеют распознавать и постоянно преследовать новые возможности для реализации миссии;
- 3) включены в непрерывный процесс создания инноваций, адаптации и обучения;
- 4) действуют решительно и без учета фактора ограниченности ресурсов, имеющихся в наличии на текущий момент;
- 5) испытывают повышенное чувство ответственности за свою целевую группу и за достигнутые результаты.

Еще один момент, на котором хотелось бы акцентировать внимание в контексте работы Г. Диза – это то, что он, как и многие его коллеги, настаивают на применении требования об инновационном характере деятельности к социальным предпринимателям. Важно при этом понимать, что инновации в данном случае могут носить не обязательно чисто экономический характер.

Забегая немного вперед, в один из описываемых в настоящей работе кейсов, можно привести пример трудоустройства слепых людей при производстве авосек. Предприниматель в этом случае использует тот факт, что производительность труда в этой сфере обычного человека и слепого, если и различается, то незначительно. При этом привлечение инвалидов по зрению позволяет решать еще и социальную задачу их социализации и улучшения финансового благополучия. На наш взгляд такое нестандартное решение вполне можно считать полноценной социальной инновацией.

Для того, чтобы наглядно продемонстрировать место социальных предприятий в палитре возможных форм организаций, осуществляющих активность в социальной сфере, обратимся еще к одной важной работе, предлагающей ряд классификаций возможных типов таких предприятий – работе Ким Альтер «Типология социальных предприятий»³.

В качестве одной из наиболее общих классификаций К. Альтер предлагает выделять типы организаций по критерию соотношения в их деятельности коммерческого и социального начала. В результате укрупненно получаются 3 группы: (1) абсолютно благотворительные организации, (2) абсолютно коммерческие компании и (3) гибриды указанных форм. Социальные предприятия относятся как раз к гибридным формам, но не полностью покрывают их спектр.

Наглядно можно представить разнообразие типов организаций и место социальных предприятий на своеобразной шкале (см. иллюстрацию). В крайних точках этой шкалы находятся благотворительные и коммерческие компании в чистом виде. Социальные предприятия на этой схеме соседствуют с социально-ответственными компаниями.

Иллюстрация. Гибридные формы организаций в зависимости от доли в их деятельности коммерческой составляющей

Абсолютно некоммерческие организации	Некоммерческие организации с коммерческими компонентами	Социальные предприятия	Социально-ответственный бизнес	Корпоративная социальная ответственность	Коммерческий бизнес
--------------------------------------	---	------------------------	--------------------------------	--	---------------------

³ «Social Enterprise Typology». Kim Alter. Типология постоянно дополняется и уточняется. Первая работа по этой теме была проведена в 2003 году: «Social Enterprise: A Typology of the Field Contextualized in Latin America» (Inter-American Development Bank).

Как демонстрирует К. Альтер, для разных типов организаций характерны различные мотивы и цели, методы достижения этих целей и подходы к использованию полученной прибыли (см. таблицу). Наглядно можно представить разнообразие типов организаций и место социальных предприятий на своеобразной шкале (см. иллюстрацию). В крайних точках этой шкалы находятся благотворительные и коммерческие компании в чистом виде. Социальные предприятия на этой схеме соседствуют с социально-ответственными компаниями.

Таблица. Характеристики различных типов организаций по критерию доли в их деятельности коммерческой составляющей

	Абсолютно благотворительная	Гибридная	Абсолютно коммерческая
Мотивы	Потребность приносить пользу обществу	Смешанные мотивы	Преследование собственных интересов
Методы	Следование миссии	Баланс между миссией и рыночными стимулами	Следование рыночным стимулам
Цели	Создание социальной ценности	Создание социальной и экономической ценности	Создание экономической ценности
Использование прибыли	Направление на реализацию миссии некоммерческой организации (в соответствии с требованиями закона или с политикой организации)	Реинвестирование в мероприятия по выполнению миссии или на покрытие операционных издержек и/или на расширение и развитие бизнеса	Распределение между акционерами и владельцами

Рассмотрим далее подробнее гибридные формы организаций, чтобы понять в чем их различия и почему нельзя все из них отнести к социальному предпринимательству.

Некоммерческие организации с коммерческими компонентами

К этому типу относятся некоммерческие организации, которые занимаются отдельными видами коммерческой деятельности с целью получения прибыли. Эта деятельность интегрирована в основное направление активности организации. Как правило, доходы от нее сравнительно незначительны. К. Альтер выделяет 2 типа такой коммерческой активности:

- ✓ нацеленная на покрытие издержек (или их части) на осуществление некоммерческой социальной деятельности, при этом коммерческая деятельность явно интегрирована в социальную;
- ✓ нацеленная на получение дохода – в этом случае коммерческая деятельность не обязательно должна быть интегрирована в социальную.

Для того, чтобы наглядно продемонстрировать разницу между некоммерческими организациями с коммерческими компонентами и социальными предприятиями, автор приводит следующий пример.

Национальный зоопарк Вашингтона (США) занимается продажей посетителям слоновьего навоза как экзотического удобрения. Эта деятельность не рассматривается зоопарком как бизнес и приносит незначительный доход, не способный покрыть значительной доли общих издержек организации.

Напротив, в зоопарке Бангкока (Тайланд), придумали, как использовать тот же материал с серьезной выгодой – производя из него высококачественную бумагу ручной работы. Зоопарк даже закупает слоновий навоз у других зоопарков и питомников. Эта деятельность приносит значительный доход, который позволяет покрывать издержки на ряд других направлений деятельности организации.

Таким образом, первый случай (зоопарк Вашингтона) можно рассматривать как в целом некоммерческую организацию с отдельными коммерческими активностями, а зоопарк Бангкока – как полноценное социальное предприятие.

Социальные предприятия

Социальное предприятие – это коммерческая организация, созданная в социальных целях (смягчение/сокращение масштабов социальных проблем или провалов рынка) и для создания общественного блага. При этом, для такого предприятия характерны финансовая дисциплина, инновационная активность и решительность частной рыночной компании.

Социальные предприятия используют предпринимательский и рыночный подходы, инновации для создания общественного блага и стимулирования социальной эволюции. Как правило, такие предприятия характеризуются следующими атрибутами:

- ✓ социальная цель: компания создается для создания социальных эффектов и перемен за счет решения социальных проблем или устранения провалов рынка.
- ✓ предпринимательские методы работы: использование предпринимательского и рыночного подходов, инноваций, стратегического планирования, дисциплины и решительности, характерных для коммерческих компаний.
- ✓ общественная собственность: акцент на общественном характере создаваемых благ и общественном управлении (не обязательно закрепленном юридически).

Социально-ответственный бизнес

К этой форме организаций относятся компании, которые имеют двойственные цели: получение прибыли в интересах акционеров/собственников и создание общественного блага. У таких компаний могут заметно различаться как степень влияния рыночных стимулов на принятие решений, так и объемы средств, затрачиваемых на социальные функции.

Социально-ответственные компании прямо включают в свои миссии социальные компоненты и готовы отказаться от прибыли для их реализации. В отдельных случаях социально-ответственное предприятие может рассматриваться как социальное предприятие, в частности, если оно является дочерней структурой некоммерческой компании, созданной для зарабатывания средств на реализацию миссии материнской компании (это относится, например, к приведенному выше примеру зоопарка Бангкока).

Корпоративная социальная ответственность

Корпоративной социальной ответственностью принято называть активность коммерческих компаний, которые стремятся к извлечению прибыли, но при этом участвуют в благотворительности. Эта деятельность может приносить организации выгоду, повышая ее капитализацию. Так называемая «стратегическая филантропия» помогает компаниям максимизировать прибыль и достигать рыночных целей, параллельно решая задачи социального развития. Это может заключаться, например, в запуске грантовых программ, волонтерстве или спонсорстве. Такая активность положительно сказывается на имидже,

мотивирует персонал и, таким образом, способствует достижению бизнес-результатов.

Таковы основные типы организаций, которые сочетают в своей деятельности коммерческие и социальные компоненты.

В заключение этого раздела приведем обобщающее определение и критерии социального предпринимательства, по которым в исследовательском сообществе к настоящему времени в целом достигнут консенсус. Это определение, в частности, приводится в работе К. Альтер и в книге «Социальное предпринимательство в России и в мире. Практика и исследования» (Московская, 2011):

«Социальное предпринимательство – это новый способ социально-экономической деятельности, в котором соединяется социальное назначение организации с предпринимательским новаторством и достижением устойчивой самоокупаемости. В его основе лежит функционирование так называемых социальных предприятий – предприятий, созданных с целью решения определенной социальной проблемы или проблем, действующих на основе инноваций, финансовой дисциплины и порядка ведения дел, принятого в частном секторе».

Соответственно, в качестве 3 ключевых признаков социального предприятия выделяются:

- (1) Социальная миссия главенствует над коммерческой составляющей (предприятие создается и имеет своей целью, в первую очередь, решение или смягчение какой-либо социальной проблемы).
- (2) Предприятие является устойчивым – оно самоокупаемо и конкурентоспособно (в основном доход генерируется за счет продажи товаров и услуг, что, впрочем, не исключает получения грантов или пожертвований благотворителей).
- (3) Социальные и экономические ресурсы комбинируются инновационным образом, что необходимо для достижения финансовой устойчивости и выполнения социальной миссии. Отдельно стоит упомянуть также такое качество этой инновационной модели, как способность к тиражированию – возможности решить с ее применением сходную социальную проблему в другом городе, регионе.

2 ЭКСПЕРТЫ О СОЦИАЛЬНОМ БИЗНЕСЕ

Далеко не все эксперты, вовлеченные в обсуждение вопросов социального предпринимательства, склонны строго придерживаться обозначенных выше определений и критериев. В зависимости от специфики деятельности эксперта или организации, которую он представляет, видение содержания этого явления может заметно различаться.

В отдельных кругах принято считать, что понятие социального предпринимательства должно быть закреплено законодательно, в частности, для того, чтобы этой категории предприятий адресно оказывалась государственная поддержка. В то же время попытки операционализации определения социального предприятия для целей законодательного закрепления дают весьма неоднозначные результаты.

В настоящее время определение термина на уровне закона отсутствует⁴. Единственное определение, на которое могут опереться заинтересованные лица – это определение, данное в приказе Минэкономразвития России от 24 апреля 2013 года № 220 «Об организации проведения конкурсного отбора субъектов РФ, бюджетам которых в 2013 году предоставляются субсидии из федерального бюджета на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства субъектами РФ)». Оно применяется только для получателей поддержки по линии указанного Министерства.

Необходимо отметить, что социальные предприниматели – это в подавляющем большинстве субъекты малого и среднего предпринимательства в определении, которое дает закон 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации». Таким образом, нормативно-правовые ограничения для оказания поддержки этой категории предприятий в формах, предусмотренных 209-ФЗ, отсутствуют и в настоящее время.

Итак, приказом Минэкономразвития определяется, что:

«Социальное предпринимательство является социально ответственной деятельностью субъектов малого и среднего предпринимательства, направленной на решение социальных проблем, в том числе обеспечивающих выполнение следующих условий:

⁴ В настоящее время в Госдуме рассматриваются поправки в 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», которые нацелены на дополнение определением социального предпринимательства в целях оказания государственной поддержки таким предприятиям.

а) обеспечение занятости инвалидов, матерей, имеющих детей в возрасте до 3 лет, выпускников детских домов, а также лиц, освобожденных из мест лишения свободы в течение 2 лет, предшествующих дате проведения конкурсного отбора, лиц, при условии, что среднесписочная численность указанных категорий граждан среди их работников составляет не менее 50%; а доля в фонде оплаты труда - не менее 25%;

б) предоставление услуг (производство товаров) в следующих сферах деятельности:

- содействие профессиональной ориентации и трудоустройству, включая содействие самозанятости;

- социальное обслуживание граждан, услуги здравоохранения, физической культуры и массового спорта, проведение занятий в детских и молодежных кружках, секциях, студиях;

- оказание помощи пострадавшим в результате стихийных бедствий, экологических, техногенных или иных катастроф, социальных, национальных, религиозных конфликтов, беженцам и вынужденным переселенцам;

- производство и (или) реализация медицинской техники, протезно-ортопедических изделий, а также технических средств, включая автотранспорт, материалы, которые могут быть использованы исключительно для профилактики инвалидности или реабилитации инвалидов;

- обеспечение культурно-просветительской деятельности (театры, школы-студии, музыкальные учреждения, творческие мастерские);

- предоставление образовательных услуг группам граждан, имеющим ограниченный доступ к образовательным услугам;

- содействие вовлечению в социально-активную деятельность социально незащищенных групп граждан (инвалиды, сироты, выпускники детских домов, пожилые люди, люди, страдающие наркоманией и алкоголизмом);

- профилактика социально опасных форм поведения граждан;

- выпуск периодических печатных изданий, а также книжной продукции, связанной с образованием, наукой и культурой.

Как видно, такая система критериев помогает идентифицировать предприятия, которые могут претендовать на получение государственной поддержки, но общепринятым критериям определения социальных предприятий соответствует далеко не в полной мере. Так, в частности, отсутствуют такие важные критерии, как первичность социальной миссии, инновационная активность в способах сочетания ресурсов (которые могли бы быть установлены через стоимость услуг). Такой подход может приводить к тому, что поддержку будут получать коммерческие проекты предприятий, которые оказывают услуги, имеющие условно социальный характер.

Очевидно, что во мнениях экспертов в отношении определения социального предпринимательства есть ряд различий. Фонд «Наше будущее» наиболее близок в определениях к указанным выше базовым критериям. Эксперты из

региональных и федеральных органов власти, разумеется, придерживаются определений, близких к приведенному в Приказе Минэкономразвития России. Остальные эксперты в основном отмечают только первые два критерия, указанные выше: главенство социальной миссии и окупаемость предприятия.

Многие эксперты отмечают, что гораздо сложнее провести разницу между обычным бизнесом и социальным, нежели между социальным предпринимательством и благотворительностью. В последнем случае все более или менее ясно. Социальные предприниматели оказывают услуги, предлагают определенный товар, который помогает решать социальную проблему, благотворительные организации же выступают каналом перераспределения ресурсов от одних субъектов к другим. За счет этого социальные предприятия экономически устойчивее благотворительных организаций, зависящих от средств спонсоров.

Н. Зверева, фонд «Наше будущее»:

Людей, желающих приносить пользу обществу, в России всегда было много. Но не стоит путать социальные предприятия с благотворительными организациями. Успешность деятельности благотворительной организации зависит от постоянного притока пожертвований, а социальные предприниматели стремятся создать самоокупаемое предприятие, в бизнес-модель которого заложена социальная направленность его деятельности.

Что касается разницы между обычным бизнесом и социальным, очень важно определить, что является приоритетом для предпринимателя – получение прибыли или решение социальной проблемы. Рассмотрим один из наиболее простых и понятных примеров – частные детские сады. Здесь «водоразделом» будет выступать ответ на такой вопрос: желает ли предприниматель решить социальную проблему – дефицит дошкольных учреждений – или он видит в этом незанятую рыночную нишу с высоким платежеспособным спросом? Если побудительной причиной является первый вариант – стоимость услуг в таком детском саду будет на доступном уровне, вероятно, будут предусмотрены скидки для семей с тяжелым положением, возможны коррекционные группы, а прибыль будет направляться на достижение прогресса в решении проблемы. Во втором же варианте детский сад установит цены на рыночном уровне. В таком саду в

стоимость могут быть заложены условно необязательные услуги, например, изучение иностранных языков, что, безусловно, положительно сказывается на развитии детей, но не является обязательными. И в том, и в другом случае, разумеется, решается проблема нехватки детских садов, но разница в подходах достаточно очевидна.

Исходя из сложившейся ситуации, многие эксперты полагают, что менее всего желательно категоризировать социальный бизнес по виду деятельности – это простой подход, который не передает сути явления социального предпринимательства.

Н. Николаев, ОПОРА РОССИИ

У нас огромное количество социальных проблем в стране: поддержка и развитие малых территорий, решение проблем, до которых не дошли коммерческий бизнес и государство. Важно избегать «нишевых» определений.

Поэтому на вопрос «Какие задачи должен решать социальный бизнес?» давались максимально широкие ответы, основной посыл большинства которых заключался в оказании социально значимых услуг. При этом эксперты отмечали важность разграничения проблем социально значимых и общественно значимых, подразумевая, что общественно значимая проблема становится социально значимой лишь для тех людей, которые не могут сегодня эту услугу получить в силу физических ограничений, материальной необеспеченности, социальной исключенности или неприятия (например, бывшие заключенные). Обеспечение занятости таких категорий граждан также рассматривается как социально значимая задача для любого региона. Это могут быть и обычные граждане, если они лишены доступа к каким-либо услугам, например, в силу территориальной удаленности, или предоставление этих услуг не может быть обеспечено государством (в том числе в силу нехватки ресурсов).

М. Мамута, Российский микрофинансовый центр

Набор социальных проблем и задач не является постоянным, он варьирует в зависимости от страны, региона и даже в каком-то смысле муниципалитета. Эти задачи не всегда масштабируются. Есть социальные проблемы, имеющие общенациональный характер, а есть социальные проблемы важные для

конкретного населенного пункта. Поэтому решать эти задачи нужно четко определив проблему.

На четкое определение проблемы в привязке к региону обращали внимание и другие эксперты, например, И. Сербина из Омской школы социальных предпринимателей.

И. Сербина, Омская школа социальных предпринимателей

Очень много усилий уходит на первоначальном этапе на картирование территории: понимание, какие именно проблемы важны для определенных территорий... В целом проблематику региона задает стратегия развития региона и, отчасти, органы власти.

Что касается страновых особенностей, то они, безусловно, имеются, но как отмечает А. Московская (Высшая школа экономики), в целом они достаточно схожи.

А. Московская, Высшая школа экономики

В целом список проблем достаточно однороден - это те острые проблемы, которые не решаются силами рынка, бизнес-организаций и государства в форме социальной политики. Это безработица, исключенные группы, бедность, депрессивные территории (когда экономический рост переходит от одних территорий на другие и без специальных усилий разных агентов, рыночных и нерыночных, такие территории либо погибают, либо возрождаются). Это одни и те же проблемы, Россия здесь не исключение.

И хотя Минэкономразвития России в своем определении социального предпринимательства придерживается позиции ограничения по видам деятельности, на первом месте находится также решение проблемы занятости исключенных групп.

А. Медведев, Минэкономразвития России

Социальный бизнес мы определяем по наличию в штате сотрудников определенной доли (не менее 50%) социально незащищенных граждан: инвалидов, людей, отбывавших заключение в местах лишения свободы, одиноких матерей. Вторым критерием отнесения к социальному предпринимательству являются особые виды производства определенных товаров, которые можно назвать социальными - в области медицины и здравоохранения, образования: например, производство медицинской техники и протезирование.

Говоря о сферах деятельности социальных предпринимателей, мы интересовались у экспертов, какие интересные практики социального предпринимательства из опыта зарубежных стран могли бы получить развитие в России. В числе основных сфер назывались инновационные решения в сфере общедоступного здравоохранения, дошкольного и школьного образования (например, мини-сады, коррекционные группы для детей), производство экологически чистых товаров и технологий, создания и применения технологий энергосбережения, переработки и минимизации мусора. Кроме того, эксперты говорили о проектах по трудоустройству инвалидов и по предоставлению им адаптированных услуг, а также по трудоустройству лиц, освободившихся из мест лишения свободы. Для многих регионов (в основном со сложным экономическим положением и относительно невысокой урбанизацией) отмечалась важность народных промыслов как одного из направлений социального предпринимательства.

При этом, разумеется, нужно подходить дифференцированно к таким широким сферам деятельности как здравоохранение и образование, учитывая социальную мотивацию в бизнесе.

В. Губернаторов, ТПП РФ

Надо быть очень осторожным, чтобы не отнести к социальному предпринимательству весь блок предпринимательства, связанный с образованием, медициной, ЖКХ и пр. Важно, чтобы социальные ориентиры были в приоритете.

Оценивая возможности масштабирования интересных проектов, эксперты отметили важность умения «упаковать» свой проект с точки зрения технологичности. Это может способствовать созданию своеобразного общероссийского банка проектов, которые можно тиражировать (как раз для этого и важна «упаковка»). Не менее важно и наличие необходимой инфраструктуры в регионах, чтобы предприниматель, который хотел бы реализовать проект по предлагаемому образцу мог получить разнообразную поддержку: информацию, консультации (в том числе налоговые и бухгалтерские), финансовые ресурсы.

При этом, как отмечает А. Московская, при тиражировании социальных бизнес-проектов очень важны факторы компетентности и заинтересованности основателя социального предприятия.

А. Московская, Высшая школа экономики

У нас пока нет опыта, когда из социального предприятия уходит отец-основатель: оно может перестать решать первоначальные задачи, превратиться в обычный бизнес и т.д. Так и здесь – при тиражировании мы теряем определенную прелесть конкретного взаимодействия на месте заинтересованного социального предпринимателя, представителя бизнеса, который хочет ему помочь... При тиражировании никто такого пути не прошел, и каким образом отбираются социальные предприниматели, кто им помогает, каким образом, и во что это выливается, сказать очень сложно. Бизнес там получится, но это не обязательно будет социальное предпринимательство.

Из зарубежного опыта эксперты отмечали, что в России пока не реализуются проекты в сфере жилья и трудоустройства людей без определенного места жительства, мало проектов в сфере экологии.

Для анализа возможных сфер деятельности социальных предпринимателей мы также интересовались отношением экспертов к микрофинансированию как к одной из форм социального предпринимательства.

Основной вывод, к которому мы пришли - микрофинансирование может являться источником средств для социальных предпринимателей, его можно считать инструментом социального инжиниринга и социального инвестирования. Отнесение самих микрофинансовых организаций к категории социальных

предприятий у большинства экспертов вызывает серьезные сомнения. Они отмечают, что для стран 3-го мира действительно микрофинансирование решает большие социальные задачи, но в российских более благополучных условиях на первый уровень выходит не сама возможность получения ресурсов, а условия, по которым они предоставляются, в первую очередь размер ставки и тип заемщиков, которых они финансируют.

В. Калинин, Госдума

Банк Grameen в Бангладеш - да. В России нет проектов социального предпринимательства в сфере микрофинансирования.

Еще более жесткую позицию занял Н. Николаев (ОПОРА РОССИИ):

Н. Николаев, ОПОРА России

Не считаю Grameen социальным предприятием. Он нашел свою нишу, чтобы продать продукт и механизм продажи денег бангладешским труженикам. Бедность от этого не уменьшилась. Обратное банк забирает больше, чем отдал. Средства даются не только на предпринимательскую деятельность. Обычный нишевой продукт. Можно отнести это к социальному инжинирингу.

Эксперты из регионов воспринимают микрофинансовые институты как возможный инструмент финансирования социальных предпринимателей.

А. Датиев, Управление Республики Северная Осетия-Алания по поддержке и развитию малого предпринимательства

У республиканского фонда микрофинансирования ряд получателей поддержки занимается социальным бизнесом. Для нас они приоритетны при реализации господдержки. Хорошо бы было организовать для данных компаний дополнительные льготы (пониженную ставку) при микрофинансировании.

Вот что в защиту микрофинансирования говорит ведущий российский эксперт в этой сфере М. Мамута:

М. Мамута, Российский микрофинансовый центр

Микрофинансирование, представленное сегодня, разное. В нем есть классическое микрофинансирование, которое заключается в предоставлении возвратных средств, описанное концепцией "Productivity Loans": займы на развитие, связанные с реализацией предпринимательского потенциала, расширением возможностей для творческой реализации человека, повышения качества жизни.

Но редко бывает, что даже самая хорошая идея не используется для других целей. Поэтому мы видим, что в качестве МФО регистрируются и обыкновенные коммерческие кредиторы-ритейлеры, которые дают достаточно дорогие потребкредиты, займы до зарплаты...

Productivity Loans – это, безусловно, социальный бизнес, который направлен на поддержку начинающих предпринимателей, то есть они выдаются людям с очень небольшим опытом работы, которых никто не кредитует или предпринимателям, проживающим на территориях маленьких городов (моногорода, села). Тем самым, выполняя очевидную социальную миссию, они позволяют людям начать развитие. Можно говорить дальше, что возможны специальные программы, например, микрофинансирование для людей с ограниченными возможностями, которым редко дают кредиты, или для личных подсобных хозяйств, или для тех же малых социальных предприятий, которым нужны длинные дешевые деньги потому, что у них рентабельность низкая. Это, безусловно, социальное микрофинансирование и социальный бизнес сам по себе.

Одну из основных проблем в исследовании феномена социального предпринимательства эксперты видят в том, что социальные предприниматели зачастую просто не знают, что они относятся к этой категории.

А. Московская, Высшая школа экономики

Очень многие социальные предприниматели не знают, что они социальные предприниматели. Часто они стараются обозначить себя как НКО или МСП, чтобы получить какие-либо льготы, потому что их просто не поймут, если они будут говорить по-другому.

М. Мамута, Российский микрофинансовый центр

Социальные предприниматели существовали всегда, но они не знают, что так называются, не самоидентифицируются, не формируют сообществ себе подобных и находятся в некотором вакууме, а иногда под критикой. Стандартно мы слышим на ранней стадии развития социального бизнеса: «Если Вы занимаетесь бизнесом, то зарабатывайте деньги. Если Вы решаете социальные задачи, то как можно на этом зарабатывать? Давайте людям деньги так!».

Н. Зверева, Фонд «Наше будущее»

К тому же, социальное предпринимательство – явление новое в России. Многие люди что-то слышали и читали об этом, но мало кто четко представляет себе, что такое социальное предприятие и какие социальные предприятия уже успешно работают в России.

Но даже и в текущих условиях в отношении оценок количества социальных предпринимателей эксперты были единодушны: в России таких предпринимателей очень мало.

А. Московская, Высшая школа экономики

Их недостаточно, но самое главное, что мы не можем их посчитать. У нас (государства и органов статистики) нет критериев для этого и мы не готовы их принимать. Для этого необходимо проводить дорогостоящее исследование - во-первых, и очень большую просветительскую работу – во-вторых.

М. Мамута приводит интересные данные, демонстрирующие, насколько сильно мы пока отстаем от Европы, где тема социального предпринимательства стала активно интересовать предпринимателей еще в 1990 годах: Европейский союз в 2012 году 25% своей экономики относил к сфере социального предпринимательства.

Акцентируя внимание на том, что у нас пока социальный бизнес - это скорее отдельные инициативы, а не массовое движение, тем не менее, эксперт отмечает, что эти отдельные инициативы начали носить системный характер, потому, что есть институты, которые призваны оказывать поддержку социальным предпринимателям, и механизмы, с помощью которых это делается.

Запуская совместно с Минэкономразвития России проект по созданию Центров инноваций в социальной сфере, АСИ озвучивало прогнозы по созданию в регионах 50 тысяч социально ориентированных предприятий к 2020 году.

Инициатива сама по себе прекрасная, но она вызывает у многих экспертов скептическое отношение, поскольку идет «сверху», а не рождена самим бизнесом. «По плану социальное предпринимательство не создается ни в одной стране» - справедливо отмечает А. Московская.

Вместе с тем, эксперты из региональных органов власти, ответственных за поддержку МСП, отмечают, что эта задача будет достижима при достаточной поддержке (финансовой и информационной) от федерального центра. И, разумеется, эксперты опять же подчеркнули, что крайне важно при этом обеспечить четкие критерии для получателей поддержки, чтобы поддержку получали реальные социальные предприниматели, а не «конъюнктурщики», которые часто пользуются «модными темами» и пытаются «освоить ресурсы».

В. Губернаторов, ТПП РФ

50 тыс. реально работающих социальных предприятий это очень весомо для нашей страны, это хорошая точка опоры для развития направления, особенно учитывая, что каждое из них инфраструктурно завязано на регион и служит ярким примером для подражания... Для достижения этих показателей необходимо, во-первых, решить ряд нормативных вопросов на федеральном и региональном уровне, во-вторых, необходимы программы ГЧП по поддержке и развитию технологий и форм работы.

И. Сербина, Омская школа социальных предпринимателей

Стратегия выбрана правильно, другое дело, какие будут применены механизмы и инфраструктурные звенья на территориях. К нам приходят за поддержкой, как правило, зрелые предприниматели, обладающие своим развитым социальным бизнесом. Проблема заключается в их сопровождении. Количественно вытянуть показатель можно, если на территории регионов будет создана некая инфраструктурная система, которая будет не только выискивать социальных предпринимателей, но - самое главное - их выращивать: давать им акселерацию и выращивать после старта на самом сложном этапе, когда у них еще нет опыта предпринимательской деятельности.

Одним из вопросов, которые мы обсуждали в рамках интервью с экспертами, был вопрос о необходимой социальным предприятиям государственной поддержке. В первую очередь опишем кратко доступные на текущий момент механизмы.

Во-первых, социальным предпринимателями доступны целевые субсидии в рамках программ Минэкономразвития России.

Максимальный размер субсидии федерального бюджета составляет 600 тыс. рублей на одного субъекта социального предпринимательства - получателя поддержки, обеспечившего софинансирование расходов в размере не менее 15% от суммы получаемой субсидии.

Кроме того, социальные предприниматели – одна из приоритетных групп при выделении субсидий начинающим предпринимателям и по образовательным программам.

Необходимо оговориться, что получатель субсидии должен соответствовать определению Минэкономразвития, которое мы приводили ранее в этом разделе и относиться к категории субъектов МСП в соответствии с требованиями 209-ФЗ.

Также в рамках программ Минэкономразвития существует поддержка таких форм деятельности, как организация групп дневного времяпрепровождения детей дошкольного возраста и дошкольных образовательных центров, которые в отдельных случаях могут относиться к социальному предпринимательству.

Для участия в конкурсе малому предприятию - соискателю субсидии нужно собрать определенный набор документов, в том числе бизнес план своего проекта и представить в местный орган исполнительной власти, обеспечивающий государственную поддержку МСП на территории региона. Во многих регионах в целях оптимизации процедуры получения поддержки МСП планируется ввести возможность подачи заявок на получение субсидий в электронной форме. Во многих регионах действует горячая линия для оперативных консультаций предпринимателей, а заседания комиссий, принимающих решения о выдаче субсидий, транслируются на сайте профильного органа власти в сети Интернет (такое, например, практикуется в Москве). Информация о получении предпринимателем субсидии размещается в региональном реестре субъектов МСП - получателей государственной поддержки.

Кроме непосредственно поддержки социальных предпринимателей органами региональной власти, существует поддержка через Центры инноваций социальной сферы.

Центр инноваций социальной сферы – это организация (или подразделение организации), созданная при участии субъекта Российской Федерации или муниципального образования для решения следующих задач:

- продвижение и поддержка социальных проектов субъектов малого и среднего предпринимательства, поддержка и сопровождение социально ориентированных некоммерческих организаций;
- информационно-аналитическое и юридическое сопровождение социально ориентированных некоммерческих организаций;
- обмен опытом по поддержке социальных инициатив субъектов малого и среднего предпринимательства;
- проведение семинаров, мастер-классов, практических и лекционных занятий по социальным тематикам;
- организация деятельности Школы социального предпринимательства.

В настоящее время такие центры создаются в нескольких регионах (Минэкономразвития выдаются субсидии на их создание и оснащение).

Другой формой поддержки социальных предприятий (правда, только определенной части – социально-ориентированных НКО) являются субсидии по Постановлению Правительства Российской Федерации от 23.08.11 №713 «О предоставлении поддержки социально ориентированным некоммерческим организациям».

В рамках данного постановления поддержка социально ориентированных НКО осуществляется по следующим основным направлениям:

- профилактика социального сиротства, поддержка материнства и детства;
- повышение качества жизни людей пожилого возраста;
- социальная адаптация инвалидов и их семей;
- развитие дополнительного образования, научно-технического и художественного творчества, массового спорта, деятельности детей и молодежи в сфере краеведения и экологии;
- развитие межнационального сотрудничества.

- профилактика немедицинского потребления наркотических средств и психотропных веществ, комплексная реабилитация и ресоциализация лиц, потребляющих наркотические средства и психотропные вещества в немедицинских целях.

В 2011–2013 гг. Минэкономразвития России на реализацию мероприятий по поддержке социально ориентированных НКО выделяются бюджетные средства в общем объеме 880 млн. рублей, из которых можно отметить:

- ✓ реализацию программ поддержки социально ориентированных НКО путем предоставления субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации (600 млн. рублей);
- ✓ государственную поддержку в форме предоставления субсидий социально ориентированным НКО напрямую (132 млн. рублей);
- ✓ обучение работников социально ориентированных НКО (100 млн. рублей).

Из реализуемых в настоящее время проектов в регионах по линии государственной поддержки хотелось бы выделить несколько интересных флагманских проектов:

В первую очередь, Омский Центр инноваций социальной сферы (<http://oash-omsk.org>) . Фонд работает в трех основных направлениях: проводит обучение потенциальных социальных предпринимателей (Проект «Школа социального предпринимательства»), готовит бизнес-тренеров по направлению социального предпринимательства, распространяет лучшие практики социально-предпринимательских проектов и социально ориентированных НКО (Проект «Школа НКО»). Именно на основе опыта центра в Омске тиражируется проект в других регионах страны: Республики Татарстан, Хакасия и Адыгея, Красноярский, Краснодарский, Приморский и Хабаровский края, Кемеровская, Иркутская и Оренбургская области, Ханты-Мансийский автономный округ – Югра.

В Ярославской области создана Ярославская региональная общественная организация «Центр социального партнерства» (<http://www.csp-yar.ru>). Одна из задач Центра - создание комфортных условий деятельности НКО в регионе. Это формирование благоприятной нормативной базы в регионе, активизация работы диалоговых площадок власти и общества, создание специального СМИ для НКО, а также непосредственная поддержка самих НКО в Ярославской области.

Отметим также положительный пример города Череповец. Администрация города проводит программу диверсификации экономики, в рамках которой одной из мер выступает стимулирование создания малых и средних предприятий. В Череповце действует НП «Агентство городского развития» (<http://www.agr-city.ru>), учредителями которого являются мэрия города и ОАО «Северсталь». Одно из направлений деятельности агентства – поддержка социального предпринимательства. Агентство оказывает следующие виды поддержки социальным предпринимателям: финансовая поддержка, имущественная поддержка, информационно-консультационная поддержка, бизнес-образование. На вебсайте агентства имеется специальный раздел по данному направлению, который, в том числе, содержит каталог социальных бизнес-идей и список приоритетных направлений развития социального предпринимательства в г. Череповец. В мае 2012 Агентство заключило соглашение о сотрудничестве с Фондом региональных социальных инициатив «Наше будущее», на основании которого Череповец стал региональным партнером Фонда на территории Вологодской области для реализации проектов по продвижению идей социального предпринимательства.

В Москве реализуется проект «Доктор рядом». Данный «пилотный проект» направлен на организацию частной системы здравоохранения, в которой индивидуальные предприниматели, имеющие лицензию на медицинскую деятельность и опыт непрерывного осуществления медицинской деятельности не менее трех лет, будут оказывать доступную первичную медико-санитарную помощь в сфере обязательного медицинского страхования (ОМС). В рамках проекта победителям торгов передаются в аренду нежилые помещения сроком на 20 лет с символической арендной платой – по 1 рублю за квадратный метр в год. Цель проекта – предоставить жителям города помощь врача-терапевта и педиатра в шаговой доступности от дома.

М. Мамута, Российский микрофинансовый центр:

В Москве мы запустили в этом году фонд микрофинансирования второго уровня. Это бюджетная организация, которая выдает деньги МФО на специальные цели, одна из которых: поддержка малых социальных предприятий по льготной ставке. Это новый институт, который уже работает, и уже даже выданы первые займы.

Из негосударственных форм поддержки социальных предпринимателей можно отметить, в первую очередь, поддержку, которую оказывает Фонд «Наше будущее». Фонд является настоящим первопроходцем в области финансирования социальных предпринимателей. Основными видами поддержки социальных предпринимателей Фондом являются финансовая (займы, гранты и участие в капитале) и консультационная (консультирование по актуальным вопросам деятельности, обучение, содействие в обмене опытом, выстраивание взаимодействия с другими организациями, формирование сообщества социальных предпринимателей и предприятий).

Беспроцентные займы предоставляются на срок до 7 лет и на сумму до 10 млн. рублей для действующего бизнеса и до 500 тыс. рублей для начинающих предпринимателей.

Организация ежегодно вручает премию за вклад в развитие и продвижение социального предпринимательства в России «Импульс добра» и проводит Всероссийский конкурс проектов «Социальный предприниматель», регистрация для участия в котором доступна на сайте Фонда. Фондом также созданы 2 интернет-ресурса, посвященных социальному предпринимательству: портал «Новый бизнес: социальное предпринимательство» (www.nb-forum.ru), освещающий деятельность социальных предприятий и предпринимателей в России и в мире, а также портал «Банк социальных идей» (www.bank.nb-forum.ru), содержащий информацию об идеях социальных предприятий – уже реализованных или готовых к реализации.

Кроме фонда «Наше будущее» можно отметить отдельные конкурсы, по которым выделяются гранты в области социального предпринимательства.

Среди них - Межрегиональная общественная организация «Достижения молодых» (Junior Achievement Russia), которая реализует ряд специализированных программ по обучению предпринимателей, в том числе программу «Социальное предпринимательство», предназначенную для молодежи 15-18 лет (<http://sep.ja-russia.ru>), а также мастер-классы для социальных предпринимателей.

Благотворительный фонд «Навстречу переменам» (Reach for Change, <http://reachforchange.org/russia>) на конкурсной основе поддерживает проекты, направленные на улучшение жизни детей и подростков. Участником конкурса может стать любой желающий, чьи проекты соответствуют ряду условий

(социальное воздействие, масштабируемость, финансовая устойчивость, долгосрочный потенциал). Проекты победителей получают финансовую поддержку (включая выплату зарплаты для инициатора проекта на период его становления), а также консультирование и коучинг от партнеров Фонда. Срок поддержки составляет до 3 лет.

Фонд поддержки социальных предпринимателей «Ашока» (США) в России не представлен, но российские социальные предприниматели могут связаться с компанией через официальный сайт (<http://www.ashoka.org>) или страницу в сети Facebook. Фонд оказывает как финансовую поддержку, так и проводит тренинги для социальных предпринимателей, а также продвигает их проекты и стимулирует информационный обмен.

Кроме того, отметим программу, направленную на развитие эcobизнеса, действующую в Республике Алтай. Это совместный проект WWF и Фонда Citi. Суть программы - предоставление микро-грантов для населения отдаленных районов республики, которые помогают им начать свой бизнес, направленный на сохранение природы региона (сельский туризм и экотуризм, производство сувенирной продукции и т.д.).

Одним из примеров успешно реализованных проектов социального бизнеса, несомненно, является московский проект «Кнопка жизни». Это первая в России медицинская сигнализация – система экстренного вызова помощи для пожилых и людей с ограниченными возможностями. Проект является победителем всероссийского предпринимательского конкурса «Бизнес Инновационных Технологий 2011», конкурса «ТелекомИДЕЯ», учрежденного компанией МТС, а также вошел в 10 лучших стартапов 2011г. по версии Forbes.

Стоит обратить внимание и на банковские кредиты для открытия и развития бизнеса. Некоторые банки предоставляют даже специализированные продукты социальным предпринимателям. Так, например, в рамках совместного проекта в области поддержки социального предпринимательства ОПОРЫ России, ОАО Банк «Уралсиб» и Фонда региональных социальных программ «Наше будущее» проводится отбор пилотной группы социальных предпринимателей. Предприниматели, попавшие в группу, в течение 5 лет смогут получить грант, пройти специальный образовательный курс для социальных предпринимателей, получить кредит в рамках специального кредитного продукта от ОАО «Уралсиб», на срок до 60 месяцев и в сумме до 10 млн. рублей по ставке, приближенной к

ставке рефинансирования ЦБ России. Кроме того, предприниматели будут получать юридические и бухгалтерские консультации, и ежегодно участвовать в тренингах, получать помощь наставника (опытного предпринимателя). Описание требований к участникам отбора и форма заявки приведены на сайте проекта «ОПОРА-Созидание» (<http://opora-sozidanie.ru>).

В Программе финансовой поддержки МСП, которую реализует ОАО «МСП Банк», специализированных продуктов для социальных предпринимателей нет, но банк рассматривает возможность кредитовать по ставке ниже 10% годовых ряд приоритетных проектов, к которым могут быть отнесены проекты социальных предпринимателей.

«Продвинутые» социальные предприниматели могут взять на заметку международную интернет-площадку Kiva (<http://www.kiva.org/start>) - для электронных платежей донаторов границ не существует.

Разумеется, существующие меры поддержки необходимо расширять и развивать, это касается и государственной поддержки, где предстоит выстроить эффективную систему доведения помощи начиная от федерального центра, через регионы и муниципалитеты до социальных предприятий, и для негосударственных форм. Мы задавали экспертам вопрос о том, какие меры, поддержки они считают наиболее важными и первоочередными.

В первую очередь эксперты выделяли информационную поддержку.

А. Московская, Высшая школа экономики

Прежде всего, необходимо информирование о палитре социального предпринимательства. В мире она очень широкая. Есть и на Западе, и на Востоке. И вообще, сами по себе рассказы об определенных кейсах позволяют людям инициативным (а, собственно на них и держится предпринимательство) придумать что-то (не перенять, т.к. каждый раз это привязано к местным условиям, а сделать что-то свое).

В. Губернаторов, ТПП РФ

В настоящее время ситуация с информационным освещением плохая. В обществе нет запроса на информацию о социальном предпринимательстве, а значит и СМИ часто не заинтересованы в публикациях по данной тематике, рассматривая их как некий оброк.

Тем не менее, эксперты напоминают, что ситуация в регионах сильно различается и потребности в формах поддержки, соответственно, тоже.

Е. Каратаева, Минэкономразвития Республики Тывы

Это опять же зависит от региональных особенностей. Если это самодостаточный регион, который к тому же является донором, то в данном случае будет достаточно информации. Если регион дотационный – то нужно стимулирование льготами. Все зависит от региональных особенностей.

Следует отметить явную активизацию в 2013 году обсуждения в информационном поле темы социального предпринимательства. Этому способствовало проведение ряда публичных мероприятий, посвященных этой теме. Это, в частности, первая международная конференция «Социальные инновации» (Председатель Координационного совета – В. Алекперов), состоявшаяся 9 октября 2013 года, конференция «Социальное предпринимательство: от идеи до прибыли», прошедшая 19 сентября 2013 г. (организатор – правительство г. Москвы) и ряд других мероприятий. 28 июня в России впервые отмечался Международный день социального предпринимателя.

Многие эксперты отмечали в качестве важных мер поддержки такие преференции, как облегчение доступа к инфраструктуре – проблема актуальная для большинства малых предприятий, но к которой особенно чувствителен низкомаржинальный бизнес.

В. Губернаторов, ТПП РФ

Необходима поддержка со стороны местной администрации: выделение площадей с льготной арендой, предоставление городской инфраструктуры, помощь с логистикой (при реализации проектов для инвалидов и др. социально незащищенных групп).

Н. Николаев, ОПОРА РОССИИ

Прежде всего, налогообложение и доступ к ресурсам (инфраструктура, помещения, финансовые ресурсы).

Налогообложение, впрочем, отмечалось экспертами не так часто.

В отношении доступности заемных ресурсов, эксперты, как правило, говорили даже не о льготных, а о полностью беспроцентных кредитах и займах.

Р. Авшалумова, Ведомости

Для развития социального предпринимательства нужны, например, беспроцентные кредиты (а не только безвозвратное субсидирование). В настоящее время они встречаются редко, и необходимо расширение данной ниши. Необходима бесплатная консультационная помощь (бухгалтерская, юридическая и др.).

А. Медведев, Минэкономразвития России

Прежде всего, это аренда. Кредитная поддержка вызывает определенные сложности, т.к. банкам необходимо руководствоваться определенными нормами и требованиями финансовой самодостаточности и прибыльности. Иначе это будет не банк, а благотворительный фонд. В первую очередь, необходимо дать социальным предпринимателям деньги для стартового капитала, обеспечить правовую и маркетинговую помощь и льготные помещения, если он реализует определенные товары. Пока данные направления развиты слабо.

А. Московская, Высшая школа экономики

Сейчас ставки по банковским кредитам запретительно высоки для социальных предпринимателей, как и для всех, кто реализует долгосрочные инвестиционные проекты.

В отношении финансирования социального предпринимательства интересную мысль высказывал М. Мамута, призвав освободить от налогов суммы, которую социальные инвесторы направляют на социальные инвестиции, по крайней мере на тот период, пока они находятся именно в социальных инвестициях, и приводя в пример аналогичные преференции для благотворительности.

Можно спорить на тему своевременности этой меры, и, безусловно, такие преференции должны даваться с высокой осторожностью. Очевидно, что должны быть предусмотрены ограничения по объемам таких инвестиций, однако сложно спорить, что такая льгота может существенно подтолкнуть развитие социального предпринимательства за счет появления у него ресурсов не только от поступательного развития, но и от дополнительной помощи на развитие бизнеса.

3 ПРИМЕРЫ СОЦИАЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В РОССИИ

Кейсы, отобранные нами для настоящей брошюры, далеко не во всех случаях в полной мере соответствуют всем критериям, которые принято предъявлять по отношению к социальным предпринимателям. Тем не менее, мы считаем, что каждый из них содержит ряд ключевых признаков социальных предприятий и в силу этого представляет значительный интерес. Важно отметить, что мы выбирали именно примеры коммерческих компаний. Благотворительные организации, при всей полезности и важности их функции, в рамках этого исследования представляли для нас меньший интерес.

Однако, ключевое отличие, которое характерно для каждого из кейсов – это ориентация на решение социальной проблемы в первую очередь. Этот вывод о мотивах предпринимателей мы смогли сделать на основе довольно плотного и детального общения с ними в процессе описания кейсов.

Вот краткое описание этих проектов:

- ✓ Проект «Авоська дарит надежду» по изготовлению авосек силами работников – инвалидов по зрению в Москве и области, Чувашской Республике и Владимирской области.
- ✓ Изготовление изделий народно-художественных промыслов с трудоустройством лиц, освободившихся из мест лишения свободы в Республике Тыве.
- ✓ Переработка пластиковых отходов с последующим изготовлением недорогих строительных материалов в Волгоградской области.
- ✓ «Школа фермеров», созданная для социальной адаптации и обучения ведению сельского хозяйства воспитанников детских домов и «проблемной» молодежи.
- ✓ Мукомольный комбинат на территории колонии строгого режима, предлагающий трудоустройство заключенным.
- ✓ Детский центр «Престиж» в Республике Тыве.
- ✓ Туристическая компания для инвалидов на колясках в Санкт-Петербурге.

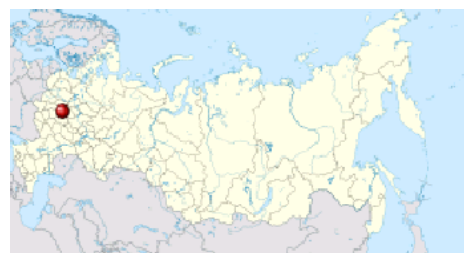
Следует отметить, что практически каждый из этих проектов обладает свойством тиражируемости, то есть модель может быть сравнительно легко адаптирована для условий другого региона и, соответственно, претворена в жизнь.

АВОСЬКА ДАРИТ НАДЕЖДУ

Название компании: ИП Рапопорт (с 2011 года, ранее с 2009 года – ООО «НКО – Сервис»)

Руководитель: Евгений Рапопорт

Территория реализации: ИП зарегистрировано в Московской области. Основной производственный



процесс в настоящее время происходит в г. Москве, Московской области, Чувашской Республике и Владимирской области.

Социальные цели проекта

- содействие самозанятости среди инвалидов 1-ой группы по зрению (полностью лишенных зрения), а также другим группам и категориям инвалидов (по слуху, с ограниченной подвижностью, и др.);
- повышение качества жизни и социализация инвалидов;
- пропаганда сокращения (или полного отказа) от употребления пластиковых пакетов.

Бизнес-модель

Проект представляет собой в первую очередь производство и сбыт плетеных сеток (авосек), предназначенных для переноски продуктов питания и других малогабаритных товаров народного потребления.

Евгений Рапопорт занимается предпринимательством многие годы в разных сферах (ремонт автомобилей, реклама, телекоммуникации).

Одним из ярких проектов предпринимателя стал запуск и реализация благотворительного и экологического проекта «Желтый пакет помогает детям» в сети супермаркетов «Билла» с направлением части средств больным детям. Идея проекта состояла в снижении потребления покупателями пакетов (за счет введения платы) и направлении части дополнительно вырученных средств на благотворительные цели. За 3 года реализации проекта общая сумма благотворительных средств составила около 50 млн. рублей, а реализация пакетов упала в 8 раз..

Продолжив поиски альтернатив пластиковым пакетам, предприниматель начал реализовывать проект по производству многоразовых сумок-авосек.

Общая схема взаимоотношений в коллективе, в целом, представляет собой подобие артели.

Организатор проекта выполняет следующие функции:

- осуществляет поиск и отбор инвалидов для включения в проект;
- обеспечивает обучение инвалидов новой профессии;
- предоставляет необходимое сырье;
- самостоятельно и с привлечением известных модельеров (Андрей Бартенев, Денис Симачев, Максим Шаров) проводит работы по разработке и внедрению новых дизайнерских решений (новые цвета, виды пряжи, ручки и т.д.);
- обеспечивает сбыт готовой продукции, и поддерживает необходимые складские запасы по каждому из разработанных видов готовой продукции.

Все сырье, включая пряжу, кожу и краски закупается централизованно. Используется пряжа и кожа отечественного производства, а краска импортируется (т.к. в настоящее время не производится в России).

В основном ремесленные операции выполняются вручную, поэтому не требуется энергоемкое, громоздкое и дорогостоящее оборудование. Инструменты и приспособления для работы с кожей и пряжей изготавливаются самостоятельно. Для отдельных операций с кожей требуется минимальный набор оборудования (небольшие прессы, специальные швейные машинки), который предоставляется работникам организатором проекта.

Предприниматель старается максимально уйти от механизированного труда, т.к. ручной ремесленный труд ценится выше, способен дать больший доход, а следовательно и обеспечить новое качество жизни занятых в проекте людей с инвалидностью. большей частью работа осуществляется на дому.

Каждая авоська плетется на дому инвалидом по зрению (полностью лишенным зрения) из некрашеной пряжи (полностью ручной труд).

Последующий процесс обработки изделия, включая окраску и иную доработку в зависимости от требуемого дизайна (кожаные ручки, бирки и т.д.) выполняется инвалидами разных групп и категорий.

Всего в компании в разное время было занято от 20 до 70 инвалидов по зрению в 6 регионах (г. Москва, Московская область, Чувашская Республика, Владимирская область, Нижегородская область, Рязанская область). До недавних пор производственная деятельность строилась сравнительно хаотично, сейчас происходит ее упорядочивание и стабилизация. Базовой моделью принята

региональная группа (около 20 человек), которую формирует и курирует региональный партнер проекта (в статусе ИП). Имея собственный транспорт, он выдает сырье, забирает и отправляет готовую продукцию, а также реализует социальное сопровождение. В настоящее время запущена первая образцовая модель такой группы в Чувашской Республике. В ближайшие 3 года предприниматель планирует расширить количество занятых инвалидов до 600 человек (100 в Москве и 500 – в регионах), а в течение последующих 3 лет – до 5 тысяч человек.

Каждый привлекаемый работник получает стабильный заказ от 2 тысяч авосек в год. Оплата труда за плетение самой дешевой авоськи (100 рублей за каждое изделие) позволяет обеспечить ему доход около 20 тысяч рублей в месяц. При этом суммарный объем ежемесячных денежных поступлений с учетом начисляемой пенсии по инвалидности (6,3 тысячи рублей) практически соответствует среднемесячной номинальной начисленной заработной плате одного работника в России (в 2012 году она составила 26 629 рублей).

Помимо корпоративного сегмента продажа авосек ведется также через собственное торговое помещение в центре Москвы. В дальнейшем предприниматель планирует расширить сбыт за счет открытия 25-30 собственных лавок (возможно, с применением механизма франшизы), запустить передвижную лавку-автобус, развивать сеть вендинг-автоматов для продажи авосек.

Также предпринимателем разработаны тубусы ручной работы из кожи (реализовано 2 заказа общим объемом 1 060 изделий) и другие аксессуары из кожи.

С целью дальнейшего расширения процесса производства и роста продаж организатор проекта планирует привлечь дополнительный персонал (юристы, маркетологи и т.д.).

Материальная база

В силу того, что основная работа выполняется инвалидами вручную (без специального оборудования) на дому, материальная база проекта крайне незначительна:

- 2 помещения в г. Москве: торговое (лавка), а также склад-офис-мастерская (оба помещения в аренде);
- личный автомобиль используется для перевозки сырья и готовой продукции;

- оборудование для обработки кожи (небольшие прессы, швейные машинки);
- минимальный набор оргтехники в офисном помещении.

Объемы и источники финансирования

За 3 года в создание и развитие проекта инвестировано около 25 млн. рублей:

- около 5 млн. на запуск проекта (выстраивание бизнес-процессов и налаживание технологии, повышение качества готовой продукции);
- около 20 млн. на программы ремесленного обучения, создание и поддержание складских запасов продукции (неснижаемый остаток готовой продукции ориентировочно оценивается в 15 млн. рублей) и покрытие непредвиденных расходов.

Были использованы как собственные средства организатора проекта, так и привлеченные средства: займы родственников и знакомых, потребительские кредиты, товарные кредиты (отсрочка платежа за сырье со стороны поставщиков и контрагентов).

В ближайшее три года для развития проекта предприниматель планирует привлечь около 150 млн. рублей:

- около 100 млн. рублей в форме субсидий и/или банковских кредитов;
- около 50 млн. рублей в форме лизинга на приобретение торгового оборудования с целью развития продаж.

Рассматривается также вариант привлечения средств в форме факторинга.

Источники и сроки окупаемости проекта

С начала реализации проекта удалось реализовать около 130 тысяч авосек, половина из которых - B2B продажи – заказы организаций в качестве корпоративных сувениров (авоськи персонализируются логотипом заказчика на кожаных ручках или бирках). Оставшиеся 50% обеспечили продажи через собственный магазин «Авосечная лавка» и другие торговые точки (выездная торговля, интернет и т.д.). Всего заказчиками авосек выступили более 200 компаний. Объемы заказов колеблются от 200 до 10 тысяч штук.

Общие объемы продаж достаточно динамично растут. За 2010-2011 годы они в целом составили 50 тысяч авосек, в 2012 году более 40 тысяч авосек, а по итогам 2013 года компания планирует реализовать не менее 70 тысяч авосек.

Основную массу продаж составляют самые дешевые авоськи, каждая из которых стоит 230 рублей для партнеров, 261 рублей для крупных заказчиков и 290 рублей – для розничных покупателей. Себестоимость такой авоськи приблизительно составляет 206 рублей. Таким образом, минимальная прибыль с каждой авоськи (при продаже самых дешевых авосек партнерам) составляет около 24 рублей (т.е. около 12%). При поддержании необходимых объемов продаж, позволяющих окупить текущие расходы (аренда помещений и т.д.), основная доля прибыли ежемесячно направляется на развитие проекта (разработка новых кожаных аксессуаров, набор и обучение людей, продвижение продукции), а также на покрытие непредвиденных расходов.

Авоськи реализуются через собственный магазин, ритейл-партнеров (например, торговый дом «Библио-Глобус»), рекламные и PR-агентства, на мероприятиях выездной торговли и путем корпоративных продаж в качестве сувенирной продукции.

Для запуска проекта потребовалось 6 месяцев, постоянно происходит повышение качества готовой продукции и расширение ассортимента.

Срок окупаемости первоначальных инвестиций составил 3,5 года.

Социальный эффект

Проект, прежде всего, направлен на обеспечение самозанятости инвалидов первой группы по зрению (всего в России их насчитывается более 10 тысяч). Примерно половина из них готовы вести общественно – полезную деятельность, но не имеют такой возможности ввиду отсутствия специализированных рабочих мест. Традиционно в Советском Союзе производством сеток-авосек занимались именно инвалиды по зрению.

Второй целью предпринимателя является экологическое просвещение – продвижение авоськи, как удобной альтернативы пластиковым пакетам и, соответственно, снижение объемов загрязнения окружающей среды.

ИЗДЕЛИЯ НАРОДНО-ХОУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОМЫСЛОВ

Название компании: ООО «Кашпалдар» (с 2012 года)

Руководитель: Ондар Николай Борисович

Территория реализации: пгт Каа-хем (Республика Тыва)



Социальная цель проекта

Создание рабочих мест для населения Республики, в первую очередь – для граждан, освободившихся из мест лишения свободы.

Бизнес-модель

Изначально предприятие было формой самозанятости двух партнеров, освободившихся из мест лишения свободы, и специализировалось на производстве художественных багетов и тиражировании с помощью фотооборудования картин.

В настоящее время основной отраслевой специализацией организации является деревообработка, однако этим ассортимент продукции не исчерпывается – предприятие выпускает следующие основные виды продукции:

- юрты;
- мебель для юрт;
- национальная одежда (пошив);
- прочие изделия народно-художественных промыслов.

Роспись изделий производится вручную.

Н.Б. Ондар с партнером, отбывая заключение в местах лишения свободы, обучились новым профессиональным навыкам (рисование и изготовление багетов).

Испытывая сложности с трудоустройством после освобождения из мест лишения свободы, они решили открыть собственное дело с применением полученных навыков, параллельно создав рабочие места для граждан, также недавно освободившихся из тюремного заключения.

Сырье и материалы закупаются как российского, так и импортного производства. Так, например, таежные породы деревьев поставляют российские партнеры, а кожевенное сырье поступает из Монголии.

Вся продукция производится под заказ, и реализуется непосредственно на месте изготовления.

Дополнительные социальные особенности проекта

На предприятии заняты граждане, освободившиеся из мест лишения свободы. Возможность постоянной работы и получения стабильного дохода значительно повышает их шансы на успешную ресоциализацию.

Кроме того, предприятие популяризирует национальную продукцию, изделия народных промыслов. Так, например, планируется создание передвижной галереи для выставки картин и организация производства ювелирных изделий с национальной символикой.

Материальная база

Материальная база предприятия включает 2 помещения и производственное оборудование.

Помещения представляют собой отдельную часть (около 300 м²) частного дома, выделенную под производство, и частную пилораму, которая используется как складское помещение для необходимого сырья и материалов.

Производственное оборудование состоит из фрезерного станка с числовым программным управлением и фотокопировальной техники.

Объемы и источники финансирования

Общий объем инвестиций, направленных на создание и первичное развитие предприятия, составил 4 млн. рублей. Предприниматель использовал как собственные (около 40%), так и заемные средства:

- займы родственников;
- банковские кредиты;
- субсидия от Министерства экономики Республики Тыва (300 тысяч рублей).

Источники и сроки окупаемости проекта

Единственным источником окупаемости проекта служит продажа готовой продукции (пользуется устойчивым спросом, особенно юрты).

В настоящее время компания еще не вышла на самоокупаемость и планирует достичь этого в течение 2 лет (т.е. за 3 года с момента создания).

Социальный эффект

Персонал компании частично состоит из граждан, недавно освободившихся из мест лишения свободы (в разное время их численность составляла от 2 до 4 человек). Компания помогает бывшим тюремным заключенным решать проблему ресоциализации, предоставляя работу и стабильный доход (при том, что в Республике достаточно высока доля безработных граждан). Первоначально на предприятии было занято 7 человек, а в настоящее время – 13 работников (планируется увеличение численности персонала еще на 10 человек). В качестве вновь привлекаемого персонала рассматриваются в том числе граждане, недавно освободившиеся из мест лишения свободы и имеющие опыт работы на деревообрабатывающих станках.

Параллельно, учитывая высокие цены на жилье, компания предоставляет жителям Республики альтернативу в виде юрт (пользуются высоким спросом со стороны населения).

ПЕРЕРАБОТКА ПЛАСТИКОВЫХ ОТХОДОВ

Название компании: ООО «Пластика» (с августа 2012 года, с 2005 года работал как ИП)

Руководитель: Себекин Роман Сергеевич

Территория реализации: г. Дубовка, г. Волгоград
(Волгоградская область)



Социальная цель проекта

Улучшение экологической ситуации в Волгоградской области за счет переработки части бытового мусора (пластиковых отходов) в экономичные строительные материалы.

Бизнес-модель

Предприятие производит строительные материалы, включая следующие основные виды продукции:

- строительные полистиролбетонные блоки;
- плитка тротуарная полимерпесчаная;
- черепица полимерпесчаная;
- пенопласт (пеноизол);
- полимерные полы.

Основатель и руководитель компании Р.С. Себекин впервые заинтересовался технологией переработки пластика в процессе поиска недорогих и качественных материалов для строительства собственного дома. Базовые знания были получены предпринимателем из открытых источников (тематические сайты в сети интернет и профессиональная литература). После производства пробной партии строительных материалов последовали собственные эксперименты по их дальнейшему совершенствованию для полного соответствия поставленной задаче.

После завершения строительства дома у Р.С. Себекина остался небольшой цех по переработке пластика. В 2008 году предприниматель взял банковский кредит на 1,5 млн. рублей и приобрел дополнительное оборудование, позволившее расширить производство.

При производстве продукции используются исключительно пластиковые отходы из бытового мусора. Поставщиками сырья выступают торговые сети (пенопласт), автосалоны (автопокрышки, бамперы автомобилей) и жители жилых домов Волгограда (пластиковые бутылки и другие виды мусора выбрасываются в специальные селективные контейнеры). Сырье партнеры поставляют бесплатно.

Компания обладает собственными разработками в области переработки пластика, некоторые технологии находятся в процессе патентования. Часть оборудования произведена собственными силами.

Существующие разработки позволяют предприятию производить легкие и прочные строительные материалы значительно дешевле традиционных аналогов.

Первоначально в компании работали 2 человека, в настоящее время занято 15 человек, а в дальнейшем возможен рост численности персонала до 150 человек.

Ежемесячно предприятие перерабатывает более 40 тонн пластика (около 15% от общего объема пластика, выбрасываемого в г. Волгограде).

Материальная база

Предприятие состоит из 2 комплексов:

- сортировочная база в г. Волгограде (помещение в собственности);
- производственная база в г. Дубовка (помещение в аренде).

Материальная база предприятия также включает оборудование (станки для переработки пластиковых отходов), автомобиль «Газель» и контейнеры для сбора мусора, расположенные в одном из районов г. Волгограда.

Для сокращения транспортных издержек предприниматель планирует перенести производственную базу в г. Волгоград (в настоящее время расстояние между сортировочной и производственной базами составляет около 100 км).

Объемы и источники финансирования

Для создания предприятия потребовались инвестиции в общем объеме около 5 млн. рублей, аналогичные инвестиции были необходимы для выхода предприятия на текущую мощность. При этом использовались как собственные, так и заемные средства:

- беспроцентный заем фонда «Наше будущее» (5 млн. рублей на 5 лет);
- кредиты;
- займы родственников.

Источники и сроки окупаемости проекта

Основным источником окупаемости проекта является выпускаемая готовая продукция, приобретаемая как строительными компаниями, так и частным сектором.

Для старта проекта предпринимателю потребовалось около 5 месяцев. Спустя еще 1 год предприятие вышло на самоокупаемость.

Социальный эффект

Основной социальный эффект проекта - снижение загрязнения окружающей среды (пластик практически не разлагается в естественных условиях). Параллельно ведется обучение детей, школьников и взрослых граждан, чтобы они сортировали пластиковые отходы отдельно от бытовых отходов. В настоящее время прочий бытовой мусор (органические отходы и т.д.) в специализированных контейнерах для пластика составляет менее 1%.

Дополнительным эффектом может служить производство качественных дешевых материалов, значительно снижающих конечную стоимость строительства.

Тиражирование

Похожие проекты по переработке пластиковых отходов существуют в других регионах: в Чебоксарах, в Барнауле. В то же время у волгоградского предпринимателя есть технологии для переработки всех видов пластика, а в большинстве проектов перерабатываются лишь его отдельные виды.

Для успешного запуска подобного проекта необходимо обладать рядом специфических знаний в области химии и технологических навыков (например, определять групповую принадлежность пластика).

Предприниматель готов передавать технологический опыт желающим организовать подобное производство в других регионах.

«ШКОЛА ФЕРМЕРОВ»

Название компании: ИП Горелов В.В. (с 2000 года)

Руководитель: Горелов Вячеслав Валентинович

Территория реализации: село Кривец (Пермский край)



Социальная цель проекта

Реабилитация и социализация выпускников детских домов (в т.ч. коррекционных) и «проблемной» молодежи: правонарушителей, выпускников колоний и т.д.

Бизнес-модель

Проект включает 3 направления, расположенных на единой площадке:

- Учебный центр «Школа фермеров»;
- «Молодежная агродеревня»;
- Рыболовно-туристическая база.

Обучение и ресоциализация подростков и молодежи в «Школе фермеров» состоит из 5 основных этапов:

- отбор контингента (май-июнь, г. Пермь);
- ресоциализация, реабилитация и профориентация (июль-август, учебный центр);

Основатель и руководитель компании В.В. Горелов имеет педагогическое образование и почти 20-летний опыт работы с проблемной молодежью.

После окончания педагогического института стал учителем в одной из пермских школ, руководил туристическим кружком. Работал в специализированной детско-юношеской школе олимпийского резерва по направлению спортивного ориентирования, общественных организациях и Правительстве Пермского края.

С 2000 года открыл собственное дело.

За последние 10 лет В.В. Горелову в рамках своих проектов удалось помочь более чем 5 тысячам подростков-правонарушителей из Пермского края и более чем 600 воспитанникам детских домов г. Перми.

В.В. Горелов, будучи отцом 3 сыновей, взял под опеку 12 сирот (постинтернатное сопровождение).

- профессиональная подготовка по видам агробизнеса (сентябрь-апрель, учебный центр);
- стажировка в агробизнесе (май-август, «Молодежная агродеревня»);
- переезд в «Молодежную агродеревню», получение усадьбы в кредит, самостоятельное ведение агробизнеса.

Обучение молодежи проводят инструкторы-технологи лучших сельхозпредприятий региона по рекомендации Минсельхоза Пермского края, преподаватели и выпускники Пермской государственной сельскохозяйственной академии имени академика Д.Н. Прянишникова, преподаватели и специалисты различных профилей (МЧС, психологи, биологи и т.д.).

В процессе обучения участники проекта получают необходимые знания и навыки для самостоятельной предпринимательской деятельности, применяемые ими после регистрации ИП (глава крестьянско-фермерского хозяйства) и самозанятости в одном из 7 секторов по направлениям: «Свиноводство», «Овцеводство», «Птицеводство (гуси, утки, куры)», «Кролиководство», «Откорм бычков».

По окончании обучения наиболее талантливые подростки могут остаться в «Молодежной агродеревне» и начать свое дело под патронажем В.В. Горелова, т.е. отстроить дом, и завести свою ферму. Им выделяется в аренду участок 0,5 га, дом, ферма, баня. Расчет ведется готовой продукцией.

«Школа фермеров» и «Молодежная агродеревня» производят следующие виды продукции:

- свинина (охлажденная, копченая, тушеная);
- баранина (охлажденная, копченая, тушеная);
- крольчатина (охлажденная, копченая, тушеная);
- мясо птицы (гуся, утки, мускусной утки, индейки, курицы);
- яйца куриные.

Рыболовно-туристическая база при этом служит основным источником финансовых средств для развития проекта.

Дополнительные социальные особенности проекта

На территории базы предпринимателем были созданы уникальные условия для стимулирования исправления подростков, включая:

- местный «банк» и игровые «сберкнижки»;

- ежедневное начисление зарплаты (50% прибыли направлялось в качестве зарплаты подросткам, а 50% – на развитие проекта) и премий, включая премии за отказ от вредных привычек;
- местный «магазин» со сниженными ценами.

Материальная база

В рамках «Молодежной агродеревни» построено 5 домов для выпускников и 2 производственные фермы.

В рамках агрокомплекса «Школа фермеров» была построена социальная гостиница на 40 мест, 3 учебные фермы, около десяти вольеров, теплицы, сад, огород, банно-прачечный сектор, дома для инструкторов и преподавателей.

В «Молодежной агродеревне» построено 5 домов для выпускников проекта и 2 производственные фермы (откорм бычков и откорм поросят).

Рыболовно-туристическая база включает 3 дома на 6-8 мест, 2 бани, приусадебный участок со свежими ягодами, овощами и зеленью, теплицы.

Объемы и источники финансирования

Общая расчетная стоимость проекта составляет 43,5 млн. рублей.

В настоящее время в проект инвестировано около 16 млн. рублей, включая собственные средства предпринимателя, а также привлеченные средства из следующих источников:

- беспроцентный займ фонда «Наше будущее» (1 млн. рублей на 2 года и 4 месяца и на 6 млн. рублей на 6 лет);
- кредиты Уральского фонда поддержки предпринимательства в результате победы на конкурсах (2 кредита по 1 млн. рублей);
- льготные кредиты ОАО «Россельхозбанк»;
- финансовая поддержка (компенсация расходов) местной администрации (600 тысяч рублей).

Источники и сроки окупаемости проекта

Для запуска самокупаемого проекта «Школа фермеров» как учебного центра потребовалось 2 года.

Для создания механизма организации собственного бизнеса выпускниками проекта («Молодежной агродеревни») потребовалось также 2 года.

В среднем для выхода бизнеса выпускника «Школы фермеров» на самокупаемость (и последующего выкупа арендуемого жилья и оборудования) в «Молодежной агродеревне» требуется около 5 лет (без учета 3 месяцев обучения

и 1 года стажировки). В дальнейшем каждая ферма ежегодно способна приносить до 1 млн. рублей чистой прибыли.

Источниками окупаемости проекта являются:

- средства от продажи путевок отдыхающим на туристической базе;
- государственное финансирование проживания «проблемных» подростков;
- продажа выращенной участниками сельскохозяйственной продукции (утки, гуси, индейки, бройлеры).

Социальный эффект

- помощь в социальной адаптации подростков и молодежи (в т. ч. освободившихся из мест лишения свободы): привитие им трудовых навыков и трудоустройство в агробизнесе;
- жизнеустройство и социализация выпускников учреждений для детей-сирот, имеющих проблемы с жильем, пропиской, работой;
- профессиональная подготовка сельской безработной молодежи к самостоятельной предпринимательской деятельности в роли КФХ;
- практика студентов старших курсов и стажировка выпускников сельскохозяйственных ВУЗов и специальных учебных заведений;
- пропаганда здорового образа жизни (после летних курсов реабилитации практически 95% подростков прекращали употребление токсических веществ, около 30% бросали курить).

Тиражирование

Проект «Межрегиональный агрокомплекс «Школа фермеров» В.В. Горелов считает универсальным (с учетом местной специфики) и готов оказывать консультационную поддержку коллегам, принявшим решение о развитии подобных инициатив в других регионах.

МУКОМОЛЬНЫЙ КОМБИНАТ В КОЛОНИИ СТРОГОГО РЕЖИМА

Название компании: ИП Монгуш Артыш Евгеньевич (с 2009 года)

Руководитель: Монгуш Артыш Евгеньевич

Территория реализации: г. Кызыл (Республика Тыва)



Социальная цель проекта

Создание рабочих мест для осужденных на мукомольном комбинате на территории колонии строгого режима.

В настоящее время производимая мука используется для нужд колонии. Планируется реализация муки населению по доступным ценам. Кроме того, в планах есть развитие других производственных направлений (в т.ч. швейного и мебельного производства).

Бизнес-модель

Мукомольный комбинат расположен на территории колонии строгого режима. Предприятие производит муку, которая в настоящее время используется для нужд колонии. При полной загрузке оборудование (мини-мельница) способно производить 5 тонн муки и более 2 тонн отрубей в сутки.

Зерно выращивается, и бесплатно поставляется сельскохозяйственным управлением, которое включает более 100 гектаров посевных площадей в колонии-поселении (входит в единый комплекс с колонией строгого режима) и необходимую зерноуборочную технику. В 2013 году собрано около 50 тонн зерна, что полностью обеспечивает собственные потребности колонии.

Готовая продукция направляется в пекарню (позволяет полностью удовлетворить потребности колонии в хлебе без привлечения сторонних поставщиков), а отруби используются в качестве корма для свиней на

А.Е. Монгуш занимается предпринимательством (как ИП) с 2009 года. Ранее он специализировался на торговле (поставка оборудования и сырья, включая участие в тендерах) и предоставлении услуг (проведение незначительных ремонтов). Создать собственное мукомольное производство решил по предложению руководства колонии.

собственной ферме.

Руководство колонии предлагает предпринимателю необходимый персонал.

На предприятии занято от 2 до 3 осужденных (инвалиды 3-й группы), обязанности которых включают периодическую загрузку зерна, контроль производственного процесса и перемещение готовой продукции. Им на сдельной основе начисляются денежные средства (в среднем от 2 до 3 тыс. рублей в месяц).

Согласно условиям соглашения спустя год с начала эксплуатации мини-мельницы предприниматель передает оборудование на баланс колонии.

В дальнейшем руководство колонии планирует получить разрешение ФСИН на продажу муки населению, а также развивать аналогичные проекты с привлечением МСП по другим производственным направлениям, на которых заняты осужденные: сельское хозяйство, швейное и мебельное производство, изготовление строительных материалов и ремонт автомобилей и др. Это позволит колонии повысить занятость осужденных и модернизировать производственную базу, а предпринимателям – снизить производственные расходы и, следовательно, получить готовую продукцию с более конкурентоспособной ценой.

Собственное производство позволяет колонии сократить расходы на закупки. В настоящее время кроме производства А.Е. Монгуша на территории Республики Тыва зарегистрированы 2 крупных мукомольных предприятия, каждое из которых обладает собственной пекарней (оба предприятия акционированы).

Материальная база

Материальная база предприятия включает 2 помещения (производственное и складское) и производственное оборудование (мини-мельница) бывшее в употреблении (новое аналогичное оборудование стоит более 1 млн. рублей).

Под производственные и складские помещения была переоборудована заброшенная хлебопекарня.

Объемы и источники финансирования

Основным источником финансирования по проекту стала субсидия Минэкономразвития Республики Тыва, полученная в 2012 году (500 тыс. рублей), позволившая купить производственное оборудование (мини-мельница).

Также предприниматель совместно с руководством колонии инвестировал около 150 тыс. рублей собственных и заемных (займы друзей и партнеров)

средств. Эти средства были направлены на доставку и установку оборудования, а также на косметический ремонт помещений и доведение их до соответствия санитарным нормам и нормам пожарной безопасности.

Источники и сроки окупаемости проекта

Источником окупаемости проекта является продажа предпринимателем производимой муки и отрубей колонии. Учитывая безвозвратность субсидии, инвестиции, вложенные со стороны предпринимателя средства (150 тыс. рублей), окупилась за 1 год с начала проекта и менее чем за 1 месяц с момента запуска производства. Следует учесть, что запуск производства зависел от сезонности, т.к. мини-мельница заработала лишь после получения колонией собственного урожая зерна.

Социальный эффект

Организация производства способствует решению нескольких задач. Прежде всего, это вопрос занятости осужденных в воспитательных целях. Осужденные также приобретают новую профессию. В данном случае речь идет лишь о нескольких осужденных, однако расширение производства позволит усилить положительный эффект.

Средства, начисляемые осужденным, позволяют им покрыть иски расходы и накопить подъемный капитал к моменту освобождения.

Трудовая деятельность осужденного описывается в личном деле, что увеличивает его шансы на перевод (по решению суда) в колонию-поселение с облегченными условиями труда и последующее досрочное освобождение.

Проект обеспечивает новые налоговые поступления в республиканский бюджет. В дальнейшем в случае начала продаж муки населению, регион получит социально-значимый товар по доступным ценам.

ДЕТСКИЙ ЦЕНТР «ПРЕСТИЖ»

Название компании: ООО «Детский центр «Престиж» (с 2012 года, ранее ИП – с 2010 года)

Руководитель: Даваа Снежана Леонидовна

Территория реализации: г. Кызыл (Республика Тыва)



Социальная цель проекта

Создание в Республике Тыва детского дошкольного учреждения (регион испытывает острый дефицит в таких организациях) с доступными ценами.

Бизнес-модель

Детский центр в настоящее время предоставляет услуги по дневному уходу и присмотру за детьми дошкольного возраста.

Детский сад располагается в зданиях, построенных своими силами. Строительство велось 6 лет, в 2010 году центр был открыт. На первом этапе бизнес был зарегистрирован как ИП, а в августе 2012 года с целью дальнейшего оформления лицензии частного детского сада детский центр был зарегистрирован как ООО.

Первоначально центр по присмотру за детьми был лишь семейным проектом, а в настоящее время на предприятии занято 9 человек (наемный персонал) и планируется дальнейшее расширение. Центр рассчитан на пребывание 100 детей (4 группы).

Организация расположена по соседству с муниципальным детским садом, но в силу многотысячной очереди в государственные дошкольные учреждения услуги детского центра пользуются стабильно высоким спросом.

Большое количество детей позволяет предпринимателю предлагать свои услуги по конкурентоспособной цене (около 5 тыс. рублей в месяц). Для

Даваа Снежана Леонидовна – многодетная мать (4 детей).

Идея организовать детское дошкольное учреждение появилась у семьи после того, как они столкнулись с невозможностью устроить в детский сад собственных детей.

сравнения, аналогичные услуги в муниципальных садах стоят ориентировочно 3 тыс. рублей, а в частных детских центрах (до 10 детей) – от 10 тыс. рублей. После завершения лицензирования и получения статуса частного детского сада финансовая нагрузка на родителей будет снижена за счет возмещения затрат на оплату места в дошкольном учреждении.

В дальнейших планах – инвестирование в развитие по следующим направлениям:

- открытие медицинского кабинета (предварительно необходимо получить лицензию);
- подведение дополнительных коммуникаций;
- аренда складских помещений;
- организация собственной прачечной (отказ от услуг городской прачечной).

Дополнительные социальные особенности проекта

Получение центром по присмотру за детьми лицензии в качестве частного детского сада способно положительно сказаться на повышении прозрачности этой сферы деятельности, т.к. в настоящее время многие центры официально не зарегистрированы.

Материальная база

Материальная база включает в себя:

- 2 смежных здания для пребывания детей, расположенных на отдельной территории;
- общая для обоих зданий кухня и единый комплекс площадок для прогулок детей;
- необходимый инвентарь (мебель, игрушки, оборудование для площадок и приготовления пищи и т.д.).

Объемы и источники финансирования

С момента запуска проекта (начало строительства) потребовалось финансирование в общем объеме 20 млн. рублей. При этом были инвестированы как собственные, так и привлеченные средства:

- банковский кредит;
- грант Министерства экономики Республики Тывы (900 тыс. рублей).

В ближайшее время предприниматель рассматривает возможность привлечения дополнительного банковского кредита.

Источники и сроки окупаемости проекта

Единственным источником дохода служит ежемесячная оплата за пребывание детей со стороны родителей.

Несмотря на достаточно высокий ежемесячный оборот (500 тыс. рублей), в силу значительных инвестиций и долговой нагрузки текущая прибыль предприятия минимальна (около 10 тыс. рублей в месяц), а основные расходы направлены на развитие проекта и погашение текущих расходов (главным образом, на питание и оплату коммунальных услуг). Кроме того, около 10% от ежемесячной выручки направляется на выплаты по банковским кредитам.

До настоящего времени проект не вышел на окупаемость, а в связи с планируемыми дополнительными инвестициями предприниматель пока не готов прогнозировать сроки окупаемости.

С целью скорейшего выхода проекта на самоокупаемость планируется по согласованию с родителями введение ряда платных услуг (первоначально с привлечением персонала на аутсорсинге):

- услуги логопеда и детского психолога;
- обучение иностранным языкам;
- посещение бассейна в муниципальном центре здоровья.

Социальный эффект

Республика Тыва является одним из лидеров (занимает 2-е место) по рождаемости среди регионов Российской Федерации, и испытывает острый дефицит мест в детских дошкольных учреждениях. Очередь в государственные детские учреждения в г. Кызыл составляет (по состоянию на июнь 2013 года) более 8 тыс. человек и ежегодно растет.

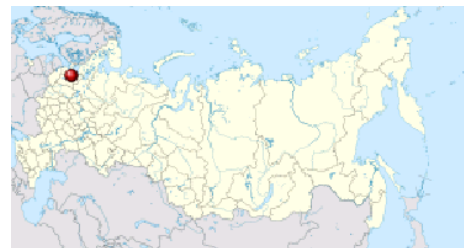
Проблема отчасти решается организацией детских центров на дому (часто незарегистрированных). Частные детские сады, получая лицензию, помогают муниципальным властям совместно решать проблему воспитания дошкольников.

ТУРИСТИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ НА КОЛЯСКАХ

Название компании: ООО «Либерти» (с 2004 года)

Руководители: Наталья Гаспарян и Мария Бондарь

Территория реализации: г. Санкт-Петербург



Социальная цель проекта

Создание на российском рынке туристических услуг предложения для инвалидов. Разработка и реализация туристического продукта для людей с особыми нуждами (инвалидов-колясочников).

Бизнес-модель

Деятельность организации включает в себя два основных направления:

- работа с иностранными туристами на колясках;
- обслуживание российских путешественников на колясках.

Продукт ООО «Либерти» построен на основе стандартов, разработанных в Германии (стандарт доступности зданий для людей с ограниченными возможностями, опыт построения специализированной турфирмы Grabo-Tours-Reisen).

Компания формирует специализированные туры, построенные на базе собственных исследований доступности различных городских объектов (включая достопримечательности, гостиницы, рестораны и т.д.). При этом ООО «Либерти» используют средства преодоления препятствий собственной разработки (вверные и телескопические пандусы, специализированные автобусы с лифтами). Благодаря спецсредствам ряд объектов города переводится из категории недоступных для инвалидов-колясочников в категорию «условно-доступных».

Предпринимательницы из Санкт-Петербурга Наталья Гаспарян и Мария Бондарь сами пережили в свое время проблемы со здоровьем (в детстве каждая из них получила травму позвоночника). При этом выбор туристической сферы при создании собственного дела был обоснован профилем полученного высшего образования (по специальности предпринимательницы – экономист и филолог), а также многолетним опытом работы гидами-переводчиками.

Помимо путешествий по Санкт-Петербургу организация предлагает для своей целевой группы готовые пакеты экскурсий по другим городам России (Москва, Новгород, Выборг), а также зарубежные туры и разработку эксклюзивных туров по желанию заказчика. География готовых инва-туров постоянно расширяется. Ежегодно инва-туристам предлагаются 5-6 зарубежных туров (количество ограничено сложностями с подбором групп). Туристы также могут выбрать готовые и эксклюзивные туры, разработанные ООО «Либерти», без инва-специализации.

Для иностранных инвалидов-колясочников также разрабатывается железнодорожный тур (с учетом наличия в отдельных составах ОАО «РЖД» специально оборудованных вагонов).

Ежегодно организация обслуживает от 300 до 500 туристов с ограниченными физическими возможностями, некоторые из которых становятся постоянными клиентами. Наиболее востребованными среди россиян являются бюджетные туры по окрестностям Санкт-Петербурга.

Для продвижения своих услуг предпринимателями создан сайт (www.libertytour.ru), переведенный на 3 иностранных языка: английский, немецкий и французский.

Благодаря сотрудничеству с большим количеством партнеров (музеи, гостиницы, перевозчики, объекты питания, СМИ, ВУЗы, путеводители, профессиональные объединения, региональные органы власти и др.), ООО «Либерти» выступает инициатором и добивается изменений в интересах туристов на инвалидных колясках в самых разных областях.

Материальная база

Компания владеет небольшим автопарком (2 туристических микроавтобуса, оборудованных лифтами), а также веерными и телескопическими пандусами для перемещения на коляске в городских условиях.

Объемы и источники финансирования

Для создания организации потребовались средства в объеме 50 тыс. рублей. Кроме того, около 1 млн. рублей было инвестировано на этапе первичного развития. При этом были использованы как собственные средства предпринимателей, так и заемные средства, включая займы партнеров, микрозаймы, кредиты и следующие источники:

- беспроцентный заем Фонда «Наше будущее» на 4 года (в 2010 году). Средства направлены на рекламу, новые исследования, ремонт оборудования.
- грант от фармацевтической компании «Берингер Ингельхайм» (в 2012 году) Средства направлены на покупку нового специализированного микроавтобуса для инвалидов.

Источники и сроки окупаемости проекта

Основным источником окупаемости проекта с момента его создания служат средства, получаемые за счет проведения экскурсий для иностранных туристов-инвалидов. Донорское направление позволяет предлагать туры для российских инвалидов-колясочников по более приемлемым (льготным) ценам.

Для поддержки рентабельности компания старается обслуживать 80% иностранных туристов и 20% соотечественников.

Первоначальные инвестиции окупились спустя 7,5 лет после запуска проекта (в 2012 году). При этом, в силу того, что единый комплекс оборудования и спецтехники используется для нужд, как иностранных туристов, так и граждан России, организация не дифференцирует инвестиции по данным направлениям.

В компании отмечается ежегодный рост выручки, однако существенного роста прибыли нет.

Основной проблемой в своем бизнесе руководители считают сезонность и снижение интереса к России со стороны иностранных туристов, продиктованное высокими ценами в Москве и Санкт-Петербурге, а также низкой информированностью о других городах.

Социальный эффект

Проект позволяет достигать следующих социальных эффектов:

- социальная адаптация инвалидов;
- изменение общественного мнения по отношению к инвалидам;
- продвижение образа успешного и самостоятельного человека с ограниченными возможностями;
- формирование и развитие доступной среды и услуг для инвалидов в смежных сферах (проживание, питание, транспорт и т.д.).