

Дорогие друзья!

**Мы начинаем пилотную рассылку Аналитического Бюллетеня
«Мир социального предпринимательства»,
перед вами – его 1-ый выпуск**

Наш бюллетень предназначен для тех, кто интересуется темой социального предпринимательства и что-то о нем уже знает. В то же время в России по-прежнему недостает информации о моделях и опыте социального предпринимательства, существующих в России и в мире, это является одним из «узких мест» для его широкого развития, поэтому мы постараемся уйти от теории, а также сочетать материалы широкого практического назначения с узкоспециализированными, ориентированными на профессионалов.

Наш бюллетень - не заказной проект, а добрая воля коллектива Центра. Поэтому, каким он станет - во многом зависит от вас, мы будем рады вашим комментариям и предложениям!

Пишите нам по адресу:
socentr@hse.ru

Сегодня в номере:

Новости нашего центра – стр. 3

Новости российского социального предпринимательства – стр.10

В мире: новости социального предпринимательства – стр.11

В мире: кейсы социального предпринимательства – стр.12

Ответственный редактор: Виктория Силаева, ведущий научный сотрудник ЦСП.

Наша редколлегия



Александра
Московская

Виктория
Силаева

Анна
Аманасова

Артем
Берендяев

Олег
Оберемко

О центре: Центр социального предпринимательства и социальных инноваций – структурное подразделение НИУ «Высшая школа экономики», существует с 2011 года. ЦСП специализируется на исследованиях, обучении и консалтинге в области социального предпринимательства, социальных инноваций, социальной ответственности бизнеса, коммерциализации социальных проектов и их оценке.

Мы одними из первых начали заниматься социальным предпринимательством в России, и фактически исследовательская группа стала формироваться в 2006 году, с проекта SocPolitika.ru. Именно тогда, еще до того, как государством была признана особая роль социально-ориентированных НКО, мы создали площадку для взаимодействия некоммерческих организаций, оказывающих социальные услуги, и экспертов в области социальной политики (при поддержке Программы «Диалог» IREX). С 2008 года мы занимаемся экспертизой проектов, поданных на конкурс социального предпринимательства Фонда региональных социальных программ «Наше будущее», АСИ и других организаций. В 2011 году мы сделали первую на русском языке монографию о социальном предпринимательстве «Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования» (Издательство НИУ ВШЭ, 2011), в которой собрали истории 15 российских и международных кейсов социальных предприятий.

Наши сотрудники являются членами Международной научной сети исследователей социальных предприятий EMES.net, глобальной Ассоциации исследований некоммерческих организаций и волонтерства ARNOVA, Международной и Европейской социологических ассоциаций, Российского общества социологов. Руководитель центра А.Московская была одним из первых лауреатов премии «Импульс добра» Фонда региональных социальных программ «Наше будущее» за лидерство в продвижении социального предпринимательства в России.

29 сентября в 16-00

СЕМИНАР

«Социальные стартапы в современной России: кому они нужны и как их продвигать?»

Предварительные вопросы для обсуждения:

- Нужны ли социальные стартапы российской бизнес-среде?
- В чем специфика социальных стартапов по сравнению с другими видами начинающего бизнеса с точки зрения продвижения и потенциала развития в России?
- Будущий социальный предприниматель - кто он такой? Чему и как учить начинающих социальных предпринимателей (международная практика и первый опыт в России)
- Социальные бизнес-проекты и некоммерческие проекты – в чем разница? (Можно ли коммерциализировать некоммерческие проекты?)

Мероприятие пройдет по адресу:

ул. Мясницкая, 9-11 в ауд. 330 (3 этаж).

Для заказа пропуска напишите Анне e-mail: aatanasova@hse.ru, а если есть вопросы – звоните: +7965 1228814

30 августа завершилась Летняя школа «**Выбор молодых – предпринимательство в социальной сфере**». Из 120 заявок на участие эксперты отобрали 40 человек с 22 проектами, которых обучали развитию социального бизнеса. Финалисты, отобранные по итогам обучения экспертным жюри, имеют шансы начать социальный бизнес, некоторые инвесторы уже на самой школе ими заинтересовались.

По оценкам жюри первые три места распределились следующим образом:

№1 Ренат и Надежда Анпилоговы (выпускники Курского государственного университета) с проектом по развитию безбарьерного туризма и объединению информационных ресурсов на эту тему «Globe4all»

№2 Никита Богданов (студент МГУ ф-т ВМК) с проектом «Gloveme», разработавший прототип перчатки для восстановления двигательных функций людей, переживших инсульт

№3 Марина Васильева и Катерина Егорова с проектом «Ясна Яра», продвигающим моду на традиционный национальный костюм в повседневной одежде. Они привезли коллекцию на итоговую презентацию.

Всего в финал для дальнейшего продвижения на основе оценок жюри прошло 11 социальных бизнес-проектов. Кто-то из финалистов собирается заниматься профориентацией для школьников в новых отдаленных районах Москвы, где мало учреждений образования для развития молодежи (**Чынара Пратова** и **Алексей Смирнов**), кто-то - организацией доступных обзорных экскурсий по городу с использованием мобильного аудио-приложения (**Ильдар Кильметов**, **Лариса Ульянкина**), кто-то - хочет создать Интернет-галерею для молодых художников и выставлять в ней работы еще неизвестных талантов на деньги от аукциона (**Григорий Григорьев**), кто-то создает он-лайн сервис предпсихологической и психологической поддержки (**Юлия Соломоник**).

Пожалуй, один из самых сложных проектов – у **Павла Косарева**, это - создание нового общественного института - социальной автоэкспертизы. Его замысел позволил бы объединить наиболее добросовестных продавцов автомобилей на вторичном рынке и освободить покупателей от частной экспертизы каждого понравившегося автомобиля, переложив эту функцию на продавцов. Один из самых необычных творческих проектов – «Музей мошенничества» или как не стать жертвой мошенников» **Игоря Мисежникова**, который в интерактивной игровой форме предлагает рассказывать людям о способах мошенничества, чтобы помочь им стать бдительнее, но при этом не заскучать и не испугаться. Внимание жюри привлек также проект MedHelp Марии Тарасенко, которая работает над созданием электронного информационного ресурса, помогающего найти подробную информацию о сиделках, медработниках, центрах дистанционной поддержки пожилых людей и пр.

Самые молодые финалисты - **Алексей Тегюшин** и **Иван Гетиашвили**, оказались лицеистами ВШЭ и сразили жюри качеством презентации. Их проект «Азбука стартапа» состоит в привлечении бизнес-тренеров и предпринимателей к работе со школьниками для объяснения сути предпринимательской деятельности.

Среди лекторов и консультантов (интерактивные занятия и консультации в программе преобладали), были не только преподаватели и эксперты НИУ ВШЭ, но также бизнес-тренеры и предприниматели. Среди российских предпринимателей: **Дмитрий Быковских** - директор компании Socialist, со-основатель проекта Solomoto, **Микаэл Горский** – генеральный директор издательства «Олимп-Бизнес», **Сергей Каргинцев** – руководитель рекламного агентства «Сарафан», выпускник ВШЭ, **Юрий Козлов** управляющий партнер A-Range solutions и директор по развитию образовательных программ в России и СНГ Лондонской Международной Бизнес Академии (Великобритания). Один из дней школы был объявлен днем «Digital-гуру», где выступили **Дмитрий (Дэвид) Городянский**, автор проекта AnchorFree – американец, выходец из России, разработавший приложение Hotspot Shield, направленное на интернет-безопасность и завоевавшее 200 млн.пользователей во всем мире, и швед, работающий в России - **Матиас Эклёф**, со-основатель ресурса Yell.ru, заменившего «Желтые страницы». В своих мастер-классах на собственном примере оба объясняли, как сделать бизнес успешным. Получилось, что для того, чтобы быть успешным, он должен быть социальным!



*Летняя школа «Выбор молодых – предпринимательство в социальной сфере».
18-30 августа 2014 г.*



Центр развития молодежного предпринимательства в социальной сфере

HSE {Startup}

В организации Летней школы 2014 г. вместе с нами участвовал Центр развития молодежного предпринимательства в социальной сфере Бизнес-инкубатора ВШЭ, создание и развитие которого в этом году профинансировал Департамент науки, промышленной политики и предпринимательства г.Москвы.

О целях Летней школы рассказывает ее руководитель, директор ЦСП
А. МОСКОВСКАЯ

В: Кто учился в Летней школе? Почему курс не был назван «Школа социального предпринимательства»?

Формальные рамки обучающей программы были заданы заказчиком - ГБУ «Малый бизнес Москвы», это - студенты, либо выпускники вузов - молодые специалисты до 35 лет. Как я понимаю, основную задачу своих проектов с вузами ГБУ МБМ видит в развитии именно молодежного предпринимательства, и уже во вторую очередь - в ее отраслевой ориентации, так, в Высшей школе экономики был сделан фокус на социальной сфере и социальных проектах с коммерческим потенциалом. Это во многом определило название школы «Выбор молодых – предпринимательство в социальной сфере». В то же время, судя по заявкам участников, на создание собственных социальных проектов их вдохновляла именно **идея социального предпринимательства**.

Чтобы понять разницу между социальным проектом, предпринимательством в социальной сфере и социальным предпринимательством, придется обратиться к определению. **Социальное предпринимательство (СП)** сочетает три основные характеристики, которые действуют вместе и дополняют друг друга:

- это деятельность, специально предназначенная для решения социальной проблемы (либо уменьшения ее остроты)
- это деятельность, отличающаяся экономической устойчивостью, а в странах с рыночной экономикой устойчивость обеспечивается продажей товаров и/или услуг на рынке
- это, деятельность, которая носит инновационный характер, и либо предлагает качественно новый продукт/ услугу для решения, либо новый способ производства/ предоставления продукта, делая его доступным для целевой группы.

Таким образом, СП – отличается от разовых социальных проектов тем, что речь идет о постоянно действующем предприятии с устойчивой хозяйственной деятельностью, от НКО – тем, что СП не зависит от грантов и благотворительности. Но оно отличается и от бизнеса в социальной сфере – тем, что прибыль направляется на социальную цель, а не акционерам. (Примеры социальных предприятий, их бизнес-модели и подробности деятельности мы описали в книге «Социальное предпринимательство в России и с мире: практика и исследования», вышедшей в ИД НИУ ВШЭ в 2011 году (<http://socentr.hse.ru/monography>).

Но когда мы говорим о ранней стадии, разделить проекты по этим критериям бывает трудно, а иногда и практически нецелесообразно, реальную пользу можно принести во всех трех случаях, а форма воплощения зависит от многих обстоятельств, и уточняется по ходу реализации. Поэтому мы стараемся в таких случаях использовать более широкие понятия - «предпринимательство в социальной сфере», «социальные бизнес-проекты», «социальные стартапы» и пр., а не «социальное предпринимательство», помня при этом, что именно оно всех и вдохновляет.

В: Это первая обучающая программа для молодежи, которую осуществляет центр?

Не первая. Начиная с 2011 года мы проводили или участвовали в целой серии обучающих программ, связанных с социальным предпринимательством. Но у этой

Летней школы есть свои отличия. В этом году мы стремились к практической ориентации социальных стартапов с акцентом на выход на рынок. Задел именно для такого подхода фактически сформировался в прошлом году, и прямо не связан с заказчиком.

В июне 2013 года во Всемирный День социального бизнеса 28 июня мы организовали Круглый стол в Москве «Социальное предпринимательство молодых: мода, идеализм или новый здравый смысл» <http://socentr.hse.ru/news/87786907.html> . Тогда мы вытащили для обсуждения ребят с уже работающими социальными проектами - такими, как «Кнопка жизни» Ирины Линник и Дмитрия Юрченко и «Донор» Игоря Баринава. В этой истории нас интересовали не столько модели социального предпринимательства, сколько причины и результаты «моды» на социальное предпринимательство среди молодежи - какие именно проекты волнуют ребят, какие - уже удалось воплотить в жизнь, и что их увлекает в социальных проектах.

В июле 2013 г. нами была организована международная Летняя школа «Социальное предпринимательство и социальные инновации» под Санкт-Петербургом, совместно с коллегами из питерской ВШЭ при поддержке Фонда региональных социальных программ «Наше будущее» <http://socentr.hse.ru/news/96095422.html>. Ее фокус был прежде всего на студенческих инновационных социальных проектах, хотя туда приехало и несколько человек в начинающим бизнесом в социальной сфере. Но тогда мы не делили слушателей на тех, кто может коммерциализировать проект, и на тех, кому нужны благотворительные средства - нас интересовала в большей степени инновационность, социальная значимость и практическая реализуемость проекта, будь у него коммерческая или некоммерческая перспектива. При этом мы стремились пропустить ребят через большее число разных консультантов для совершенствования замысла. В этих консультациях вместе с экспертами ВШЭ и социальным предпринимателем Евгением Рапопортом, автором проекта «Авоська дарит надежду», участвовали британские бизнес-тренеры Тим Ворлей ([Tim Vorley](#)) и Ник Уильямс ([Nick Williams](#)) из Университета Шеффилда ([University of Sheffield School of management](#)).

В августе 2013 года, сразу после питерской школы я уже читала вводную лекцию в курс по социальным инновациям, организованный Бизнес-инкубатором ВШЭ. В этой программе слушатели уже были постарше, и их социальные проекты делали первые шаги в реализации. В то же время в ней также были проекты как коммерческой, так и некоммерческой ориентации.

Только в этом году мы сосредоточились на бизнес-составляющей социальных проектов, с самого начала отбирая заявителей не просто с хорошей идеей социального проекта, но и с видением его коммерциализации. Примечательно, что даже при таком отборе заявок практически все участники оказались высоко мотивированы социальным назначением проекта, а бизнес-тренеры, привыкшие к чисто коммерческим стартапам, отметили высокий уровень слушателей. Наш вывод: социальная ориентация проектов задает более высокую планку работы, как для слушателей, так и для преподавателей.

В: Велик ли спрос на обучение социальному предпринимательству и повернулось ли к социальному предпринимателю государство?

Я бы его оценила как довольно высокий, причем, он не удовлетворен. Одна часть спроса связана с интересом к нему со стороны молодежи, читающей англоязычный Интернет и распространением «моды» на социальное предпринимательство в среде молодежи. Такой спрос имеет низкую платежеспособность, поэтому обучение

нуждается в проектном финансировании. Вторая часть спроса, уже с деньгами, стимулируется государством. К этой категории относится деятельность Минэкономразвития РФ и его приказы 2012-2014 гг., предлагающие субсидии регионам на поддержку социального предпринимательства. Эти деньги можно тратить главным образом на обучение, а контроль за их использованием возложен на Департаменты поддержки предпринимательства в субъектах федерации. Поэтому на вопрос, видит ли власть перспективы в развитии социального предпринимательства, я бы ответила положительно - да, видит, если это бизнес в социальной сфере и если социальность проекта «не прикрывает неумение предпринимателя вести дела» - цитирую по памяти слова Дмитрия Князева, заместителя руководителя Департамента науки, промышленной политики и предпринимательства г.Москвы, который любезно согласился выступить на нашей Летней школе с мастер-классом. По мнению, Дмитрия Князева, качество бизнеса не должно понижаться от того, что его целью является решение социальной проблемы – это должно продаваться и должно быть эффективным. Причем, Москва, насколько я знаю, не брала в этом году субсидии на развитие СП у Минэка.

Бизнес-фокус в регулировании социального предпринимательства – отличительная черта России и некоторых близких нам стран Восточной Европы, например, в Польше эта тема чаще обсуждается в контексте корпоративной социальной ответственности. Но такой подход не характерен для остальной Европы, где СП также поддерживается государством. Тем более, он не характерен для Америки, включая Бразилию и Мексику. Там основной контекст обсуждения – работа с местными сообществами, включая неформальные группы, и это ближе к дискурсу НКО, либо межсекторного взаимодействия, чем социального бизнеса.

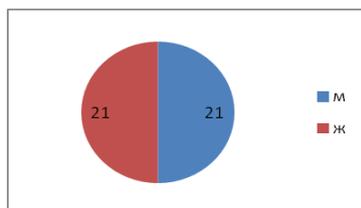
В: В чем специфика программы Летней школы?

Я уже говорила о бизнес-уклоне нашей августовской школы. Тренинги, мастер-классы и консультации были направлены на повышение коммерческой зрелости социальных проектов и связанность социальной и экономической цели. Таким образом, 1) мы сосредоточились на практическом воплощении социальных проектов, имеющих потенциал рыночной самоокупаемости; 2) мы попытались выстроить логику курса, последовательность занятий, способы проработки полученных знаний и умений так, чтобы поиск коммерческого воплощения не поставил под сомнение социальное назначение проектов; это потребовало отдельной работы не только с ребятами, но в не меньшей степени – со спикерами, т.к. некоторые из них мало, либо вовсе не работали с социальными стартапами; 3) мы постарались сделать так, чтобы ребята с помощью специалистов разного профиля под разным углом зрения смогли взглянуть на свои проекты и понять пробелы замысла и его усовершенствовать.

Когда мы разместили анонсы школы, я сама не знала, много ли будет желающих учиться вечером в последние 2 недели лета, и о чем будут их проекты. Все-таки в анонсе больше говорилось о бизнесе с человеческим лицом и коммерциализации, чем о социальном предпринимательстве. Тем не менее примерно у 1/3 заявок на школу проекты были рассчитаны на благотворительные средства, т.е. не находились в фокусе работы нашего заказчика – департамента. Мы пообещали таким ребятам, а также заявителям старше 35 лет (были и такие, но заказчик ограничил возраст приема в школу 35 годами) учесть их интерес к теме каким-то другим образом. В частности, мы распространили рассылку этого бюллетеня и на них, и планируем в дальнейших выпусках готовить материалы, полезные начинающим (обзор заявок см. статистику А. Берендяева в диаграммах ниже).

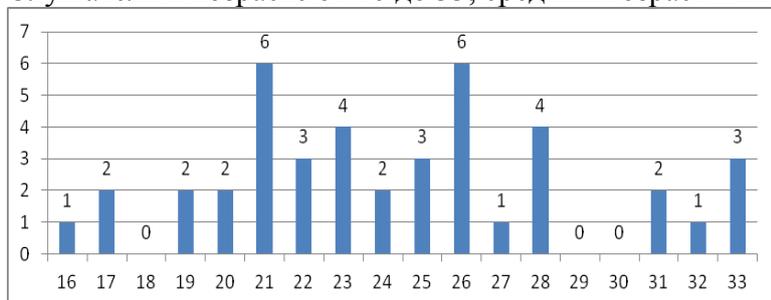
Судя по откликам ребят и тренеров по итогам Летней школы, те и другие довольны результатами. Думаю, что нам надо пойти дальше, и сосредоточиться на разработке методов экспертного, а главное - ответственного продвижения социальных стартапов на разных стадиях зрелости проектов. Ответственного – во-первых, с точки зрения связи между новым знанием и улучшением проекта: можно ведь прослушать набор лекций на разные темы, или прочитать материалы в Интернете, а проект останется в том же незрелом состоянии, что и до чтения. Во-вторых, совершенствование социального бизнес-проекта - не то же самое, что акселерация стандартного бизнеса, это хорошо понимают в бизнес-школах и университетах США, там везде социальное предпринимательство выносится в отдельный обучающий блок, потому что это и не бизнес, и не НКО в чистом виде, а что-то третье. Даже институционально социальные проекты сложнее – социальная направленность заставляет предпринимателя опираться на всех игроков (стейкхолдеров) - коммерческих, некоммерческих, государственных и даже тех, кто не сформировался как игрок (неформальные сети), и в ряде случаев видеть потенциальный рынок там, где его еще нет.

Состав Летней школы

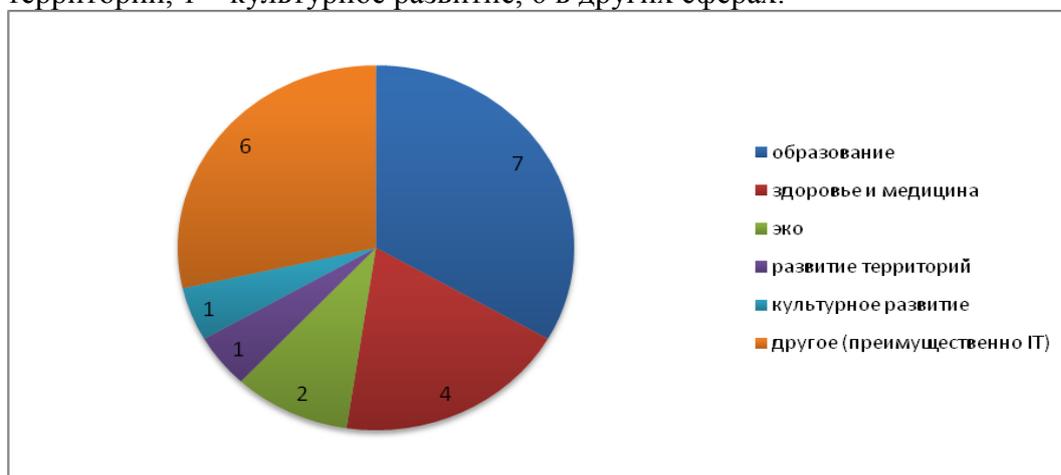


Из 42 слушателей мужчин и женщин поровну.

Слушатели в возрасте от 16 до 33, средний возраст – 24,31.



Из 21 проекта 7 в сфере образования, 4 – здоровье и медицина, 2 – эко, 1 – развитие территорий, 1 – культурное развитие, 6 в других сферах.



Бизнес идет в ясли

Государство поддержит субсидиями социальных предпринимателей

К началу нового учебного года правительство РФ одобрило концепцию развития дополнительного образования детей, предусмотрев в ней ряд мер по развитию государственно-частного партнерства, а Минобрнауки России подготовило проект постановления о предоставлении субсидий частному бизнесу, реализующему инвестиционные проекты в образовании. Подробности "РБГ" выяснила у директора направления "Социальные проекты" Агентства стратегических инициатив Владимира Яблонского.

(16.09.2014 г. <http://www.rg.ru/2014/09/16/socialka.html>)

«Круглые столы» для социальных предпринимателей пройдут в Югре

«Круглые столы» для социального предпринимательства с участием органов исполнительной власти и местного самоуправления пройдут с 17 по 29 сентября в Лангепасе, Ханты-Мансийске, Нягани и Пыть-Яхе.

В качестве модераторов встречи выступают сертифицированные бизнес-тренеры центра инноваций социальной сферы.

Участники «круглых столов» смогут получить консультацию по созданию социального бизнеса, сообщили в пресс-службе фонда поддержки предпринимательства Югры.

(16.09.2014 г. <http://www.ugrainform.ru/news/77988/>)

На Coursera начался бесплатный онлайн-курс по социальному предпринимательству, который поможет реализовать ваш проект

(15.09.2014 г. <http://te-st.ru/2014/09/15/socialentrepreneur-coursera-course/>)

Меры поддержки малого и среднего бизнеса осуществляются в Подмосковье

Также социальную поддержку получают социальное предпринимательство, проекты социального обслуживания населения, частные детские сады, секции, студии, производство медтехники – на это в программе запланировано 62,4 миллиона рублей.

(11.09.2014 г. <http://e-vanteevka.ru/node/3418>)

Столичная больница превратилась в киностудию - тяжелобольные дети снимают фильм о добре и дружбе.

(10.09.2014 <http://www.1tv.ru/news/social/267337>)

В Югре будут реализовывать механизм ГЧП в социальном предпринимательстве

В ноябре текущего года при поддержке Центра инноваций Югры и Департамента социального развития Югры пройдет презентация пилотного проекта компании Senior Group — «Резиденция для пожилых людей». На видеоконференции представители московской компании расскажут о том, как выгодно привлечение коммерческих организаций к решению задач в сфере социального обслуживания и обеспечения пожилых граждан.

(9.09.2014 г. <http://ufirms.ru/news/khmao/v-yugre-budut-realizovyvat-mekhanizm-g.html>)

В МИРЕ: НОВОСТИ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Ведущий фонд поддержки социальных предпринимателей «Ашока» опубликовал в журнале «Форбс» 10 рекомендаций по оптимизации предпринимательского образования в университетах.

(10.09.2014г. <http://www.forbes.com/sites/ashoka/2014/09/10/10-ways-universities-can-improve-education-for-social-entrepreneurship/>)

Колумбия

В одном из наиболее криминальных городов Колумбии, Буэнавентуре, самыми незащищенными, постоянно страдающими от насилия, оказываются женщины и дети. Глория Ампаро создала социальную сеть, посредством которой оказывает психологическую помощь пострадавшим женщинам. Она также проводит семинары и тренинги для женщин, объясняя их права и пытаясь добиться реализации их возможностей. В этом году ее социальное предприятие удостоится правозащитной премии Управления Верховного Комиссара ООН по делам беженцев.

(12.09.2014г. <http://www.pbs.org/newshour/updates/butterflies-network-helps-abused-women-colombia/>)

Великобритания

Британское социальное предпринимательство нуждается в большей поддержке и мотивации. Наблюдается высокий уровень заинтересованности темой социального бизнеса: 36% опрошенных, сказали, что хотели бы открыть свое собственное предприятие, но на практике лишь 6% решаются на этот шаг.

(12.09.14г. <http://www.theinformationdaily.com/2014/09/12/tbc>)

Канада

Ниагарский университет открыл курс социального предпринимательства, сфокусированного на решение проблем бедности.

(11.09.2014г. <http://www.wnypapers.com/news/article/current/2014/09/11/117559/niagara-university-launching-poverty-focused-social-entrepreneurship-program>)

Непал

Непальские социальные предприниматели выпустили линию солнцезащитных очков, средства от реализации которых направляются на лечение катаракты малоимущих жителей Непала.

(10.09.2014г. <http://www.dailytimes.com.pk/region/10-Sep-2014/nepal-s-entrepreneurs-healing-blindness-among-poor>)

В МИРЕ: КЕЙСЫ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Международный конкурс GSVC (Global Social Venture Competition) дает возможность начинающим предпринимателям обрести наставников, rg-поддержку и призовой фонд в \$50,000, чтобы реализовать свои бизнес идеи и улучшить мир, решив какую-либо социальную проблему.

GSVC был основан в 1999 г. студентами MBA Haas School of Business Калифорнийского университета в Беркли. Каждый год этот конкурс завершается масштабной конференцией, на которой собираются команды из разных стран мира.

На сегодняшний день GSVC превратился в глобальную сеть, поддерживаемую международным сообществом судей-добровольцев, наставников и организаторов, ее партнерами стали ведущие бизнес-школы Америки, Европы, Азии и Африки. С момента своего создания GSVC предоставил новым социальным предприятиям более четверти миллиона долларов и ввел в инвестиционное сообщество множество новых социальных предпринимателей.

В 2013 году GSVC получил 650 заявок из почти 40 стран мира. Финалисты прошлых лет: Husk Power, Revolution Foods и дизайн D.light.

Мы хотим познакомить Вас с финалистами GSVC 2014 г. Одновременно наша младшая коллега как начинающий исследователь решила посмотреть на кейсы финалистов с позиций определения термина «социальное предпринимательство», используемого в специальной литературе, и нашла отклонения от «идеального типа». Она рассматривала заявки с точки зрения следующих критериев: социальное воздействие (частичное или полное решение социальной проблемы, выражающееся в позитивном и измеримом результате); инновационность; самокупаемость и финансовую устойчивость; масштабируемость и тиражируемость, предпринимательский подход. Это – самые распространенные среди специалистов признаки СП, и пересекаются с определением Фонда региональных социальных программ «Наше будущее» и нашим анализом в монографии «Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследование».

Надо оговориться, что анализ коллеги был ограничен краткими описаниями конкурсных заявок, по этой же причине критерий «Самокупаемость и финансовая устойчивость» в силу сложности оценки по внешнему описанию. К этому также стоит добавить, что расширительная трактовка социального предпринимательства в конкурсах начинающих социальных предпринимателей – отчасти неизбежна, если мы рассматриваем проекты «на вырост», вопрос - скорее в том, какие критерии СП стоит смягчить для начинающих, а какие – нет. Этот вопрос мы адресуем не только себе, но и читателю, поэтому и предлагаем рассуждение нашей молодой коллеги.

Комментирует (выделено курсивом) и дает оценку (в таблицах) стажер-исследователь ЦСП Анна Атанасова,

Итак, финалисты GSVC 2014 г.

(по материалам <http://gsvc.org/events/global-finals-conference/global-finalists/>):



Baisikeli Ugunduzi, Кения (<http://www.baisikeliugunduzi.com/>)

В странах Африки к югу от Сахары более 5 миллионов человек зарабатывают себе на жизнь, крутя педали велосипеда, и выполняя, таким образом, функции такси и извозчиков. Рынок велосипедов в этом регионе заполнен дешевыми и некачественными товарами из Азии, поэтому многим приходится каждые две недели заниматься починкой своего велосипеда, тратя при этом сумму, равную своему ежедневному доходу.

Деятельность Baisikeli Ugunduzi ориентирована на создание качественных велосипедов и велосипедных деталей, и проведение достойного технического обслуживания. Эта компания хочет вывести людей из бедности, предоставляя им надежные велосипеды, и стать лидером мировой велосипедной индустрии.

А.А.: «Наличие качественных велосипедов как орудий труда, вряд ли выведет людей из бедности, хотя и сэкономит определенные траты на ремонт. В идее Baisikeli Ugunduzi также отсутствует инновационность, так как смысл проекта заключается в замене некачественных орудий труда на качественные, что, по сути, является принципом технического прогресса, а не социального предприятия.»

социальное воздействие	-
инновационность	-
самоокупаемость и финансовая устойчивость	+
масштабируемость и тиражируемость	+
предпринимательский подход	+



CharityStars, Италия (<http://www.charitystars.com/>)

CharityStars - новый портал, предназначенный для сбора денег благотворительными организациями. Через CharityStars благотворительные ассоциации устраивают встречи со знаменитостями и аукционы, на которых можно купить личные вещи знаменитостей. CharityStars является самой дешевой и простой по сбору средств моделью, позволяющей знаменитостям улучшить свою репутацию, создать положительный имидж, в то же время эта схема помогает обычным людям реализовать мечту своей жизни: увидеть звезду лично или купить что-то принадлежащее кумиру. Всего за шесть месяцев CharityStars получил 300,000 евро, подписал контракты со 120 знаменитостями и 65 благотворительными организациями, включая WWF, Врачи без границ, Спасите детей и Oxfam.

А.А.: Данный портал скорее похож на инструмент, облегчающий благотворительным организациям процедуру сбора средств. Он удовлетворяет основным признакам социального предприятия, если принять то, что социальной проблемой в данном случае является проблема сбора средств на решение социальных проблем. Проект похож на SocialGiver (см. ниже).

социальное воздействие	+
инновационность	+
самоокупаемость и финансовая устойчивость	+
масштабируемость и тиражируемость	+
предпринимательский подход	+



Chique, Индонезия (сайта нет)

Chique является стартап компанией, производящей прочный, теплый паркетный пол, сделанный из куриных перьев. Куриные перья считаются отходом, ставящим под угрозу здоровье людей, воздух и качество почвы. Chique сотрудничает с куриными скотобойнями и устанавливает плазменные системы сбора куриных перьев в качестве основного источника сырья. Внедряя свою бизнес-модель, Chique решает значимые и существенные проблемы окружающей среды и окрестных сообществ.

А.А.: В модели Chique используется инновационное сырье и инновационный метод, снижающий вред, наносимый окружающей среде и здоровью людей.

социальное воздействие	+
инновационность	+
самоокупаемость и финансовая устойчивость	+
масштабируемость и тиражируемость	+
предпринимательский подход	+



Disease Diagnostic Group, США (<http://www.diseasediagnostic.com/>)

Disease Diagnostic Group (DDG) является некоммерческим социальным предприятием, специализирующимся на разработке быстрых, точных и недорогих диагностических тестов заболеваний. DDG фокусируется на диагностике малярии (рынок диагностических средств малярии оценивается в \$ 1 млрд) и на флагманском продукте компании RAM (Rapid Assessment of Malaria - быстрое выявление малярии). Посредством магнитно-оптической технологии, это новое, фирменное устройство обеспечивает точную диагностику малярии менее, чем за 60 секунд. Его стоимость в 10 раз ниже существующих аналогов. Специфика малярийных паразитов позволяет RAM быть многоразовым, пациенты могут самостоятельно использовать это устройство и выявлять наличие заражения до начала появления симптомов.

DDG решает важную проблему определения эпидемического заболевания малярии на ранних сроках, чем способствует ее искоренению и безопасности не успевших заразиться людей.

социальное воздействие	+
инновационность	+
самокупаемость и финансовая устойчивость	+
масштабируемость и тиражируемость	+
предпринимательский подход	+



earthenable, США (<http://extreme.stanford.edu/projects/earthenable>)

Earthenable стремится обеспечить 80% жителей Руанды, которые могут позволить себе иметь только земляной пол в своем доме, надежным покрытием для пола. Бетонный пол уменьшает риск заболевания диареей на 49% и заражения паразитарными инфекциями на 78% (Гертлер соавт., 2009), но бетонный пол для небольшого руандийского дома стоит \$ 300-500. Между тем, земляные полы earthenable стоят всего \$ 30 долларов за ту же площадь. Они состоят из натуральных материалов (гравий, глина, песок и волокно) и залиты слоем олифы, что делает пол непроницаемым, легко моющимся и полирующимся. Инновацией earthenable является новая технология, которая преобразует локально доступные масла (подсолнечное, соя) в олифу. В проекте Earthenable работают биохимики Стэнфордского университета, студенты Школы бизнеса и медицинской школы.

Стоит заметить, что тиражируемость и масштабируемость возможна при наличии схожих проблем в других африканских странах.

социальное воздействие	+
инновационность	+
самоокупаемость и финансовая устойчивость	+
масштабируемость и тиражируемость	-
предпринимательский подход	+

KERi & CARE

Keri&Care, Франция (сайта нет)

Женщины, эмигрирующие из суб-сахарской Африки, сталкиваются с двойной дискриминацией при поиске работы: в силу своего пола и из-за своего происхождения. Keri&Care - салон-парикмахерская в Париже и всемирная сеть, которая предлагает этим женщинам возможность получить работу. Эмигрантки учатся делать прически людям с сухими и сильно вьющимися волосами (обычные парикмахеры стараются избегать клиентов с такими волосами).

Таким образом, безработные женщины получают работу в секторе рынка, потребители которого не избалованы качественным предложением.

социальное воздействие	+
инновационность	+
самоокупаемость и финансовая устойчивость	+
масштабируемость и тиражируемость	+
предпринимательский подход	+



Khusela, Южная Африка (<http://khuselafireprotection.tumblr.com/>)

Khusela разработала недорогое устройство обнаружения пожара и комплексную систему оповещения, предназначенную для обитателей хижин и лачуг по всему миру. Ее активные системы предупреждают жителей лачуг о грозящей опасности, чем помогают уменьшить количество смертельных исходов и потерь имущества, вызванных пожарами - глобальной человеческой трагедией. На сегодняшний день насчитывается 1000000000 лачуг / обитателей трущоб по всему миру, к 2020 году эта цифра возрастет до 1,4 млрд. Темпы урбанизации усугубят тяжелые условия проживания в районах, где опасность пожара возникает ежедневно. Пожары в районах лачуг и хижин оказывает неблагоприятное влияние на экономическую ситуацию и является масштабной социальной проблемой.

Khusela обладает признаками социального предприятия, однако возникает вопрос, данная инновация направлена на предупреждение пожаров, чтобы решить социальную проблему жителей лачуг, или чтобы избавиться от негативных последствий пожаров жителей более богатых районов.

социальное воздействие	+
инновационность	+
самоокупаемость и финансовая устойчивость	+
масштабируемость и тиражируемость	+
предпринимательский подход	+



The Legend of Potatoes, Китай (сайта нет)

Картофель - основной продукт питания во многих регионах Западного Китая, где из-за климатических условий другие сельскохозяйственные культуры не приживаются, не пользуются популярностью и не приносят дохода фермерам. При поддержке Центра исследований картофеля Сычуаньского аграрного университета, The Legend of Potatoes (Легенда о картофеле) предложила новую модель сотрудничества «ученые + правительство + фермер». Эта компания популяризирует сорта фиолетового картофеля, выращивание которого по экономическим показателям в 8-10 раз выгодней, чем выращивание традиционных сортов картофеля. Экономическая ценность посадки 1000 гектаров фиолетовым картофелем составляет около \$ 675 000. По крайней мере, 450 фермерских семей смогут начать получать доход, обедневшие фермеры станут процветающими.

Поскольку данные о полезности и качестве сортов фиолетового картофеля отсутствуют, возникает вопрос о том, не вызовет ли решение одной социальной проблемы (обедневших фермеров) другую социальную проблему (здоровья потребителей и экологического состояния засаживаемой фиолетовым картофелем почвы). Кроме того, The Legend of Potatoes агитирует за выращивание выгодного для правительства вида картофеля, а в этом нет предпринимательского подхода.

социальное воздействие	+
инновационность	+
самоокупаемость и финансовая устойчивость	+
масштабируемость и тиражируемость	+
предпринимательский подход	-

LegWorks

LegWorks, США (<http://www.legworks.org/>)

LegWorks – некоммерческое социальное предприятие, деятельность которого направлена на то, чтобы помочь людям снова встать на ноги. Подавляющее большинство людей с ампутацией нижних конечностей по всему миру не имеют доступа к надлежащим и недорогим протезным технологиям, и остаются инвалидами. LegWorks разработало инновационный искусственный коленный сустав - по технологии LCKnee ТМ. LCKnee превосходит существующие технологии, она прошла тщательное тестирование и стоит намного дешевле своих аналогов. Она способна привлечь внимание клиентов, как в развитых, так и в развивающихся странах. LegWorks быть доступным для всех людей, независимо от того, где они живут или от их платежеспособности.

Бизнес с социальной составляющей. Предприятие похоже на SwissLeg (см. ниже).

социальное воздействие	+
инновационность	+
самоокупаемость и финансовая устойчивость	+
масштабируемость и тиражируемость	+
предпринимательский подход	+



Odyssey Sensors, Великобритания (<http://www.odysseysensors.com/>)

Odyssey Sensors разрабатывает, производит и продает недорогие датчики для малобюджетной аква-культуры и сельского хозяйства. По словам участников проекта, эти датчики должны помочь смягчить ущерб от экологически безграмотных действий крестьян. Odyssey Sensors в настоящее время имеет два продукта. Первый, HealthyShrimp, представляет собой датчик для измерения соли в прудах, он полезен фермерам Юго-Восточной Азии для разведения креветок. Второй, TroughSentry, представляет собой недорогой датчик, который следит за уровнем воды в корытах в отдаленных животноводческих фермах. Odyssey Sensors уже имеет первый доход за счет партнерства с Agriwebb, австралийской компанией, распространяющей TroughSentry, и имеет партнерские отношения с несколькими НПО и частными организациями, заинтересованными в датчике HealthyShrimp.

Очевидно, что у Odyssey Sensors присутствуют все признаки социального предприятия, кроме социального воздействия. Продажа таких датчиков ближе к бизнесу, направленному на фермеров с малым достатком.

социальное воздействие	-
инновационность	+
самоокупаемость и финансовая устойчивость	+
масштабируемость и тиражируемость	+
предпринимательский подход	+



Redeem, Тайвань (сайта нет)

Основанная в Синьчжу в 2014 г. кампания Redeem стремится дать «второй шанс» бывшим правонарушителям. Сотрудники Redeem твердо верят, что пришло время изменить стереотипное восприятие бывших правонарушителей обществом. Поэтому они разработали бизнес-модель, состоящую из трех частей: (1) Передаточная станция, (2) Установление гарантий и (3) Сервис сопоставления работы. Передаточная станция помогает бывшим правонарушителям освоить профессиональные навыки и психологически настроиться на новую жизнь. Установление гарантий служит страховкой финансовых вопросов для работодателя и работника. Сервис сопоставления работы помогает работодателю и работнику удовлетворить их запросы. Через содействие Ассоциации After-Care Тайваня, религиозных учреждений и транспортной компании Фу-Цзян, Redeem начала с пяти успешных случаев превращения бывших правонарушителей в нормальных людей, получивших рабочие места. С поддержкой десяти существующих работодателей и более 500 бывших правонарушителей, работники Redeem убеждены, что их бизнес-модель будет эффективной, воспроизводимой и сможет быть применена в других странах.

В целом подобная реабилитация бывших правонарушителей не является инновационной, возможно, она инновационна именно для Тайваня.

социальное воздействие	+
инновационность	-
самоокупаемость и финансовая устойчивость	+
масштабируемость и тиражируемость	+
предпринимательский подход	+

RejuvenEyes, Индия (сайта нет)

RejuvenEyes представляет себя как высококачественную доступную медицину, занимающуюся предотвращением слепоты из-за катаракты. В проекте заявлено, что RejuvenEyes намереваются использовать для удаления катаракт фактоэмульсификацию, и стоимость этой операции должна составить \$ 50. Их конкурентное преимущество в предпринимательской модели: хирурги будут инвесторами, а доходы от обучения фельдшеров и зарубежных врачей станут залогом оборотного капитала. Основные затраты будут низкими из-за нововведений в факотехнологии. Проект RejuvenEyes намерен выйти в безубыточность на третий год, социальные последствия, генерируемые в течение пяти выльются в более чем 10000 операций по сохранению зрения, в подготовке кадров и повышение продолжительности жизни пациентов.

RejuvenEyes один из немногих финалистов, кто четко изложил модель своей окупаемости.

социальное воздействие	+
инновационность	+
самоокупаемость и финансовая устойчивость	+
масштабируемость и тиражируемость	+
предпринимательский подход	+



SwissLeg, Швейцария (<http://swissleg.com/>)

По данным ВОЗ, 32 миллиона человек в мире живут без одной или двух конечностей. 80% людей с ампутированными конечностями живут в развивающихся странах, и менее 5% имеют искусственные протезы. Таким образом, более 24 млн. людей с ампутированными конечностями не имеют протеза конечности. Поскольку 85% от общего числа людей с ампутированными конечностями нуждаются в протезе ноги, существует значительный (~ 21 млн) неудовлетворенный спрос в развивающемся мире. В настоящее время нет искусственных ног, которые отвечают требованию ампутантов, поскольку существующие технологии либо: (1) дорогие и высокого класса, созданные, чтобы удовлетворить спрос западного мира, или (2) дешевые, но очень неудобные и низкого качества. SwissLeg является социальным бизнесом, который предлагает доступные, высокого качества, высокой мобильности и низкой стоимости протезы ног с инновационным дизайном, из простого материала, и быстро изготавливаемые. SwissLeg хочет дать людям с ампутированными конечностями в развивающихся странах возможность ходить и бегать на протезах с минимальной стоимостью.

Бизнес с социальной составляющей. Предприятие похоже на LegWorks (см. выше).

социальное воздействие	+
инновационность	+
самоокупаемость и финансовая устойчивость	+
масштабируемость и тиражируемость	+
предпринимательский подход	+



Sampurn(e)arth, Индия (<http://www.sampurnearth.com/>)

За последние несколько десятилетий управление отходами стало приобретать все более устойчивые формы. Sampurn(e)arth предоставляет полный цикл децентрализованной системы управления отходами жилищных сообществ, отдельных домов, школ, университетских кампусов и проч. Их услуги включают в себя: аудит отходов, проектирование индивидуальной системы управления отходами, эксплуатацию и техническое обслуживание этой системы, информирование населения об экологической обстановке и консультирование по вышеуказанным пунктам. Проект Sampurn(e)arth был запущен в 2010 году и зарегистрирован в 2012 году. Эта кампания располагается в Мумбаи, команда состоит из 17 человек, у них уже 40 клиентов, и на сегодняшний день им удалось переработать около 800 млн тонн отходов. В ближайшие несколько лет Sampurn(e)arth хочет достичь пропускной способности отходов около 400-500 т / день и дать работу более 1000 сборщикам отходов.

Работа Sampurn(e)arth направлена не только на позитивное изменение экологической обстановки, но имеет социальное воздействие (у клиентов повышается экологическое сознание, кроме того, кампания предоставляет рабочие места). Управление отходами не является инновационной областью социального предпринимательства, однако в данном случае применен подход работы с отдельными общностями.

социальное воздействие	+
инновационность	+
самоокупаемость и финансовая устойчивость	+
масштабируемость и тиражируемость	+
предпринимательский подход	+



Smart Pill Box, Китай (сайта нет)

По данным ООН, стареющее населения мира к 2050 году составит 22%. В Китае 924 из 10 000 пожилых людей умирают из-за того, что им никто не оказывает помощь. Молодежь слишком занята, чтобы заботиться о своих стариках. Государство пытается бороться с этой проблемой, но оно не может охватить всех пожилых людей. Проект Smart Pill Box направлен на создание умных устройств с интерактивными приложениями и носимых на теле. Smart pillbox V1.0 – это устройство в форме цветка (с приложением), оно содержит клавишу вызова экстренной помощи и GPS. Такое устройство доступно для любого пожилого человека. Кроме того, клиенты Smart Pill Box имеют возможность напрямую общаться с дизайнерами и конструировать устройство на свой вкус.

Очевидно, что кнопка вызова может спасти жизнь человека, однако социальную проблему отчужденности пожилых она не решает. Также вызывает сомнение наличие инновационности, поскольку кнопка устройства – ни что иное, как модернизированный аналог быстрого вызова скорой помощи..

социальное воздействие	-
инновационность	-
самоокупаемость и финансовая устойчивость	+
масштабируемость и тиражируемость	+
предпринимательский подход	+



SocialGiver, Таиланд (<http://www.mysocialmotion.org/>)

SocialGiver уникальная платформа по сбору средств на благотворительность. Участники проекта разработали свою собственную валюту «Социальный Коин» (на подобии биткоина). Используя эту валюту через портал SocialGiver, обычные пользователи тратят свои (одни и те же) деньги дважды: они покупают товары и услуги, после чего эквивалент стоимости заказанного отправляется в благотворительные организации. Бизнесмены жертвуют деньги на благотворительность, одновременно привлекая к себе новых клиентов. SocialGiver собирает средства для реализации различных социальных проектов. К 2018 г. Эта кампания планирует собрать \$ 22 млн. для 2400 тайландских проектов.

Данная платформа скорее похожа на инструмент, облегчающий благотворительным организациям процедуру сбора средств. Он удовлетворяет основным признакам социального предприятия, если принять то, что социальной проблемой в данном случае является проблема сбора средств на решение социальных проблем. Проект похож на CharityStars (см. выше).

социальное воздействие	+
инновационность	+
самоокупаемость и финансовая устойчивость	+
масштабируемость и тиражируемость	+
предпринимательский подход	+



Tea Tree, Южная Корея (сайта нет)

Tea Tree является социальным предприятием, которое производит и продает экологически чистые аэрозоли от комаров MOSTOP. Оно пытается решить проблему малярии в развивающихся странах. MOSTOP является продуктом, произведенным из эфирных натуральных масел из Citronella, и, следовательно, является безопасным, многоразовым и дешевым. Вот почему MOSTOP может быть идеальной альтернативой, дополняющей существующие методы в борьбе с малярией. В рамках проекта MOSTOP, участники Tea Tree решают проблему профилактики малярии, помогая экономике развивающихся стран. Tea Tree хочет связать местных жителей со всем процессом этого бизнеса от выращивания Citronella и производства, до продвижения продаж MOSTOP. Участники Tea Tree считают, что проект может дать местным жителям финансовую независимость и поднять их уровень жизни.

Tea Tree предлагает решение сразу двух социальных проблем: борьбы с малярией и трудоустройства населения.

социальное воздействие	+
инновационность	+
самоокупаемость и финансовая устойчивость	+
масштабируемость и тиражируемость	+
предпринимательский подход	+



Wakati, Бельгия (<http://open-wakati.tumblr.com/Project%20overview>)

По данным Продовольственной и сельскохозяйственной организации ООН, 45% фруктов и овощей, выращенных в развивающихся странах так и не доходят до потребителя. Эти потери – следствие неумения местных фермеров сохранять свою продукцию в условиях жаркого климата, наличия вредителей и прочих невзгод. Почти половина вложенных фермерами времени и ресурсов уходит впустую. При этом, на земле остаются голодающие регионы. Wakati предлагает простую и дешевую технологию хранения овощей и фруктов в свежем (не замороженном) виде, что увеличивает срок их жизни и сокращает потери более, чем на 20 %.

Использование технологии хранения фруктов и овощей не означает, что проблема голодающих, которых предполагается накормить за счет снижения потерь в продукции, будет решена. Социальная проблема, заявленная Wakati зависит от фермеров и оптовиков и их решения о передаче высвобожденного продовольствия нуждающимся.

социальное воздействие	-
инновационность	+
самоокупаемость и финансовая устойчивость	+
масштабируемость и тиражируемость	+
предпринимательский подход	+