

# БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ В ПОЛЕ РАДОСТИ

ЧТО ЭТО  
ВООБЩЕ ТАКОЕ — СОЦИАЛЬНЫЙ БИЗНЕС?  
КАКУЮ ПОДДЕРЖКУ ЕМУ ОКАЗЫВАЕТ  
ГОРОД? КАК ЗАРАБАТЫВАТЬ, ЕСЛИ ПРИБЫЛЬ  
— НЕ САМОЕ ГЛАВНОЕ? ЭТИ И ДРУГИЕ  
ВОПРОСЫ ОБСУЖДАЛИСЬ В ПРОСТРАНСТВЕ  
«ЛЕГКО-ЛЕГКО» В ПРЕДДВЕРИИ 28 ИЮНЯ  
— МЕЖДУНАРОДНОГО ДНЯ СОЦИАЛЬНОГО  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ. СВЕТЛАНА ХАМАТОВА

Одним из поводов для этой встречи стала понятийная неопределенность: есть масса формулировок, что же такое социальное предпринимательство, но нет единого понимания (возможно, еще и поэтому отдельные инициативы не могут пока перерасти в мощное движение). Как отмечает Юрий Благоев, директор Центра корпоративной социальной ответственности Высшей школы менеджмента СПбГУ, нередко проекты социального бизнеса создаются под те определения, которыми оперируют фонды, выделяющие средства. «Нужно больше четкости, — считает господин Благоев, — меньше расплывчатости, а то сельское хозяйство — это ведь тоже „про народ“, получается, это тоже социальное предпринимательство?» Его определение самое короткое: социальное предпринимательство — это частный случай бизнеса, а именно — бизнес, направленный на решение социальных проблем.

Конкретные формы, методы и технологии сейчас изучают полторы сотни человек со всей России, которые захотели принять участие в дистанционной программе, разработанной ВМШ. В следующем году ее планируют сделать немного проще — и открытой для всех желающих.

Городские власти к социальному предпринимательству подходят с позиции «бизнеса, которому нужно помогать, чтобы он помогал другим». Не зря эти вопросы отданы в ведение комитета по развитию предпринимательства и потребительского рынка Санкт-Петербурга. Первый заместитель председателя комитета Александр Герман рассказал, что программа поддержки социального предпринимательства запущена в Петербурге со 2 июня, заявки уже принимаются. «Основное направление, — подчеркнул он, — обеспечение занятости инвалидов, одиноких родителей, имеющих ребенка в возрасте до семи лет; родителей многодетных семей и выпускников детских домов; лиц, освобожденных из мест лишения свободы в течение двух лет; пенсионеров в возрасте более 55 лет — и при условии, что для лиц указанных категорий среди работников субъекта малого или среднего предпринимательства составляет не менее 30%, а доля в фонде оплаты труда — не менее 25%. Мы субсидируем затраты, которые связаны с

обеспечением деятельности этой организации на сумму в общей сложности до 700 тыс. рублей на один субъект предпринимательства. Чтобы разобраться, как получить субсидию от города, мы организуем соответствующие семинары. Полагаем, что в следующем году будем все это продолжать, так как считаем достаточно важной задачей».

Александр Герман также напомнил, что 4 июня был принят закон Санкт-Петербурга о налоговых «каникулах» для индивидуальных предпринимателей, которые работают по упрощенной системе налогообложения и в том числе заняты в социальной сфере: с 1 января 2016 года до 1 января 2021 года они освобождены от уплаты налогов. Рассматривается вопрос об аналогичных «каникулах» для обладателей патентов в научной и социальной сферах. Еще одна разработка — социальная карта петербуржца, которая объединит все аналогичные дисконтные карты отдельных торговых сетей. «Надо отдать должное торговым сетям, — заявил Герман, — они у нас действительно социально ориентированы: на все просьбы нашего комитета моментально откликаются. Если мы говорим, например, что надо выпустить какое-то количество дисконтных карт для социально незащищенных слоев населения, то реагируют быстро, бывали случаи, когда буквально в течение той же недели спрашивали: „У нас шесть тысяч карт готово, кому их отдать?“»

**«ДЕСЯТЬ РУБЛЕЙ — И ВЫ ДОБРЫЙ ЧЕЛОВЕК!»** Бизнес-проект фонда AdVita «Помогать легко» можно назвать образцом для подражания для многих НКО, мечтающих о больших финансах: в 2009 году появилось свое пространство на Большой Пушкарской, в 2010-м удалось договориться о распространении продукции с крупными организациями («Буквоед», «Почта России», «Дом книги»), в 2011 году родился медиабренд «Летающие звери», который приносит по три миллиона ежегодно, в 2013-м открылся интернет-магазин, в 2014-м — продукция проекта появилась на заправках ЛУКОЙЛа, в 2015 году британская компания Social Enterprise Market выдала «Помогать легко» сертификат, подтверждающий соответствие критериям Марки социального предпри-



ЗАНЯТИЯ В ДОМЕ-ИНТЕРНАТЕ ДЛЯ ДЕТЕЙ С ОСОБЕННОСТЯМИ РАЗВИТИЯ № 28 ВО ВРЕМЯ ОБЩЕГОРОДСКОГО МЕРОПРИЯТИЯ «ДЕНЬ АИСТА»

нимательства и принципам работы социального предприятия.

«Благотворительность должна существовать в поле радости, — уверена Елена Грачева, административный директор БФ AdVita и автор идеи «Помогать легко». — На Западе благотворительность технологичная — ежемесячные отчисления со счета, планы, графики. В России же в 2008 году, когда появился проект „Помогать легко“, применялась практика эмоционального террора: несчастный ребенок, глаза, полные слез, требующие „Заплати!“ Мы такое ненавидим! И дети у нас другие, они не жертвы, они классные, они такие замечательные рисунки создают! С этих рисунков все и началось...»

Себестоимость открытки с детским рисунком — один рубль. Но если вручать такой маленький сувенир каждому жертвователю, то денег можно собрать намного больше. Сувенирная продукция становится наградой и для корпоративных жертвователей, например, в рамках акции «Благотворительность вместо сувениров», когда компании перечисляют на детские нужды бюджет, предназначенный на корпоративные подарки.

«Мы продаем возможность оказать помощь и от этого испытать положительные эмоции, — резюмирует госпожа Грачева, — это нужно людям, они готовы за это платить. В 2008 году, когда только все начиналось, мы на Рождественской ярмарке призывали сделать пожертвование, дарили открытки со словами „Десять рублей — и вы добрый человек!“ Через какое-то время вся ярмарка уже говорила так, а сколько людей захотели стать добрыми! В прошлом году мы поставили эксперимент совместно с „Метрикой“: в рамках предновогодней кампании часть товаров продавалась по прежней цене, а рядом эти же товары лежали с наценкой. 10–15 рублей с каждого предлагалось отправлять на благотворительность. Так вот, товаров с наценкой было куплено на 30% больше!»

«Помогать легко» все время придумывает новые формы привлечения к благотворительности нелояльной аудитории

— держат дизайнерскую марку, запустили проект «Благотворительный университет» (слушать лекции можно за пожертвование — 33 лекции, при нулевом бюджете, уже принесли более 400 тыс. рублей), готовы помогать с организацией проектов корпоративного волонтерства.

## ОБЪЕДИНИТЬСЯ, ЧТОБЫ ДЕЛИТЬСЯ

Другие проекты также ищут свои пути. Фирма «Либерти» организует турпоездки для инвалидов. Заграничные туристы приносят коммерческий доход, благодаря которому удается обеспечивать программы для отечественных без наценки. Благотворительный фонд «Рауль» создал проект «Работа-1», направленный на трудоустройство инвалидов и выпускников детских домов: предлагают, например, услуги строительной бригады, группы по металлообработке. Ассоциация общественных объединений родителей детей-инвалидов ГАООРДИ учредила Центр социально-трудовой адаптации инвалидов «Мастер ОК», чтобы у воспитанников появились рабочие места.

Все они поддержали принятое на встрече решение о создании Ассоциации социальных предпринимателей, в попечительский совет которой тут же пригласили Александра Германа и Юрия Благоева. Организационные вопросы взяла на себя Елена Грачева. В ближайшее время предстоит разработать устав, причем особое внимание уделить критериям отбора новых членов. По мнению Георгия Чижова (интеграционный театр «Куклы», частное образовательное учреждение «Играя развиваем»), у кандидата должен быть оборот не менее миллиона рублей — это разделит просто НКО от социального бизнеса. Елена Грачева полагает, что не менее важно, есть ли у потенциального члена будущей ассоциации достойная репутация в городе. Ведь репутация — это главный капитал социальных предпринимателей. Есть и еще одно отличие от обычных бизнесменов: своими находками они готовы делиться и на рынке не конкурируют между собой. Заняты-то одним большим социальным делом. ■