

Пять мифов о социальном предпринимательстве

Есть одна буддийская притча о падающем дереве. Если в лесу падает дерево, а вокруг никого нет, то оно падает бесшумно. Сейчас таким деревом является социальное предпринимательство: оно есть, оно растет, расширяется и развивается, но о нем мало кто знает. А незнание рождает легенды и мифы, которые нам предстоит развеять.

Миф 1: социальное предпринимательство не приносит реальной пользы.

Несмотря на то, что социальное предпринимательство существует достаточно долгое время, заговорили о нем лишь в последние несколько лет. Еще в 1884 году две американки, Джейн Аддамс и Гейтс Стар создали так называемый «Hull House» – дом, оказывающий поддержку эмигрантам и их детям. Первоначально организация включала в себя несколько школ для детей эмигрантов, предоставляла рабочие места. Вскоре «Hull House» превратился в целую сеть социальной поддержки.¹

В 1895 году в Бостоне по инициативе Эдгара Дж. Хелмса открылся магазин по сбору, реконструкции и перепродаже предметов домашнего обихода. Первоначально он позиционировался как организация для обедневших эмигрантов, но на самом деле каждый нуждающийся мог получить там работу. Прибыль уходила не только на содержание рабочих, но и на создание фондов для помощи иммиграции. На данный момент только в США насчитывается около 140 миллионов фирм и компаний, основанных на принципах социального предпринимательства.

Американский экономист Брамс Лоуренс приехал в Тибет в 2002 году. Тогда еще никто не знал, что не пройдет и десяти лет, как он станет одним из крупнейших социальных предпринимателей в этой стране. На мировоззрение Лоуренса повлияли люди, которых он повстречал за время своего путешествия: танцовщица, организовавшая театр, чтобы ее племя могло зарабатывать себе на жизнь, монах, покупающий у кочевников молоко и продающий сделанный из этого молока сыр, а на полученную прибыль открывший школу для детей этих же кочевников. Сейчас Лоуренс – организатор многих проектов, в число которых входит разведение коров для кочевых племен, восстановление ювелирной промышленности в Тибете. Деньги с реализации этих проектов идут на восстановление архитектурных достояний города, постройку новых школ, организацию новых цехов для безработных. В ходе проекта, который был открыт в 2005 году, были построены также клинические больницы, лазареты. Мало кто из участников проекта имеет больше 5 классов образования, больше половины – женщины, которым найти работу в стране практически невозможно.

Кроме этого, Лоуренс организовал Гималайский консенсус, куда входят различные этнические группы. В качестве основных принципов выступает сохранение этнического своеобразия с помощью социального предпринимательства, защита окружающей среды, помощь другим активистам, развивающимся в сфере социального предпринимательства. В своем интервью Лоуренс говорит, что на самом деле людьми движет не только жажда

¹ <http://www.social-idea.ru/monthlyNews/Opyht-SSHA-po-razvitiyu-i-podderzhki-social-nogo-predprinimatel-stva-Obzor-4>

наживы, а многие другие, хорошие чувства: «...это и сострадание, и желание защитить окружающую среду, и забота о своих сообществах, и, конечно же, стремление защитить нашу планету».²

Густавсон Йохан – шведский эксперт, имеющий продолжительный опыт руководящей работы в сфере международного менеджмента крупных корпораций и государственных структур.³ Уже несколько лет он занимается производством товаров, которые повышают мобильность людей с ограниченными возможностями.⁴ «Мы производим из алюминиевых сплавов портативные пандусы для тех, кто ездит в коляске, с тем, чтобы они могли в своей коляске как-то преодолеть препятствия, которые ставит для них город. Мы исторически считали всех людей с ограниченными возможностями неким единым сообществом с едиными интересами, едиными характеристиками. Но сейчас мы начинаем понимать, что это не так, и что они, как и любые другие потребители любой другой продукции, все друг от друга отличаются. И поэтому сейчас мы начинаем учиться коммуницировать с каждой группой из этого сообщества по-разному, индивидуально», – поясняет он.

Миф 2: социальное предпринимательство помогает только детям пенсионерам и инвалидам

Александр Бэлфорд создал свою компанию по производству шоколада в Гане в 2009 году. Основной задачей было помочь простым фермерам в Гане, получавшим за выращивание бобов от производителей всего 500 долларов в год.⁵ Проблем на тот момент было много. Во-первых, отсутствие финансирования: государство отказалось выделять какие-либо субсидии, мотивируя это тем, что по законодательству они не имеют права предоставлять денежные средства бизнес-проектам, пусть и основанным на принципах социального предпринимательства. «Размер нашего капитала в то время составлял всего 122 фунта, можно сказать, мы начали свое предприятие практически из ничего», – говорит Бэлфорд. Второй крупной проблемой было наличие серьезных конкурентов на рынке: это и компания «Нестле», которая на тот момент производила около 80% всего английского шоколада, и известные марки типа «Марс» и «Кэдберри».⁶

«Если разобрать шоколадку, то основной ингредиент, из которого она состоит – какао-бобы. Так почему люди, которые создают для нас такой вкусный продукт, вынуждены перебиваться и жить на жалкие гроши, не составляющие даже 10% от общей прибыли компании?» – недоумевал он, решаясь на такой серьезный шаг.

Сделать шоколад дешевым удалось не сразу. Сначала даже пришлось искусственно завязать цены на мешок какао в этом регионе. Но к тому времени компания «Divin» контролировала уже около 6% выработки какао в Гане, а Гана производила до 30% какао-бобов. Как считает Бэлфорд, самым большим достижением было то, что спустя полгода практически все компании перешли на покупку какао по таким ценам. К тому же, в

² <http://www.cloudwatcher.ru/digest/9.html#p18>

³ <http://theoryandpractice.ru/presenters/20393-yokhan-gustavson>

⁴ <http://www.cloudwatcher.ru/digest/9.html#p22>

⁵ <http://www.cloudwatcher.ru/digest/9.html#p15>

⁶ <http://www.cloudwatcher.ru/digest/9.html#p16>

скором времени 12% акций выкупила компания по производству косметики для лица и тела «Body Shop», использующая в своей продукции большое количество натурального какао.⁷ «Мы изменили обычный подход: мы добились от потребителей того, что они начали менять сам вопрос, который задавали, когда покупали шоколадку. Вместо того, чтобы спрашивать «что я получу за свои деньги?» они теперь говорят: «Кто получит мои деньги за этот товар?». Эта идея составляет основу того, что мы в Англии называем «fair trade» – справедливая торговля. За последние 15 лет мы добились того, что такой вопрос покупатели задают не только, когда покупают шоколад, но и другие продукты», – продолжает Бэлфорд.⁸

Фактически шоколад «Divin» не так сильно отличается по стоимости от шоколада других компаний, однако большая часть выручки уходит на улучшение жизни бедных ганских фермеров, остальное – на поддержание функционирования компании.

Достаточно забавный пример социального предпринимательства можно встретить в Таиланде. Построен он на примере Национального Зоопарка в Вашингтоне, сотрудники которого придумали курьезную вещь: продавать слоновий навоз в качестве удобрения, тем самым привлекая посетителей. Однако если в Вашингтоне навоз не служит основным источником дохода, то тайцы поступили иначе: там на нем, можно сказать, держится весь зоопарк. Сотрудники продвигают продукт как экологически чистое удобрение, а выручка от него идет на финансирование деятельности зоопарка и развитие организаций защиты животных.⁹

Миф 3: социальное предпринимательство невозможно в России

Как ни странно, социальное предпринимательство в России появилось достаточно давно. Первое упоминание о нем относится еще к 19 веку, когда Иоанн Кронштадтский организовал «дом трудолюбия», в котором каждый мог получить еду и кров, выполняя взамен какие-то работы.¹⁰ Существовало оно и в Советском Союзе: производством авосек там занимались инвалиды по зрению, суммы от продаж шли на дополнительное содержание инвалидов домов.¹¹ На данный момент в России развивается множество успешных проектов, помогающих детям-сиротам, инвалидам, активно развивающихся в банковской, культурной и образовательной сфере, а также выступающих за защиту животных и окружающей среды. Например, туристическая компания «Либерти», основанная в 2004 году, помогает туристам-колясочникам совершать путешествия как по России, так и за рубежом. Одна из идей, реализуемая турфирмой, – сделать Санкт-Петербург доступным для колясочников городом: «Можно, конечно, ждать, пока Петербург изменится сам и будет соответствовать европейским стандартам. Но, к сожалению, в силу особенностей менталитета, у нас еще долго будет действовать принцип «пока жареный петух не клюнет...», а между тем – время идет, и Северная Венеция

⁷ <http://www.cloudwatcher.ru/digest/9.html#p17>

⁸ <http://www.cloudwatcher.ru/digest/9.html#p16>

⁹ <http://www.hse.ru/data/266/351/1237/%D0%9C%D0%BE%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F.pdf>

¹⁰ <http://www.nb-forum.ru/social/history/>

¹¹ <http://www.social-idea.ru/monthlyNews/Biznes-modeli-social-nogo-predprinimatel-stva>

остаётся городом, о красотах которого инвалид-колясочник может лишь в книжках прочитать», – гласит информация на сайте агентства.¹²

Достаточно успешным является проект JewelGirls, рассчитанный на поддержку подростков от 5 до 24 лет, которым требуется психологическая помощь. Это дети-сироты, подвергшиеся насилию, несовершеннолетние беременные девушки и «маленькие мамы». Компания является производителем бижутерии, на вырученные деньги оказывает психологическую помощь, обеспечивает питание и проживание. 50% программы тратится на непосредственное обеспечение участников, попавших в программу, остальные 50% – на закупку материалов для бижутерии. В дальнейшем все украшения реализуются через Интернет-магазин. Елена Тимофеева, директор компании JewelGirls, говорит, что «... каждая третья девочка-выпускница детского дома в течение года после выпуска вовлекается в занятие проституцией. В связи с этим и возникла идея осуществления программы JewelGirls, которая направлена на подростков из детских домов, детей улиц, несовершеннолетних мам, пострадавших от различных видов насилия и эксплуатации».¹³

Социальное предпринимательство в России необходимо. В условиях обширных территорий, многонационального состава, государство не успевает решать растущие как грибы после дождя проблемы. Другой вопрос, что регулируется это у нас в стране не очень хорошо: во-первых, нет нормативного регулирования, поскольку единственный государственный документ, дающий определение социальному предпринимательству, это приказ №223 Минэкономразвития России. При этом социальное предпринимательство понимается в нём только как «предпринимательская деятельность, направленная на решение той или иной социальной проблемы».¹⁴ Она может идти как путём предоставления услуг категории лиц с ограниченными возможностями, так и путём обеспечения их занятости на предприятии. К тому же, в России социальное предпринимательство не поощряется так, как в Европе и США – там многие социальные предприниматели имеют значительные скидки и льготы, а также частично освобождены от налога.

Миф 4: социальное предпринимательство не выживет в условиях конкурентной бизнес-среды

Социальное предпринимательство основано на том, чтобы предоставлять людям необходимые блага за более низкую стоимость, поддерживать и развивать экономику, культуру, сельское хозяйство и образование в стране. В социальном предпринимательстве особенно нуждаются страны третьего мира, где местное законодательство не успевает регулировать здравоохранение, корректировать рыночную стоимость на товары. Зачастую социальное предпринимательство развивается в тех областях, где конкуренции нет вообще, помогая инвалидам, сиротам, бездомным животным.

Отличным примером служит организация «Секем», созданная в 1977 году доктором Ибрагимом Аболейшем.¹⁵ Он провёл 20 лет в Австрии со своей семьёй. Вернувшись на родину, он застал Египет в бедственном экономическом положении с растущими

¹² http://www.libertytour.ru/about/about_rus.htm

¹³ <http://jewelgirls.ru/publ/elena/1-1-0-1>

¹⁴ <http://businessofrussia.com/%D0%BC%D0%B0%D0%B9/item/222-socialnoe-predprinimatelstvo.html>

социальными проблемами. Начинала компания с биодинамического культивирования растений и специй, включая целебные и ароматические травы. «Секем» стал очень известным благодаря своему производству натуральных продуктов, выращенных без использования химических удобрений, а также одним из ведущих предприятий в области фитофармацевтики. Кроме того, благодаря инновационному использованию метода биодинамического культивирования пестицидов, количество урожая в Египте увеличилось, и это позволило отчасти решить сложную экономическую ситуацию в стране. Компания объединяла фермерства, сейчас в состав включено более 6 организаций, в которых работают более 2000 сотрудников. «Секем» также учредил Египетское общество культурного развития (Egipitian Society for Cultural Development, SCD). Через эту некоммерческую организацию «Секем» поддерживает детский сад, Институт дополнительного образования (Institute for Adult Training), Медицинский центр и многие другие социальные и культурные мероприятия.¹⁶

Одной из крупнейших организаций, успешно прожившей уже более полувека, служит организация МКК («Мондрагон Корпорасьон Кооператива»). Еще в 1941 году Хосе Аризмендиаретта открыл несколько бесплатных школ. Выпускники этих школ вскоре организовали кооператив ULGOR, специализировавшийся на производстве электрических и механических приспособлений для дома. В 60-х годах это была одна из крупнейших промышленных компаний Испании. Миссия МКК может быть определена как «объединение базовых целей бизнеса с использованием демократических методов организационного развития, создания рабочих мест, личного и профессионального развития работников, а также приверженностью к развитию сообщества, в котором бизнес функционирует». Многие предприниматели Испании создавали похожие кооперативы, в итоге и образовался МКК, в 1959 году имеющий свой банк для выдачи займов социальным предпринимателям, включенным в сеть.¹⁷

Как видно из примеров, в мире существует немало важных проблем, которые нужно решить. Это и безработица, и люди с ограниченными способностями, и дети. Это важные для страны экономические и культурные проблемы. Помочь в решении этих проблем может социальное предпринимательство. О конкуренции в этой среде говорить, по крайней мере, глупо: во-первых, такие организации всегда помогают друг другу, находят источники поддержки у фондов или государства, а во-вторых, если быть честными, общественных проблем хватит на всех.

Миф 5: на социальном предпринимательстве невозможно заработать

В своем вдохновляющем интервью Лоуренс говорил, что «новому в экономике» научила его женщина в Тибете, которая продавала кусочки хлеба «балип». «Однажды я вышел на улицу и решил купить себе хлеба, чтобы позавтракать. Кусочек стоил 50 центов. За мной шли три ребёнка, которые хватили меня за полы и кричали: «Дай денег!» Попрошайки.

¹⁵<http://www.hse.ru/data/266/351/1237/%D0%9C%D0%BE%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F.pdf>

¹⁶<http://www.hse.ru/data/266/351/1237/%D0%9C%D0%BE%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F.pdf>

¹⁷<http://www.hse.ru/data/266/351/1237/%D0%9C%D0%BE%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F.pdf>

Американцев учат, что нельзя давать деньги попрошайкам, поскольку «кто не работает, тот не ест». Но тут я за 50 центов покупаю хлеб, а потом эта женщина раздает каждому из трех попрошаек по 10 центов, то есть ей остается 20 центов. Я, как экономист, рассчитал экономическую сторону данного вопроса и вычислил, что себестоимость этого хлеба составляет где-то 10 центов. То есть получается 10 центов себестоимость плюс 10 центов – прибыль, которую она получила: продав один кусок хлеба, эта женщина и получила прибыль, и позаботилась о трех детях-попрошайках. Вот оно социальное предпринимательство!»¹⁸

Социальное предпринимательство может зарабатывать, и зарабатывать неплохо. Оборот той же компании «Divin» на данный момент составляет около 22 миллиона долларов чистой прибыли в год, компания «Секем» по данным на 2003 год зарабатывала 73 миллиона египетских фунтов, а МКК, являясь седьмой по величине бизнес-группой Испании, по данным на 2003 год заработала порядка 60 млн. евро. Другой вопрос, что большая часть этих денег попадет не в карман предпринимателей, а будет потрачена на решение важных социальных проблем. В этом и заключается суть социального предпринимательства, принципы которого были сформулированы Мухаммадом Юнусом, создателем банка «Грэмин»: «Цель бизнеса — не сверхприбыль. Его цель в том, чтобы преодолеть одну из проблем, угрожающих обществу. Например, повысить уровень жизни, образования, здравоохранения, обеспечить доступ к технологиям, защитить окружающую среду».¹⁹

Густавсон Йохан считает, что **социальная ответственность компании должна окупаться: «Если она окупаться не будет, то компании не будут заинтересованы. Но окупаться она может в самых разных формах, и совершенно не обязательно, что это будут денежные знаки».**²⁰

¹⁸ <http://www.cloudwatcher.ru/digest/9.html#p18>

¹⁹ <http://mariabystrova.ru/blog/sotsialnyi-biznes-ideya-printsipy-primery>

²⁰ <http://www.cloudwatcher.ru/digest/9.html#p22>