

ГИД ПО



СОЦИАЛЬНОМУ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВУ



ГИД ПО СОЦИАЛЬНОМУ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВУ



Материал, созданный специально для тех, кто хочет открыть для себя мир Импакт Бизнеса, Социальной экономики и Социального Предпринимательства.

Гид разработан Общественной Ассоциацией EcoVisio в партнёрстве с Агенством Инноваций и Развития, Ассоциацией Социального Предпринимательства при финансовой поддержке Швеции и Великобритании в рамках проекта «Развитие экспортного потенциала на берегах Днестра» (AdTrade), реализуемого Программой развития ООН (ПРООН). Содержание этой публикации является исключительной ответственностью автора и не обязательно отражает точку зрения Швеции, Великобритании или ПРООН.

Copyright © 2022 ПРООН Молдова

Редактор и создательница материала: Идрисова Айна,
Кишинев, Молдова, 2022

ВВЕДЕНИЕ

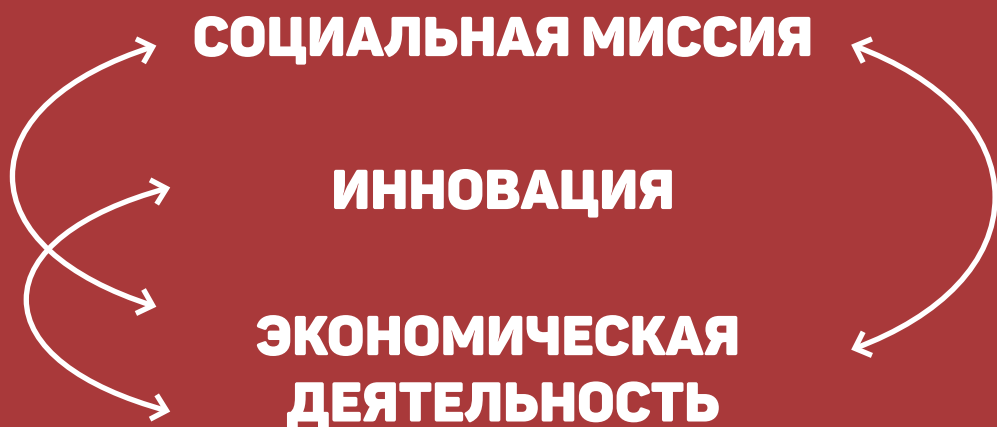
Запусти инновацию и
привнеси положительные
изменения в сообщество и
окружающую среду!

Создавай влияние через
импакт-предпринимательство!

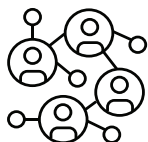
ПЛАН ГИДА

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ	8
СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: De jure и De facto	21
КЛАССИФИКАЦИЯ РАЗНЫХ ФОРМ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	27
ОТЛИЧИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ОТ ДРУГИХ УЧРЕЖДЕНИЙ	32
СОЦИАЛЬНЫЕ ИННОВАЦИИ	40
ЦЕЛИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ (в контексте) СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	47
ПРИНЦИПЫ (критерии) СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	50
ЭКОСИСТЕМА СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	56
ВИДЫ СОЦИАЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	64
ОБЛАСТИ РАБОТЫ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	67
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	69
ИЗМЕРЕНИЕ СОЦИАЛЬНОГО ИМПАКТА	71
ИМПАКТ (или СОЦИАЛЬНЫЕ) ИННОВАЦИИ	74
БИБЛИОГРАФИЯ	78

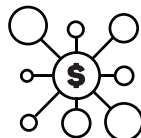
КАК РАБОТАЕТ СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО:



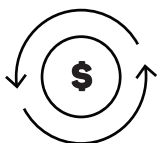
СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО - ПРИНЦИПЫ:



РЕШЕНИЕ КОНКРЕТНОЙ ПРОБЛЕМЫ В
ОБЩЕСТВЕ И/ИЛИ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЕ



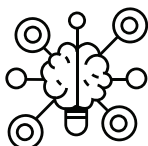
ПРИБЫЛЬНАЯ
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ



РЕИНВЕСТИРОВАНИЕ ПРИБЫЛИ
В РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ



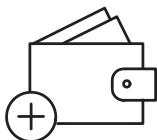
ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЙ ИМПАКТ ЧЕРЕЗ
УСТОЙЧИВОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО



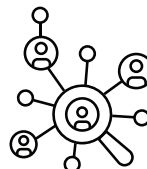
ИННОВАЦИЯ



ФОКУС НА ЦУР
(ЦЕЛИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ)



БОЛЬШАЯ ЧАСТЬ ПРИБЫЛИ - ОТ
ПРОДАЖ, НЕ ИЗ ГРАНТОВ



РАБОЧИЕ МЕСТА ДЛЯ ЛЮДЕЙ ИЗ
УЯЗВИМЫХ ГРУПП



СОТРУДНИЧЕСТВО

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Социальное предпринимательство - явление, развивающееся уже несколько десятков лет в странах Европы, в США и Австралии. Сегодня очень часто можно встретить американскую или европейскую компанию, которая занимается не только зарабатыванием денег, но и уделяет внимание социальной и ответственной составляющей своей деятельности. Несмотря на это, социальный бизнес или импакт предпринимательство считается молодой отраслью экономики в мировом и локальном масштабе. Каждая страна/регион имеет свою скорость развития, у многих есть свои особенности в определении социального предпринимательства, социального импакта и инноваций.

Ещё в начале XIX века французский экономист-классик Жан Батист Сэй характеризовал предпринимателя как того, кто:

«перемещает экономические ресурсы из области меньшей продуктивности в область большей продуктивности и дохода».

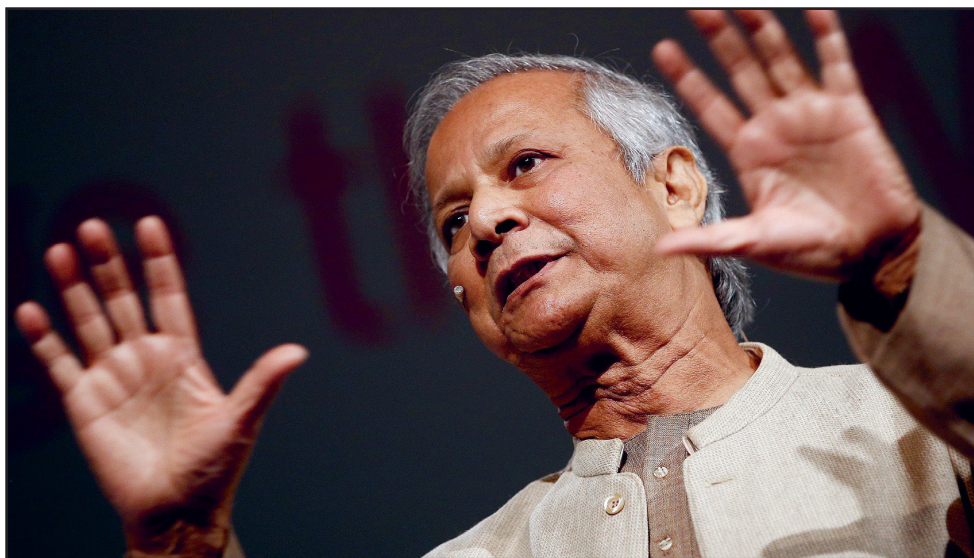
Подобно тому, как **традиционный предприниматель** (например, Генри Форд, Стивен Джобс) изменяет производительность **традиционных экономических ресурсов**, **социальный предприниматель**, как отмечал теоретик менеджмента Питер Друкер, изменяет **производительность всего общества**.

Американский бизнес-консультант и менеджер Билл Дрейтон, которого часто называют «крёстным отцом социального предпринимательства», основал, в 1980 году фонд «Ашока». Он стал первой организацией,

*“Everyone can be a Changemaker”
Каждый может быть создателем
изменений*



*глобальная ассоциация по поддержке
социального предпринимательства*



целенаправленно занимающейся выявлением и поддержкой социальных предпринимателей по всему миру.

Большой популяризаторский эффект произвело присуждение Нобелевской премии мира 2006 года профессору **Мухаммаду Юнусу из Бангладеш**. Юнус основал Grameen Bank: ставший пионером концепции микрокредитования инноваторов в нескольких развивающихся странах Азии, Африки и Латинской Америки. После присуждения Нобелевской премии Юнус стал культовой и центральной фигурой в мире социального предпринимательства.

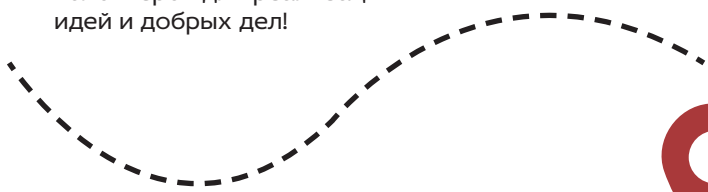
Исследование EESC показывает, что область социальной экономики в последние годы представляют около 2,8 млн организаций в Европе, а также в области существуют более 13,6 млн оплачиваемых рабочих мест (т.е. 6,3% рабочей силы).^[1]

Социальное предпринимательство — это новая форма капитализма, призванная удовлетворить самые насущные потребности человечества.

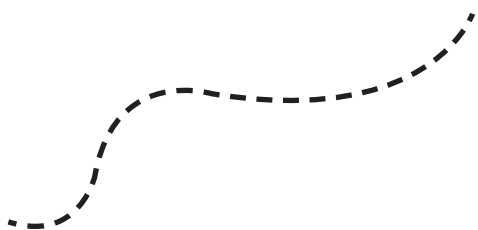
Чтобы углубиться в само понятие социального предпринимательства, предлагаем вам подумать о проблеме: проблеме сообщества, в котором вы живёте. Чтобы решить эту проблему, вы можете пойти по одному из следующих путей:



Можете организовать благотворительную кампанию и собрать волонтеров и волонтерок для реализации идей и добрых дел!



Можете привлечь финансовые ресурсы и реализовать социальные проекты будучи в составе ассоциации или общественной организации!



А можете найти бизнес-модель, с помощью которой вы будете либо напрямую решать эту проблему, либо получать прибыль, которую частично сможете инвестировать в другие виды деятельности, которые принесут общественный эффект

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

– это бизнес-модель,
характеризующаяся
предпринимательским и
инновационным подходом к
деятельности, основной целью
которой является решение
социальных проблем в интересах
общества через импакт-миссию.

Прибыль предприятий, практикующих социальное предпринимательство, реинвестируется для поддержки социальных целей, выявления новых социальных потребностей, поощрения включения людей с ограниченными возможностями в общество, создания рынков для неудовлетворенных потребностей, предоставления рабочих мест и использования альтернативных ресурсов.

СП (социальное предприятие) работает, предоставляя товары и услуги для рынка в предпринимательской и инновационной манере, и использует свою прибыль, в первую очередь, для достижения **социальных целей**. Оно управляется открыто и ответственно и, в частности, вовлекает в процесс сотрудников, потребителей, бенефициаров и заинтересованные стороны, которых затрагивает его коммерческая деятельность.

Европейская Комиссия использует термин «SOCIAL ENTERPRISE» (социальное предприятие) для обозначения следующих видов бизнеса:

- Те, для кого социальная или общественная цель общего блага является причиной коммерческой деятельности, часто в форме высокого уровня социальных инноваций;
- Те, чья прибыль в основном реинвестируется для достижения социальной миссии, которая лежит в основе создания бизнес-модели;
- Те, в которых метод организации или система собственности отражают миссию предприятия, используя демократические принципы или принципы участия или ориентируясь на социальную справедливость.

Часто в образовательных материалах можно встретить также термин **СОЦИАЛЬНЫЙ БИЗНЕС** (или **ИМПАКТ БИЗНЕС**). Многие не разделяют социальное предпринимательство от бизнеса, но в некоторых источниках отделяют понятие Социальный бизнес, как деятельность с меньшим риском и более “протоптанной дорогой” для основателей, чем в предпринимательстве. Основная цель социального бизнеса – оказывать значительное влияние на общество, окружающую среду и местное сообщество.

Социальные предприятия способствуют разумному росту, реагируя социальными инновациями на потребности, которые еще не удовлетворены.

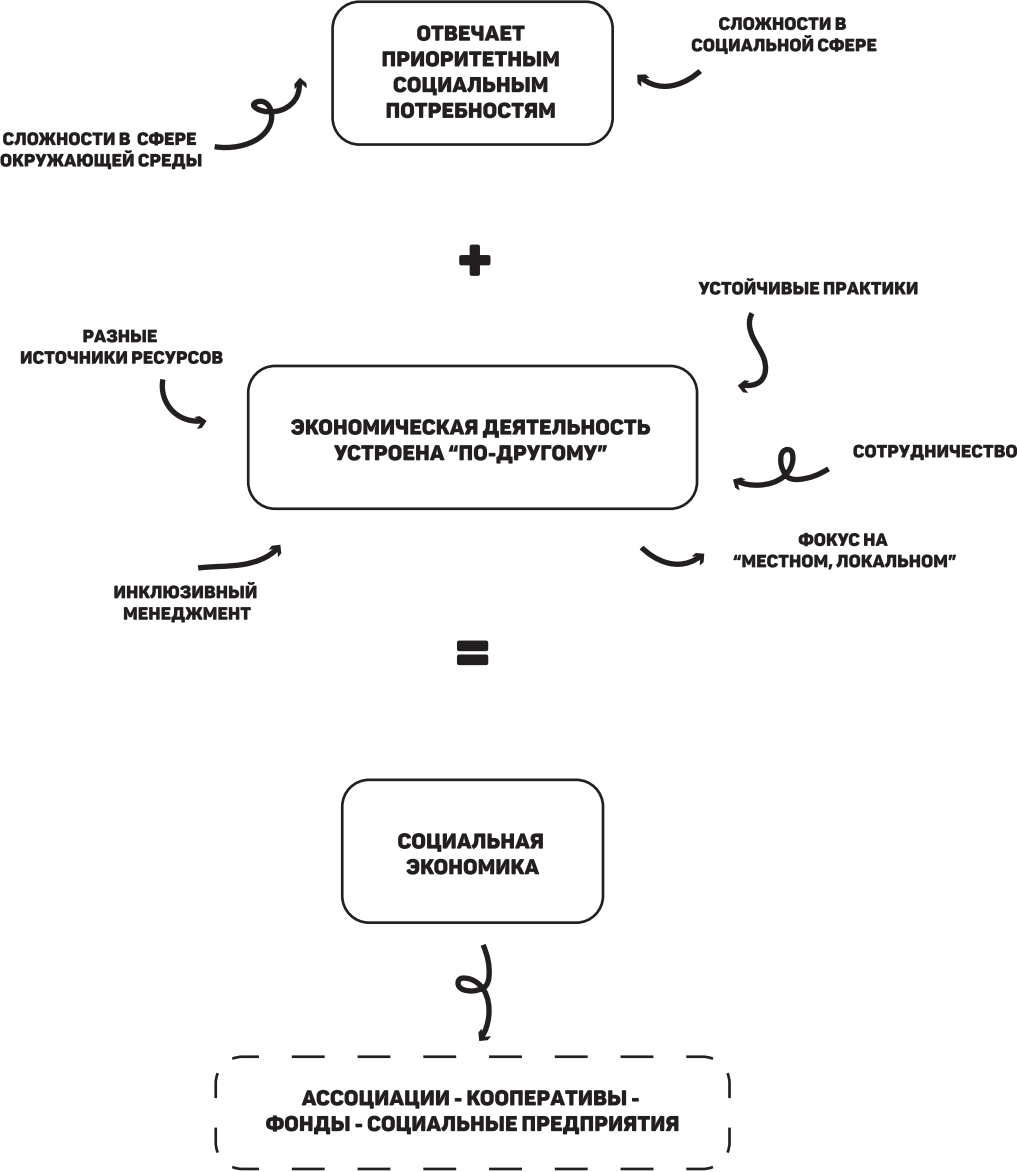
Импакт-предпринимательство приоритезирует ценность коммерческой прибыли, чем социальное предпринимательство, однако рассматривает изменения в сообществе и социальную миссию в более глобальных масштабах и в более долгосрочной перспективе.

Социальное предпринимательство является частью, одним из видов деятельности, который входит в общую категорию **СОЦИАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА**. Она представляет более широкий спектр разных видов деятельности.

Социальная экономика - совокупность публичной деятельности (оказание услуг, сельское хозяйство и пищевая промышленность, торговля и промышленное производство, образование, медицина и т. д.), организованная независимо от отрасли, целью которой является служение общим интересам, интересам коллектива и/или неимущественным личным интересам, посредством повышения уровня занятости лиц, относящихся к уязвимой группе, и/или производства и поставки товаров, оказания услуг и/или выполнения работ. Социальная экономика охватывает кооперативные предприятия, компании на взаимных началах и страховые компании, фонды и общественные ассоциации, и все другие виды некоммерческих организаций, вписывающиеся в концепт "третьего сектора" современных экономик.



СХЕМА ОРГАНИЗАЦИЙ В ОБЛАСТИ СОЦИАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ [2]



РАЗНООБРАЗИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ [3]

УЧРЕЖДЕНИЯ	Ассоциации, Кооперативы, Фонды, Организации взаимопомощи, Социальные предприятия	
РАЗМЕР	Малые и Средние предприятия, Крупные учреждения и сообщества учреждений социальной экономики	
ОХВАТ	Местное локальное покрытие, Национальное покрытие, Международный охват	
СЕКТОРЫ	Здравоохранение и социальные услуги	Бедность, трудовая интеграция, социальная интеграция
	Торговля и розничная торговля	Организации справедливой торговли (Fair Trade), местные магазины
	Культура и медиа	Кинотеатры, театры, фестивали, кооперативы медленной печати
	Конструкции	Устойчивый строительный материал, пассивное строительство
	Образование	Школы, ПТУ, неграмотность
	Энергетика	общественные инициативы по возобновляемым источникам энергии
	Производство	Изоляционное оборудование, упаковка, полиграфия
	Производство Услуги ИКТ	поставщики ИКТ и инициативы по поддержке ИКТ
	Переработка	центры повторного использования и переработки, переработка текстиля, магазины секонд-хенд
	Мобильность	экологичная и совместная мобильность, инициативы по продвижению и ремонту велосипедов
	Банки и социальное финансирование	Кооперативные или взаимные сберегательные фонды
	Недвижимость	Жилищные кооперативы, общинные земельные фонды, временно занятые объекты
	Туризм	Молодежные хостелы, экотуризм
Пищевая промышленность	агроэкология, пищевые цепочки с дефицитом, кооперативные супермаркеты или виноградники	

Социальное предпринимательство работает по бизнес-модели, часто характеризующееся более медленным ростом прибыли, но более видимым и устойчивым социальным и/или экологическим воздействием на экономику. Комплексный характер социальных предприятий, наряду с растущим числом и влиянием во всем мире, содействует тому, что понимание и измерение социального воздействия, оказываемого ими, становится всё более приоритетным для многих заинтересованных сторон (государственных органов, инвесторов, пользователей услуг и самих социальных предпринимателей).

Субъектом и проводником социального предпринимательства выступает **социальный предприниматель** или **социальная предпринимательница**. Это человек-визионер, который чаще всего готов взять на себя риск и усилия для создания позитивных изменений в обществе посредством своих инициатив. Ведущий социальный предприниматель является также и массовым рекрутером людей, которые хотят перемен в своем обществе. Поэтому он образец для подражания, который говорит людям, что в их силах поменять условия и системы.

Широкое использование этических практик, таких как импакт инвестирование, сознательное потребление и программы корпоративной социальной ответственности, способствуют распространению и повышению интереса к СП (социальному предпринимательству).

Несколько важных признаков социального бизнеса: инновационность, самокупаемость и финансовая устойчивость, масштабируемость и тиражируемость.

Подобно тому, как классические предприниматели и стартаперы могут поменять лицо бизнеса своими рискованными предложениями и программами, продуктами, так же и социальные предприниматели работают в качестве проводников перемен для общества. Они ищут возможности, которые включают в себя улучшение систем, изобретение новых подходов, а также создание решений, которые могут изменить ситуацию в проблемных зонах для общества к лучшему. Сегодня, классический предприниматель может создать совершенно новую отрасль. Точно так же социальный предприниматель может предложить новые решения проблем общества, реализовать их в больших масштабах и изменить подход и отношение к комплексным вопросам.

Обычно граждане ожидают, что именно государственный сектор и государственные учреждения будут обеспечивать реализацию социальных потребностей, инклюзию и подобное. Однако мы видим, что это так не работает и госсектор не успевает обрабатывать все социальные запросы, поэтому именно СП склонны выявлять области, которые не работают эффективно в существующей системе и предлагать им свои решения.

Европейская Комиссия

идентифицирует социальное предприятие в следующем описании⁴:

1

СП - это оператор социальной экономики, основной целью которого является оказание социального воздействия, а не получение прибыли для своих владельцев или акционеров ('критерий социальной миссии');

2

Оно работает, предоставляя товары и услуги для рынка в предпринимательской и инновационной манере ('критерий ориентации на рынок');

3

Оно использует свою прибыль в первую очередь для достижения социальных целей ('критерий социальной миссии');

4

Оно управляется открыто, прозрачно, справедливо и ответственно ('критерий управления');

5

В его развитии участвуют сотрудники, потребители и заинтересованные стороны, которых затрагивает его коммерческая деятельность ('критерий управления');

Приведенное выше определение включает в себя три ключевых аспекта социального предприятия, часто встречающиеся в научной и политической литературе:

● ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ АСПЕКТ

вовлеченность в непрерывную экономическую деятельность, которая отличает социальные предприятия от классических некоммерческих организаций/субъектов социальной экономики (преследующие социальные цели и создающие некоторую форму самофинансирования, но не обязательно занимающиеся регулярной торговой деятельностью);

*Основной критерий 1: Участие в экономической деятельности

● СОЦИАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

восновная и явная социальная цель и миссия, которая отличает социальные предприятия от классических (коммерческих) предприятий. Направленность на решение проблемы в обществе и окружающей среде и создание положительных изменений и импакта;

*Основной критерий 2: Явная и основная социальная цель

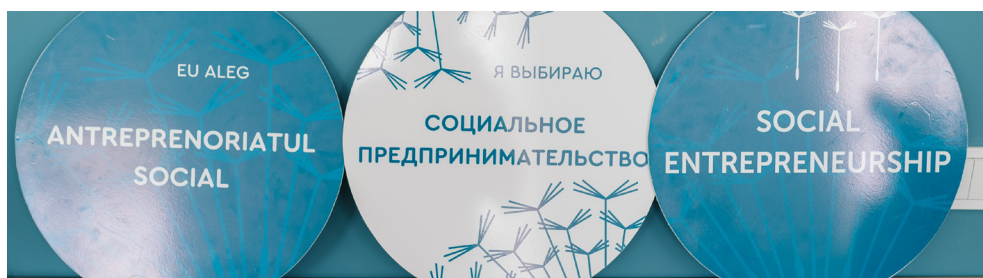
● УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ АСПЕКТ

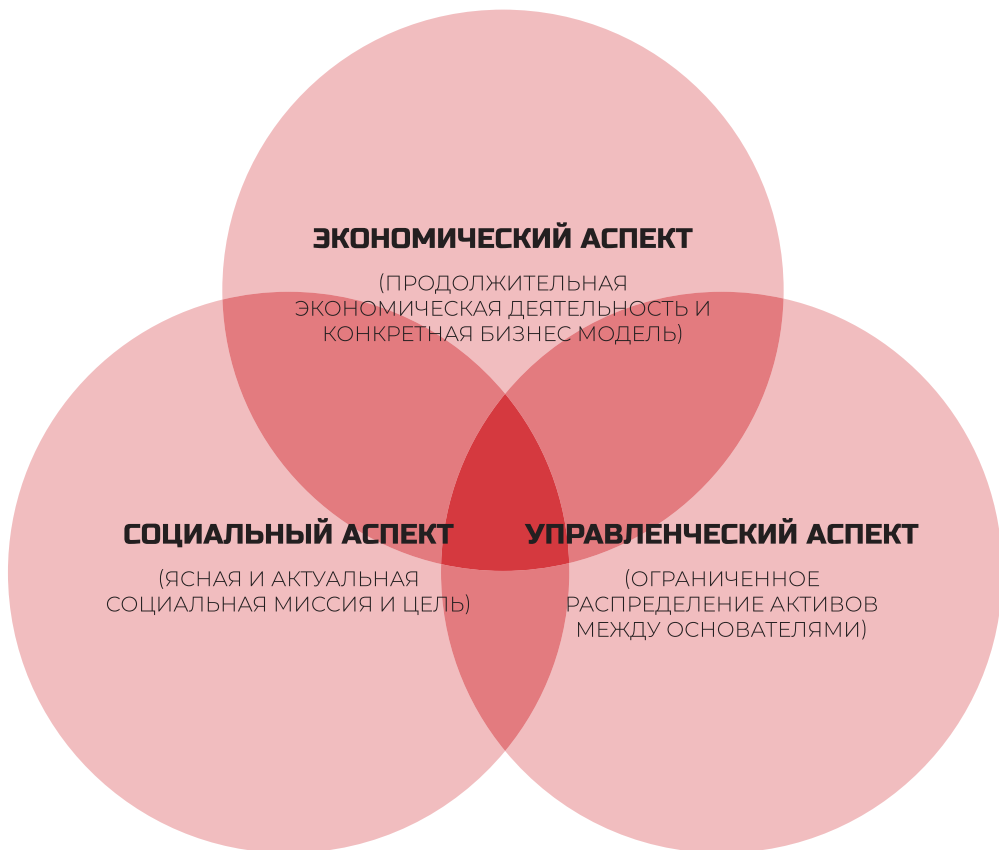
наличие механизмов «фиксации» социальных целей организации. Определяющими чертами структуры управления социального предприятия являются организационная автономия; демократическое и/или партисипативное принятие решений; и ограничения на распределение прибыли и/или активов. Таким образом, аспект управления еще более резко отличает социальные предприятия от классических предприятий и классических некоммерческих организаций/субъектов социальной экономики.

*Основной критерий 3: Ограничения на распределение прибыли и/или активов

*Основной критерий 4: Организационная автономия

*Основной критерий 5: Инклюзивное управление





МЫ ПРЕДЛАГАЕМ ДОБАВЛЕНИЕ ЕЩЁ ОДНОГО, ЧЕТВЁРТОГО АСПЕКТА:

● ИННОВАЦИОННЫЙ АСПЕКТ

Социальные инновации определяются как все те новые идеи о продуктах, услугах и моделях, которые решают социальные проблемы или удовлетворяют потребности более эффективно и продуктивно, чем существующие альтернативы, при этом устанавливая новые социальные отношения и синергию.

1. моя идея нова для моего окружения или сообщества, и я взял(-а) её из другой страны и другого контекста, но для данного сообщества она нова;
2. решение не новое, но реализуется способом, аспектом, техниками, ранее не использовавшимися.

Основной критерий 6: Социальная инновация



СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО:

De jure и De facto

Единой организационно-правовой формы для всего мира социальных предприятий не существует.

Многие социальные предприятия действуют в форме социальных кооперативов, некоторые зарегистрированы как частные компании с ограниченной ответственностью, некоторые являются взаимными, и многие из них являются некоммерческими организациями, такими как сберегательные общества, ассоциации, добровольные организации, благотворительные организации или фонды. Эта вариация возможна в тех сообществах и государствах, где нет регламентированной законодательной базы по Социальному предпринимательству или Социальной экономике.

В одних государствах присутствует регламентированная специальная юридическая форма для СП, в других - в законе прописаны виды деятельности и регламентированный статус социального предприятия, а в некоторых и вовсе нет никаких законодательных рамок и определений этому явлению.

В Республике Молдова на момент 2022 года есть Закон о Предпринимательстве и Предприятиях, часть которого регламентирует Социальное Предпринимательство - его получают как специальных статус, будучи кооперативами или SRL - ООО, обществом с ограниченной ответственностью.

Ввиду несовершенства процессов, в том числе включая законодательной повестки, в экосистеме социального предпринимательства существуют:

СОЦИАЛЬНЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ DE JURE

которые имеют законодательный статус и их количество достаточно маленькое (они могут быть классическими или инсерционными),

ОРГАНИЗАЦИИ, КОМПАНИИ, ИНДИВИДУУМЫ, ИНИЦИАТИВНЫЕ ГРУППЫ, которые реализуют социальное предпринимательство как один из видов деятельности, являющиеся социальными предприятиями de facto - но не имеют официальный статус. Их более 50.

НЕСКОЛЬКО ПЕРВЫХ ПРИМЕРОВ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА:

· В Румынии компания с пятью сотрудниками и пятью волонтерами с 1996 года работает над предоставлением услуг в сфере культуры на румынском языке для примерно 90 000 невидящих людей, адаптируя средства массовой информации (особенно аудиокниги и фильмы) к их потребностям.

· В 2004 г. во Франции предприятие запустило инновационную концепцию безводной мойки автомобилей с использованием биоразлагаемых продуктов, нанимая на работу неквалифицированный персонал и людей из уязвимых групп, с целью их реинтеграции на рынок труда.

· В Венгрии фонд открыл ресторан, в котором работает персонал со специальными потребностями (40 сотрудников), и предоставил им обучение и уход за детьми, чтобы обеспечить переход на стабильную работу.

· В Нидерландах компания обучает чтению, используя инновационные цифровые инструменты и методы, основанные на играх. Этот метод особенно подходит для детей с гиперактивностью или аутизмом, но его также можно использовать для безграмотных людей и иммигрантов.

· В Польше социальный кооператив, состоящий из двух ассоциаций, нанимает на длительный период людей без работы и со степенью инвалидности. Он предоставляет различные услуги: кейтеринг и услуги общественного питания, мелкие строительные и ремесленные работы, а также обучение по трудоустройству для людей из уязвимых групп.

**СОТРУДНИКИ СОЦИАЛЬНЫХ
ПРЕДПРИЯТИЙ И БИЗНЕСОВ
С БОЛЬШЕЙ ВЕРОЯТНОСТЬЮ
БУДУТ ЛОЯЛЬНО ОТНОСИТЬСЯ
К СВОЕЙ РАБОТЕ, ЧТО ТАКЖЕ
ОТРАЗИТСЯ ПОЛОЖИТЕЛЬНО
НА ИХ ОКРУЖЕНИИ И
ВОСПРИЯТИЮ ЛЮДЕЙ
ТАКОЙ МАССИВНОЙ ЧАСТИ
СВОЕЙ ЖИЗНИ, КАК РАБОТА.
ВЕДЬ РАБОТА БУДЕТ ИМЕТЬ
СМЫСЛ НЕ ТОЛЬКО ДЛЯ
САМОГО ЧЕЛОВЕКА, НО И ДЛЯ
ОБЩЕСТВА, В КОТОРОМ ОН
ЖИВЁТ, ЧТО ИМЕЕТ ПОТЕНЦИАЛ
ПОВЫСИТЬ УВЕРЕННОСТЬ,
СЧАСТЬЕ И ПРИЗНАНИЕ
СМЫСЛА САМОГО ЧЕЛОВЕКА.**

Отношение персонала не только обеспечивает надежность и последовательность в работе бизнеса, но и может сказаться на вовлечении в сам бизнес: могут ли сотрудники будут реже брать отпуск по болезни или покидать бизнес? Кроме того, управленческие и административные расходы ниже, чем во многих их аналогах, а заработная плата более умеренная. Это дает социальному бизнесу конкурентное преимущество на рынке. Кроме того, прибыль, полученная бизнесом реинвестируется, что делает социальные предприятия жизнеспособными долгосрочными инвестиционными возможностями.

Для того, чтобы понять, если вы готовы отправиться в путь становления социальным предпринимателем или предпринимательницей, важно также понимать некоторые **сложные** и приятные **аспекты**, которые мы приводим ниже



СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО ОБЫЧНО НАМНОГО СЛОЖНЕЕ, ЧЕМ УПРАВЛЕНИЕ ТРАДИЦИОННОЙ БИЗНЕС-МОДЕЛЮ ИЛИ КООРДИНАЦИЯ НЕФОРМАЛЬНОЙ ГРУППЫ АКТИВИСТОВ.

Причина в том, что социальное предпринимательство сочетает в себе стратегические и повседневные трудности ведения бизнеса с решением проблем и подходом общественного сектора и социальной активности. Ведение чисто коммерческого бизнеса само по себе является сложной задачей, и, по разным оценкам, 90% стартапов терпят неудачу. Социально-ориентированный стартап также сталкивается с высокой вероятностью провала, возможно, даже более высокой, чем его чисто коммерческие аналоги.



В ПОВСЕДНЕВНОЙ ЖИЗНИ СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ ПОХОЖЕ НА БИЗНЕС, А ЭТО ОЗНАЧАЕТ ТО, ЧТО ОНО СТОЛКНЕТСЯ С ТОЙ ЖЕ КОНКУРЕНТНОСТЬЮ, С КОТОРЫМИ СТОЛКНИВАЮТСЯ ВСЕ КОМПАНИИ НА РЫНКЕ.

В зависимости от вашей бизнес-модели и продукта/услуги, вы можете конкурировать как с крупными, так и с небольшими коммерческими организациями. Кроме того, экономические явления, такие как девальвация валюты или сокращение денежных переводов, могут повлиять на развитие рынка и отношения к вашему продукту.



ВО МНОГИХ ОБЩЕСТВАХ ПО-ПРЕЖНЕМУ СЛОЖНО ОБЪЯСНИТЬ, ЧЕМ ЗАНИМАЕТСЯ СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ.

Большая часть широкой общественности до сих пор не понимает, как можно создать бизнес с миссией общественного блага или путает социальный бизнес с благотворительностью. У вас не возникнет проблем с объяснением благотворительности или даже волонтерской работы в общественных целях. Но как можно изменить жизнь людей и получить прибыль? Поначалу многим потенциальным клиентам может быть тяжело совместить эти два аспекта.



И вот несколько из большого списка превосходств запуска СП:

- Большинство организаций и инициатив в социальной деятельности являются либо чисто добровольными, либо зависят от донорского финансирования. Это означает, что вы можете поддерживать определенный уровень активности только до тех пор, пока позволяет ваш бюджет, а ваш бюджет зависит от третьих лиц, над которыми вы обычно не имеете прямого контроля. **А в социальном предпринимательстве люди, дающие вам деньги, делают это, потому что им нужен продукт или услуга, которые вы предоставляете.** Во многих случаях они могут чувствовать, что их ценности совпадают с вашей социальной миссией, но вполне возможно, что ваш доход будет включать деньги от людей, которые не знают или не заботятся о вашем социальном влиянии. Пока у вас есть рынок и качественный продукт или услуга, ваш бюджет потенциально неограничен, что делает ваше социальное влияние возможным к масштабируемости.
- **Бизнес-модель также позволяет вам найти подход к заинтересованным сторонам и взаимодействовать с ними иначе, чем классическая общественная организация или группа общественных активистов.** Во многих случаях вы можете привлечь людей к своему делу, повысив их осведомленность о нем с помощью вашего продукта или услуги. Сначала они могут не знать о проблеме, и их знакомство с вашим социальным предприятием может быть вызвано чисто материалистической потребностью получить ваш продукт.
- **Как только они получают продукт, основываясь на своем клиентском опыте, упаковке продукта или чего-то ещё, они могут, в конечном итоге, узнать о проблеме и впервые столкнуться с ней.**
- **Предпринимательский подход также помогает вам по-другому воспринимать корпоративный мир.** Многие крупные и малые предприятия иногда воспринимают общественные организации как «искателей пожертвований» и «благотворителей», не понимая масштаба работы, которую они выполняют, и важности их деятельности. Но поскольку социальное предприятие разделяет все проблемы, характерные для частного сектора, оно позволяет коммерческому бизнесу в перспективе иметь другую точку зрения насчёт этой организации, потенциально предоставляя вам доступ к взаимодействию, в котором не участвуют обычно классические НКО.

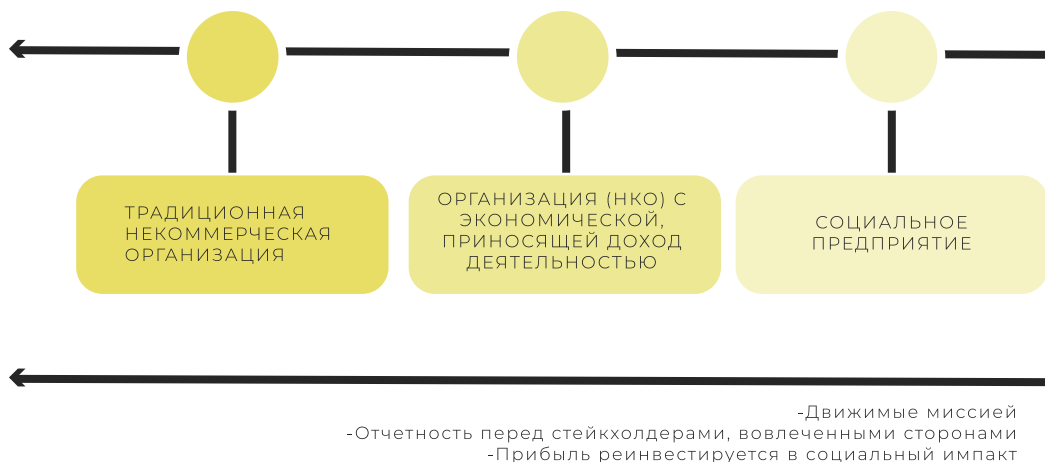
КЛАССИФИКАЦИЯ РАЗНЫХ ФОРМ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Для осознания и более глубокого понимания концепта социального предпринимательства можно рассмотреть отличия этого вида деятельности от тех, с которыми его часто путают или в кого он может трансформироваться/из чего может “эволюционировать”.

ВАЖНО!

МЫ ОПИСЫВАЕМ РАЗНЫЕ ВИДЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ЭТОМ БЛОКЕ, И ЭТО НЕ ОЗНАЧАЕТ, ЧТО МЫ СЧИТАЕМ ИХ ВСЕ, КРОМЕ СП, “НЕПРАВИЛЬНЫМИ”. НАОБОРОТ, ЗДЕСЬ ВАЖНО, ЧТОБЫ ВЫ СМОГЛИ НАЙТИ ПОДХОДЯЩИЙ ДЛЯ ВАС СВОД ХАРАКТЕРИСТИК. У КАЖДОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЕСТЬ СВОЯ ОСОБЕННОСТЬ, И В ЭТОМ ИХ ПРЕЛЕСТЬ!

Ниже мы приводим классификацию разных форм деятельности в зависимости от 2-х характеристик: движимая социальной миссией и импактом — движимая коммерческой миссией и прибылью.

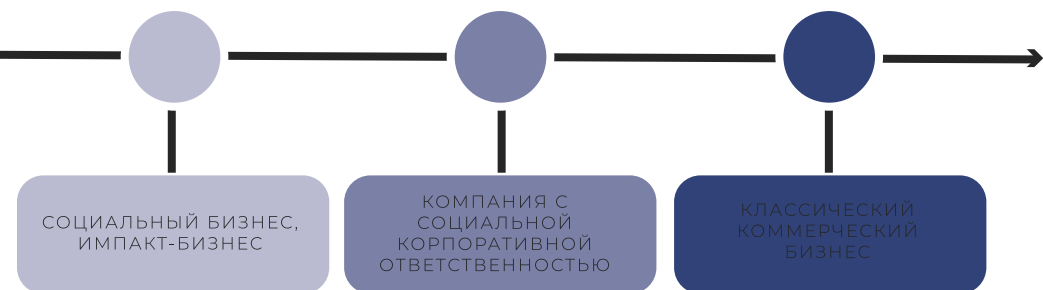


КЛАССИЧЕСКАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ:

волонтерские инициативы, активизм, общественные организации (основанные на проектном финансировании) и благотворительность. Все эти виды деятельности априори создаются согласно социальной миссии и видению о лучшем мире и обществе. Вовлечение может быть добровольческим или оплачиваемым в форме заработной платы. Такая деятельность обычно существует, благодаря внешнему финансированию (“добытому” с помощью фандрайзинга), краудфандингу или оплатам членских взносов, а также пожертвований. Навыки предпринимательства, маркетинга, продажи, брендинга и многого другого из мира “бизнеса” в этой деятельности отнюдь не приоритет.

НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, В ХОДЕ КОТОРОЙ ПРЕДОСТАВЛЯЮТСЯ УСЛУГИ:

общественные организации, ассоциации, фонды, экспертные консорциумы. В данной категории, некоммерческие организации предоставляют услуги и развивают эту деятельность как один из источников финансирования для реализации своих социальных программ и проектов. Для этого команда организации обычно обладает специализацией или экспертизой в какой-либо области, оформляет ограниченный перечень услуг и продвигает его через



- Движимые созданием прибыли
- Отчетность перед основателями, акционерами
- Прибыль разделена между основателями и акционерами

призму социальных программ или воздействия. “Прибыли” в данном случае не существует, потому что такая деятельность напрямую остаётся на счетах организации для реализации социальной миссии. За “бизнес и продвижение” процессы чаще всего отвечает отдельный специальный человек или команда.

СОЦИАЛЬНО ОТВЕТСТВЕННЫЙ БИЗНЕС (СОЦИАЛЬНЫЙ БИЗНЕС, ИМПАКТ-БИЗНЕС):

В данной деятельности уделяется больше приоритета и позиционирования в стратегии развития именно коммерческой прибыли. Но социальное воздействие и импакт также является важным аспектом развития этого бизнеса. Здесь основатели сами решают какой процент прибыли будет перенаправлен социальным и экологическим аспектам. Также, социальный импакт не является отправной точкой создания бизнес-модели, но является осознанным (чаще всего) выбором основателей или административной команды для повышения лояльности клиентов, способствования улучшения качества жизни сообщества, проявлении эмпатии, разрешения локальных проблем, улучшения условий труда, персонального и профессионального развития и отношений между людьми внутри команды. Навыки предпринимательства важны!

КОРПОРАЦИИ, ПРАКТИКУЮЩИЕ КОРПОРАТИВНУЮ СОЦИАЛЬНУЮ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ:

Большие или средние бизнес компании, которые выбирают заниматься КСО периодически или включая очень маленький процент прибыли для развития этих идей. Важно, что эти компании не готовы, чаще всего, исключать процессы, материю и продукты, которые приносят параллельно отрицательное воздействие. Также, изначальная идея инвестирования CSR в социальное воздействие рождается не от важности проблемы и не с целью улучшения условий, а присоединяется/зарождается как дополнительные “плюшки”, которые часто используются для повышения лояльности клиентов, сотрудников, обществу. Это не является обязательством, а зависит от ответственности и стремлению к устойчивому миру на персональном/корпоративном уровне. Навыки предпринимательства важны!

КЛАССИЧЕСКИЕ КОММЕРЧЕСКИЕ КОМПАНИИ:

Компании, ООО, корпорации и др - это компании, которые преследуют цель получение наибольшей прибыли для основателей и инвесторов. Навыки предпринимательства “жизненно важны”.





ECONOMIA

HUB

ACT FOR BREAKFAST

LA VINA - INVESTITII SOCIALE
NOI PENTRU REPUBLICA MOLDOVA

ОТЛИЧИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ОТ ДРУГИХ УЧРЕЖДЕНИЙ: [9]

Неправительственные (общественные) организации (НКО):

Коммерческая деятельность. Социальное предпринимательство использует коммерческую деятельность как инструмент для достижения социальных целей. Поэтому успешная коммерческая деятельность очень важна. В отличие от НКО, работа СП связана с краткосрочным финансированием. В основном они получают средства от проектов, государства, независимых спонсоров. Тем не менее, НКО, фонды помощи и благотворительности реинвестируют обратно в организацию, как это сделал бы только социальный бизнес. Социальные предприятия, как и любой другой бизнес, стремятся быть устойчивыми и самодостаточными. Они приносят стабильный доход от коммерческой деятельности.

Клиенты. Социальное предпринимательство направлено на то, чтобы клиенты покупали товары или услуги, предлагаемые социальным предприятием (это не следует путать с целевым маркетингом).

Рынок. На развитие бизнес-модели СП влияют рыночные изменения и возможности, которые они предоставляют.

Долгосрочное планирование. Социальное предпринимательство характеризуется 3-5 летним бизнес-планированием для расширения своей доли рынка. Этот подход отличается от краткосрочного проектного финансирования, характерного для многих добровольных/общественных организаций, базирующихся на проектах.

Классический бизнес:

Четкая социальная цель. Социальное предпринимательство имеет две цели, обе из которых одинаково важны. Основная цель классического бизнеса – прибыль; коммерческий аспект также важен в социальном предпринимательстве, но основное внимание уделяется социальной цели. Поэтому успех классического бизнеса измеряется прибылью, а социальное или экологическое воздействие является фактором успеха социального предпринимательства.

Сфера. С самого начала социальное предпринимательство часто означает необходимость начать довольно масштабную деятельность для выполнения социального обязательства. Это может привести к более высоким начальным затратам, чем в классическом коммерческом бизнесе.

Источники финансирования. Координация социальных и коммерческих целей открывает двери для различных источников финансирования. Социальное предприятие часто имеет сложную структуру финансирования, состоящую из выручки от продаж, коммерческих контрактов, проектного и государственного финансирования.

Мотивация. Потенциальное социальное влияние организации обычно мотивирует социальных предпринимателей. Классический бизнес может быть социально ответственным, но это не его основная миссия, а лишь дополнительная деятельность с целью способствовать позитивным изменениям в обществе.

Заинтересованные стороны. В социальном предпринимательстве участвует широкий круг заинтересованных сторон, в том числе государственный сектор, поэтому можно ожидать политического или бюрократического влияния на процесс развития предприятия.

Предотвращение риска. Административная команда (board) часто волонтерски управляет социальными предприятиями, что означает, что она может принимать менее рискованные деловые решения.

Беспристрастность. Владельцы частного бизнеса часто вкладывают капитал в качестве стартового капитала, стремясь укрепить и расширить свой бизнес и в будущем рассчитывая значительно увеличить свои инвестиции, особенно если бизнес планируется продать. Собственный капитал также необходим для запуска социального предприятия, но владельцы и другие сотрудники не могут рассчитывать на такие же финансовые выгоды в будущем, потому что социальные предприятия редко продаются.

Управление. Социальное предпринимательство характеризуется прозрачным управлением – информированием заинтересованных сторон о доходах и социальном влиянии. Инклюзивное управление обеспечивает сбалансированное представительство различных заинтересованных сторон в процессе принятия решений (оплачиваемый персонал, волонтеры, клиенты, пользователи, бенефициары, инвесторы и т. д.). Но самое главное, в отличие от классического бизнеса, прибыль реинвестируется в реализацию социальной миссии.

Инновации. Коммерческий бизнес взимает плату за инновации, в то время как социальное предпринимательство призывает к инновациям тех, чей голос мало представлен в сообществе, социально и финансово уязвим, не имеет политической, финансовой или социальной власти. Из-за социальной природы бизнеса и принципов работы инновационные решения не патентуются, а продвигаются, чтобы они могли

распространяться как можно шире и максимизировать социальные выгоды.

Социальное влияние (импакт). Любой бизнес двухмерен – он может нести как положительное, так и отрицательное социальное влияние вместе с прибылью, но социальное предпринимательство имеет приоритетно положительное влияние на общество.

Государственные Учреждения (ГУ):

Определение. Государственное учреждение – это некоммерческая общественная организация, целью которой является удовлетворение общественных потребностей. Вся коммерческая прибыль, связанная с целями учреждения, должна направляться для этой цели. Похоже ли это на социальный бизнес? Определенно так. В результате, ГУ является одной из самых благоприятных форм легального социального бизнеса в Литве. Однако не каждое ГУ является социальным предприятием.

Независимость. Большинство ГУ не соответствуют краеугольному камню социального аспекта независимости бизнеса, поскольку государственные учреждения могут быть созданы только государственными или муниципальными органами.

Цель. Цель ГУ часто является неизмеримой и неясной. ГУ должны удовлетворять общественные интересы в области образования, науки, культуры, здравоохранения, охраны окружающей среды, развития спорта, социальной или юридической помощи и других областях, от которых выигрывает общество. Однако деятельность зачастую не направлена на конкретное измеримое социальное воздействие, а также целевые бенефициары ее деятельности выбираются редко.

Корпоративная социальная ответственность (КСО):

Первичное назначение. Корпоративная социальная ответственность – это добровольная инициатива коммерческой компании, которая берет на себя дополнительные обязательства в отношении социальных, экологических аспектов и прозрачности в большей степени, чем это обычно требуется по закону. КСО делает акцент на ответственном получении прибыли, но не стремится уменьшить цели сокращения прибыли (те самые проблемные аспекты общества). Таким образом, основная цель социально ответственного бизнеса остается такой же, как и в классическом бизнесе – получение прибыли для собственников – в отличие от основной цели социального предпринимательства, т.е. позитивных и измеримых социальных изменений, при достижении которых прибыль тратится.

“

**Корпоративная социальная
ответственность ставит акцент
на ответственном получении
прибыли, но не стремится
уменьшить проблему, которая
сократит прибыль**

”

EN: “CSR PUTS EMPHASIS ON RESPONSIBLE PROFIT-TAKING BUT DOES NOT SEEK TO REDUCE THE CUT-PROFIT PURPOSES.”

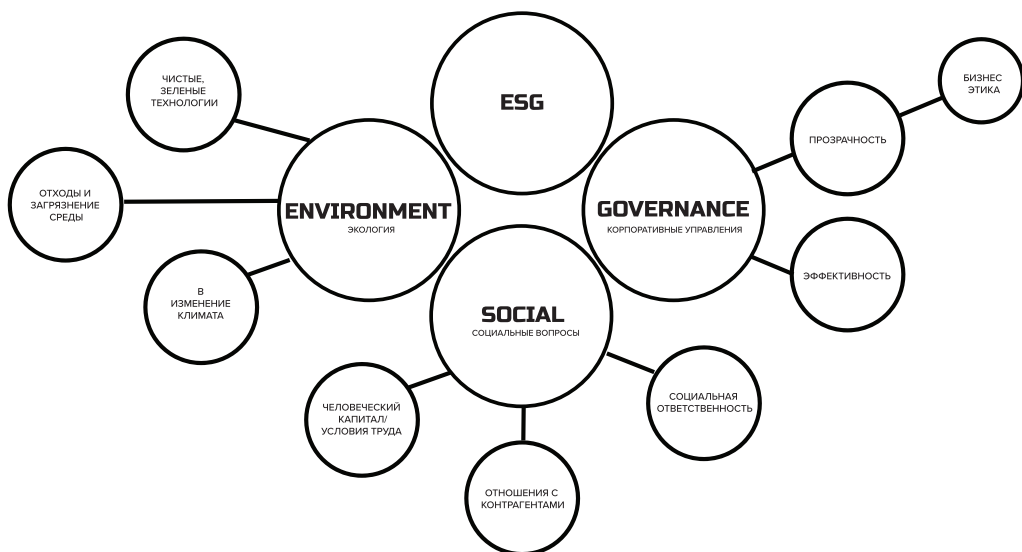
Развитие идей корпоративной филантропии в XX веке привело к появлению Environmental, Social and Corporate Governance (ESG) -- практики ответственного развития организаций. Большой вклад в их развитие внесли профсоюзы, которые в середине XX века начали активно защищать рабочих на фабриках в индустриально развитых странах (например, в США). Оттуда во второй половине XX века вышли концепции корпоративной социальной ответственности (CSR) и социально ответственного инвестирования (SRI). Со временем, из социально ответственного инвестирования развилось понятие импакт-инвестиций, которые отличаются от обычных тем, что всегда делаются с намерением оказать измеримое, благоприятное социальное или экологическое воздействие наряду с финансовой отдачей

Социальное предпринимательство связано с **социально ответственным инвестированием (SRI)** и **экологическим, социальным и управленческим (ESG) инвестированием**.

SRI – это практика инвестирования денег в компании и фонды, оказывающие положительное социальное воздействие. В последние годы популярность SRI также возросла. Социально ответственные инвесторы часто воздерживаются от вложений в компании, которые производят или продают вещества, вызывающие привыкание (например, алкоголь, азартные игры и табак). Они также могут искать компании, которые занимаются социальной справедливостью, экологической устойчивостью и альтернативными источниками энергии/чистыми технологиями.

Социально сознательные инвесторы проверяют потенциальные новые инвестиции по экологическим, социальным и управленческим критериям (ESG). В этом наборе стандартов рассматривается как компания действует в сохранении окружающей среды, как она управляет отношениями с сотрудниками, поставщиками, клиентами и сообществами, в которых она работает, и как она обращается с руководством своей компании, выплачивает вознаграждение своим руководителям и подходит к аудиту, внутреннему аудиту, контролю и праву акционеров.

Экологические, социальные и управленческие (ESG) критерии представляют собой набор стандартов поведения компании, используемых социально сознательными инвесторами для проверки потенциальных инвестиций. Экологические критерии учитывают, как компания защищает окружающую среду, включая, например, корпоративную политику в отношении изменения климата. Социальные критерии исследуют, как компания управляет отношениями с сотрудниками, поставщиками, клиентами и сообществами, с которыми она работает. Управление касается руководства компании, оплаты труда руководителей, аудита, внутреннего контроля и прав акционеров. [10]



ОКРУЖАЮЩАЯ СРЕДА

предполагает и рассматривает образ коммерческой компании, которая действует с целью сохранения окружающей среды, климата, экосистем, биоразнообразия.

СОЦИАЛЬНОЕ

исследует, как компания управляет своими отношениями с сотрудниками, поставщиками, клиентами и обществом.

МЕНЕДЖМЕНТ

имеет дело с тем, каким образом управляется сама компания.

SG критерии являются основой анализа импакт-бизнеса. **ИМПАКТ БИЗНЕС**, парадигма, при которой развитие компании измеряется не только на основе финансовых показателей, но и на основе её влияния на окружающую среду, общество и сотрудников.

E экология и защита окружающей среды

S взаимодействие с клиентами, сотрудниками и общественном целом

G стандарты корпоративного управления

ЗАЧЕМ КОМПАНИИ ПРОДВИГАЮТ ПОВЕСТКУ ESG?

- на 10-20% выше оценка компаний
- на 1% больше возврат на инвестиции
- на 10-20% меньше уровень текучки персонала
- на 5% больше уровнем производительности





EU ALEG

ANTREPRENORIATUL
SOCIAL

Ten

Pă

СОЦИАЛЬНЫЕ ИННОВАЦИИ

Социальные инновации – это концепт, который должен лежать в основе каждого социального предприятия, но не ограничиваться только областью социального предпринимательства или бизнеса, то есть это отличающийся от них термин. Зарождение как социальной инновации, так и социального предприятия происходит от социальной проблемы.

Кроме того, социальные инновации можно встретить в проектах, реализуемых общественными организациями, в добровольческой деятельности, благотворительных кампаниях, инициативных группах, классических бизнес процессах, государственной деятельности, а также просто в виде одноразового события или акции.

Все то НОВОЕ, что даёт ответ или РЕШЕНИЕ для СОЦИАЛЬНЫХ проблем.

Социальные инновация - это про дизайн и реализацию новых решений, которые подразумевают концептуальные, процессные, продуктовые или организационные изменения, созданные для улучшения благосостояния и благополучия отдельных лиц и сообществ. ^[11]

ЯВЛЯЕТСЯ ЛИ ИДЕЯ МОЕГО СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ?



Социальные инновации определяются как все те новые идеи о продуктах, услугах и моделях, которые решают социальные проблемы или удовлетворяют потребности более эффективного и продуктивного использования, чем существующие альтернативы, при этом устанавливая новые социальные отношения и синергии. Это может быть:

- новшеством для местности или сообщества, в котором оно реализовано (если даже перенято из другого сообщества или местности),
- это может быть деятельность, существующая модель, используемая по-новому, в области или с целью, с которой она раньше не использовалась. Пример: Хакатоны были изначально созданы для IT-сферы. Со временем этот формат был перенят гражданским сектором и переродился в модель, которая теперь собирает людей, желающих решать социальные, образовательные, экологические и т.п. проблемы через дизайн-мышление и в очень ограниченный период времени.

NEW

10 %

РЕВОЛЮЦИОННЫЕ ИННОВАЦИИ

20%

СМЕЖНЫЕ ИННОВАЦИИ

INCREMENTAL

70%

ОСНОВНЫЕ ИННОВАЦИИ

EXISTING

ПРАВИЛО 70-20-10

Вопрос, с которыми сталкиваются как начинающие, так и заядлые предприниматели: **Как создать, откуда взять этот “элемент” инновации?** Идея проста: вы должны сосредоточиться на своих основных обязанностях в развитии дела, чтобы компания/предприятие работало, но если вы делаете это все время, вы никогда не будете развиваться и внедрять инновации. Правило 70-20-10 предлагает запускать дело, а инновацию искать в процессе. [12]

70% | Основные инновации

Это про сосредоточение внимания на улучшении текущих продуктов и услуг, которые хорошо согласуются со стратегией организации. Это также означает выделение 70 % ресурсов на проверенные виды деятельности с низким уровнем риска, которые доказали свою эффективность в прошлом. Поддержка той деятельности и “пути, который уже более менее протоптан”.

20% | Смежные инновации

Полезно думать об инновационных идеях и проектах как о портфолио: вам нужно разнообразие в вашем портфолио, чтобы снизить риски и достичь баланса. Вот почему помимо основной деятельности, предприниматель начинает исследовать смежные рынки и возможности. Однако чрезмерное сосредоточение внимания на смежных возможностях может быть более рискованным, чем сосредоточение внимания на основных инновационных проектах. Таким образом, концентрация на смежных инновациях должна занимать около 20% ресурсов команды социального или классического предприятия.

10% | Революционные инновации

Чтобы думать наперед и придумывать что-то новое, инновационные команды направляют 10% своих ресурсов на разработку прорывов и



изобретений для рынков, которых еще не существует. Это означает рассмотрение трансформационных инициатив, направленных на создание чего-то совершенно нового. Подрывные инновации часто можно определить как внедрение новой технологии, которая создает новую отрасль и меняет образ того, как мы работаем и создаём продукт, причём таким образом, что предыдущие продукты и процессы со временем становятся ненужными или неэффективными.

Ниже приводим чеклист для того, чтобы определить, если ваша идея социального бизнеса является инновационной.

*Эти вопросы помогут вам разработать уникальное решение проблемы, которая у вас имеется.

ВО-ПЕРВЫХ, МЫ ХОТИМ ОПРЕДЕЛИТЬ ЭТУ САМУЮ ПРОБЛЕМУ:

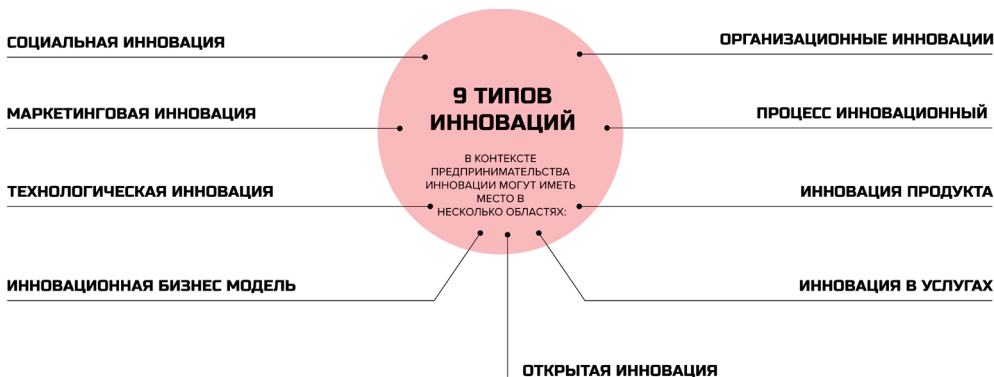
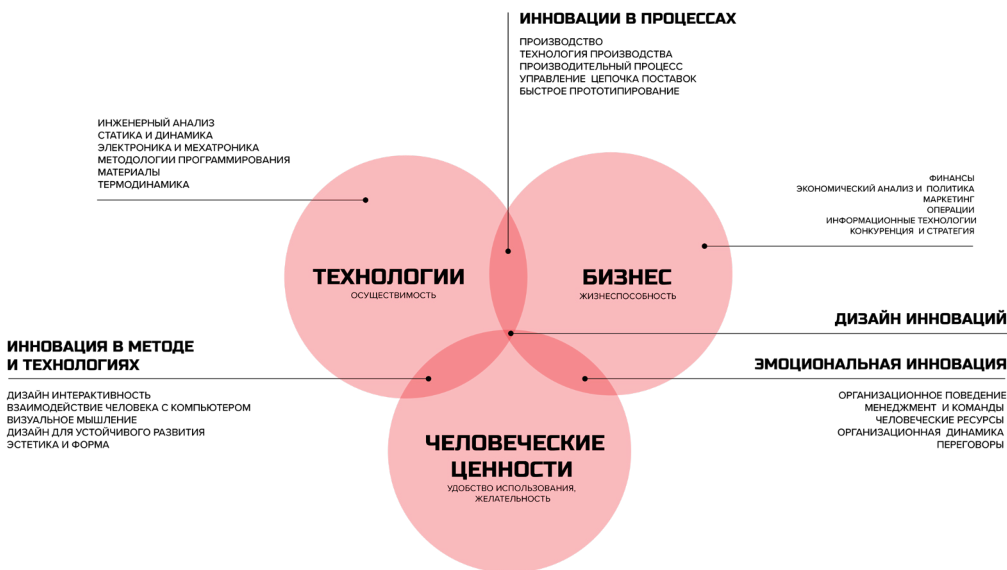
- Какую глобальную цель мы решаем?
- Какую конкретную проблему мы хотим решить?
- Где эта проблема происходит? (континент, страна, регион,...)
- Кого коснулась проблема? (адресованная целевая группа)
- Какое решение я им предлагаю? (продукт или услуга)

После этого мы также хотим знать, КТО РАБОТАЕТ В ЭТОМ НАПРАВЛЕНИИ И ЧТО УЖЕ СДЕЛАНО ДЛЯ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ. Таким образом, мы можем опираться на идеи других или даже сотрудничать с ними, чтобы достичь нашей цели. А ещё, важно рассмотреть каждый контекст и сообщества. Возможно в другом сообществе уже нашли ответы, которые вы ищете:

- Кто работает с той же глобальной целью?
- Кто работает над той же конкретной проблемой?
- Кто работает в том же регионе, что и мы?
- Кто обращается к одной и той же целевой группе?
- Что делает мою идею уникальной и инновационной по сравнению с существующими?

КАРТА ИННОВАЦИЙ

(Стэнфордский институт дизайна) - карта, которую часто используют в Дизайн-Мышлении для объяснения и поиска инновационных идей.



СТРУКТУРА ИННОВАЦИЙ

Разные типы инноваций относятся с 3 главным:

ФОРМА



**ЭКОНОМИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ
(БИЗНЕС-МОДЕЛЬ)**

ПРЕДЛОЖЕНИЕ



СИСТЕМА ПРОДУКТОВ

ОПЫТ



УСЛУГИ



БРЕНД



НЕТВОРКИНГ



ПРОЦЕСС




**ВОВЛЕЧЕНИЕ
КЛИЕНТОВ**



**ПРЕДСТАВЛЕНИЕ
ПРОДУКТА**



**КАНАЛЫ
КОММУНИКАЦИИ**



Инновации стали популярным термином и куда не глянь - встретишь его, особенно если речь идёт о бизнес-процессах. В стремлении быть со всеми на “одной волне”, команда и предприниматель могут начать позиционировать себя как инноваторы, но на самом деле либо не являться ими, либо иметь очень маленький объем или эффективность - такой феномен называют “Театром (симуляцией) Инновации”. Театр инноваций описывает состояние, в котором инновационные инициативы кажутся эффективными и влияют на бизнес, но на самом деле имеют лишь небольшую значимость.

ЦЕЛИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ:



ЛЮДИ

создание условий для здоровой жизни образования и участия женщин и детей



ДОСТОЙНАЯ ЖИЗНЬ

искоренение нищеты и борьба с неравенством



ПЛАНЕТА

сохранение экосистем в интересах всех обществ и наших детей



ПРАВОСУДИЕ

поощрение безопасного и мирного существования людей и построение силовых институтов



ПАРТНЁРСТВА

мобилизация глобальной солидарности в интересах устойчивого развития



ПРОЦВЕТАНИЕ

построение мощной инклюзивной и транспланетной экономики

ЦЕЛИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ В КОНТЕКСТЕ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

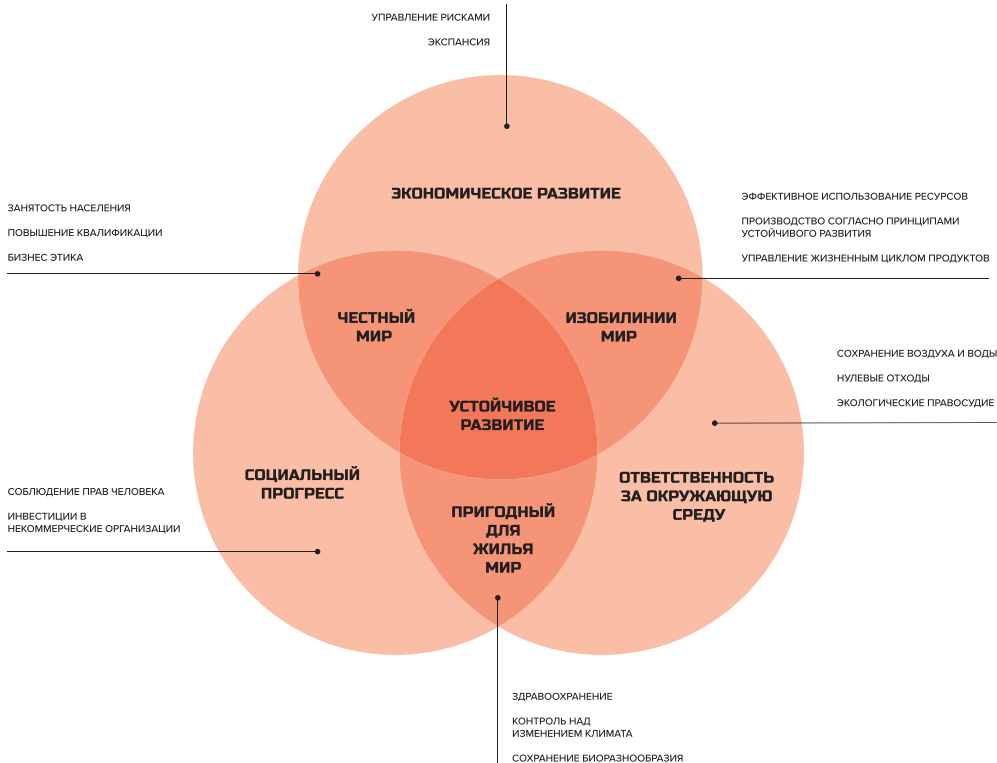
“ SDG (ЦУР) - МИРОВОЙ СПИСОК ВЫЗОВОВ ”

Устойчивость - сложное и всё более популярное слово. Если вы “родом” из гражданского сектора - вам точно встречались заявки, отчеты и рекомендации, которые просили определить в направлении какой из Целей в области Устойчивого Развития вы реализуете ваш проект.

Цели в области Устойчивого Развития (ЦУР) - это набор из 17 взаимосвязанных целей, разработанных в 2015 году Генеральной ассамблеей ООН в качестве «плана достижения лучшего и более устойчивого будущего для всех» [14].

Устойчивое развитие подразумевает те процессы, продукты, взаимодействия, феномены, которые продлятся долго и эффективно, благодаря успешному взаимодействию и учитыванию 3-х разных аспектов: экономического, социального и экологического. Проще говоря, чтобы жить “долго и счастливо”, нельзя развивать или ставить приоритет только на 1 из этих 3 аспектов. Развивать и принимать во внимание нужно все 3 аспекта, потому что при отсутствии хотя бы одного из них существование индивидуума, компании феномены, которые продлятся долго и эффективно, благодаря успешному взаимодействию и учитыванию 3-х разных аспектов: экономического, социального и экологического. Проще говоря, чтобы жить “долго и счастливо”, нельзя развивать или ставить приоритет только на 1 из этих 3 аспектов. Развивать и принимать во внимание нужно все 3 аспекта, потому что при отсутствии хотя бы одного из них существование индивидуума, компании или целого сообщества будет неустойчивым, то есть когда-то прекратит своё существование или достигнет кризиса. Это ещё называют “целостным подходом”.





Цели в области устойчивого развития служат начальным источником вдохновения для решения социальных проблем, возникающих на региональном уровне, в масштабах всей страны, в Европейском Союзе или даже во всем мире. В 2015 году Организация Объединённых Наций (ООН) определила 17 ЦУР и внесла их в Повестку Дня до 2030 года. Каждая Цель имеет свои планируемые результаты и индикаторы для измерения прогресса. Всего в списке ЦУР 17 целей, 169 планируемых результатов и 304 индикатора. Центральное место в рамках десятилетия 2020–2030 годов занимает необходимость принятия мер по борьбе с бедностью, расширению прав и возможностей женщин и девочек и исправлению чрезвычайной ситуации в области климата [15].

ПОЧЕМУ ДЛЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ЭТО ВАЖНО?

Данный целостный, сбалансированный подход стоит в основе социальной экономики. То есть, в идеале каждое социальное предпринимательство вносит свой вклад в достижение ЦУР. Хорошей практикой для поиска идей является анализ Целей (ЦУР) и определение тех, что представляют личный и профессиональный интерес, а также отображает актуальную, реалистичную и выявленную проблему из вашего сообщества.

17 ЦЕЛЕЙ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ООН



**SUSTAINABLE
DEVELOPMENT
GOALS**

ПРИНЦИПЫ (КРИТЕРИИ) СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

В странах, где присутствует сформированная законодательная база по социальному предпринимательству в экономике, гражданам легче идентифицировать понятие Социальное Предприятие, потому что оно прописано в тексте закона. В **Республике Молдова** есть определение “социального предприятия” и “социального предпринимательства” в законе №223.

Но не всегда определение в законе описывает полностью и упоминая каждый аспект. И тем более что делать тем, кто живёт в государстве, где сформулированного закона нет (а таких очень много!)?

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ - ЭТО В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ ПРО ЦЕННОСТИ.

Ценности и принципы! Именно они определяют “правила”, по которым создаются, задумываются, реализуются социальные предприятия.

Мы уже писали про **4 компонента Социального Предпринимательства**: **Выраженная социальная миссия и импакт, Прибыльная бизнес-модель, Демократические и устойчивое управление, Социальная Инновация.**

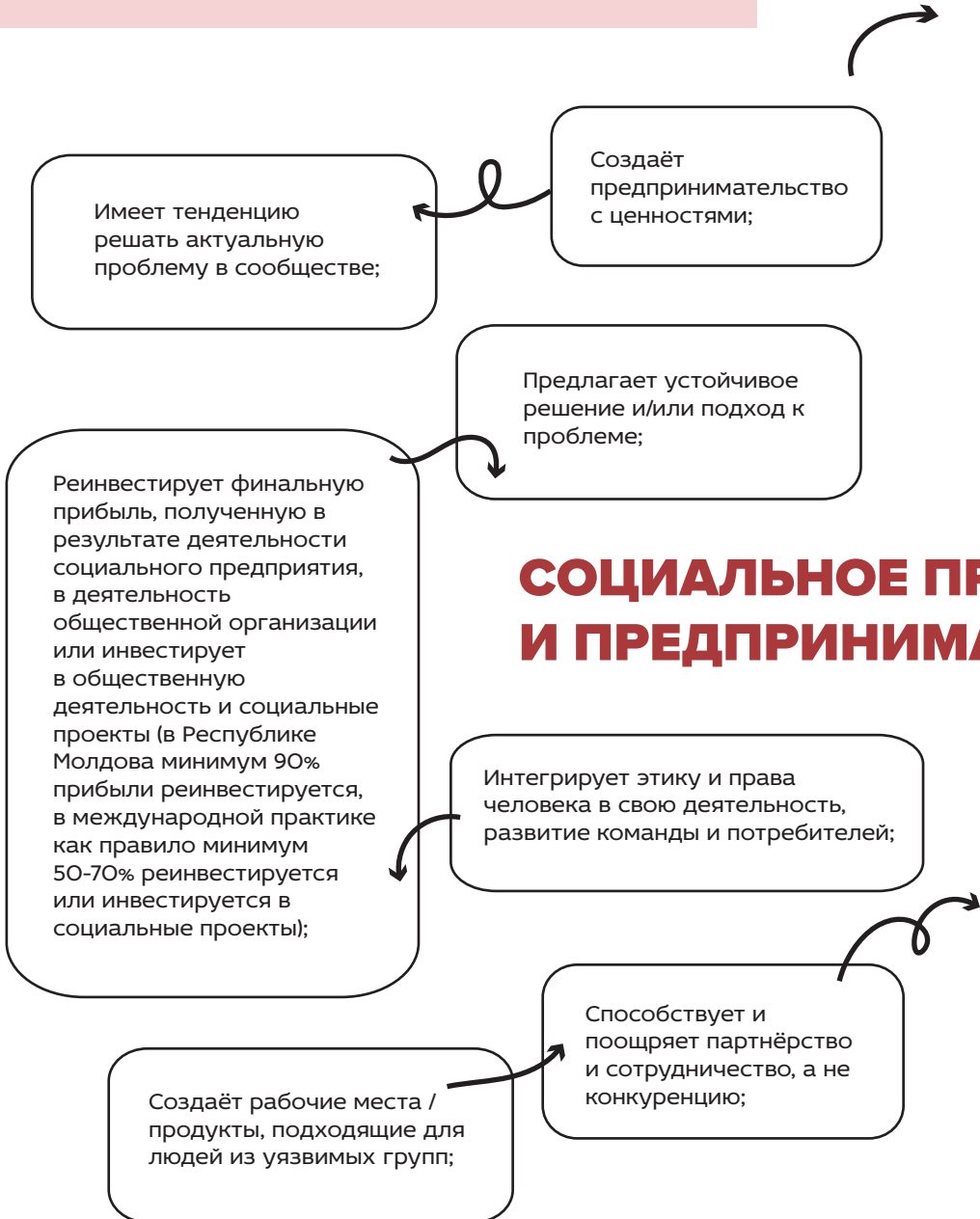
Теперь поговорим о ценностях и принципах. Мы собрали пункты из нескольких источников и объединили в один общий список. Важно: не все социальные предприятия могут соответствовать полностью всем приведённым ниже принципам, мы излагаем идеальный вариант, но эти принципы служат больше для ориентира и проверки себя: дескать, насколько действительно то, чем я занимаюсь, и можно ли это идентифицировать как Социальное Предприятие?



СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО ДОЛЖНО / МОЖЕТ: ^[16]

1. быть микро или малым предприятием;
2. стремиться к измеримому положительному социальному воздействию в соответствии с идентифицированными социальными проблемами в определенных областях;
3. преследовать явную и основную социальную цель: социальная цель – та, которая приносит пользу обществу и/или окружающей среде;
4. генерировать более 50% общего дохода за счет экономической деятельности – это означает, что социальное предприятие должно заниматься непрерывной деятельностью по производству и/или обмену товаров и/или услуг;
5. реинвестировать более 80% своей прибыли в измеримое положительное социальное воздействие;
6. привлекать заинтересованные стороны (стейкхолдеров) к управлению;
7. не быть публичным или частным юридическим лицом, контролируемым государством или муниципалитетом, политической партией или религиозной группой; это означает, что социальное предприятие не должно прямо или косвенно управляться государственными органами или коммерческими организациями; также СП имеют право «голоса»;
8. не заниматься бизнесом связанным с взрывчатыми веществами, табаком и т. д.
9. СП должно иметь ограничения на распределение прибыли и/или активов: социальную цель должна стоять выше получения прибыли;
10. СП должно иметь инклюзивное управление, т. е. характеризоваться процессами участия и/или демократического принятия решений.
11. бизнес-целью будет преодоление бедности или одной или нескольких проблем в областях (таких как образование, здравоохранение, доступ к технологиям, окружающая среда), которые угрожают людям и обществу; не максимизация прибыли (связь с ЦУР)
12. СП должно иметь финансовую и экономическую устойчивость,
13. пользоваться таким финансовым инструментом, как Импакт Фонд (Социальный фонд). Импакт Инвесторам возвращается только сумма их инвестиций либо не возвращается финансовая составляющая совсем. Дивиденды не выплачиваются, кроме инвестиционных денег. Когда сумма инвестиций окупается, прибыль компании остается у компании (или фонда) для расширения и улучшения.

*Исходя из многих наблюдений и международного опыта, формулируем принципы и ценности социального предпринимательства (от авторов гида).



ПРЕДПРИЯТИЕ И ЦЕЛИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Прибыль состоит из не менее чем 60% от предпринимательской деятельности, продаж или услуг, и только остальное от безвозмездных источников финансирования;

Включает и продвигает инновации в своих процессах или продуктах;

Связывает свою работу с органами местного публичного управления и вовлекает их в процессы продвижения и признания;

Поддерживает местных производителей и по возможности использует местные продукты (в качестве сырья и т. д.);

Может быть сосредоточен на одной или нескольких Целях устойчивого развития.

Не наносит вред окружающей среде и экологии (социальный импакт бизнеса может заключаться именно в снижении загрязнения или устранении других экологических проблем, но это не обязательно. Также, часто в СП встречаются практики предотвращения нанесения вреда окружающей среде. Здесь важно отметить, что эта тема остается достаточно «чувствительной и спорной», потому что этот принцип основан на личных ценностях. Например кто-то считает, что продукты животного происхождения не могут быть продуктами социального предприятия, потому что производство мясных и молочных продуктов является одним из самых разрушительных процессов для климата; другие считают, что более «этичное» содержание животных или преобразование этого производственного процесса в циклический - будет уже иметь больше смысла и означать снижение ущерба, что более реалистично для сообщества;





ЭКОСИСТЕМА СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Экосистема – это динамичная, саморегулирующаяся сеть/система различных стейкхолдеров (каким либо образом вовлеченных сторон) и аспектов, которые влияют на развитие области.

Экосистема предпринимательства способствует экономическому росту, создавая благодатную среду для компаний и предпринимателей, чтобы они могли процветать и получать прибыль.

Экосистема социального предпринимательства направлена на создание благодатной среды для компаний и предпринимателей, которые разрабатывают решения социальных, экономических или экологических проблем.



СПИСОК СТЕЙКХОЛДЕРОВ, КОТОРЫЕ ЯВЛЯЮТСЯ ЧАСТЬЮ ЭКОСИСТЕМЫ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА:

- Социальные предприниматели,
- Специалисты национальные и международные,
- Малый локальный бизнес,
- Крупный бизнес,
- Местные органы власти,
- Инвесторы,
- Импакт-инвесторы,
- “Зелёные” бизнесы,
- Клиенты и покупатели,
- Доноры,
- Организации поддержки и продвижения СП,
- Университеты,
- Бенефициары,
- Региональные ХАБы,
- Креативные индустрии и др.

ВОТ В КАКИХ ОБЛАСТЯХ РАБОТАЮТ РАЗНЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ И ЛЮДИ, ПОДДЕРЖИВАЮЩИЕ И ПРОВОЦИРУЮЩИЕ РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА [17], [18]:



ОБЛАСТЬ ДЕЙСТВИЯ 1: КУЛЬТУРА СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Культура социального предпринимательства относится к местным традициям и деятельности, в том или ином виде в существующих организациях гражданского общества и социальной экономики.

Индикаторы:

- 1.1. Активные организации гражданского общества и социальной экономики способствуют социальному предпринимательству на вашей территории.
- 1.2. В вашей местности, городе, селе проводятся просветительские мероприятия по теме.
- 1.3. Образование способствует развитию позитивного отношения к социальному предпринимательству.
- 1.4. Университеты и/или научные круги активно работают в сфере социального предпринимательства.
- 1.5. Статистические данные собираются по социальным предприятиям.

ОБЛАСТЬ ДЕЙСТВИЯ 2: ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ СТРУКТУРА

В этом направлении рассматривается институциональная поддержка развития социальных предприятий, в том числе вопрос о том, создан ли для этой цели какой-либо официальный орган.

Индикаторы:

- 2.1. Институциональные органы поддерживают и взаимодействуют с социальными предприятиями.
- 2.2. Эффективные механизмы координации способствуют синергии между государственными учреждениями и на всех уровнях государственного управления.
- 2.3. Процесс разработки политики поддержки развития социальных предприятий носит инклюзивный характер.
- 2.4. Существует официально утвержденная стратегия развития социального предпринимательства.
- 2.5. Реализация стратегии развития социального предпринимательства четко спланирована.

ОБЛАСТЬ ДЕЙСТВИЯ 3: НОРМАТИВНО-ПРАВОВАЯ БАЗА

Без официального признания может быть трудно отличить социальные предприятия от других предприятий и организаций.

Индикаторы:

- 3.1. Социальные предприятия официально признаны.
- 3.2. Законодательство о социальных предприятиях актуально и было разработано совместно с соответствующими заинтересованными сторонами.
- 3.3. Административные процедуры, характерные для социальных предприятий, доступны и понятны.

ОБЛАСТЬ ДЕЙСТВИЯ 4: ДОСТУП К ФИНАНСАМ

Доступ к финансированию имеет ключевое значение для развития социальных предприятий. Здесь важны следующие аспекты: существует ли финансовый рынок, какие финансовые инструменты доступны для социальных предприятий и есть ли специализированные стейкхолдеры и организации, поддерживающие их доступ к финансированию.

Индикаторы:

- 4.1. Аспекты финансового рынка собраны в единый ресурс (карту, схему).
- 4.2. Социальные предприятия имеют доступ к соответствующему типу финансирования для их стадии развития.
- 4.3. Социальные предприятия поддерживаются с помощью доступа к специализированным услугам.
- 4.4. Достаточное количество специализированных частных спонсоров активно нацелено на социальные предприятия.
- 4.5. Политики активно обращаются к основными спонсорами, чтобы повысить осведомленность о социальных предприятиях.

4.6. Государственные средства используются для финансирования как социальных предприятий напрямую, так и через посредников.

ОБЛАСТЬ ДЕЙСТВИЯ 5: ДОСТУП К РЫНКАМ

Социальные предприятия должны иметь надлежащий доступ как к государственным, так и к частным рынкам.

Индикаторы:

- 5.1. Социальные предприятия используют возможности новых технологий для выхода на рынки.
- 5.2. Социальные предприятия имеют доступ к публичным рынкам.
- 5.3. Органам государственной власти оказывается поддержка в предоставлении социальных услуг - СП подаются на открытые процессы тендеров и закупок.
- 5.4. Социальные предприятия имеют специальные лояльные условия для подачи на тендеры.
- 5.5. Социальные предприятия используют возможности, которые предлагаются на частных рынках.
- 5.6. Существуют меры, поддерживающие доступ социальных предприятий к частным рынкам.

ОБЛАСТЬ ДЕЙСТВИЯ 6: НАВЫКИ И ПОДДЕРЖКА РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

Социальные предприниматели, основной мотивацией которых является социальное воздействие, не всегда обладают навыками разработки и реализации сильных бизнес-моделей - слабо развита или отсутствует компетенция предпринимательства. .

ИНДИКАТОРЫ:

- 6.1. Для социальных предприятий доступны специальные программы по обучению.
- 6.2. Социальные предприятия имеют доступ к программам коучинга и наставничества.
- 6.3. Структуры поддержки развития бизнеса доступны для социальных предприятий.
- 6.4. Сообщество поддерживает развитие социальных предприятий.

ОБЛАСТЬ ДЕЙСТВИЯ 7: УПРАВЛЕНИЕ, ИЗМЕРЕНИЕ И ОТЧЕТНОСТЬ О ВОЗДЕЙСТВИИ

Хотя управление воздействием и отчетность имеют решающее значение для социальных предприятий, это может быть как дорогостоящим, так и трудоемким.

Индикаторы:

- 7.1. Социальные предприятия имеют доступ к методам измерения и/или отчетности о воздействии (impact measurement).

7.2. Показатели воздействия и методы отчетности разрабатываются совместно с сообществом социальных предприятий.

7.3. Существуют инициативы по повышению осведомленности об измерении воздействия и/или отчетности.

7.4. Возможности измерения воздействия и/или отчетности обсуждаются в ходе публичных дебатов и учитываются при разработке политики.

Инструмент, который мы используем для идентификации и личной рефлексии вы может найти вот здесь: <https://betterentrepreneurship.eu/en/node/add/social-quiz> [19]

В целом, существует корреляция между степенью признания социального предприятия, институционализацией, размером и легкостью доступа к финансированию. Тем не менее, потенциал социальных предприятий всё ещё далёк от полного использования, и существуют значительные возможности для улучшения экосистем, в которых работают социальные предприятия, особенно в отношении четырех столпов, на которых они основаны, а именно:

- способность к самообслуживанию,
- организованность,
- видимость и узнаваемость,
- ресурсы и исследования,
- образование и развитие навыков.

СПОСОБНОСТИ К САМОРАЗВИТИЮ

- вовлечение в гражданскую активность
- сети и механики взаимной поддержки

ВИДИМОСТЬ И ПРИЗНАНИЕ

- политическое признание
- юридическое признание
- частное признание
- само признание

РЕСУРСЫ

- безвозвратные ресурсы для запуска и консолидации
- ресурсы от проносеащей доход деятельности
- возвратные ресурсы
- налоговые и фискальные льготы

ИССЛЕДОВАНИЯ, ОБРАЗОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ НАВЫКОВ

- исследовательская работа
- обучение для социальных предпринеатии и образование в сфере сотиального предпринемалтства
- раввитые навыков

ЭКОСИСТЕМА
СОЦИАЛЬНОГО
ПРЕДПРИЯТИЯ





ВИДЫ СОЦИАЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Социальные предприятия отличаются друг от друга, в первую очередь, моделями взаимосвязи между путём получения прибыли и генерирования социального импакта.

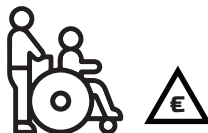
Модель 1: деятельность, которая имеет социальный импакт, сама по себе уже генерирует доход и прибыль.

IMPACT MODEL/ BUSINESS MODEL



Модель 2: внутри бизнес модели интегрированы услуги, которые создают дополнительную ценность с точки зрения социального импакта.

IMPACT MODEL



BUSINESS MODEL

Модель 3: Экономическая модель предприятия имеет прибыль и уже сама эта прибыль используется для другой деятельности, которая создаёт социальные изменения.

IMPACT MODEL



BUSINESS MODEL

СОЦИАЛЬНО-ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В РЕСПУБЛИКЕ МОЛДОВА

может осуществляться социальными предприятиями и интеграционными социальными предприятиями, ориентированными на улучшение условий жизни и предоставление возможностей для людей из неблагополучных категорий населения путём укрепления экономической и социальной сплочённости, в том числе на уровне местных сообществ, путём трудоустройства, развития социальных услуг в интересах сообщества, усиления социальной интеграции

В таблице представлены особенности каждой из форм социального предприятия [22]: [21].

	СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ	ИНТЕГРАЦИОННОЕ СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ
ЦЕЛЬ	Социальное предприятие осуществляет социально-предпринимательскую деятельность для решения социальных проблем, представляющих интерес для общества.	Предприятие социальной направленности в приоритетном порядке создаёт рабочие места и трудоустраивает людей из малообеспеченных категорий населения.
УЧРЕДИТЕЛИ	Общественные объединения, фонды, религиозные культы, частные учреждения и/или физические лица.	
ЮРИДИЧЕСКИЙ СТАТУС	<ul style="list-style-type: none">· Некоммерческая организация с внесением в устав записи о деятельности, приносящей прибыль· Общество с ограниченной ответственностью, производственный кооператив	
УСЛОВИЯ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ СТАТУСА	<ul style="list-style-type: none">· Обеспечение ассоциированным лицам равных прав голоса, независимо от участия в уставном капитале;· Реинвестирование не менее 90% прибыли в достижение поставленных целей;	

<p>УСЛОВИЯ ПРЕДО- СТАВЛЕН- ИЯ СТАТУСА</p>	<ul style="list-style-type: none"> · Применение принципа социальной справедливости к работникам, обеспечение справедливых уровней оплаты труда, между которыми не может быть разницы, превышающей соотношение 1 к 5; · · Не имеет долгов перед государственным бюджетом страны; · Определяет в учредительном акте сферы, в которых осуществляет свою деятельность, а также то, что: · не распределяет имущество, приобретённое с момента получения статуса социального предприятия от социальной предпринимательской деятельности, и более 10% прибыли между своими членами и учредителями, в том числе в случае реорганизации или ликвидации; · в случае ликвидации передаёт имущество, оставшееся после удовлетворения требований кредиторов, одному или нескольким социальным предприятиям, предприятиям социальной вставки или некоммерческим организациям, 	
<p>ЛЬГОТЫ</p>	<p>Бесплатные консультации от государственных органов и учреждений по созданию и/или развитию бизнеса; Право на участие в процедурах заключения договоров о государственных закупках, в соответствии с законом о государственных закупках; Государственная помощь в рамках утверждённых государственных программ, согласно соответствующему законодательству.</p>	<p>Выделение некоторых помещений и/или земли, которые находятся в государственной собственности административно-территориальных единиц, в соответствии с положениями Закона №. 436/2006 о местном публичном управлении, с целью осуществления деятельности, для которой ему был предоставлен статус интеграционного социального предприятия; поддержка в продвижении производимой и/или поставляемой продукции, оказываемых услуг или выполняемых работ в рамках сообщества, а также в определении мест их сбыта; поддержка в продвижении туризма и связанной с ним деятельности путём использования местного исторического и культурного наследия; другие льготы и налоговые освобождения, предоставляемые органами местного публичного управления в соответствии с законодательством.</p>

ОБЛАСТИ РАБОТЫ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Области социального предпринимательства можно рассматривать с разных точек зрения. Начнём с направления социальной миссии и воздействия. Ниже приводим несколько самых популярных областей социального воздействия, на которых строится бизнес-модель:

- Интеграция на рабочие места - обучение и интеграция людей со специальными потребностями, из уязвимых групп и безработных людей.
- Индивидуальные социальные услуги - здоровье, благополучие и медицинское обслуживание, профессиональная подготовка, образование, услуги по уходу за детьми, услуги для пожилых людей или помощь малоимущим.
- Локальное развитие уязвимых районов и территорий - социальные предприятия в отдаленных сельских районах, схемы развития/ восстановления микрорайонов в городских пространствах, помощь в целях развития и сотрудничество в целях развития с третьими странами.
- Социальные и коммунальные услуги, например. консультирование, работа с молодежью, микрофинансирование, временное жилье для бездомных и т.д.
- Коммунальные услуги, например содержание общественных пространств, транспортные услуги, вывоз мусора, реабилитация бывших правонарушителей и т. д.
- Наземная промышленность и защита окружающей среды и экологического состояния, например сокращение выбросов и отходов, переработка, возобновляемая энергия и т.д.
- Культурно-туристическая, спортивно-оздоровительная деятельность, любительские спорт, , сохранение исторического наследия, продвижение науки, исследований и создание инноваций.
- Практика солидарности с развивающимися странами (например, продвижение справедливой торговли).
- Защиту прав человека и сообществ (например, защита прав потребителей).

СОЦИАЛЬНЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ДЕЙСТВУЮТ В РАЗЛИЧНЫХ СЕКТОРАХ.

Социальные предприятия и социальная экономика в целом действуют в самых разных секторах экономики. [23]

ЗДРАВООХРАНЕНИЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ

бедность, трудовая интеграция, социальная интеграция

ЗДРАВООХРАНЕНИЕ, ТОРГОВЛЯ И РОЗНИЧНАЯ

организации справедливой торговли, местные магазины

КУЛЬТУРА И СМИ

кинотеатры, театры, фестивали, кооперативы медленной печати

СТРОИТЕЛЬСТВО

экологические строительные материалы, пассивные строительные пространства

ТУРИЗМ

молодежные общежития, экотуризм

ОБРАЗОВАНИЕ

школы, профтехучилища, обучение грамоте

ЭНЕРГИЯ

инициативы сообщества возобновляемых источников энергии

ПРОИЗВОДСТВО

изоляционное оборудование, упаковка, полиграфия

БАНКИ И СОЦИАЛЬНЫЕ ФИНАНСЫ

кооперативные или визаемые сберегательные кассы

ПИЩЕВАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ

агроэкология, пищевые цепочки с дефицитом, кооперативные супермаркеты или виноградники

УСЛУГИ ИКТ

поставщики ИКТ и инициативы поддержки

ПЕРЕРАБОТКА

центры повторного использования и вторичной переработки, переработка текстиля, секонд-хенд

МОБИЛЬНОСТЬ

зеленая и общая мобильность, инициативы по продвижению альтернативного транспорта и ремонта

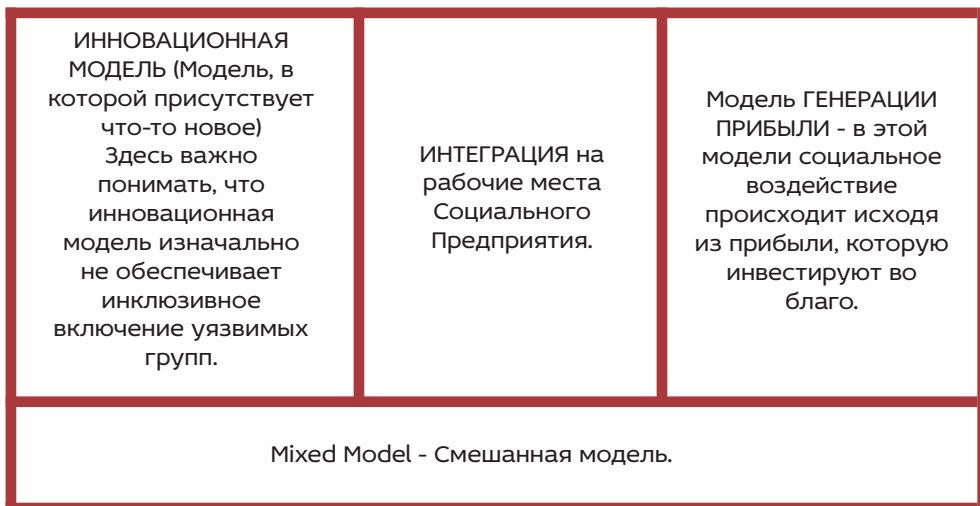
НЕДВИЖИМОСТЬ

жилищные кооперативы, общий земельный фонд, временно занимаемые объекты

И МНОГИЕ ДРУГИЕ...

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В создании экономической модели можно разделить социальные бизнесы на 4 категории, для которых отправной точкой будут следующие аспекты:



Несколько примеров бизнес подхода и создания идеи для социального или зелёного предприятия [24].

1. ПЕРЕКРЕСТНАЯ КОМПЕНСАЦИЯ - Группа клиентов платит за услугу. Прибыль этой группы используется для субсидирования услуг другой, неблагополучной группы.
2. ПЛАТА ЗА УСЛУГИ. Бенефициары платят непосредственно за товары или услуги, предоставляемые социальным предприятием.
3. ЗАНЯТОСТЬ И РАЗВИТИЕ НАВЫКОВ. Основная цель состоит в том, чтобы обеспечить заработную плату, развитие навыков и профессиональное обучение бенефициаров, то есть сотрудников.
4. РЫНОЧНЫЙ ПОСРЕДНИК. Социальное предприятие выступает в качестве посредника или дистрибьютора. Бенефициарами являются поставщики продуктов и/или услуг, распространяемых на международном рынке.
5. СОЕДИНИТЕЛЬ РЫНКА. Социальное предприятие облегчает торговые отношения между бенефициарами и новыми рынками.

6. НЕЗАВИСИМАЯ ПОДДЕРЖКА. Социальное предприятие поставляет на внешний рынок продукт или услугу, которая отличается от бенефициара и создаваемого социального воздействия. Средства используются для поддержки социальных программ, адресованных бенефициарю.
7. КООПЕРАТИВ. Прибыльное или некоммерческое предприятие, принадлежащее его членам, которые также пользуются его услугами, принимая любые виды товаров или услуг.



ИЗМЕРЕНИЕ СОЦИАЛЬНОГО ИМПАКТА

Измерение социального воздействия предприятий особенно важно, поскольку оно обеспечит:

- Развитие внутренних навыков
- Улучшение стратегического планирования
- Максимизацию эффективности и продуктивности деятельности организации
- Оценку и мониторинг собственной деятельности и проектов
- Расширение возможностей учета
- Вовлечение и участие целевых групп
- Объективную мотивацию команды
- Систематизацию и организацию информации
- Повышение доверия окружающих
- Укрепление коммуникации в отношении социальной ценности, создаваемой организацией · Эффективную демонстрацию социальной отдачи от инвестиций
- Привлечение капитала и инвесторов
- Повышение прозрачности

Из чего мы делаем вывод, что измерение социального воздействия может помочь социальным предприятиям:

1. ставить реальные цели;
2. контролировать и повышать производительность;
3. ставить в приоритет решения;
4. получить более конкурентоспособный доступ к рынкам капитала.

Когда мы говорим про импакт - мы имеем в виду скорее всего долгосрочные изменения, которые происходят в сообществе или окружающей среде. При запуске социального бизнеса, ваша гипотеза должна основываться на долгосрочных изменения в сообществе.

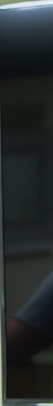
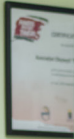
Методология измерения воздействия социального предприятия основывается на следующих принципах:

1. Принцип взаимности - предполагает готовность социального предприятия служить интересам коллектива, не ожидая какого-либо вознаграждения, но рассчитывая на то, что оно существует, даже если оно не возвращается непосредственно к соответствующему социальному предприятию.

2. Принцип субсидиарности - принятие социальной экономикой второй степенной роли в удовлетворении социальных нужд, основная миссия при этом возлагается на государство через его учреждения. Таким образом, государство остается главным фигурантом в социальной сфере, не имея возможности освободиться от своих обязательств перед гражданами. Роль

debited

70K



государства не должна быть жесткой: если социальная экономика достаточна за счет взятой на себя социальной роли, государство может перейти от роли фигуранта к роли поручителя.

3. Принцип социальной ответственности - в рамках социальной экономики социальная ответственность принимается добровольно, без преследования определенных преимуществ для имиджа, налоговых или коммерческих льгот, непосредственной и опосредованной целью является удовлетворение нужд сообщества.

4. Принцип экономической независимости - предусматривает, что предприятия социальной экономики имеют как финансовую свободу, так и свободу в принятии решений. После освобождения от некоторых своих обязательств вполне естественно, что государство освободит предприятия социальной экономики от уплаты обременительных налогов, но только до тех пор, пока своей деятельностью социальным предприятиям удастся дополнить активную роль государства в удовлетворении определенных социальных нужд.

5. Принцип распределения благосостояния начинается с идеи о том, что на индивидуальном уровне социальный предприниматель развивает социальное предприятие, чтобы в итоге работники и/или заинтересованные группы вознаграждались в соответствии с существующими социальными нуждами. Как прибыль возвращается в сообщество, социальное предприятие может удовлетворять различные социальные нужды.

6. Принцип социальной симметрии - предполагает признание государством роли социальной экономики в удовлетворении социальных нужд. В результате государство должно признать роль социального предприятия, в том числе путем освобождения от налогов и сборов, уплачиваемых другими юридическими лицами. В условиях, когда социальные предприятия выполняют свою социальную роль, уплата государству социальных сборов является необоснованной.

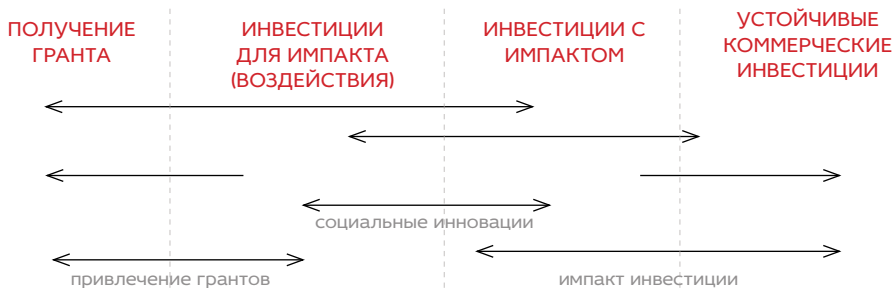
Общим для принципов, описанных выше, является тот факт, что они являются инициативами снизу вверх, предназначенными для отражения социального



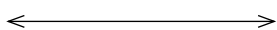
ИМПАКТ (ИЛИ СОЦИАЛЬНЫЕ) ИННОВАЦИИ

Термин «социальные инвестиции» относится к «политикам, направленным на укрепление навыков и способностей людей, в то же время способствуя их участию в жизни общества и экономики». Однако обычно термин «социальные инвестиции» или «Импакт инвестиции» понимается как предоставление и использование капитала для получения социальной и финансовой отдачи (смешанная отдача). Импакт инвестиции — это предоставление и использование капитала с целью получения социальной, а также финансовой отдачи. Социальные инвестиции предполагают возврат части или всего финансирования - но в некоторых случаях, особенно в странах Восточного Партнерства, возврат финансовых средств самому инвестору не происходит, они остаются на счетах импакт фонда, который эти средства предоставляет.

Он может охватывать кредиты, акции, облигации и иногда используется вместе с другими инструментами, такими как гарантии или андеррайтинг. Как и в случае любых других инвестиций, когда бизнес-объект инвестиций работает хорошо, полученная прибыль может быть в основном реинвестирована в бизнес, а также предложена инвесторам. Инвесторы в социальные результаты взвешивают баланс между социальной и финансовой отдачей, которую они ожидают от инвестиций, в соответствии со своими собственными приоритетами. Они часто соглашаются на меньшую финансовую отдачу, чтобы добиться большего социального воздействия.



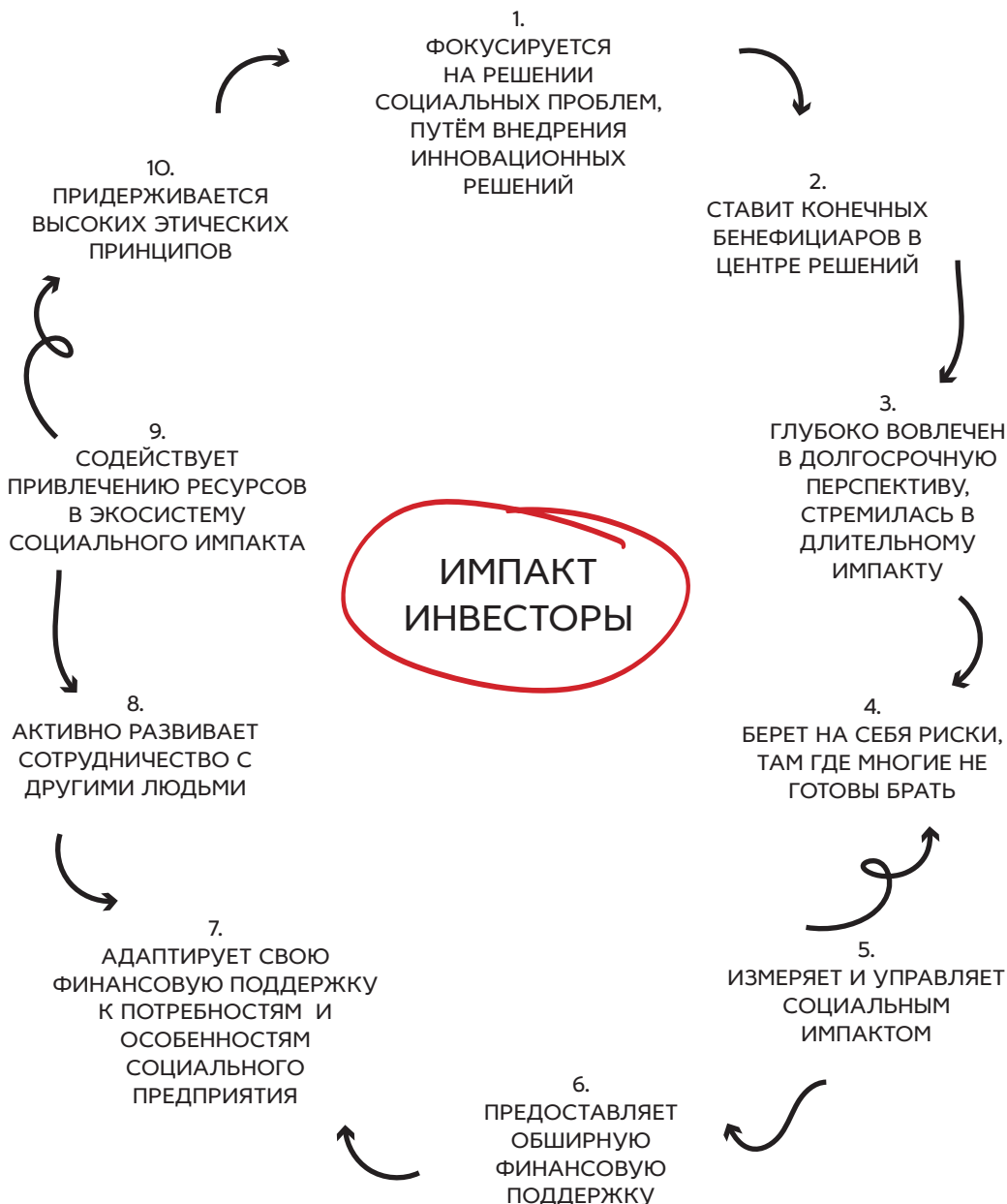
реальные цели организации, которые никогда не будут финансово окупаемыми	общественные организации с потенциально финансово/окупаемой бизнес-моделью	общественные организации с подтвержденной финансово устойчивой бизнес моделью	традиционный бизнес с международным значением	традиционные предприятия, соответствующие требованиям ESG (часто компании, зарегистрированные на бирже)
--	--	---	---	---



создание социальной инфраструктуры

УСТАВ ИМПАКТ ИНВЕСТОРА

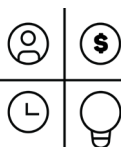
импакт инвесторы руководаться 10 принципами , которые включены в Устав EVPA (European Venture Philanthropy Association), благодаря которым определяют основные направления инвестиций:



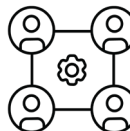
СОЦИАЛЬНЫЙ БИЗНЕС



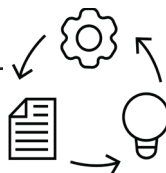
PROBLEMA SOCIALĂ
(Социальная проблема)



RESURSE
PRINCIPALE
(Основные ресурсы)



PRINCIPALII
PARTENERI
(Основные партнеры)



PROCESE DE AFACERI
(Бизнес-процесс)



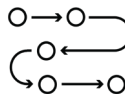
STRUCTURA COSTURILOR
(Структура затрат)



BENE
(Бенеф



IMP
(Вли



PROCESE DE GE
(Процессы со



MONITORIZAF
(Мониторинг



50% DE REDISTRIB
(50% перераспре



FIARIII
(инициары)



IMPACT
(влияние)

GENERARE A IMPACTULUI
(создания воздействия)

CREAREA IMPACTULUI
(создание воздействия)

REPARTIRE A PROFITULUI
(разделение прибыли)



IDEE INTREPRINDERII SOCIALE
(Идея социального предприятия)



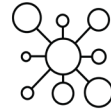
SEGMENTUL DE
CLIENTELĂ
(Клиентский сегмент)



PROPUNERE DE
VALORI
(Ценностное
предложение)



RELAȚII
(Связи)



CANALE
(Каналы)



FLUX DE VENITURI
(Поток доходов)

БИБЛИОГРАФИЯ

- [1] <https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/files/qe-04-17-875-en-n.pdf>
- [2] <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/social-economy-and-the-covid-19-crisis-current-and-future-roles-f904b89f/> Social economy and the COVID-19 crisis: current and future roles, стр. 3
- [3] Source: Adapted from OECD, 2020 - <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/social-economy-and-the-covid-19-crisis-current-and-future-roles-f904b89f/> Social economy and the COVID-19 crisis: current and future roles, стр. 5
- [4] European Commission, 2011. <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/502fc6ef-en.pdf?expires=1654976015&id=id&accname=guest&checksum=E110170745D-1E1D891FE221A136C1006> стр. 22, BOOSTING SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AND SOCIAL ENTERPRISE DEVELOPMENT IN LITHUANIA, In-depth policy review, OECD 2019
- [5] (Social enterprises and their ecosystems in Europe | Comparative synthesis report, страница 8)
- [6] https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/MEMO_11_881
- [7] Social Entrepreneurship - GUIDEBOOK FOR CSOs, Nazareth Seferian
- [8] Частично взята из Typology of Social Enterprises, Alter 2007
- [9] A guidebook to social entrepreneurship, Neringa Stroputė ir, Modesta Kairyte, https://sua.lv/wp-content/uploads/2018/10/VLleidinys_ENversija_digital.pdf
- [10] <https://www.investopedia.com/terms/e/environmental-social-and-governance-esg-criteria.asp>
- [11] OECD LEED, 2000
- [12] <https://www.itonics-innovation.com/blog/702010-rule-of-innovation>
- [13] <https://www.itonics-innovation.com/innovation-guide>
- [14] United Nations (2017) Resolution adopted by the General Assembly on 6 July 2017, Work of the Statistical Commission pertaining to the 2030 Agenda for Sustainable Development
- [15] sustainabledevelopment.un.org
- [16] * Рабочая версия Закона по Социальному Бизнесу (Draft Law on Social Business, submitted to Parliament (Bill No 18-6947, 2018), BOOSTING SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AND SOCIAL ENTERPRISE DEVELOPMENT IN LITHUANIA © In-depth policy review OECD 2019 (страница 50)
- * Карта социальных предприятий и их экосистем в Европе (A map of social enterprises and their eco-systems in Europe), EUROPEAN COMMISSION, 2015 (страница 11),

* Семь Принципов Социального Бизнеса (Seven Principles of Social Businesses, developed by Yunus and Reitz)

[17] Angela Achitei, RAPORT DE ANALIZĂ A SITUAȚIEI ACTUALE ȘI A PROVOCĂRILOR ÎN CEEA CE PRIVEȘTE DEZVOLTAREA ANTREPRENORIATUL SOCIAL ÎN R. MOLDOVA. "Dimensiunile ale antreprenoriatului social în România și Republica Moldova", 2019 https://academiaadv.ro/dimensiuni-ale-antreprenoriatului-social-in-romania-si-republica-moldova/#Raportul_de_analiza_a_antreprenoriatului_social_in_R_Moldova_pastru_objective_specifice_de_dezvoltare_a_sectorului

EU Commision_Ecosystem SE_Synthesis report FINAL, страница 89

[18] Key concepts for raising awareness about social enterprise in Europe and related actions

(http://base.socioeco.org/docs/report_geces_final_15_novembre.pdf Social Enterprises and Social Economy going forward

[19] <https://betterentrepreneurship.eu/en/node/add/social-quiz>

[20] Social enterprises and their ecosystems in Europe (Социальные предприятия и их экосистемы в Европе) / Comparative synthesis report, страница 10.

[21] Исследование "СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО, БИЗНЕС И НКО: МЕЖДУНАРОДНЫЙ И РЕГИОНАЛЬНЫЙ ОПЫТ". Тирасполь, 2022

[22] Baseline report in the Republic of Moldova. Економіко-правовий аналіз. EU-4Youth - Розкриття потенціалу молодих соціальних підприємців в Молдові та Україні, 2020. Стр. 14-29]

[23] - Adapted from OECD, 2020.

[24] - <https://www.toppr.com/guides/business-management-and-entrepreneurship/social-entrepreneurship/creating-a-social-business-model/>

EcoVisio

Departamentul Antreprenoriatului Social și Impact Business

AO «EcoVisio»



ecovisio.moldova
HUBAntreprenoriatSocialMD
antreprenoriatsocial.md



@se_hub_md
@ecovisio



info@ecovisio.org



<https://www.ecovisio.org/>
<http://sehub.ecovisio.org/>
<https://iarmareco.md/>

НП «Ассоциация социальных предпринимателей»



socialbusinesshub2022



@association_so-
cial_business



tiras.socialplatform@
gmail.com



<https://social.innovation.md>

Больше возможностей и информации о социальном предпринимательстве: antreprenoriatsocial.md

Кишинев, Молдова, 2022