

ПОЗИТИВНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ

TOM 1
№1
2021

POSITIVE

НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫЙ ЖУРНАЛ
ОБ ИМПАКТ-ИНВЕСТИЦИЯХ
И ОЦЕНКЕ СОЦИАЛЬНОГО
ВОЗДЕЙСТВИЯ

POPULAR SCIENCE JOURNAL
ON IMPACT INVESTMENTS
AND SOCIAL IMPACT
ASSESSMENT

CHANGES



VOLUME 1
ISSUE 1
2021

the \mathbb{R}^n space. The \mathbb{R}^n space is a vector space over the real numbers, and the \mathbb{R}^n space is a vector space over the real numbers.

The \mathbb{R}^n space is a vector space over the real numbers, and the \mathbb{R}^n space is a vector space over the real numbers.

The \mathbb{R}^n space is a vector space over the real numbers, and the \mathbb{R}^n space is a vector space over the real numbers.

The \mathbb{R}^n space is a vector space over the real numbers, and the \mathbb{R}^n space is a vector space over the real numbers.

The \mathbb{R}^n space is a vector space over the real numbers, and the \mathbb{R}^n space is a vector space over the real numbers.

The \mathbb{R}^n space is a vector space over the real numbers, and the \mathbb{R}^n space is a vector space over the real numbers.

The \mathbb{R}^n space is a vector space over the real numbers, and the \mathbb{R}^n space is a vector space over the real numbers.

The \mathbb{R}^n space is a vector space over the real numbers, and the \mathbb{R}^n space is a vector space over the real numbers.

The \mathbb{R}^n space is a vector space over the real numbers, and the \mathbb{R}^n space is a vector space over the real numbers.

The \mathbb{R}^n space is a vector space over the real numbers, and the \mathbb{R}^n space is a vector space over the real numbers.

The \mathbb{R}^n space is a vector space over the real numbers, and the \mathbb{R}^n space is a vector space over the real numbers.

От редакции

Уходящий 2021 год оставляет ощущение неизбежности трансформации традиционной парадигмы бизнеса — столько конференций, сколько в этом году было посвящено целям устойчивого развития, ESG-повестке, импакт-инвестициям, не было прежде.

Все чаще становится нормальным быть бизнесу социальным «по-настоящему» — когда ответственность компании выходит далеко за пределы традиционных КСО-программ и соцпакетов для сотрудников. И все чаще становится ненормальным — когда как-то иначе. Как сказал один из экспертов в интервью для этого выпуска, «тебя больше не спрашивают на бизнес-тусовках о том, как ты зарабатываешь деньги, тебя спрашивают о том, как ты меняешь жизнь других людей и в чем твой импакт».

Появление журнала, посвященного теме импакт-инвестиций и оценке социального воздействия, кажется вполне логичным продолжением этой истории. Журнала, в котором можно узнать о современной международной повестке, познакомиться с кейсами и инструментами с доказанной эффективностью, вдохновиться опытом и разобраться в ошибках тех, кто уже давно на этом пути.

Первый выпуск журнала посвящен итогам этого удивительного года: самым интересным международным публикациям, взглядам экспертов на прошлое и будущее импакт-инвестиций, на разные подходы в оценке социального воздействия, научному анализу терминологии и многим другим интересным вопросам, с которых приятно начинать знакомство. Кроме того, частью журнала стал и другой издательский проект — каталог «Социальное предпринимательство России».

Год уходит, но приходят новые возможности, новые взгляды, новые методы, поэтому так интересно смотреть вперед — туда, где уже видны очертания новой экономики и красивые пейзажи новых социально-экономических ландшафтов. Как создаются условия для таких изменений? Как сделать эти изменения устойчивыми? Как оценить достигнутые результаты? Давайте вместе попробуем разобраться в этом на страницах журнала «Позитивные изменения».

From the Editor

The outgoing 2021 leaves a feeling that the transformation of the traditional business paradigm is inevitable — this year have had so many conferences devoted to the Sustainable Development Goals, ESG agenda, impact investments as never before.

It becomes quite normal for a business to acquire real social features — when the company's responsibility goes far beyond traditional CSR programs and benefit packages for employees. More and more often it becomes «abnormal» when the corporate attitude is different. Quoting one of the experts in an interview to our magazine, «at business parties they no longer ask you how you make money, and they ask you how you change other persons' lives and what your impact is.»

The emergence of a magazine dedicated to the topic of impact investments and social impact assessment seems to be a logical continuation of this story. The magazine that brings you today's global agendas, become aware of cases and tools with proven effectiveness, get inspired by experience and lessons learned of those who have been on this path for a long time.

The first issue of the magazine deals with the results of this amazing year: the most interesting international publications, expert views on the past and future of impact investments, on different approaches to assessment of social impact, scientific analysis of terminology and to many other interesting subjects which are worth to know. Moreover, another interesting publishing project has become a part of this magazine — the Social Entrepreneurship of Russia catalog.

The year is ending, but new opportunities, views, and methods are emerging and this is the reason why it is so interesting to take a look into the future, where the outlines of a new economy and beautiful new socio-economic landscapes become visible. How are the conditions for such changes being created? How to make these changes sustainable? How to evaluate the results achieved? Let's try to find out together on the pages of the Positive Changes magazine.

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКСПЕРТНЫЕ МНЕНИЯ

Социальное воздействие и позитивные изменения в России. Шесть экспертов о настоящем и будущем импакт-подхода в России Мария Криггер	4
---	---

ЭКСПЕРТНЫЕ СТАТЬИ

Почему люди покупают социальное? Психология потребительского выбора Наталья Гладких, Владимир Вайнер	14
--	----

Когда слово равно делу. Социальное воздействие посредством медиа и способы его измерения Юлия Агеева	22
--	----

Кейс выпуска: исследование социально-экономического воздействия проекта «Мануфактура русской игрушки» Елизавета Захарова, Сергей Горбунов, Светлана Моднова	30
---	----

ЯЗЫКОМ НАУКИ

Импакт как объект оценки: основные понятия Наталья Гладких, Зоя Талицкая	44
---	----

Нобелевская премия–2021 по экономике: новый шаг в оценке социального воздействия Елена Авраменко	58
--	----

Импакт-инвестирование как предмет исследования: 10 публикаций 2021 года Елизавета Захарова	68
--	----

Новая жизнь издательского проекта «Каталог «Социальное предпринимательство России» Владимир Вайнер	79
--	----

CONTENTS

EXPERT OPINIONS

Social Impact and Positive Change in Russia Opinions of six experts regarding the present and future of the impact approach in Russia Maria Krieger	4
--	---

EXPERT PUBLICATIONS

Why people buy social things? Psychology of consumer choice Natalia Gladkikh, Vladimir Vainer	14
--	----

When a word equals a deed. Social impact through media and how to measure it Julia Ageeva	22
---	----

Case of The Issue: Social and Economic Impact Research of the Russian Toy Manufacture Project Elizaveta Zakharova, Sergey Gorbunov, Svetlana Modnova	30
--	----

IN ACADEMIC LANGUAGE

Impact as an object of evaluation: basic concepts Natalia Gladkikh, Zoya Talitskaya	44
--	----

The 2021 Nobel Prize in Economics: a new step in assessing the social impact Elena Avramenko	58
--	----

Impact investing as a subject of research: 10 publications of 2021 Elizaveta Zakharova	68
--	----

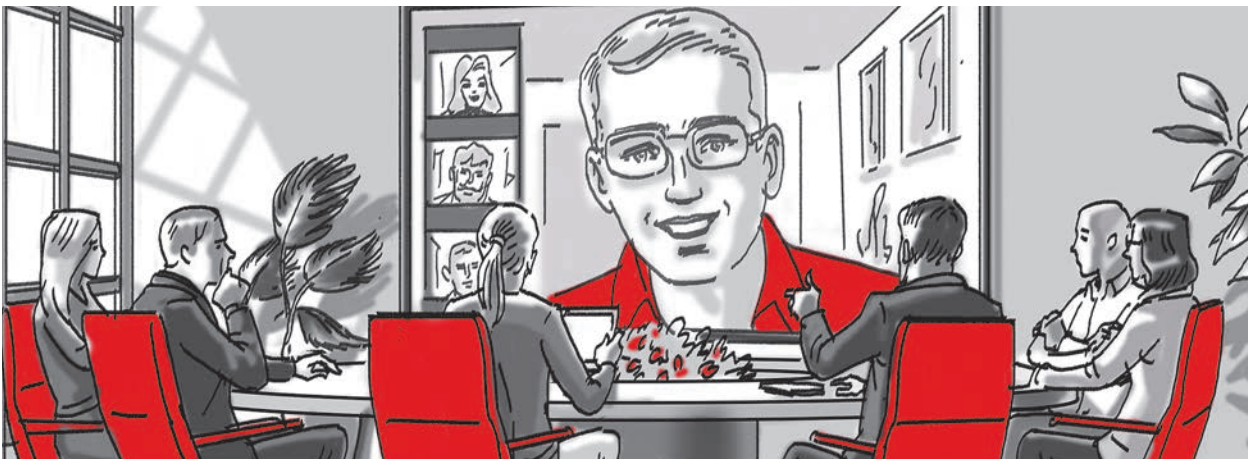
New life of the publishing project “Catalog “Social Entrepreneurship of Russia” Vladimir Vainer	79
---	----

СОЦИАЛЬНОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ И ПОЗИТИВНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ В РОССИИ

ШЕСТЬ ЭКСПЕРТОВ О НАСТОЯЩЕМ И БУДУЩЕМ
ИМПАКТ-ПОДХОДА В РОССИИ

SOCIAL IMPACT AND POSITIVE CHANGE IN RUSSIA

OPINIONS OF SIX EXPERTS REGARDING THE PRESENT AND FUTURE
OF THE IMPACT APPROACH IN RUSSIA



Инвестиции социального воздействия, или импакт-инвестиции, занимают все более заметное место в современной картине мира. Одновременно само понятие, сводящее на одной доске классические инвестиционные кейсы и социальные инициативы, до сих пор остается вещью в себе. Что понимать под импактом? Как оценивать социальное воздействие? Нужны ли универсальные метрики для его оценки? На эти вопросы мы попросили ответить людей, знающих о теме импакт-инвестиций по опыту собственных вложений или глубокого экспертного погружения в тему.

Social impact investments, or impact investments, are becoming increasingly prominent in the modern world building. At the same time, the concept itself, which puts classical investment cases on a level with social initiatives, still remains a thing in itself. What means “impact”? How to assess social impact? Do we need universal metrics to evaluate it? We asked people who know about the topic of impact investments to answer these questions on the experience of their own investments or a deep expert immersion in the topic.

Международная сеть импакт-инвесторов GIIN (Global Impact Investing Network) определяет понятие импакт-инвестиций как «инвестиции, осуществляемые с намерением оказать позитивное измеримое социальное или экологическое воздействие и получить финансовую отдачу». Как показывает практика, у определения сегодня нет единого понимания [импакт-инвестирования], трактовка данного термина допускает заметную вариативность. Тем не менее венчурный инвестор, председатель наблюдательного совета Благотворительного фонда Елены и Геннадия Тимченко и член наблюдательного совета венчурного импакт-фонда Zerno Ventures *Ксения Франк*, по сути, повторяет формулировку GIIN: «Это инвестиции в проекты, которые решают, смягчают какую-то важную социальную задачу, но при этом возвращают деньги инвесторам». Сам факт финансовой отдачи, считает она, является в данном случае обязательным условием наряду с измеримым социальным эффектом: «Это два компонента, которые необходимы, чтобы получалось импакт-инвестирование, а не какая-то другая форма воздействия, пускай тоже очень нужная и востребованная».

ИМПАКТ КАК ПОДХОД К ЖИЗНИ

Близость импакт-инвестирования к другим формам социально ответственного развития бизнеса — не новость. Об этом же говорит директор Центра содействия инновациям в обществе «СОЛЬ» *Жюльнар Асфари*. По мнению эксперта, поиск своего места для импакт-инвестирования в ряду других инвестиционных стратегий — это, по сути, попытка обособиться от ESG-инвестиций (environment-social/sustainability-governance), которые начали оформляться чуть раньше. Существует устойчивое движение, которое видит разницу между первым и вторым в том, что ESG-концепция, как правило, возникает в рамках уже существующего бизнеса, а импакт-проекты изначально создаются с целью решения определенных социальных или экологических задач.

Одновременно, по мнению многих экспертов, сами по себе финансовые дивиденды не являются сегодня принципиальным моментом, главное, чтобы вложения работали на устойчивый социальный эффект. «Нулевая доходность по инвестициям воздействия может иметь место, когда речь идет о социальных инвестициях бизнеса в проекты, от реализации которых этот бизнес не ожидает дохода себе, нацелен на решение проблемы,

The Global Impact Investing Network (GIIN) defines “impact investment” concept as “an investment made with the intention to make a positive measurable social or environmental impact and obtain a financial return.” In practice today there is no common understanding of impact investment term. It allows for many interpretations. However, the venture investor *Ksenia Frank*, the chairman of the supervisory board of the Elena and Gennady Timchenko Charitable Foundation and a member of the supervisory board of the Zerno Ventures venture impact foundation essentially agrees with the GIIN statement: “These are investments in the projects that resolve and mitigate some important social problem in addition to financial gain for investors.” She believes that the very fact of financial returns in this case is a prerequisite, along with a measurable social effect: “These are two components that are the must for impact investing, in comparison with any other effect, even if it is also very necessary and in demand”.

ИМПАКТ AS AN APPROACH TO LIFE

It's not news that impact investing is near to other forms of socially responsible business development. *Jiulnar Asfari*, director of the SOLj Center for the Promotion of Innovation in the Society, says the same thing. According to the expert, finding place for impact investing among other investment strategies is, in fact, an attempt to separate it from ESG investments (environment-social/sustainability-governance), which began to form a little earlier. There is a steady movement that sees the difference between the first and the second in that the ESG concept, as a rule, arises within already existing business and impact projects are initially created in order to solve certain social or environmental problems.

At the same time, experts have no consentience regarding the equivalence of the two parts of the definition — “transformative” and “repayable” ones. In fact, financial dividends are not a fundamental point for the majority: the main thing is that investments work for a stable social effect. Zero return on social bonds is permissible, says *Elena Feoktistova*, Deputy Chairman, Managing Director for Corporate Responsibility, Sustainable Development and Social Entrepreneurship of the Russian Union of Industrialists and Entrepreneurs. “An investor can invest money as a social investments — in fact, as a grant, supporting social entrepreneurs, and that money, even if it doesn't

поддержку проекта и его исполнителей», — считает заместитель председателя, управляющий директор по корпоративной ответственности, устойчивому развитию и социальному предпринимательству Российского союза промышленников и предпринимателей *Елена Феоктистова*. «Инвестор может вкладывать деньги как социальные инвестиции — фактически как грант, поддерживая социальных предпринимателей. Эти средства,



Жюльнар Асфари
Jioulnar Asfari

МОЙ ЛЮБИМЫЙ ИМПАКТ-КЕЙС

Ксения Франк: Ольга Барабанова и KINESIS. Еще работая волонтером, Ольга поняла, что детские инвалидные коляски очень тяжелые, не дают достаточной мобильности и не индивидуализированы. Организовав производство детских велосипедов («Лисaped»), Ольга поняла, что технология изготовления инвалидных колясок не так сильно отличается от велосипедов. Сегодня Ольга развивает производство легких активных инвалидных колясок в Москве (компания входит в реестр социальных предпринимателей): Kinesis первый в России (и пока единственный) делает персонализированные инвалидные коляски как для детей от двух лет и взрослых, так и для паралимпийцев.

даже если они не приносят дохода, можно рассматривать как инвестицию воздействия, поскольку они идут на решение конкретных проблем», — отмечает она.

«Человек, создавший успешный бизнес, понимает, как с помощью инвестиций можно получать желаемое. В бизнесе это желаемое измеряется в деньгах. В импакт-инвестициях — в социальных изменениях», — поддерживает мысль президент и сооснователь организации «Рыбаков Фонд» *Екатерина Рыбакова*.

Обобщая, можно сказать: рамка определения может быть широкой — была бы польза. Так, учредитель Группы компаний Seven Suns Development, предприниматель и социальный инвестор *Алексей Рьжков* считает, что под импакт-инвестированием в принципе нужно понимать деятельность любых компаний, так или иначе связанных с осуществлением позитивного воздействия. «Я воспринимаю “импакт” как формат, в который рано или поздно должны перейти все, — говорит он. — Возможно, в этой “точке перехода” разные версии определения вновь сойдутся в единую картину». «Управление импактом — это умение все видеть как одно целостное. А это — целое и в большей степени вопрос governance, то есть выстраивания системы управления», — замечает *Жюльнар Асфари*.

MY FAVORITE IMPACT CASE

Ksenia Frank: Olga Barabanova and KINESIS. While still working as a volunteer, Olga finds out that wheelchairs for children are very heavy and do not provide sufficient mobility and are not individualized. Having set up the production of children's bicycles (Lisoped), Olga realized that the technology of making wheelchairs is not very much different from bicycles. Today Olga is producing light active wheelchairs in Moscow (the company is included in the register of social entrepreneurs): Kinesis is the first in Russia (and so far the only one) that makes personalized wheelchairs for children from 2 years old, adults and for Paralympians.

generate income, can be seen as an impact investment because it helps to solve specific problems,” she said.

“A person who has created a successful business understands how to get what he wants with the help of investments. In business, this desire is measured in money. In impact investments — in social changes,” *Ekaterina Rybakova*, President and co-founder of the Rybakov Foundation, supports the idea.

Summarizing, we can say: the definition scope can be wide — would be it useful. Thus, the founder of the Seven Suns Development Group of Companies, entrepreneur and social investor *Alexey Ryzhkov* believes that impact investing in principle should be understood as the activities of any companies that are somehow related to the positive impact arising. “I see ‘impact’ as a format that sooner or later everyone has to transit to,” he says. Perhaps, different versions of the definition will again converge into a single picture at this ‘transition point’. “Impact Managing is the ability to see these aspects all as a whole. And there is an art to do it and now I see it more in terms of governments, that is, building a system of governance,” *Jioulnar Asfari* says.

КАК ИЗМЕРИТЬ ВОЗДЕЙСТВИЕ?

По факту все участники рынка, заинтересованные в развитии темы, сходятся в одном: вложения должны работать, производя понятное и, по возможности, измеримое позитивное воздействие. Получится ли вернуть вложенные средства и тем более получить прибыль — вопрос второй. Главное — достичь измеримого социального эффекта... и суметь его оценить.

«Мы для себя решили, что, поскольку мы хотим позитивных изменений, они должны отражаться на качестве жизни людей. И мы будем опираться на обратную связь, на то, как люди сами оценивают эти изменения. В наших активностях участвуют десятки тысяч людей. Мы их опрашиваем. И по тому, как они оценивают влияние наших программ, наших проектов на их жизнь, мы и оцениваем наши импакты», — говорит *Екатерина Рыбакова*.

Венчурный инвестор *Ксения Франк* также уверена, что только количественная оценка при измерении импакта вызывает много вопросов и недостаточна сама по себе: «В работе Фонда Тимченко мы не привязываем гранты только к достижению плановых метрик (Фонд ввел систему мониторинга и оценки в 2015 году). Если метрики слишком тесно связаны с финансированием, это может невольно провоцировать на принятие желаемого за действительное». *Ксения Франк* отмечает, что в таких сферах, как социальное или экологическое воздействие, исключительно численный эквивалент пользы может вести к смещению фокуса: «Мы все умеем считать “аутпуты”: количество проведенных классов, опубликованных пособий и людей, которые пришли на семинар. Но что поменялось в жизни этих людей, насколько эти изменения устойчивы, очень мало кто считает, и это гораздо сложнее».

Жюльнар Асфари согласна с наличием внутреннего конфликта между известными метриками оценки эффективности и собственно оценкой импакта: «Импакт — это такая смысловая часть, место его рождения — сердце, а все доказательства находятся в голове. Поэтому важно не переусердствовать, сама система управления и измерения не должна стать самоцелью. Когда мы говорим про импакт, важно умение на стратегическом уровне увидеть действие всех показателей совокупно». При этом, по мнению *Жюльнар Асфари*, сегодня на мировом рынке начинают формироваться стандарты оценки импакта, необходимые публичным компаниям, появляются показатели, которые можно измерить и посчитать, и формирование релевантной системы оценки — по большому счету вопрос времени.

HOW THE IMPACT CAN BE MEASURED?

In fact, all market participants, which concerned the topic development, agree on one thing: investments should ‘work’, producing a clear and, if possible, measurable positive impact. It is still the second question — whether it will be possible to return funds invested and even more so to make a profit. The main thing is to achieve a measurable social effect... and be able to evaluate it.

“We decided for ourselves that since we want positive changes, they should affect the quality of people’s lives. And we will rely on feedback, on how people themselves evaluate these changes. Tens of thousands of people participate in our activities. We interview them. And we evaluate our impacts by the way they evaluate the impact of our programs, our projects on their lives,” *Ekateryna Rybakova* says.

Venture investor *Ksenia Frank* is also confident that quantitative assessment when measuring impact raises many questions and is insufficient by itself. “In the work of the Timchenko Foundation, we do not tie grants only to the achievement of planned metrics (the Foundation introduced a monitoring and evaluation system in 2015). If metrics are too closely tied to funding, they can inadvertently provoke wishful thinking.” *Ksenia Frank* notes that in areas such as social or environmental impact, the purely numerical equivalent of benefits can lead to a shift in focus: “We all know how to count “outputs”: number of classes held, manuals published and people who attended the class. Yet there is something much more difficult to assess and that very few people think about. That is what really has changed in the lives of these people and how stable these changes are.”

Jioulnar Asfari agrees with the existence of an internal conflict between the known metrics of performance evaluation and, in fact, the impact evaluation. “The impact is such a semantic aspect, and its ‘birth place’ is the heart, and all the evidence is in the head. Therefore, it is important not to overdo it: the control and measurement system itself should not become a goal in itself. When we talk about impact, it is important to be able to see the effect of all indicators at the strategic level together.” At the same time, *Jioulnar Asfari* notes, today the world market is beginning to form the impact evaluation standards necessary for public companies, there are indicators that can be measured and calculated, and the formation of a relevant evaluation system is, as a whole ring, a matter of time.



Ксения Франк
Ksenia Frank



Екатерина Рыбакова
Ekaterina Rybakova

МОЙ ЛЮБИМЫЙ ИМПАКТ-КЕЙС

Екатерина Рыбакова: *Если говорить о проектах «Рыбаков Фонда», выбрать мне сложно. Это и «Университет детства», и наш курс, который мы разработали совместно с «Вышкой» — инструмент оценки и самодиагностики для школ. А также школьное сообщество «Школа — центр социума». Курс, который мы сейчас внедряем в программу педагогических вузов, чтобы будущие учителя получали навыки комьюнити-менеджмента, построения сообщества и могли принести их сразу с собой в школу.*

Алексей Рыжков уверен, что метрики импакту в любом случае необходимы: «Важно, чтобы любая сфера, любая деятельность была метрологически состоятельна. Важно выработать критерии, согласовать их в обществе и пользоваться этими критериями». При этом, как отмечает Рыжков, наряду с универсальными критериями должны существовать и отраслевые метрики. Но универсальные, релевантные для всех стран и видов деятельности — прежде всего.

Однако оптимизм по поводу перспектив внедрения единой универсальной системы оценки присущ далеко не всем. Екатерина Рыбакова полагает, что договориться даже на уровне одной отдельно взятой страны будет крайне непросто. «Большую роль играет вопрос предпочтений, которые именно вы считаете важными для определенной сферы, — замечает она. — Предпочтений и традиционного “дьявола в деталях”. Вот, например, один фонд говорит: мы проинвестировали в проект — 300 детей научили программированию. Мой первый вопрос: откуда эти дети? Если эти дети вчера играли в шахматы, а сегодня вы их научили программированию — насколько здесь присутствует социальный эффект? Если вчера они в подворотне пили пиво, и вы их привели в клуб, сделали так, чтобы они остались, научили их программированию и дали им профессию, — тогда это реально социальный эффект», — говорит Ксения Франк.

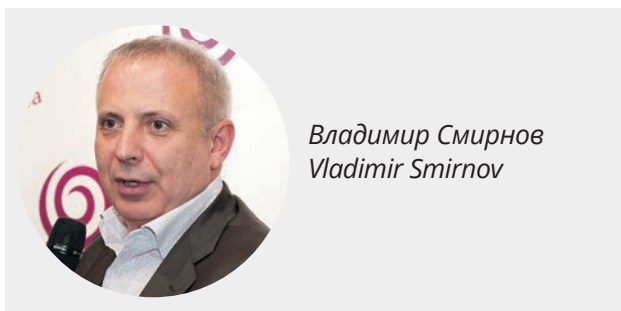
MY FAVORITE IMPACT CASE

Ekaterina Rybakova: *If we talk about the Rybakov Foundation's projects, it's difficult for me to choose. They include the University of Childhood and our course, which we developed together with The Higher School of Economics university as an evaluation and self-diagnostic tool for schools, as well as the school community «The School is the center of society». The course that we are now introducing into the curriculum of pedagogical universities is aimed at giving future teachers skills in community management, community building so that they can use them immediately in school.*

Alexey Ryzhkov is sure that the metrics, in any case, are necessary for impact: “It is important that any sphere, any activity is viable in terms of metrology. It is important to develop criteria, it is important for society to coordinate them. It is important to use these criteria.” At that Ryzhkov notes, along with universal criteria, there should be industry metrics. But they should be universal, relevant for all countries and activities — first of all.

However, everyone has no inherent optimism about the prospects for implementation of a single universal evaluation system. Ekaterina Rybakova believes that it will be extremely difficult to reach an agreement even at the level of one, single country. “In many ways, the question of preferences, what exactly you consider important for a certain sphere, plays a role here,” she notes. Preferences — and, we add, the traditional “devil in details”. “For example, one foundation states: we invested in the project — 300 children have been taught programming. My first question is: where are these children from? If these children played chess yesterday, and today you taught them programming, how much social effect is there? If yesterday they were drinking beer in the alleyway, and you brought them to the club, got them interested so they stayed, taught them programming and gave them a profession, then there is a real social effect”, — says Ksenia Frank.

In general, experts agree: an evaluation is necessary despite all its complexity. “When you create



Владимир Смирнов
Vladimir Smirnov

В целом, эксперты солидарны: несмотря на всю ее сложность, оценка необходима. «Когда ты создаешь инфраструктурный проект, это “венчур внутри венчура”, — говорит основатель центра развития социально-культурных проектов и благотворительности «Благосфера» Владимир Смирнов. — Я знаю, что разумное, осознанное, социальное сообщество скажет, что это реально нужно. Очень крутой проект, реально работающий, помогающий, делающий, он очень нужен. Например, в “Благосфере”, как в самом сложном проекте, мы так считаем. И цифры достаточно нас обнадеживают».

НАПРАВЛЕНИЕ ДВИЖЕНИЯ

Широкая рамка понятия «импакт-инвестирование» задает и предсказуемо большой разбег для моделирования парадигмы развития. С одной стороны, на российском рынке уже стали появляться мейнстрим-кейсы. Так, в 2020 году был запущен акселератор «Навстречу импакт-инвестициям» — пилот Impact Hub Moscow и фонда «Навстречу переменам», в рамках которого отбираются и докручиваются социальные проекты для импакт-инвестирования. С другой — актуальная карта отечественного импакта простирается от внутренних социальных проектов крупных компаний до моделей государственно-частного партнерства и венчурного финансирования.

Так, инвесторы все чаще готовы вкладываться в развитие территорий и сообществ и оценивать эту деятельность как разновидность импакт-инвестирования. В этой сфере есть потенциал, который начнет рано или поздно возвращаться не только человеческим капиталом, полагают они. На этом направлении сфокусированы многие проекты «Рыбаков Фонда» — «PRO женщин», «Про детей» и другие. «Сообщество — это особая связь между людьми, где они объединены общими ценностями, общим делом. Именно нахождение в сообществе меняет их жизнь и приводит к тем позитивным изменениям, которые начинаются в первую очередь в мышлении, а потом уже — в действиях, поступках, качестве жизни».

an infrastructure project, it's ‘a venture inside a venture’, Vladimir Smirnov says. “I know that a reasonable, conscious, social community will say that this is really needed. It is very necessary — a very cool project, which really works, helps, makes. For example, in Blagosfera Center, as in the most complex project, we count this. And the numbers are quite encouraging for us.

MOVING DIRECTION

The broad scope of ‘impact investing’ concept sets a predictably long running start for modeling the development paradigm. On the one hand, mainstream cases have already begun to appear on the Russian market. So, in 2020, the Towards Impact Investments accelerator was launched — the Impact Hub Moscow pilot project and the Navstretchu Peremenam Foundation, under which social projects for impact investment are selected and finalized. On the other hand, the current map of the domestic impact extends from internal social projects of large companies to models of public-private partnership and venture financing.

Thus, investors are increasingly ready to invest in the development of territories and communities and evaluate this activity as a kind of impact investment. There is potential in the sphere that will sooner or later begin to return not only with human capital, they believe. Many projects of the Rybakov Foundation are focused in this direction — About Women, About Children and others. “Community is a special relationship between people, where people are united by common values, a common working. It is being in the community that changes their lives and leads to those positive changes that begin first of all in thinking and then in actions, deeds, and quality of life.”

At the same time, in the format of influence investments, public-private partnership projects are developing today, supported, in particular, by VEB (the Bank for Development and Foreign Economic Affairs). “VEB, as a development institution, has a whole direction that is dedicated to this — impact investments and impact projects,” Elena Feoktistova says. In the first case, we are talking about financial participation in socially significant projects, in the second — about the creation of projects as such. “In fact, this is a private public partnership, a real entrepreneurial activity, which should ensure the return on investment. Above or below the market value — it is another story,” she said.

Finally, a scenario is possible where impact investing will close to venture financing, which is much more understandable to traditional business.

Одновременно в формате инвестиций влияния сегодня развиваются проекты государственно-частного партнерства, поддерживаемые, в частности, государственной корпорацией развития России ВЭБ.РФ. «У ВЭБа как у института развития есть целое направление, которое посвящено инвестициям и проектам воздействия», — говорит Елена Феоктистова. В первом случае речь идет о финансовом участии в



Елена Феоктистова
Elena Feoktistova

МОЙ ЛЮБИМЫЙ ИМПАКТ-КЕЙС

Елена Феоктистова: Роман Аранин и Observer. Совершенно классический пример. Человек начал с решения собственных проблем (компания, создающая сегодня современные инвалидные коляски и доступную среду в регионах, начиналась с мастерской по ремонту инвалидных колясок, после того, как ее основатель получил травму позвоночника. — Ред.), но решил задачу не только свою, но и сотен людей вокруг. Он сумел обеспечить устойчивость в решении той задачи, которая была первоначально, и очень существенно расширил первоначальную идею и проект. Это очень хороший пример того, как все работает.

социально значимых проектах, во втором — о создании проектов как таковых. «Фактически это частно-государственное партнерство, реальная предпринимательская деятельность, которая должна обеспечить возврат инвестиций. Выше рынка или ниже рынка — это уже отдельная история», — отмечает она.

Наконец, возможен сценарий, в котором импакт-инвестирование сблизится с гораздо более понятным традиционному бизнесу венчурным финансированием. «Я верю в потенциал венчурных предпринимателей, которые в своей душе совсем не безразличные люди и по выходным часто занимаются волонтерством, помогают бабушкам и спасают собак. В бизнесе они тоже зачастую принимают решения, исходя из своих общечеловеческих ценностей. Просто пока это еще не оформлено как идея, “не оцифровано” ими», — говорит Ксения Франк. Возможно, нужно не некоммерческие организации разворачивать в сторону возвратного финансирования, а напротив, направлять более традиционных инвесторов и фаундеров в сторону импакта. «Я уверена, что у многих из основателей компаний на человеческом уровне есть желание сделать позитивный вклад для общества, просто они не понимают, что это также может быть значимым для инвесторов», — замечает она.

MY FAVORITE IMPACT CASE

Elena Feoktistova: Roman Aranin and Observer. Let's give a very classic example. A person began with solving his own problems (the company that creates modern wheelchairs and an accessible environment in the regions today began with a wheelchair repair shop after its founder suffered a spinal injury — ed.), but solved the problem not only of his own, but also of hundreds of people around. He managed to ensure stability in solving that problem, which was original, and very significantly expanded the original idea and project. This is a very good example of how things work.

“I believe in the potential of venture capitalists, who are not indifferent people deep inside, and on weekends they often do volunteering in helping elderly and rescuing dogs. In business, they also often make decisions based on the common human values. Simply put, the idea has not been formed yet, nor “digitised” by them” says Ksenia Frank. Perhaps, it is not necessary to turn non-profit organizations in the direction of repayable financing, instead, direct more traditional investors and founders to where there is the impact... “I am sure that many of the founders of companies on a human level have a desire to make a positive contribution to the society, they do not understand yet that it can be beneficial for them as well,” — she remarks.

THE “THREE SECTORS MODEL” NO LONGER WORKS

Most experts agree that a public discussion about the impact approach is needed to conduct. “In my opinion, now it is important to talk, write, and build knowledge,” Jioulnar Asfari says. — It is important to conduct public discussions. In our country, there is quite a strong division: charity is separately, corporations are separately, investment communities are separately, and we have a lot of self-regulation

«МОДЕЛЬ ТРЕХ СЕКТОРОВ» БОЛЬШЕ НЕ РАБОТАЕТ

Большинство экспертов сходятся во мнении относительно необходимости общественной дискуссии об импакт-подходе. «На мой взгляд, сейчас важно разговаривать, писать, формировать знания, — говорит *Жюльнар Асфари*. — Важна общественная дискуссия. В нашей стране достаточно сильно происходит разделение: благотворитель-

within individual communities.” The result of this approach is the low negotiability of market participants, the expert notes. To form a systematic approach to the impact, it would be useful to create platforms where representatives of various communities can conduct discussions, and form a cross-regulation. “Then there will be a movement from disparate private investment, which cannot be copied and repeated as an experience, because it is always individual, towards some institutional, collective forms,” Jioulnar Asfari sums up.

МОЙ ЛЮБИМЫЙ ИМПАКТ-КЕЙС

Владимир Смирнов, «Школа позитивных привычек» фонда «Образ жизни»: *Как мы можем растить людей, которые будут социально ответственными? Только начиная с детского возраста. Это 1–4 классы, кейс из 9 уроков, на которых дети обсуждают темы милосердия, сострадания, помощи ближнему, помощи окружающей среде, животным. В программе также обучаются старшие школьники, 9–10 класс, которые потом в своей школе эти же уроки и ведут. Получается такая синергия. Часть этой программы рассчитана и на дошкольников, когда детям 5–6 лет рассказывают, что такое «хорошо» и что такое «плохо». Если бы «Школа позитивных привычек» появилась в каждой стране, в каждом регионе, в каждом учебном заведении, было бы здорово. Уже десятки тысяч детей прошли через программу, в двух или трех регионах есть центры на основе педвузов, которые учат будущих преподавателей, проводятся семинары, есть методический центр. У меня мечта, чтобы это было в каждой школе страны.*

MY FAVORITE IMPACT CASE

Vladimir Smirnov: School of Positive Habits at the Lifestyle Foundation. *How can we raise people who will be socially responsible? We can only starting from a young age. School of Positive Habits is developed for 1-4 forms, a case of 9 lessons, where children discuss the topics of mercy, compassion, helping their neighbor, helping the environment, and animals. The program also intended for high school students, 9-10 forms, who then conduct the same lessons in their school. Such a synergy turns out. Part of this program is also designed for preschoolers, when children 5–6 years old are told what is good and what is bad. These are just values common to humanity. It would be great to have these in every country, in every region, in every school. Tens of thousands of children have already complete the program training, in two or three regions there are centers organized at pedagogical institutes of higher education that train future teachers, seminars are held, there a methodological center operates. I have a dream that this will be in every school in the country.*

ность отдельно, корпорации отдельно, инвестиционные сообщества отдельно, у нас очень много самоопределения внутри отдельно взятых сообществ». Итогом такого подхода становится низкая договороспособность участников рынка, отмечает эксперт. Для формирования системного подхода к импакту было бы полезно создание площадок, на которых представители различных сообществ смогут вести обсуждение, формирование перекрестного определения. «Тогда произойдет движение от разрозненных частных инвестиций, которые невозможно скопировать и повторить как опыт, потому что он всегда индивидуальный, в сторону каких-то институциональных, коллективных форм», — резюмирует *Жюльнар Асфари*.

О проблемах, мешающих сегодня построению диалога, говорит и *Владимир Смирнов*: «Само социально-благотворительное сообщество зачастую плохо, “непрофессионально” относится к бизнесу.

Smirnov also speaks about the problems that hinder to build a dialogue today: “The social and charitable community itself has often bad, ‘unprofessional’ attitude to business. People who save other people seem to be somewhere near angels and cherubs. The social block, the social sphere does not work loyally enough with business and potentially involved people.”

But for all that, according to business representatives, this distance can be covered. “I perceive the commercial and social elements as two components of a single whole, like Yin-Yang, which should always be a whole,” Alexey Ryzhkov says. — And today we see when companies or projects do not combine these two components they suffer without each other. When these two components are combined with each other, there is that integrated whole that should be.”

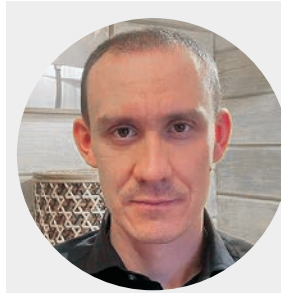
Людям, спасающим людей, кажется, что они уже где-то рядом с ангелами и херувимами. Социальный блок, социальная сфера недостаточно лояльно работают с бизнесом и потенциально вовлекаемыми людьми».

И все же, по мнению представителей бизнеса, эта дистанция преодолима. «Я воспринимаю коммерческую и социальную составляющие как два компонента единого целого, как инь-янь, которое должно быть целым всегда, — говорит *Алексей Рыжков*. — И сегодня мы видим, когда компаниями или проектами не совмещаются эти два компонента, они друг без друга страдают. Когда же эти два компонента совмещаются друг с другом, возникает то единое целое, которое и должно быть».

НЕОТВРАТИМЫЙ ИМПАКТ

Пожалуй, единственное, в чем единодушны все стейкхолдеры, «переход на сторону добра» для бизнеса и общества в целом неизбежен. «Ты где-то в Америке приди в приличную тусовку и скажи: “Я занимаюсь бизнесом”. — “Хорошо. А какой социальной деятельностью вы занимаетесь?” — “Никакой”. — “Понятно. А каким-то Impact занимаетесь, что-то интересное делаете? Может, природу спасаете или что-то делаете, чтобы стало по-другому?” — “Нет, ничего”. Тебя на бизнес-встречи будут приглашать, а в нормальное общество — нет. Это само собой должно быть. Это было когда-то модно, сегодня стало обязательно. У нас хотя бы должна эта “модность” появиться, чтобы неудобно было ничем не заниматься», — говорит *Владимир Смирнов*.

В неотвратимости смены парадигмы уверен и *Алексей Рыжков*: «Мы переживаем цивилизационный кризис. И чтобы выйти из него победителями, нужно всю нашу деятельность пересмотреть на предмет того, какое воздействие мы оказываем на мир в целом. Сформулировать эти критерии воздействия, понять, что мы не можем локально подходить к решению важных вопросов. Мы не можем построить свое локальное благополучие или свое локальное счастье, не решив общих проблем. Я считаю, что в этой логике и в логике победы над вызовами и угрозами, которые перед нами стоят, мы должны перейти в новый формат деятельности в целом: бизнеса, государственной деятельности, всех отдельно взятых людей, всех игроков рынка».



Алексей Рыжков
Alexey Ryzhkov

INEVITABLE IMPACT

Perhaps the only thing on which all stakeholders are unanimous is that the “transition to the side of good” for business and society as a whole is inevitable. “You’re somewhere in America, come to a decent party and say “I’m doing business.” “What kind of social activity do you do?” — “None” — “Okay. Are you doing something interesting? Maybe you’re saving nature or doing something to make it different?” — “I do nothing.” You will be invited to business meetings, but not to good society. It should be by itself. It was once fashionable, today it has become mandatory. At least this “fashion” should appear in our country, so that it is inconvenient to do nothing,” *Vladimir Smirnov* says, founder of the Blagosfera Center for the Development of Social and Cultural Projects and Charity.

Alexey Ryzhkov is, also confident in the inevitability of a paradigm shift. “We are experiencing a civilizational crisis. And in order to emerge victorious from it, we need to review all our activities regarding impact, the impact we have on the world as a whole. We shall formulate these criteria of impact, to understand that we cannot address important issues using local approach. We cannot build our local well-being or our local happiness without solving common problems. I believe that in this logic and in the logic of ‘victory’ over the challenges and threats that we face, we must move to a new format of activity as a whole: business, government activities, all individual people, and all market players.”



Текст подготовила
Мария Кригер

Prepared by
Maria Krieger



ПОЧЕМУ ЛЮДИ ПОКУПАЮТ СОЦИАЛЬНОЕ?

ПСИХОЛОГИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ВЫБОРА

WHY PEOPLE BUY SOCIAL THINGS?

PSYCHOLOGY OF CONSUMER CHOICE

Ответ на вопрос «Почему люди покупают социальное?» может показаться очевидным: желание помогать другому (по внутреннему стремлению или «социальной желательности» такой модели поведения) свойственно человеку по его природе. Мы могли бы ограничиться таким ответом, если бы нас интересовала только ситуация, когда человек совершает покупку не потому, что ему нужен данный товар (а часто, наоборот, и не нужен вообще), а ради того, чтобы помочь конкретному детскому дому, ребенку, знакомому, благотворительному фонду и т.п.

The answer to the question “Why people buy social things?” in first approximation can seem obvious: a desire to help others (based on inner ambitions or “social desirability” of such behavior pattern) is inherent to human nature. But we could limit ourselves with this answer if we were interested only in a situation when a person makes a purchase not because he needs these goods (and as it often happens — he or she doesn’t need it at all), but to help a particular orphanage, child, a friend, a charitable foundation, etc.



Наталья Гладких,

кандидат психологических наук, ведущий эксперт Института социально-экономического проектирования НИУ ВШЭ



Владимир Вайнер,

директор «Фабрики позитивных изменений»

Natalia Gladkikh,

Ph.D. in Psychology, Leading Expert of the Institute of Socio-Economic Design, Higher School of Economics

Vladimir Vainer,

Director of Positive Changes Factory

Некоторое время назад в социальных сетях активно распространялся текст с призывом покупать то, что продают бабушки у метро, — не потому, что эти товары отличаются качеством, а потому, что «отличаются» бабушки — фактом особой необходимости заработать какие-то даже самые небольшие деньги. «Кажется, нам всем нужна герань» — такими словами заканчивался этот текст. В этом случае мы вряд ли можем говорить о потребительском поведении, а скорее об акте благотворительности. Очевидно, модель покупки условной «герани», потому что ее продает бабушка, не может стать регулярной: герань как минимум придется куда-то потом девать. Подобная модель благотворительности — пожертвования в обмен на условный «товар» — была популярна еще в дореволюционной России. Благотворительные жетоны, популярные в то время акции «Белые цветы», «Купи красное яичко» и другие являются примерами такой (надо сказать — эффективной!) стратегии

Some time ago, a message actively circulated social media calling to buy things from elderly women standing and selling goods near metro stations — not because their goods are of good quality, but because those elderly women are different by the fact of their particular need to earn some money, even small sums. “It seems we all need a geranium plant” that message ended. In this case, we can hardly speak about consumer behavior, but likely about compassionate plea. A model of buying an assumed “geranium” because it is sold by an elderly woman obviously cannot become a regular model — we will have to do something with this geranium. Such charity model — donations in exchange of conventional “goods” — was popular in Russia before the revolution. Charity tokens, White Flowers, Buy a Red Egg and other campaigns that were popular at that time are good examples of such (and we must say — effective) strategy of fundraising. They are popular nowadays. Famous Currant Party of the

фандрайзинга. Популярны они и в наше время. Знаменитая «Смородиновая вечеринка» Фонда «Созидание», «Душевный базар» и множество других программ, акций и кампаний — примеры фандрайзинга, основанного на двойной выгоде — получаю и товар (и в большинстве случаев это не «герань», а все-таки действительно качественный, полезный и приятный продукт или услуга), и ощущение, что сделал что-то полезное.

Сложнее, когда «социальный» товар вступает в конкуренцию с товаром «обычным» на полке магазина, в ярмарочном ряду и других ситуациях совершения каждодневных покупок. Когда речь идет о регулярном потребительском поведении, ключевой категорией которого является потребительское решение, выбор в пользу определенной альтернативы. Этот выбор характеризуется целеполаганием, критериями, стратегиями и большим числом более сложных явлений.

Потребительское поведение является предметом исследования многих наук, но в целом можно выделить две большие группы. К первой относятся внепсихологические теории: экономические и математические модели, построение теорий игр и статистических решений, просчетов вин-вин-стратегий и т.п. Ко второй группе наук относятся психологические дисциплины, осуществляющие учет «искажающих» идеальные математические и статистические стратегии факторов человеческой психики. Эти факторы неизбежно проявляются в ежедневных человеческих решениях в реальной жизни. Зачастую мы выбираем не тот магазин, который ближе и дешевле, а тот, который дальше и дороже, — только потому, что в нем работает продавец, с которым мы сто лет знакомы и давно дружим. Так же сложно математически просчитать, например, выбор спутника жизни — вряд ли мы стали бы полагаться на сумму баллов по условным критериям. «Человек не настолько иррационален, чтобы действовать всегда рационально» — так описал формулу искажений решений человеческой психикой Грегор Саймон, один из авторов и основателей психологического подхода к изучению процессов выбора, обладатель Нобелевской премии — к слову сказать, по экономике. Интересно, что другой известный автор психологического подхода к анализу процессов выбора, Даниель Канеман, также является обладателем Нобелевской премии и также — по экономике. Получается, что даже в строгой и рациональной экономике есть место признанию иррациональности

Creation foundation, “Candid Fair” and many other programmes, offers and campaigns can serve as an example of fundraising based on the “double” profit — I get both goods (and it is not a geranium plant in most cases, but really descent, useful and pleasant product or service) and feeling that I have done something useful.

It is more difficult in the situation when “social” goods enter a competition with “regular” goods on a shop shelf, in a fair row and in other situations of making everyday purchases. When we talk about a regular consumer behavior with the consumer decision as the key strategy, choice in favour of a certain “alternative” which is defined by target setting, choice criteria and strategies and a plenty of more complex phenomena.

The consumer behavior is a subject of study of many sciences, but in general we can distinguish two large groups — theories not related to psychology, which include economical and mathematical models, with building game theories, statistical decisions, calculations of win-win strategies, etc., and psychology theories described by accounting of the factor of human mentality which “distorts” ideal mathematical and statistical strategies, which occur in everyday human decisions, in real life. We often choose a shop which is not close to us and cheaper, but a shop which is far from us and expensive — just because of a shop assistant who is our friend and we know him for many years. And it is difficult to calculate mathematically a choice of our life partner, for example — we can hardly rely on credits of a conditional test. “A person is not irrational so much so that to always act rationally” — with these words Gregor Simon described the formula of distortions of human mind, he is one of the authors and founders of the psychological approach in studying the process of choosing, and a Nobel Prize winner in economics, by the way. Interestingly enough, that another well-known author of the psychological approach in analyses of the process of choosing — Daniel Kahneman — is also a Nobel Prize winner and also in economics. It turns out that even a strict and rational economy has a space for irrationality of impact of psychological processes in the situation of making a choice.

Works of Kahneman, Simon and many other researchers of the psychological approach are joined by a pursuit to find out how a choice is made in reality. The “heuristic” notion is the important category in this approach. These are simple principles, established algorithms expressed in the form of judgements, which people use to facilitate a task of decision making. Proverbs can serve as examples of heuristics. “For

влияния психических процессов в ситуации выбора.

Работы Канемана, Саймона и многих других исследователей психологического подхода объединяет стремление разобраться как по факту, в реальности, осуществляется выбор. Важной категорией в данном подходе является понятие «эвристик». Это простые принципы, устоявшиеся алгоритмы, выраженные в форме суждений, которые люди используют для того, чтобы облегчить себе задачу принятия решения. Примерами эвристик могут быть, например, пословицы. «Семеро одного не ждут», «Нет дыма без огня» и прочие пословицы определяют по факту наше поведение в ряде ситуаций, помогают нам принимать решения: ждать или уйти, не дождавшись, верить или нет и т.п. Мы ориентируемся на них как на некоторый принцип совершения выбора модели поведения в ряде ситуаций.

Прежде чем перейти к анализу эвристик, которые определяют выбор социального товара, стоит для начала привести доказательства в пользу того суждения, которое заявлено в названии как доказанное: люди покупают социальное. А действительно ли покупают? Действительно ли товар, обладающий социальной ценностью, является «модальной альтернативой», то есть вариантом выбора, который обладает преимуществами по сравнению с другими?

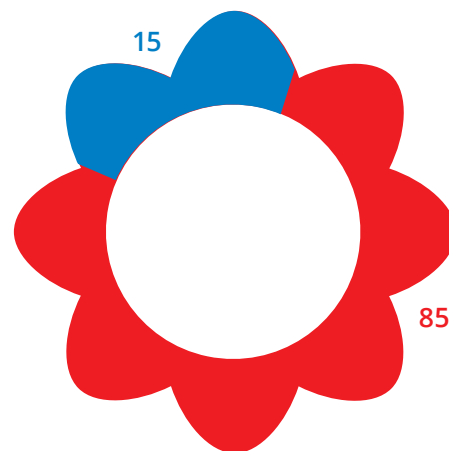
Здесь и далее мы будем ссылаться на данные исследования, которое мы проводили по заказу Фонда региональных социальных программ «Наше будущее» несколько лет назад. Как видно из диаграмм 1 и 2, даже марку, которую респонденты предпочитают покупать «обычно» (а именно такая ситуация — привычной покупки — является наиболее сложной для изменения), готовы поменять на продукцию социальных предпринимателей. Даже рассматривая в качестве «поправочного коэффициента» социальную желательность данного ответа (хотя в нашем случае — анонимного онлайн-опроса — условия в минимальной степени способствовали его возникновению), мы получаем достаточно весомое соотношение. Отчасти фактором «внешней валидности», подтверждающим верность нашей гипотезы, является активное использование «социального» как стратегии продвижения «обычных» товаров. Социальный маркетинг на сегодняшний день представляет собой устоявшееся и активно развивающееся направление маркетинга, а на фестивалях рекламы уже сложно отличить рекламу коммерческую от социальной: гуманистические ценности становятся главенствующими и активно эксплуатируемыми

Готовы ли вы поменять марку, которую покупаете обычно, на продукцию социальных предпринимателей (сделанную социально незащищенными группами населения) с аналогичными свойствами по качеству и т.п.?

Are you ready to change the brand you regularly buy for the products of social entrepreneurs (made by socially vulnerable groups of citizens) with similar properties in terms of quality, etc.?

Диаграмма 1. Готовность поменять привычную марку на продукцию социальных предпринимателей, %
Diagram 1. Readiness to change a traditional brand for the products of social entrepreneurs, %

■ Да | Yes
■ Нет | No



one that is missing there is no spoiling a wedding”, “where there’s smoke there’s fire” and other proverbs actually define our behavior in certain situations, help us to make decisions — to wait or to leave, believe or not, etc. We reference to them as a principle of choosing a behavior model in certain situations.

Before we proceed to the analysis of heuristics which define a choice of social goods, first of all we should provide proofs in favour of the judgement in the title as proved one — people buy social things. Do they really buy? Do the goods of social value are

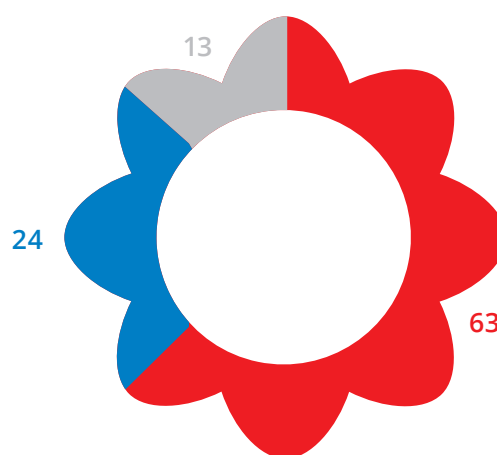
Если вы узнаете, что товар или услуга произведены социально незащищенной группой населения (инвалиды, многодетные семьи и т.п.), как это повлияет на ваш выбор продукции?

If you find out that goods or service are made by a socially vulnerable group of citizens (physically impaired persons, large families, etc.), how will it impact your choice of products?

Диаграмма 2. Влияние фактора «социального» товара на принятие потребительского решения, %

Diagram 2. Impact of the factor of “social” goods on making a consumer decision, %

- Скорее всего, куплю данный товар | I will likely buy these goods
- Никак не отреагирую | No reaction
- Прочее | Other



как благотворительными фондами, так и крупными корпорациями (что, в общем, прекрасно, особенно в случае, когда эти кампании имеют большой не только коммерческий, но и социальный эффект).

Попробуем разобраться в причинах, почему все-таки выбор «социального» товара является привлекательным для потребителя с точки зрения психологической теории решения.

Начнем с того, что сама ситуация выбора является внутренне, субъективно задачей отнюдь не всегда приятной. «Бремя выбора» говорим мы в ситуации, когда нужно принять важное решение. Даже выбор, который нам приятен (например, нового платья), рождает напряженность (вдруг куплю не самое лучшее и потом найду дешевле или лучше?), и уж тем более — выбор новой квартиры, профессии и спутника жизни. Все эти ситуации требуют затраты наших психических ресурсов и, кроме того, всегда сопровождаются боязнью совершения неправильного выбора.

К счастью, психика человека обладает большим ресурсом защиты, и одним из принципов ее функционирования является «экономия психической энергии». В каждый момент времени на человека действует множество разнообразных стимулов, часть которых мы даже не осознаем (например, одежду, которая на нас надета, шум кондиционера или улицы за окном — стимулы,

“modal alternatives”, i.e. a choice option which has advantages compared to others?

Hereinafter I will refer to data of the research we conducted several years ago by the order of Our Future Foundation for regional and social programmes. As Diagrams 1 and 2 show, the respondents are ready to change even the brand they prefer to buy “regularly” (this particular situation — regular purchasing is the most difficult to be changed) for the products of social entrepreneurs. Although, if we review the social desirability of this answer as a correction factor (though, in our case — anonymous online survey — the conditions minimally contributed to its occurrence), we get fairly significant ratio. Partially, the factor of “external validity”, i.e. that confirms accuracy of our hypothesis, is active usage of “social” as the strategy of promotion of “regular” goods. The social marketing today represents a well-established and actively developing line of marketing, and at advertising festivals now it is difficult to distinguish the commercial advertising from the social one — humanistic values become the dominant and actively operated values both by charitable Foundations and large corporations (and it is perfect, particularly in case when these campaigns have a great effect not only commercial, but also a social one).

We will try to figure out reasons, why a choice of “social” goods is yet attractive for a consumer,

которые мы не будем осознавать до тех пор, пока они по каким-то причинам не окажутся в области нашего произвольного или непроизвольного внимания (вследствие, например, внезапного громкого звука за окном). Одним из проявлений данного принципа экономии является и ряд феноменов на уровне принятия решения. Так, для снижения «субъективного дискомфорта», возникающего в ситуации необходимости совершения выбора из нескольких альтернатив, мы используем принцип иерархизации альтернатив, позволяющий выделить обобщенные кластеры вариантов выбора, причем, чем больше множество альтернатив, тем более важную роль играет данный принцип. Или другой принцип — эвристика «редукции сложности» альтернатив: субъект совершает выбор на основании гораздо меньшего количества альтернатив, чем те, которые он может различить. Действительно, если представить количество вариантов выбора, которые мы можем совершить (к примеру, потенциальных спутников жизни — порядка нескольких миллионов, если исходить из критерия пола, возраста и семейного положения; страшно представить, если бы мы захотели осуществить выбор на основании знакомства со всеми вариантами...), становится очевидным, что выбор мы совершаем на основании далеко не всех возможных вариантов. Более того, в своих исследованиях Ю. Козелецкий доказал, что лица, находящиеся в ситуации принятия решения, при совершении выбора принимают во внимание одновременно всего от 3 до 6 гипотез, которые кажутся им наиболее правдоподобными, и игнорируют другие. Почти магические « 7 ± 2 » — формула, которая описывает многие психологические явления (объем нашей оперативной памяти, внимания например). Такие же данные были получены и в исследованиях других ученых.

Что же все-таки с покупкой социальных товаров? Можно заметить, что в ситуации принятия потребительского решения имеются все условия для возникновения указанных феноменов, позволяющих упростить задачу принятия решения для субъекта. Поиск подходящего варианта выбора в зависимости от типа товарной категории в большей или меньшей степени рождает у потребителя напряженность. В условиях развитости рынка количество потребительских альтернатив может достигать сотен и даже тысяч, что делает невозможным решение задачи выбора анализом каждой отдельной альтернативы и вынуждает субъекта прибегнуть к использованию простых эвристических правил. На основании функционирования этих эвристик наличие

from the point of view of the psychological theory of decisions.

Let's start from the point that the situation of choice itself intrinsically and subjectively is a task that is not always a pleasant one. We say "burden of choice" in a situation when we have to make an important decision. Although, a pleasant for us choice — a choice of a new dress, for instance — induces tension (what if the dress I buy not the best one and later I will find a cheaper and better one?), let alone a choice of a new flat, profession, and on top of that, a life partner. All these situations require costs of our mental resources and besides go along with a fear to make a wrong choice.

Fortunately, the human mind has a great resource of defense and one of the principle of its functioning is "saving mental energy". At every particular moment, a person is exposed to a wide variety of stimulus, a part of which we even do not aware of (e.g. clothes we are in, noise of the air conditioner or outside the window — stimulus that we will not aware of until they, for one reason or another, turn out to be in the field of our voluntary or involuntary (e.g. as a result of loud sound outside the window). One of the manifestations of this saving principle besides is a series of phenomena at the level of decision making. Thus, to reduce a "subjective discomfort" that arises in a situation when we need to make a choice from several alternatives, we use a principle of the alternative ranking, which allows us to distinguish generalized clusters of choice options, while the larger the alternative set is, the more important role this principle plays. Or another principle — heuristics of "complexity reduction" of alternatives: a subject makes a choice on the basis of considerably less number of alternatives, than those he or she can distinguish. Indeed, if we imagine a number of choice options we can make (e.g. there are as many as several millions of potential life partners, if we assume gender, age and marital status; it is hard to imagine if we wanted to make a choice on the basis of meeting all the potential partners...), it becomes obvious that we make a choice on the basis of far from all possible options. Moreover, Yu. Kozeletsky in his studies proved that people in the situation of decision making take into account 3 to 6 hypotheses at the same time when making a choice, and they assume these hypotheses as mostly credible and ignore the others. Almost magical " $7+/-2$ " — the formula that describes many psychological phenomena (e.g. capacity of our recent memory, attention). The same data were obtained in studies of other scientists.

«социальной маркировки» становится одним из факторов, облегчающих процесс выбора. В многообразии возможных потребительских альтернатив это способствует снятию субъективного дискомфорта, выделяя из этого многообразия один или ограниченное количество вариантов. «Социальная» альтернатива выбора приобретает особые характеристики, становясь частью психологической ситуации субъекта, если говорить научным языком.

Наличие «социальной маркировки» становится одним из факторов, облегчающих процесс выбора. В многообразии возможных потребительских альтернатив это способствует снятию субъективного дискомфорта.

Постараемся конкретизировать основные эвристики, которые потенциально оказывают влияние на поведение потребителя в случае выбора социального товара. Итак, первая эвристика: мы упрощаем для потребителя задачу выбора, предлагая в качестве критерия «добавленную социальную ценность», «два в одном» — о чем мы писали в начале. Если выбранный «социальный» товар нам понравится, есть все условия для формирования лояльности к этому бренду и превращения покупки в привычную (осуществляемую регулярно в случае необходимости покупки данной категории товаров).

Другой эвристикой является эвристика знакомости, которая выступает основным механизмом влияния рекламы на потребительский выбор. Если все продукты из определенного ассортимента обладают одинаковыми свойствами, то шансов на выбор больше у того продукта, который более знаком потребителю. Она выражается в формуле: «Если из двух похожих товаров об одном ты что-то слышал, а о другом — ничего и никогда, выбирай тот, который тебе знаком». В контексте социального товара действие данной эвристики возможно в случае, когда, например, потребитель знаком с категорией «социального предпринимательства» и видит продукцию,

Nevertheless, what's with purchasing of social goods? One can note, that for the situation of making a consumer decision all conditions for occurrence of the described phenomena are available, and they allow to facilitate the task of decision making for a subject. Searching for a suitable choice option depending on a type of goods category induces tension to a greater or lesser degree. In conditions of the developed market, the amount of consumer alternatives can achieve hundreds or even thousands, which makes it impossible to resolve the task of choice by analysing every particular alternative, thus it impels the subject to opt for simple heuristic rules. On the basis of these functioning heuristics, the availability of the "social brand" becomes one of the factors that facilitate choosing. In the variety of possible consumer alternatives, this encourages a relief from subjective discomfort, distinguishing one or limited number of options from this variety. The "social" alternative of choice gains specific features, while becoming a psychological language — a part of psychological situation of a subject.

We will endeavor to pinpoint the basic heuristics which potentially influence the consumer behavior in case of choosing social goods. So, the first heuristic — we simplify a task of choice for the consumer by suggesting an "added social value" as a criterion, "two-in-one" — as we described in the beginning. If in this case we like chosen "social" goods, there are all conditions for generation of loyalty to this brand and this purchase can become a regular purchase (made on a regular basis, in case of necessity of buying this category of goods).

Another heuristic is the "familiarity", which is the primary mechanism of influencing the consumer choice by the advertising. In case when all the products in a certain range have similar properties, the chances of choosing the products more familiar to the consumer are greater. It is reflected by the following principle: "If of two similar goods you have heard something about one and nothing about the other, choose the one you know". This heuristic is possible in the scope of social goods, i.e., when the consumer is familiar with the category of "social entrepreneurship" and sees the goods produced by a social entrepreneur. Or, for example, the consumer has heard about the trading company "More than buying" and sees the goods with this label. So far it is too soon to speak of the massive popularity of the social entrepreneurship, but in the future it may also become an important choice factor.

"Origin dependency" is another heuristic determining the consumer choice process which is interesting in the context of the "social" aspect. The point

которая сделана социальным предпринимателем. Или, например, слышал о торговом доме «Больше, чем покупка» и видит товар с этой маркировкой. Пока сложно говорить о массовой известности категории социального предпринимательства, но в будущем она может также стать важным фактором выбора.

Еще одной эвристикой, детерминирующей процесс потребительского решения и интересной в контексте «социального», является «зависимость от происхождения». Суть этого феномена состоит в том, что для потребителя имеет значение источник получения ресурсов и «статья расходов», на которую он их тратит. Если потребитель задумывается над тем, что уже потратил определенную сумму по одной статье расходов, то сумма, которую он еще готов потратить по этой же статье расходов в пределах определенного периода времени, становится значительно меньше. Примером проявления этой эвристики является большая вероятность приобретения товара другой категории по сравнению с категорией недавно приобретенного товара. В ситуации «социального» товара возникают условия для возникновения данной эвристики. Допустим, потребитель уже покупал на ярмарке пряники (к слову, пряники были популярным товаром на ярмарках в Городце и Кунгуре, где в 2017 году прошли «Слеты социальных предпринимателей»). Если он увидит на этой же ярмарке не просто пряники, а «пряники, сделанные социальным предпринимателем», то вероятность того, что он их купит, будет выше. В этом случае субъективно меняется «статья расходов»: не пряники купил, а «доброе дело сделал».

Другой эвристикой является «страховка от неправильного выбора», что также снижает дискомфорт и сложность выбора: «Даже если товар окажется плохим (невкусным, быстро ломается), все равно покупкой доброе дело сделал, а потому будет не так грустно от потери денег».

Казалось бы, найден «священный Грааль» продаж. Делайте свой товар «социальным» (хотя бы на уровне «маркировки») — и любовь потребителя вам обеспечена. Однако, нет. Качество продукта и его цена даже в случае «социального» товара являются критическими факторами в принятии потребительского решения (если мы не говорим о благотворительности, с которой мы начали это обсуждение). Кроме того, существуют различные стратегии продвижения социальных товаров, в которых определяется баланс «маркетингового» и «благотворительного». И это другая важная тема, которую мы постараемся рассмотреть в последующих публикациях.

of this phenomenon is that what matters to the consumer is the source of resources and the “item of expenditure” on which he spends them. If a consumer thinks about the fact that he or she has already spent a certain amount on one expense item, the amount he or she is still willing to spend on the same expense item within a certain period of time becomes significantly less. The greater likelihood of purchasing goods in a different category than in the category of recently purchased goods is an example

The availability of the “social brand” becomes one of the factors that facilitate choosing. In the variety of possible consumer alternatives, this encourages a relief from subjective discomfort.

of this heuristic demonstration. The conditions for the development of such heuristic arise in case of the “social” goods. For example, if the consumer has already bought (for instance, at the fair) some goods (for example, gingerbread — popular goods at fairs in Gorodets or Kungur, where in 2017 there were “Rallies of social entrepreneurs”), then the probability that again having met at the same fair not just gingerbread, but “gingerbread made by social entrepreneur”, he will also buy them, will increase. In this case, subjectively, the “item of expenditure” changes — not the gingerbread, but the “good deed”.

Another heuristic is “insurance against a wrong choice,” which also reduces the discomfort and difficulty of choice: “Even if it turns out to be bad (bad taste, will break quickly, etc.) — I still did good thing,” which means “there is no need to regret the buy”.

Supposedly, the “holy grail” of sales has been found. Just make your goods “social” (even the level of “label” will be enough) — and the love of the consumers is assured. But in fact, this is not true. Goods quality and its price, even in case of “social” goods have critical factors of the consumer choice (if we are not talking about “charity,” which was mentioned above). Moreover, there are various strategies for promoting social goods, establishing the balance of “marketing” and “charity”. And this is another important issue that we will try to address in our future publications.

КОГДА СЛОВО РАВНО ДЕЛУ

СОЦИАЛЬНОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ ПОСРЕДСТВОМ МЕДИА
И СПОСОБЫ ЕГО ИЗМЕРЕНИЯ

WHEN A WORD EQUALS A DEED

SOCIAL IMPACT THROUGH MEDIA AND HOW TO MEASURE IT



Среди тех, кто занимается реализацией проектов социальных изменений, будь то бизнес, некоммерческие организации (НКО) и даже государство, сложно найти тех, кто рассматривал бы присутствие своих проектов в медиа как значимый элемент социального воздействия. Встретить в описании целей проекта изменение установок людей посредством медиа, их поведенческих моделей в отношении решаемой проектом социальной проблемы можно разве что в ситуации, когда содержание проекта состоит в реализации информационной кампании.

Among those who are engaged in the implementation of social change projects, be it business, non-profit organizations (NGOs) or even the state, it is difficult to find those who would consider media coverage of their projects as a significant element of social influence. To find a change in people's attitudes through the use of media, the change of their behavioral models in relation to the social problem solved by the project and to see it in the description of the project goals is possible only in a situation where the project objective is the information campaign implementation.



Юлия Агеева,
SMM-специалист

Julia Ageeva,
SMM-Specialist

Между тем иногда именно сказанная в интервью фраза или случай из практики может стать тем самым «пусковым механизмом», который вдохновит зрителя или читателя по-дружески, а не со страхом отнестись к людям с особенностями развития, сподвигнет на финансовую помощь фондам или волонтерскую деятельность. Почему так мало внимания уделяется медиаприсутствию при реализации проекта и что можно было бы сделать, чтобы изменить ситуацию?

НОВЫЕ ГРАНИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Привычная схема оценки эффективности деятельности в социальной сфере — это экономичность или затраты (расходование средств) и результативность (степень достижения поставленных целей). Для этого оцениваются непосредственные результаты (охват благополучателей, получивших социальную услугу, качественные и количественные характеристики реализованных мероприятий), а также результаты на уровне социального воздействия (изменения в жизни благополучателей, сообществ и общества в целом). Первые, как правило, соотносятся с задачами проекта, а вторые — с его целями или миссией.

Что касается медиасопровождения социальных проектов, то тут системный подход, как правило, отсутствует. Крупные корпоративные фонды и НКО, регулярно размещающие рекламу в СМИ и имеющие большой опыт в этой области, как правило, заказывают анализ кампании (post-campaign) у медийных агентств. Другие организации обычно анализируют свое медиаприсутствие стихийно — от случая к случаю. Но практически никто не рассматривает работу с медиа как инструмент долгосрочного социального воздействия.

«Лидеры проектов социальных изменений редко рассматривают свое медиаприсутствие как что-то важное и часто не осознают, какой важный вклад вносят в формирование и изменение социальной повестки, — делится мнением Наталья Гладких, кандидат психологических наук, ведущий эксперт Института социально-экономического проектирования НИУ ВШЭ. — Между тем может оказаться, что роль социального проекта в формировании общественного мнения, изменении установок людей и даже их поведения посредством транслируемой через медиа информации о проблеме, благополучателях

Meanwhile, sometimes it is a phrase said in an interview or a practical case that can become the very 'trigger mechanism' that will inspire a spectator or a reader to treat special needs people in a friendly way, and not with fear, will prompt them for financial assistance to foundations or for volunteer activities. Why so little attention is given to media coverage of the project implementation and what could be done to change the situation?

NEW FACETS OF ACTIVITY

The familiar scheme for evaluating performance in the social sphere is the economic efficiency or costs (fund spending) and effectiveness (the degree of goal achievement). For this purpose the immediate results (coverage of charity recipients who received a social service, qualitative and quantitative characteristics of the activities implemented), as well as results at the level of social impact (changes in the charity recipients' lives, communities and society as a whole) are evaluated. The former, as a rule, are correlated with the project objectives, and the latter — with the project's goals or mission.

As for the media coverage of social projects there no systematic approach is used as a rule. Large corporate foundations and NGOs that regularly advertise in the media and have extensive experience in this field order mostly a campaign analysis (post-campaign) to media agencies. Other organizations usually analyze their media coverage spontaneously, from time to time. But almost no one considers working with the media as a tool for long-term social impact.

«Leaders of social change projects rarely consider media coverage of their projects as something important and often do not recognize the important contribution they make to the shaping and change of the social agenda, — voices her view Natalia Gladkikh, Candidate of Sciences in Psychology, senior expert of the Institute of Socio-Economic Design of the Higher School of Economics. — Meanwhile, it may turn out that the role of the social project in shaping public opinion, in changing people's attitudes and even their behavior through media broadcasted information about the problem and beneficiaries of the project, etc., was more significant than other activities directly implemented under this project.»

Thus, it is high time that the third sector and other social change sphere participants had wider

проекта и т.п. была более значимой, чем другие мероприятия, непосредственно реализованные в рамках него».

Таким образом, третьему сектору и другим участникам сферы социальных изменений пора расширить взгляды на работу со СМИ и оценку своего медиаприсутствия. Это не просто инструмент освещения работы или привлечения средств, но и ресурс для изменения отношения общества к социальным проблемам.

ПОДХОД К ПЛАНИРОВАНИЮ

Обращаясь на ТВ, в прессу, на радио, в онлайн-СМИ по поводу размещения рекламы, сбора средств или информационного освещения, организации всегда могут уточнить у них портрет аудитории. Даже если СМИ не мониторится индустриальными исследованиями (TV Index, Web Index, National Readership Survey (пресса), Radio Index от компании Mediascope), они все равно могут предоставить медиаakit, в котором будут описаны социально-демографический портрет, тираж/охват и другие важные данные. Таким образом, организации смогут спланировать, к кому обращаться, выбрать тональность или тему, которую будет перспективно обсудить.

В целом при планировании рекламной или PR-кампании важно пройти несколько этапов:

- Сформулировать цели и задачи кампании (сбор средств, рост узнаваемости фонда и т.д.). На этом же этапе сразу необходимо подумать о социальном воздействии через медиа как о цели и способах его измерения.
- Определить целевую аудиторию, к которой хотели бы обратиться.
- Спланировать информационную кампанию: выбрать медиа, инструменты и форматы.
- Закупить или, в случае социальной темы, забронировать рекламное время (ТВ и радио), площади (пресса), поверхности (наружная реклама) или трафики, либо сформировать перечень СМИ, которые являются приоритетными как потенциальные партнеры.
- И очень важный этап — запланировать модель отчета об эффективности кампании (сколько фактически было выходов, везде ли вышла реклама / информационные сообщения, сколько людей было охвачено кампанией и как часто они видели рекламу / информацию, а далее — какие достигнуты изменения в сфере представлений, отношения и поведения, образа жизни и в целом общества).

views regarding the media involvement and assessment of their media coverage. It is not simply a tool for presenting the work results or for raising funds, but also a resource for changing society's attitude towards social problems.

PLANNING APPROACH

Turning to TV, the press, radio, online media for advertising, fundraising or information coverage, organizations can always ask media to clarify their audience profile. Even if media is not monitored by specialized industry research (TV Index, Web Index, National Readership Survey (Press), Radio Index from Mediascope), it can still provide a media kit that will describe the socio-demographic profile, circulation/coverage and other important data. Thus, organizations will be able to plan who they are addressing, choose the tone or topic that will be promising to discuss.

In general, when planning advertising or PR campaign, it is important to go through several stages:

- Formulate goals and objectives of the campaign (fundraising, raising awareness about the foundation, etc.). At the same stage, it is immediately necessary to think about the goal of social impact through the media and ways to measure it.
- Determine the target audience to which you would like to appeal.
- Plan the information campaign: choose media, tools and formats.
- Purchase or, in the case of a social topic, book more frequent advertising time (TV and radio), ads space (press), surfaces (outdoor advertising) or traffic, or prepare a list of priority media as potential partners.
- Planning a model for reporting the campaign effectiveness is another very important stage (how many actually there were broadcasts, whether advertising/information messages were released everywhere, how many people were 'covered' by the campaign, and how often they saw advertisement/information, and then — what changes have been made in the sphere of perceptions, attitudes and behaviors, lifestyle and society as a whole). Most of the modern media analysis tools allow you to evaluate the volume of media coverage of a social project (audience coverage and costs). But there are ways to evaluate, at least indirectly, the change in the society attitude, the society's reaction to various topics and problems.

Большая часть современных инструментов медиаанализа позволяет оценить объем присутствия социального проекта в СМИ (охват аудитории и расходы). Но есть способы, позволяющие хотя бы косвенно оценить изменение отношения общества, его реакцию на разные темы и проблемы.

СПОСОБЫ ИЗМЕРЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНФОРМАЦИОННЫХ КАМПАНИЙ В РАЗЛИЧНЫХ МЕДИА

Размещение рекламы на федеральных и многих региональных каналах чаще всего возможно через специализированные агентства, у которых и необходимо запрашивать «пост-кампейн» на ТВ. Он делается на основе анализа данных ТВ-мониторинга (TV-Index от Mediascope). Эта система помогает оценить: объемы рекламы фондов, НКО на ТВ (в денежном и количественном выражении), структуру размещения (на каком канале, в какой программе, в какое время выходила реклама), а также сколько людей было охвачено рекламной кампанией.

К сожалению, реклама или информационный сюжет не попадут в ТВ-мониторинг, если они размещались на небольшом региональном или тематическом канале. Или если они относятся к ряду не фиксируемых в мониторинге форматов (коммерческие сюжеты, репортажи, редакционные материалы, реклама в бегущих строках, за исключением спонсорства, реклама или сбор средств через SMS-услуги в информационной панели-плашке, Product Placement, логотипы и титры на заставках рекламных блоков). Поэтому эти данные придется добавлять к отчету вручную.

По похожему принципу и схожие данные (бюджет, города, площади, период и др.) можно получить по размещению и эффективности наружной рекламы, рекламы в прессе и на радио. Для этого также потребуется привлечение специализированных исследовательских или рекламных агентств.

С помощью сторонних подрядчиков — рекламных или исследовательских агентств также можно оценить эффективность интернет-рекламы. Так, интернет-мониторинг Web-index позволяет оценить аудиторию сайтов и их социально-демографический профиль, объемы

WAYS TO MEASURE THE EFFECTIVENESS OF INFORMATION CAMPAIGNS IN VARIOUS MEDIA

Advertising placement on federal and many regional channels is mostly possible through specialized agencies, that should be requested a 'TV post-campaign' evaluation. It is done on the basis of TV monitoring data analysis (TV-Index from Mediascope Company). This system helps to evaluate the following: foundations and NGOs TV advertising volume (in monetary and quantitative terms), the placement structure (on which channel, in which program, at what time the advertisement was released), as well as how many people were covered by the advertising campaign.

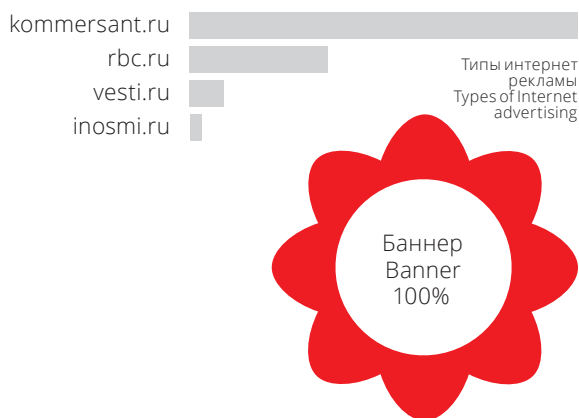
Unfortunately, an advertisement or news story will not be included in TV monitoring if they were placed at a small regional or thematic TV channel. Or if they were made in a number of formats that are not monitored — commercial stories, reports, editorial materials, advertising in scrolling text lines (except for sponsorship), advertising or fundraising through SMS services in the information panel, Product Placement, logos and titles on ad unit screensavers. Therefore, this data have to be added manually to the report.

Likewise similar data (budget, cities, areas, period, etc.) on outdoor advertising placement and effectiveness, press and radio advertising can be obtained. This will also require the involvement of specialized research or advertising agencies.

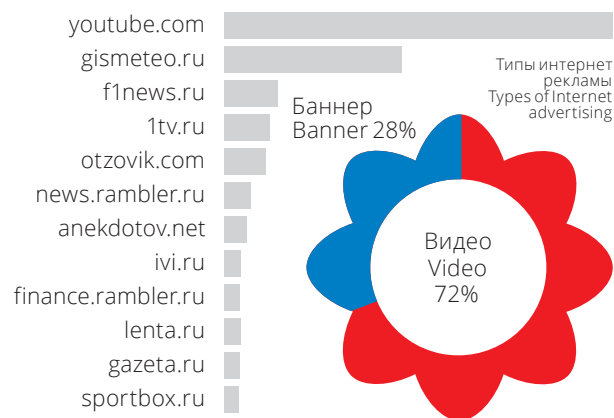
Using advertising or research agencies services as third-party contractors you can also evaluate the effectiveness of online advertising. For example, Internet monitoring of the Web index allows you to evaluate the audience of websites and their socio-demographic profile, the volume of Internet advertising of foundations (in monetary and quantitative terms) and the structure of placement (on which websites, for what was the period the advertisement). Experts of the Better agency point out that in order to be able to assess the result, it is necessary to put a counter on advertising materials before the campaign start, and after it you will be able to see its coverage.

Рисунок 1. Интернет-мониторинг. Примеры использования данных
 Figure 1. Internet-monitoring. Examples of data usage

Русфонд. Сайты, на которых размещалась реклама (01-09.2021)
 Rusfond. Websites with advertisements (01-09.2021)

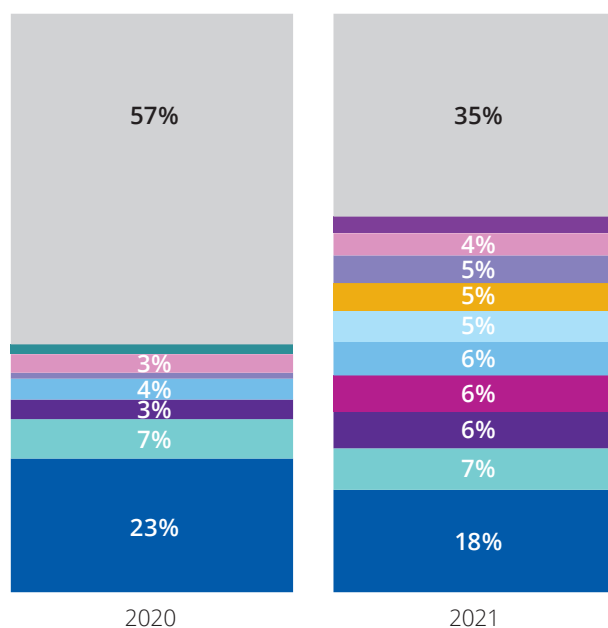


Фонд Хабенского. Сайты, на которых размещалась реклама (01-09.2020)
 Konstantin Khabensky Foundation. Websites with advertisements (01-09.2020)



Доля интернет-рекламных расходов* в категории «Благотворительные фонды» (01.2020-09.2021)
 Share of internet advertising costs* in "Charitable Foundations", category (01.2020-09.2021)

- Другие | Other
- РАСНАШЕИ LEV
- ФОНД КОНСТАНТИНА ХАБЕНСКОГО
Konstantin Khabensky Foundation
- ДОМ РОНАЛЬДА МАКДОНАЛЬДА
Ronald Mcdonald House
- АННА МАРИЯ | Anna Maria
- НАШИ ДЕТИ (С-ПБ) | Our Children (S-Pb)
- MEIRIM TIKVA
- ЛИЗА АЛЕРТ | Lisa Alert
- LEHOSHEET YAD
- ПОДАРИ ШАНС | Podari shans
- АЛЕША (ФОНД) | Alyosha (Foundation)
- РУСФОНД | Rusfond



Доля интернет-рекламных расходов* в категории «Благотворительные фонды» (01.2020-09.2021)
 Dynamics of Internet advertising costs* in Charitable Foundations, category (01.2020-09.2021)



* В интернете рекламируется большое количество фондов с небольшими бюджетами

* A large number of funds with small budgets are advertised online.

рекламы фондов в интернете (в денежном и количественном выражении) и структуру размещения (на каких сайтах, за какой период выходила реклама). Эксперты агентства Better напоминают, что для того, чтобы иметь возможность оценить результат, до начала кампании необходимо поставить счетчик на рекламные материалы, чтобы потом посмотреть охват конкретной рекламной кампании.

АНАЛИЗ BUZZ-ЭФФЕКТОВ

Как упоминалось выше, индустриальные исследования обеспечивают мониторинг не всех СМИ, форматов или бюджетов и не охватывают PR-активность. Кроме того, в большинстве социальных проектов, как правило, не предусмотрена отдельная статья на профессиональное решение данной задачи — обращение к рекламным агентствам или заказам исследования для себя. К счастью, есть инструменты и возможности анализировать медиаприсутствие самостоятельно или за небольшие деньги.

Для оценки PR-присутствия можно обратиться к системе «Медиалогия». Это база данных нескольких десятков тысяч СМИ и миллионов аккаунтов соцсетей, из которой можно сформировать отчет по ключевым словам или брендам. «Медиалогия» позволяет оценить не только частоту упоминания, но и отношение к проблеме (позитив/негатив), заметность освещения. Система позволяет отследить динамику и таким образом оценить степень социального воздействия и произошедшие изменения.

Для мониторинга только интернет-источников существуют узкоспециализированные

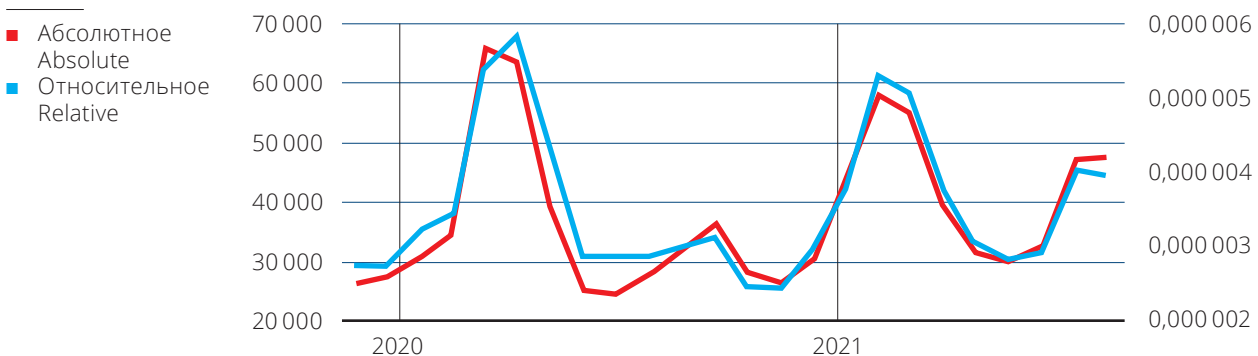
BUZZ EFFECTS ANALYSIS

As mentioned above, industrial research does not monitor all media, formats or budgets and does not cover PR activity. In addition, the most social projects, as a rule, stipulate no separate article for the professional solution of this problem — an appeal to advertising agencies or research orders. Fortunately, there are tools and opportunities to analyze media coverage on your own or for small sum of money.

To evaluate the PR involvement you can refer to the Medialogia system. This is a database of several tens of thousands of media and millions of social media accounts. Using this base you can form a report by keywords or brands. Medialogia allows you to evaluate not only the frequencies of mention, but also the attitude to the problem (positive/negative), the visibility of coverage. The system allows you to track the dynamics and thus evaluate the degree of social impact and the changes that have occurred.

There are highly specialized services to monitor only Internet sources. They include YouScan, IQ Buzz or Brand Analytics among others. Upon expiry of the free trial period, the cost of using will be 8500/month and above, depending on the service. They classify social media sites, online media, forums, reviews, and blogs in real time. With their help, you can determine the tone of the discussion, divide the content into types and categories, formulate trends, and evaluate engagement by the number of likes, reposts and comments. By the way, this type of monitoring is called Social Listening.

Рисунок 2. История показов по фразе «Дети-бабочки»
Figure 2. Display history searched with "Deti-babochki" phrase



сервисы, среди которых YouScan, IQ Buzz или Brand Analytics. После окончания бесплатного тестового периода стоимость пользования подобными сервисами будет составлять от 8500 руб. в месяц в зависимости от сервиса. Они индексируют социальные сети, онлайн-медиа, форумы, отзывы, блоги в реальном времени. С их помощью можно определить тональность дискуссии, разделить контент на типы и категории, сформулировать тренды, оценить вовлеченность по количеству лайков, репостов и комментариев. Кстати, называется такой вид мониторинга Social Listening.

ОБСУЖДЕНИЕ ФОНДОВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Для анализа актуальности и «популярности» проблем можно воспользоваться бесплатными сервисами *wordstat.yandex.ru* или *trends.google.ru*. Они анализируют поисковые запросы и таким образом позволяют оценить интерес людей во времени (правда, «Яндекс» можно посмотреть только за последние 2 года), по регионам, привязать к информационным или сезонным флайтам, посмотреть контекст (словосочетания с нужным словом или брендом). К примеру, если отследить в Yandex Wordstat интерес людей к фонду «Дети-бабочки», который оказывает помощь детям с генным дерматозом, то можно отметить небольшой всплеск интереса в конце февраля–марте и большой всплеск запросов в мае. В первом случае 29 февраля (или 28 февраля в невисокосный год) отмечается день редких заболеваний, а во втором случае — международный месяц осведомленности об ихтиозе. Сами заболевания по названиям трудно выявляются поисковыми запросами и сложны для запоминания, но очевидно прослеживается вклад повестки фонда «Дети-бабочки» в информационное поле обсуждения темы.

КАК ИЗМЕРИТЬ ЭФФЕКТИВНОСТЬ «СВОИХ» МЕДИА?

Еще один важный аспект медиаприсутствия и социального воздействия — анализ данных «своих» медиа (иногда их называют *owned media*), а именно посещаемость и отклик на сайте и в аккаунтах социальных сетей. Для этого

DISCUSSION OF FOUNDATIONS IN SOCIAL MEDIA

To analyze topicality and 'popularity' of problems, one can use the following free services *wordstat.yandex.ru/* or *trends.google.ru/*. They analyze the queries and, therefore, make it possible to assess the interest of people over time (although Yandex may be analyzed only over the last 2 years), by regions, linking to the informational or seasonal flights, looking through the context (word groups with the required word or brand). For instance, if in Yandex Wordstat you will try to trace the interest of people towards "Deti-Babochki" Foundation, that renders assistance to children with genetic dermatosis, you may note a slight growth of interest at the end of February and in March and a large outbreak of queries in May. In the first case, rare diseases day is marked on February 29 (or February 28 in common years), and the international month of ichthyosis awareness is marked. It is hard to search the diseases themselves by names because they are too complicated for remembering and are hard to be found through queries. But, evidently, the input of the "Deti-Babochki" Foundation to the agenda of the topic discussion information field can certainly be traced.

HOW TO MEASURE THE EFFICIENCY OF THE 'IN-HOUSE' MEDIA?

Another important aspect of the media coverage and social impact is the analysis of data of the 'in-house' media (it is sometimes called 'owned media'), that is the website traffic and the response on the website and in the social network accounts. There are also specific instruments to be used for this purpose, and the majority of these are free or easy to access.

The website traffic may be traced with the help of Google Analytics and Yandex Metrika. In order to do this, it is necessary to install website traffic counters which record each hit. The Better agency experts recommend installing both counters on the website for comparative analysis. These counters register the source of the transfer to the website, time spent by the user on the website, URL of the hit pages and other parameters. In future all this information can be looked through in the form of visual reports and diagrams in various sections (Geo-target, device type, source and channel of transition). The data, depending of the result, may be interpreted by the degree of social impact of the activity implemented.

тоже есть свои инструменты, большая часть из которых бесплатна или доступна.

Посещаемость сайта можно отследить с помощью Google Analytics и «Яндекс.Метрики». Для этого необходимо установить на сайт счетчики, записывающие каждое посещение. Эксперты агентства Better рекомендуют устанавливать на сайт оба счетчика для сравнительного анализа. Они фиксируют источник перехода на сайт, время, проведенное пользователем на сайте, URL просмотренных страниц и другие параметры. В дальнейшем всю эту информацию можно посмотреть в виде наглядных отчетов и диаграмм в разных срезах (ГЕО, тип устройства, источник и канал перехода). Данные в зависимости от результата можно трактовать как степень социального влияния реализуемой активности.

Социальные сети уже давно являются довольно влиятельным медиа. И, конечно, они активно используются в продвижении социальных проектов, коммуникации с общественностью и благополучателями. Каждая социальная сеть имеет собственный бесплатный инструмент сбора и анализа статистики: посещаемость, лайки, комментарии, подписчики, охват постов и др. В случае платного размещения рекламы в соцсетях или продвижения отдельных постов можно оценить статистику охвата, отклика с помощью сервисов соцсетей. Все эти данные и их динамика позволяют оценить и спрогнозировать влияние проекта на формирование общественного мнения.

Также для анализа представленности проекта в социальных медиа можно использовать сторонние платные сервисы (от 200 рублей и выше), к примеру Livedune, Popster, Datafan. С их помощью можно оценить не только базовые метрики, которые есть в соцсетях, но и их производные, связанные со скоростью набора лайков или популярностью контента.

Завершая статью, важно отметить, что на сегодняшний день роль проектов социального воздействия в формировании информационного поля по выбранной тематике проекта представляется недооцененной. При этом, как уже было отмечено ранее, вклад таких проектов в изменение социально-психологических установок общества посредством СМИ может быть даже более значим, чем реализация конкретных мероприятий. В связи с этим все больше экспертов рекомендует использовать анализ медиаэффективности как один из обязательных параметров оценки социальных проектов и программ и их воздействия.

The social media sites have long been quite affluent media. And, without doubt, they are actively used for promotion of social projects, communications with the public and charity recipients. Each social media site has its own free instrument for collection and analysis of statistics: number of hits, likes, comments, subscribers, post coverage etc. In case of paid advertising placement in social media sites or individual posts promotion, it is also possible to evaluate statistics of coverage and response using the social media services. All this data and its dynamics allow to evaluate and forecast the project impact on the public opinion buildup.

Third party services (from RUB 200 and higher) may also be used to analyze the social media coverage of the project. They are, for instance, Livedune, Popster, Datafan. They allow evaluating not only the key metrics, which are available in social media sites but also their derivatives related to the speed of accumulating likes or content popularity.

Summing up, it needs to be noted that as of today, the role of the social interaction projects in the information area building on the selected topic seems underestimated. Moreover, as mentioned above, the contribution of such projects in the change of social and psychological patterns of the society through the mass media may be even more significant than the implementation of specific events. In this regard more and more experts recommend to involve the media efficiency analysis as one of the obligatory parameters for evaluating social projects and programs and their impact.

Статья подготовлена с использованием материалов агентства Better (группа Dentsu) и Фонда развития медианефтепроектов и социальных программ Gladway, полученных в рамках реализации проекта «Разработка алгоритмов оценки социально-экономической эффективности проектов НКО», поддержанного Фондом президентских грантов в 2020–2021 годах.

The article has been prepared using materials of the Better agency (the Dentsu group) and the Gladway Foundation for the Development of Media Projects and Social Programs. Materials were obtained as part of implementation of the project "Development of social economic efficiency evaluation algorithms for NGOs projects" with the support of the Presidential Grants Foundation in 2020–2021.



МАНУФАКТУРА РУССКОЙ ИГРУШКИ

ИССЛЕДОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО
ВОЗДЕЙСТВИЯ ПРОЕКТА

MANUFACTURE PROJECT

CASE STUDY OF THE SOCIAL AND ECONOMIC IMPACT RESEARCH

Проект «Мануфактура русской игрушки» запущен осенью 2020 года Центром ремесел «Семейные традиции» при поддержке Фонда президентских грантов. Механика проекта — обучение навыкам создания ватных игрушек. Целевая аудитория проекта — женщины старше 50 лет, оставшиеся без работы, мамы детей-инвалидов, многодетные мамы.

The Russian Toy Manufactory project was launched in the fall of 2020 by the Family Traditions Crafts Center with the support of the Presidential Grants Fund. The mechanics of the project is teaching the skills of creating quilted toys. The target audience of the project includes unemployed women over 50, mothers of disabled children, and mothers of large families.



Елизавета Захарова,
аспирант факультета социальных наук
НИУ ВШЭ



Сергей Горбунов,
магистрант социологии публичной
и деловой сферы НИУ ВШЭ



Светлана Моднова,
руководитель проекта «Мануфактура
русской игрушки»

Elizaveta Zakharova,
PhD student at the HSE Faculty of Social
Sciences

Sergey Gorbunov,
Master Student in Sociology of Public and
Business Sphere, HSE

Svetlana Modnova,
Head of the Russian Toy Manufactory Project

В течение года благополучатели обучались в онлайн- и офлайн-форматах изготовлению ватных новогодних игрушек и способам их реализации. На выбор предлагалось три уровня обучения: базовый, расширенный и продвинутый.

During the year, the charity recipients were trained in online and offline formats to make quilted New Year's toys and how to sell them. There were three levels of training to choose from: basic, intermediate and advanced ones.

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ПРОЕКТА

Цель проекта — обеспечение полной или частичной занятости целевой аудитории за счет открытия постоянно действующей площадки для дополнительного заработка: «Мануфактуры русской игрушки».

Для достижения обозначенной цели были поставлены следующие задачи:

- создание и оснащение производственного зала, образовательного центра, музея и пресс-центра «Мануфактуры»;
- разработка программы обучения с созданием платформ проведения онлайн-обучения для целевой аудитории, которая не сможет присутствовать на очных мероприятиях;
- формирование целевых групп проекта по территориальности в партнерстве с органами власти Московской области, дружественными НКО;
- запуск образовательного центра с непрерывным процессом обучения;
- освещение в СМИ деятельности проекта;
- открытие Музея проекта;
- публикация специального журнала проекта;
- оценка социального воздействия проекта для возможности тиражирования практики.

ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОЕКТА

По завершении проекта организаторы предоставили следующие количественные результаты: за год реализации проекта было проведено более 350 мастер-классов, обучение на которых прошли более 1000 женщин-участниц, 420 благополучателей проекта смогут заниматься освоением ремеслом на дому, 550 получили дополнительную занятость, 30 участниц получили постоянную занятость на «Мануфактуре», открыт Музей ватной игрушки.

ОПЫТ ОЦЕНКИ СОЦИАЛЬНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ ПРОЕКТА ИМПАКТ-ИНВЕСТИРОВАНИЯ

В сентябре 2021 года Фондом развития медиа-проектов и социальных программ Gladway было проведено социологическое исследование

PURPOSE AND OBJECTIVES OF THE PROJECT

The goal of the project is to provide full time or part-time employment to the target audience by opening a permanent platform for additional earnings — the Russian Toy Manufacture.

To achieve this goal, the following objectives were set:

- Creation and equipping of the production hall, educational center, museum and press center of the Manufacture;
- Development of a training program with the creation of online training platforms for the target audience, which will not be able to attend in-person events;
- Formation of the project target groups on territoriality principle in partnership with the government authorities of the Moscow region, friendly NGOs;
- Launch of an educational center with a continuous learning process;
- Media coverage of activities about the project;
- Opening of the Project Museum;
- Publication of a special project day book;
- Assessment of the project social impact for the possibility of replicating the practice.

MAIN QUANTITATIVE OUTPUTS OF THE PROJECT

At the end of the project, the organizers provided the following quantitative outputs: during the year of the project implementation, more than 350 master classes were held, where more than 1,000 women participants were trained, 420 charity recipients under the project will be able to engage in mastered crafts at home, 550 received additional employment, 30 participants got a full time job at the Manufacture, the Quilted Toy Museum was opened.

EXPERIENCE IN ASSESSING OUTCOMES OF AN IMPACT INVESTMENT PROJECT

In September 2021, the Gladway Foundation for the Development of Media Projects and Social Programs conducted a sociological study among the graduates of the project (N = 155). The analysis of

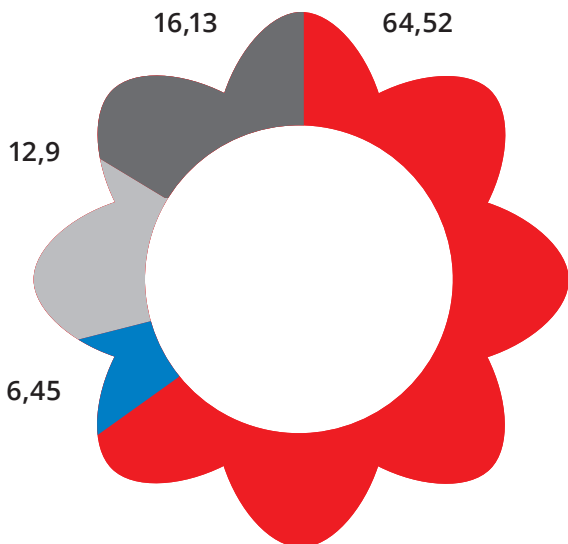
Таблица 1. Логическая модель проекта | Table 1. Logical project model

Группы стейкхолдеров Stakeholder groups	Благополучатели: женщины старше 50 лет, оставшиеся без работы, мамы детей-инвалидов, многодетные мамы Charity recipients: women over 50 years of age, unemployed, mothers of disabled children, mothers of large families
Социальные проблемы Social problems	Недостаток денежных средств и эмоциональное выгорание у незащищенных категорий граждан Lack of money and emotional burnout in vulnerable categories of citizens
Действия Actions	<ol style="list-style-type: none"> 1. Создание и оснащение производственного зала, образовательного центра, музея и пресс-центра «Мануфактуры». 2. Разработка программы обучения с созданием платформ проведения онлайн-обучения. 3. Формирование целевых групп проекта по территориальности в партнерстве с органами власти Московской области, дружественными НКО. 4. Запуск образовательного центра с непрерывным процессом обучения. 5. Оценка социального воздействия проекта для тиражирования практики мероприятия. <ol style="list-style-type: none"> 1. Creation and equipping of the production hall, educational center, museum and press center of the Manufacture. 2. Development of a training program with the creation of platforms for conducting online training. 3. Formation of project target groups on territoriality principle in partnership with the government authorities of the Moscow region, friendly NGOs. 4. Launch of an educational center with a continuous learning process. 5. Assessment of the social impact of the project to replicate the event practice.
Ресурсы Inputs	Финансирование, преподаватели, техническая поддержка платформы онлайн-обучения, материалы. Funding, teachers, technical support for the online learning platform, and materials.
Непосредственные результаты Outputs	В проекте принимают участие около 1000 благополучателей. Проведено более 250 обучающих мастер-классов (офлайн/онлайн-режим), открыт первый в России Музей ватной игрушки для популяризации этого вида ремесла. Планируется еще порядка 90 мастер-классов. 1000 charity recipients participate in the project. More than 250 training master classes (offline-online format) were held, and the first Quilted Toy Museum in Russia was opened to promote this type of craft. About 90 more master classes are planned.
Социальные результаты Social outcomes	Благополучателями получены знания в области технологий изготовления ватной игрушки. Возможность дополнительного заработка путем реализации игрушек. Профилактика эмоционального выгорания. Charity recipients gained knowledge in the field of technologies for making quilted toys. The possibility of additional earnings through the sale of toys. Prevention of burnout.
Показатели социальных результатов Indicators of social outcomes	Количество получивших знания. Количество людей, реализовывающих игрушки, отзывы об эмоциональном подъеме. Number of those who gained knowledge. Number of people who sell toys, reaction to emotional uplift.
Социальное влияние Social impact	Повышение уровня благосостояния социально незащищенных категорий граждан. Improving the welfare of disadvantaged groups.
Показатели социального влияния Indicators of social impact	Количество благополучателей, реализовывающих игрушки; трудоустройство в «Мануфактуру». Number of charity recipients who sell toys; employment in the Manufacture.

*Где вы сейчас проживаете?
Where do you live now?*

Рисунок 1. Распределение ответов по месту проживания, %
Figure 1. Distribution of answers regarding place of residence, %

- В своей квартире / частном доме
In my own apartment / private house
- В квартире / частном доме с ипотекой, которая еще не выплачена
In an apartment/private house with a mortgage that has not yet been repaid
- В съемной квартире / комнате
In a rented apartment/room
- В квартире со своими родителями / родителями супруга(и)
I share an apartment with my parents/spouse's parents



*Оцените ваше материальное положение на данный момент
Evaluate your financial status at the moment*

Рисунок 2. Распределение ответов о материальном положении, %
Figure 2. Distribution of answers regarding financial status, %

- Не хватает денег даже на самое необходимое
I have not enough money even for the most necessary
- На ежедневные расходы хватает, но на покупку одежды уже нет
Money is enough for daily expenses, but is not for clothes anymore
- В основном денег хватает, но при покупке товаров длительного пользования сбережений недостаточно
In general, I have enough money, but when buying durable goods, savings are not enough
- Покупка товаров длительного пользования не затрудняет, однако покупка квартиры, автомобиля или дорогой отпуск недоступны
The purchase of durable goods is not difficult for me, but I can ill afford to buy an apartment, a car or an expensive vacation trip

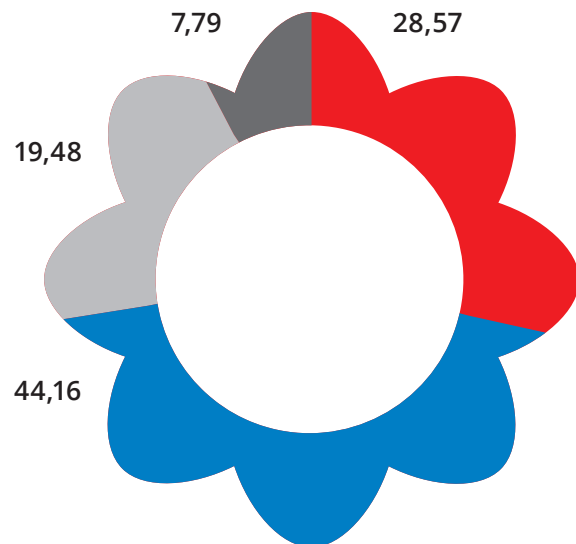


Таблица 2. Список купленных товаров за последние 3 года
Table 2. A list of goods purchased for the last 3 years

Категория Category	Куплено без кредита / ипотеки Bought using no loan/mortgage	Куплено в кредит / ипотеку Bought on credit/mortgage	Не было куплено Not bought
Одежда Clothes	85%	6%	10%
Товары дешевле 50 тыс. руб. Goods cheaper than 50,000 rub.	43%	13%	45%
Товары дороже 50 тыс. руб. Goods are more expensive than 50,000 rub.	9%	9%	82%
Мебельный гарнитур Furniture set	9%	9%	82%
Единичная поездка Single trip	14%	5%	82%
Несколько поездок Multiple trips	3%	6%	92%
Автомобиль Car	4%	8%	88%
Квартира / дача Apartment /cottage	2%	8%	91%

Таблица 3. Степень согласия респондентов с суждениями об участии в проекте
Table 3. The degree of respondents' consent with judgments about participation in the project

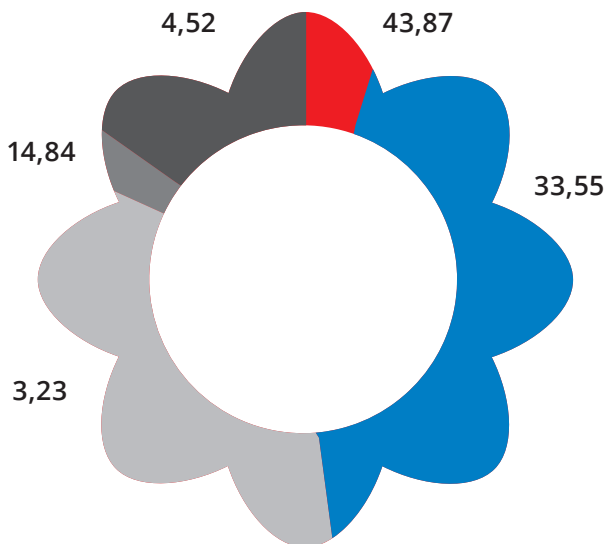
Суждение Judgement	1	2	3	4	5
Участие в проекте было продуктивным, полезным лично для меня Participation in the project was productive, useful for me personally	1%	1%	6%	6%	85%
Я не потратил(а) время в проекте зря I did not waste time in the project	2%	1%	2%	2%	94%
Мне было приятно заниматься этой работой, и в будущем, я думаю, буду это продолжать I was pleased to do this work, and I think that I will continue it in the future	15%	5%	27%	13%	40%
Идея проекта была отличной, как и ее реализация The idea of the project was excellent, as well as its implementation	9%	8%	17%	8%	57%

На момент начала вашего участия в проекте вы работали где-нибудь?
Have you worked somewhere when you started participate in the project?

Рисунок 3. Распределение ответов о наличии работы на момент начала участия в проекте, %

Figure 3. Distribution of answers regarding of employment at the start of participation in the project, %

- Нет, состоял(а) на учете в службе занятости (статус безработного)
No, was registered as an unemployment (unemployed status)
- Нет, не работал(а) | No, I didn't work
- Да, было основное место работы
Yes, I had a main job
- Да, помимо основной работы имел(а) подработку
Yes, I had a part-time job in addition to my main job
- Ухаживал(а) за больным ребенком
Cared for a sick child



После обязательных ежемесячных выплат (ЖКХ, кредитов, ипотеки и т.п.) вы могли откладывать какие-то суммы?

Could you save some amounts after monthly mandatory payments (utilities, mortgages, loans, etc.)?

Рисунок 4. Распределение ответов о наличии сбережений в семье, %

Figure 4. Distribution of answers regarding savings in the family, %

- Ничего не откладывал(а), еле сводил(а) концы с концами
No savings, I lived from hand to mouth
- Откладывал(а) очень небольшую сумму (на «пожарный случай»)
I saved a very small amount ("just in case of need")
- Удавалось откладывать на одежду, обувь и недорогой отпуск раз в год
I managed to save for clothes, shoes and an inexpensive vacation trip once a year
- Откладывал(а) достаточно ощутимую сумму на крупные покупки и хороший отдых, делаю накопления в банке
I saved a significant amount for big-budget purchases and a good vacation, I keep savings in banks

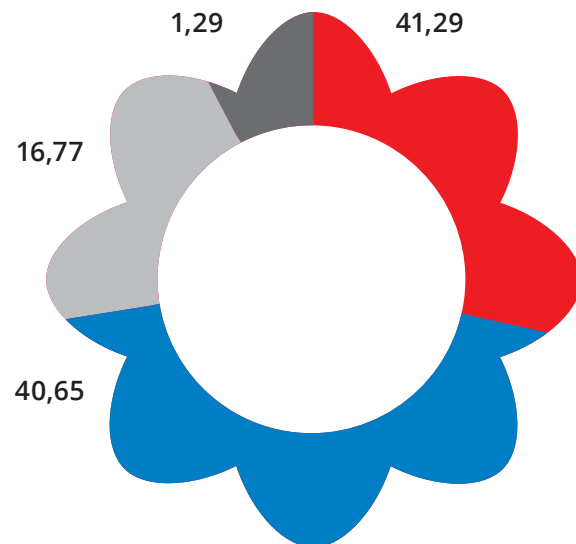


Таблица 4. Список сделанных дел, которые успели завершить, пока проходил проект
Table 4. A list of things done that was completed when implementing the project

Конкретные сделанные действия Specific actions taken	Выбранные варианты Options selected
Произвел(а) несколько игрушек Produced several toys	91,7%
Создал(а) отдельную страницу в соцсетях, интернет-магазинах для продажи игрушек Created a personal page in social networks, online stores for the sale of toys	31,9%
Проводил(а) мастер-классы для знакомых, коллег по обучению производству игрушек Conducted master classes for friends, colleagues to train in the production of toys	25,7%
Продавал(а) несколько игрушек Sold several toys	21,5%
Привлекал(а) родных и детей к участию в производстве игрушек Attracted relatives and children to participate in the production of toys	18,8%
Зарегистрировался(лась) как ИП/самозанятый для продажи игрушек Registered as an individual entrepreneur/self-employed for the sale of toys	10,4%
Вошел(шла) в рабочую группу проекта для реализации коммерческих заказов в «Мануфактуре» Joined the project working group for the implementation of commercial manufacturing jobs in the Manufacture	10,4%
Вышел(шла) на обороты продаж более 10 тыс. руб. в месяц Achieved the turnover of sales of more than 10 thousand rubles per month	0,7%

среди выпускников проекта (N=155). Анализ полученных данных является попыткой оценки социального воздействия проекта импакт-инвестирования.

Целью исследования стало изучение того, как проект повлиял на жизнь его выпускников. Исследование было поделено на три блока: составление социодемографического портрета выпускника проекта, определение психологического и экономического состояния семей участников на начало проекта, оценка социального воздействия на жизнь благополучателей путем фиксации изменений психологического климата и экономического положения.

ПОРТРЕТ БЛАГОПОЛУЧАТЕЛЕЙ ПРОЕКТА

Как уже было отмечено выше, целевая аудитория проекта — женщины старше 50 лет, оставшиеся без работы, мамы детей-инвалидов, многодетные мамы. Опрос показал, что средний

the data obtained is an attempt to assess outcomes of the impact investment project.

The purpose of the study was to investigate how the project affected its graduates' lives. The study was divided into three blocks: the compilation of a socio-demographic profile of the project graduate, the determination of the psychological and economic status of the families of the participants at the start of the project, the assessment of the social impact on the charity recipients' lives by fixing changes in the psychological atmosphere and economic situation.

PROFILE OF THE PROJECT CHARITY RECIPIENTS

As noted above, the project target audience includes unemployed women over 50 years old, mothers of disabled children, mothers of many children. The survey showed that the average age of the participants is 47.7 years, most of them are married,

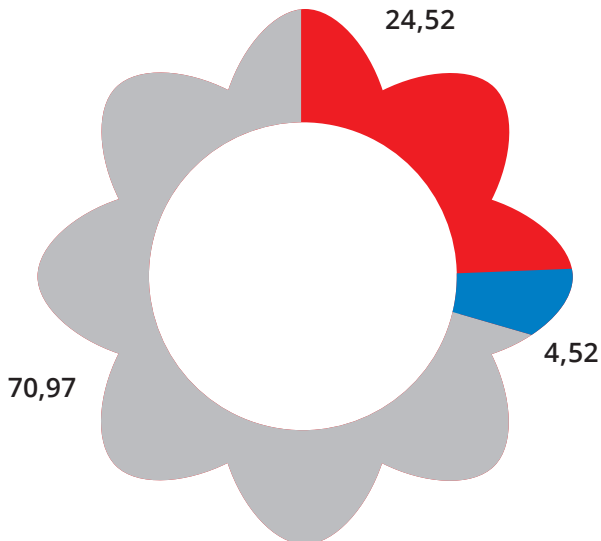
Насколько, по вашему мнению, участие в проекте повлияло на экономическое положение семьи в целом?

To what extent do you think participation in the project impacted the family economic status as a whole?

Рисунок 5. Распределение ответов по оценке влияния проекта в целом на экономическое положение семьи, %

Figure 5. Distribution of answers regarding evaluation the impact of the project as a whole on the family economic status, %

- Никак не повлияло | No impact
- Положительно | Positive
- Крайне положительно | Extremely positive



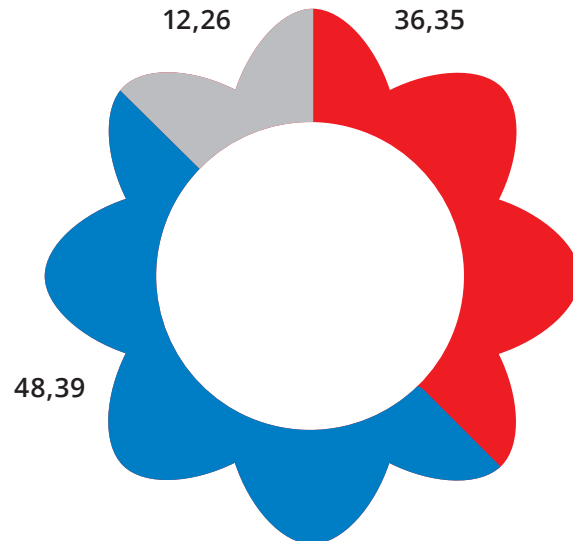
Насколько изменился в целом психологический климат в семье, с которой вы проживаете, по окончании проекта?

How much the overall psychological atmosphere in the family where you live has changed at the end of the project?

Рисунок 6. Распределение ответов по оценке влияния проекта в целом на психологический климат, %

Figure 6. Distribution of answers regarding evaluation the impact of the project as a whole on the psychological atmosphere, %

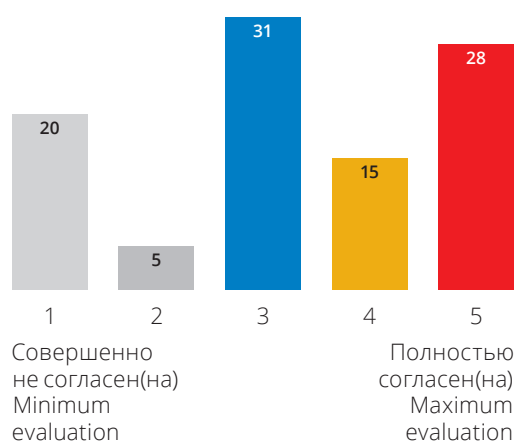
- Изменился положительно: мы стали все друг другу ближе | Has changed positively — we have all become closer to each other
- Никак не изменился, все осталось также | No changes at all — everything has remained the same
- Климат в семье изменился, но не из-за участия в проекте, а по другим причинам | The family atmosphere has changed, but not for participation in the project, but for other reasons



Индекс отношения в семье The family relationship index

Рисунок 7. Распределение ответов по оценке влияния проекта на отношения в семье с каждым членом, %

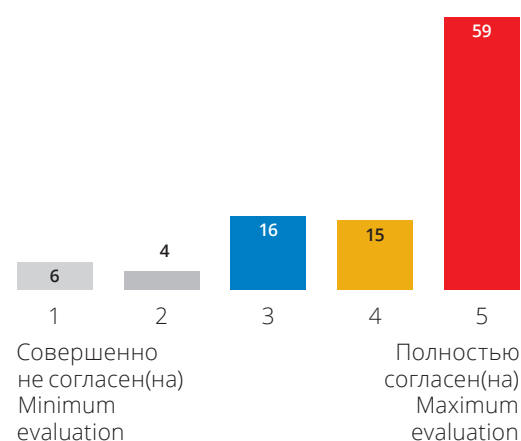
Figure 7. Distribution of answers regarding evaluation the project impact on family relations with each member, %



Индекс изменения субъективного благополучия Index of change in subjective well-being

Рисунок 8. Распределение ответов по оценке субъективного благополучия в целом, %

Figure 8. Distribution of answers regarding evaluation of subjective well-being in general, %



возраст участниц — 47,7 года, большинство из них состоят в браке, официальном и неофициальном (65%), и проживают в собственной квартире или частном доме (64,5%).

Как правило, участницы проживают с другими родственниками, у каждой второй есть дети до 18 лет, а каждая пятая имеет ребенка-инвалида. Подавляющее большинство участниц проекта — женщины с высшим образованием (79%), несмотря на это более трети участниц испытывает финансовые трудности: не хватает денег на покупку одежды, а некоторым сложно покрывать даже ежедневные расходы.

Находясь в условиях весьма ограниченного бюджета, женщины, участвующие в проекте, зачастую прибегают к кредитам на приобретение тех или иных товаров (29,6% среди опрошенных). В этом смысле статистически существует прямая зависимость между экономической ситуацией в семье и решением совершать покупки в кредит: в исследовании выяснилось, что та часть опрошенных, которая не испытывает серьезных материальных сложностей, реже прибегает к такому финансовому инструменту, как кредитование, или другим формам денежных займов. Тем не менее снова обратим внимание

official and unofficial (65%), and live in their own apartment or private house (64.5%).

As a rule, female participants live with other relatives, every second has children under 18 years old, and every fifth has a disabled child. The vast majority of project participants are women with higher education (79%), but despite this, more than a third of the participants have financial problems: they do not have enough money to buy clothes, and some find it difficult to cover even daily expenses.

Under very limited budgets, women who participate in the project often resort to loans to buy certain goods (29.6% of respondents). In this sense, statistically there is a direct relationship between the economic status of the family and the decision to purchase on credit: the study found that the part of the respondents who do not have serious material difficulties is less likely to resort to such a financial instrument as lending, or other forms of monetary loans. Nevertheless, again we draw attention to the fact that the participants in their majority have their own real estate for living or have the opportunity to live with relatives, pay for a mortgage or rent — 19% of respondents. Thus, the purchase of real estate is practically excluded from the structure of the participants' expenses; the main monetary expenses

на то, что участницы в своем большинстве имеют собственную недвижимость для проживания или имеют возможность жить с родственниками, выплачивают ипотеку или платят за аренду — 19% опрошенных. Таким образом, из структуры расходов участниц практически исключена покупка недвижимости, основные денежные траты производятся на одежду и товары дешевле 50 тыс. руб. Как заключается в исследовании, многие категории покупок в целом неактуальны, так как, вероятно, уже были приобретены давно (вопрос о тратах на разные категории товаров задавался с ограничением в последние 3 года). Среди них могут быть квартира, дача, автомобиль, мебельный гарнитур и др.

ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ И ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОСТОЯНИЕ УЧАСТНИКОВ НА НАЧАЛО ПРОЕКТА

Для возможности оценки социального воздействия проекта фиксировалось экономическое и психологическое состояние участниц на начало проекта. Чуть более трети опрошенных на момент старта участия в проекте имели основную работу, а иногда и дополнительную подработку. Подгруппа безработных участниц крупнее — 63%, среди которых 15% общей численности опрошенных — ухаживающие за больным ребенком.

Отчасти это обуславливает ту картину, которую мы увидели по части практики сбережений. 41% опрошенных женщин указали, что им не удается откладывать деньги, так как они «еле сводят концы с концами». Ощутимо откладывать удается только 18% — на одежду, обувь, отпуск.

ОБЩАЯ ОЦЕНКА ОПЫТА УЧАСТИЯ В ПРОЕКТЕ

Чтобы понять, как в целом участницы оценивают свое участие в проекте «Мануфактуры», респондентам было предложено оценить по 5-балльной шкале суждения на степень своего согласия с ними. Абсолютное большинство (96% оценок «4» и «5») считают, что не зря потратили время, почти столько же (91%) согласились с тем, что их участие в проекте было продуктивным и полезным. Высказывают намерение заниматься работой по изготовлению игрушек чуть более половины опрошенных (53%), а положительно оценили идею проекта и его реализацию 65%.

Также абсолютное большинство (92%) в процессе обучения смогло произвести несколько игрушек, однако на следующий уровень реализации продукта вышло гораздо меньше. Так,

are made to buy clothes and goods cheaper than 50 thousand rubles. As the study suggests, many categories of purchases are generally not relevant, since they were probably already purchased a long time ago (spending on different categories of goods was set with a restriction in the last 3 years). These can be an apartment, a cottage, a car, a furniture set, etc.

PSYCHOLOGICAL AND ECONOMIC STATUS OF THE PARTICIPANTS AT THE START OF THE PROJECT

To be able to assess the social impact of the project, the economic and psychological status of the participants at the start of the project was recorded. A little more than a third of respondents at the time of the start of participation in the project had a main job, and sometimes an additional part-time job. The subgroup of unemployed participants is larger — 63%, among which 15% of the total number of respondents are caring for a sick child.

In some measure, this determines the picture that we saw in terms of saving practice. 41% of women surveyed indicated that they could not save money, as they “live from hand to mouth.” Only 18% can significantly save — to buy clothes, shoes, and trip.

OVERALL EVALUATION THE EXPERIENCE OF PARTICIPATION IN THE PROJECT

To understand how participants generally evaluate their participation in the Manufacture project, respondents were asked to rate their judgment on a 5-point scale on the degree of their agreement with them. The vast majority (96% of «4» and «5» ratings) believe that they did not waste time, and almost the same number (91%) agreed that their participation in the project was productive and useful. A little more than half of the respondents (53%) express their intention to engage in the manufacture of toys, and 65% positively assessed the idea of the project and its implementation.

Also, the absolute majority (92%) in the learning process was able to produce several toys, but much less went to the next level of product implementation. Thus, a third of respondents (32%) created their page in social networks for the sale of toys, and every fifth (21%) managed to sell several items. At the same time, many (25%) conducted master classes among colleagues and acquaintances in the production of toys, which suggests that although many still have difficulties with the commercial sale of products, the project participants are ready to share the knowledge gained, thereby

треть опрошенных (32%) создала свою страницу в социальных сетях для продажи игрушек, а каждому пятому (21%) удалось продать несколько экземпляров. При этом многие (25%) проводили мастер-классы среди коллег и знакомых по производству игрушек, что говорит о том, что, хотя пока с коммерческой реализацией продукции у многих возникают трудности, участницы проекта готовы делиться приобретенными знаниями, тем самым расширяя охват социального воздействия проекта. По поводу продажи изделий важно отметить, что, вероятно, барьером к этому выступала неготовность открывать ИП или оформлять статус самозанятости, так как это неизбежно бы повлекло за собой потерю пособий, которые получают многие участницы.

Возвращаясь к поставленной цели в проекте, можно резюмировать, что по окончании проекта 21% опрошенных удалось получить доход от реализации произведенных изделий, что, конечно, не говорит о получении именно занятости, но свидетельствует об опыте получения дополнительного дохода.

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ И ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ ВЛИЯНИЯ

На вопрос об изменении экономического положения семьи 29% опрошенных участниц исследования отметили положительный эффект, что в некоторой степени отвечает поставленной в проекте цели по обеспечению занятости своей целевой аудитории.

По результатам анализа была установлена слабая, но значимая связь между экономическим положением и психоэмоциональным состоянием семьи (коэффициент корреляции 0,23). Также в исследовании было зафиксировано, что при положительной атмосфере в семье финансовые проблемы воспринимаются менее остро, это гипотетически может означать, что при дополнительном улучшении климата внутри семьи неудовлетворительное материальное положение может реже являться предметом или причиной конфликтов, как и наоборот — при повышении экономического благополучия могут быть улучшены и психоэмоциональные показатели. Однако, чтобы более детально изучить характер данной взаимосвязи, необходимо проводить регрессионный анализ, что в задачи данного исследования не входило. В любом случае в рамках этой статьи важно зафиксировать наличие такой связи.

39% опрошенных отметили изменение психологического климата в семье и связывают

Хотя с коммерческой реализацией продукции у многих возникают трудности, участницы готовы делиться приобретенными знаниями, расширяя охват социального воздействия проекта.

expanding the coverage of the social impact of the project. Regarding the sale of products, it is also important to note that probably the barrier to this was the unwillingness to register as an individual entrepreneur or self-employment status, since this would inevitably entail the loss of benefits that many participants receive.

Returning to the goal in the project, we can summarize that at the end of the project, 21% of the respondents managed to receive income from the sale of manufactured products, which, of course, does not mean exactly the employment, but means the experience of obtaining additional income.

ECONOMIC AND PSYCHOLOGICAL ASPECTS OF IMPACT

When asked about the change in the family economic status, 29% of the surveyed participants noted a positive effect, which to some extent meets the goal set in the project to ensure the employment of their target audience.

According to the analysis results, there was established a weak but important relationship (correlation coefficient 0.23) between the family economic and psychological and emotional status. Also the study recorded that financial problems are perceived less acutely where is a positive family atmosphere, which hypothetically may mean that with an additional improvement in the family atmosphere, an unsatisfactory financial status may less often be the subject or cause of conflicts, as well as vice versa — with an increase in economic well-being, psychological and emotional indicators can also be improved. However, in order to study in more detail the nature of this relationship, it is necessary to conduct regression analysis, which was not included in goals of this study. In any case, it is important to document the existence of such a link within the scope of this article.

это со своим участием в проекте. В некоторой степени этому способствовало привлечение детей и родственников к совместной деятельности в процессе производства и реализации ватных игрушек, к чему прибегали почти 19% опрошенных.

Совместная деятельность в семье сказалась и на положительных изменениях в отношениях между родственниками: такой вывод справедлив для 43% опрошенных. При этом женщины старшего возраста (старше 50 лет) значительно чаще отмечают такие позитивные изменения (коэффициент корреляции 0,249).

Опрошенные достаточно высоко оценили влияние проекта на их субъективное благополучие: 74% поставили максимальные оценки «4» и «5». Понятие субъективного благополучия в данном случае включало в себя следующие показатели: ощущение уверенности в себе после проекта, раскрытие себя как творческой личности, снижение стресса после участия в проекте, ощущение причастности к проекту и повышение самооценки от участия в проекте.

Здесь будет уместно привести некоторые цитаты респондентов, относящиеся к оценке влияния проекта на них.

«Пошла в данный проект, чтобы поддержать маму-инвалида, которая очень заинтересовалась данным видом творчества. Не заметила, как сама увлеклась! С удовольствием смотрела мастер-классы и мастерила игрушки. Маме тоже очень помог данный проект: несколько лет назад у нее был инсульт, после этого она была очень долгое время в депрессии, но этот проект ее как окрылил! Мелкая моторика рук очень помогает восстановлению, депрессию как рукой сняло! В дальнейшем планируем на продажу делать такие замечательные игрушки. Огромное спасибо такой отличной команде профессионалов! С нетерпением ждем следующий этап!»

(Женщина, 34 года)

«Я вышла из многолетней депрессии, связанной с инвалидностью и потерей работы. Это главное и для меня очень существенное достижение. Спасибо проекту за возможность продолжать жизнь в радости.»

(Женщина, 55 лет)

Although many participants still have difficulties with product marketing, they are ready to share the gained knowledge thereby expanding the scale of the project's social impact.

39% of respondents noted a change in the family psychological atmosphere and associate it with their participation in the project. To some extent, this was facilitated by the involvement of children and relatives in joint activities in the process of production and sale of quilted toys, which was resorted to by almost 19% of respondents.

Joint activities in the family also affected the positive changes in relations between relatives: this conclusion is true for 43% of respondents. At that older women (over 50 years old) significantly more often note such positive changes (correlation coefficient 0.249).

Respondents highly appreciated the project impact on their subjective well-being: 74% gave the maximum ratings of «4» and «5». The concept of subjective well-being in this case included the following indicators: a sense of self-confidence after the project, self-expression as a creative person, the reduction of stress after participating in the project, a sense of involvement in the project and an increase in self-evaluation from participation in the project.

In this case, also it will be appropriate to cite some respondents' quotes related to evaluation of the project impact on them:

"I went to this project to support my disabled mother, who was very interested in this type of creativity. I didn't notice how I got carried away! I watched master classes and made toys with pleasure. My mother was also very helped by this project: a few years ago she had a stroke, after that she was depressed for a very long time, but this project inspired her! Fine manual skills greatly help recovery, and depression disappeared like magic! In the future, we plan to make such wonderful toys for sale. Many thanks to such an excellent team of professionals! We look forward to the next stage!"

(Female, 34 years old)

«Я признательна проекту не только за полученные навыки и знания, но и за возможность получить психологическую отдушину через собственное творчество под руководством мастеров».

(Женщина, 48 лет)

Эти результаты говорят о том, что проект помог его участникам повысить психологическое благополучие.

ОБЩАЯ ОЦЕНКА СОЦИАЛЬНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ ПРОЕКТА

В логической модели проекта были заложены ожидаемые социальные результаты и социальное влияние для благополучателей проекта и показатели для их измерения. Учитывая эту логику, в завершение дадим общую оценку социального воздействия проекта.

Ожидаемый социальный результат включал в себя следующие аспекты: получение знаний в области технологий изготовления ватной игрушки, возможности дополнительного заработка путем реализации игрушек и профилактики эмоционального выгорания. Показатели для определения, насколько эти результаты были достигнуты: количество получивших знания, количество реализовывающих игрушки и отзывы об эмоциональном подъеме. Социальное влияние проекта определялось в модели как повышение уровня благосостояния социально незащищенных категорий граждан (то есть целевой аудитории проекта), в оценку которого были заложены количество благополучателей, реализовывающих игрушки, и факт трудоустройства в «Мануфактуру». Так, 91,7% опрошенных участников изготовили ватные игрушки, чему их обучали в ходе проекта, продать такие изделия смогли 21,5%, при этом при субъективной оценке 29% опрошенных отметили, что проект положительно повлиял на их экономическое положение. Вероятно, некоторые участники ощущают общее чувство перемен в жизни, а также оценивают свои перспективы в будущем, поскольку более половины заявили, что хотят продолжать заниматься ватными игрушками, а 31% уже создал свои страницы для продажи изделий. Также это можно подкрепить общим тезисом о долгосрочности, «отложенности» социальных эффектов в проектах импакт-инвестирования. Полученные комментарии респондентов

"I came out of long-time depression related to disability and job loss. This is the main and very significant achievement for me. Thanks to the Project for the opportunity to continue living a life of joy."

(Female, 55 years old)

"I am grateful to the project not only for the skills and knowledge gained, but also for the opportunity to get a psychological «escape» through my own creativity under the guidance of Masters."

(Female, 48 years old)

These outputs suggest that the project helped its participants to improve psychological well-being.

OVERALL ASSESSMENT OF THE PROJECT SOCIAL IMPACT

The logical model of the project laid down the expected social outcomes and social impact for the charity recipients under the project and indicators to measure them. Given this logic, in conclusion, we will give an overall assessment of the project social impact.

The expected social outcomes included the following aspects: obtaining knowledge in the field of technologies for making quilted toys, the possibility of additional earnings through the sale of toys and the prevention of burnout. Indicators to determine the extent to which these outcomes were achieved: the number of those who received knowledge, the number of people selling toys and reaction to emotional recovery. The project social impact was defined in the model as an increase in the level of well-being of disadvantaged groups (that is, the project target audience), the assessment of which included the number of charity recipients who sold toys and the fact of employment in the Manufactory. Thus, 91.7% of the surveyed participants made quilted toys, which they were taught during the project, 21.5% were able to sell such products, while with a subjective assessment, 29% of respondents noted that the project had a positive impact on their economic status. It's likely that some participants feel a general sense of change in their life, as well as assess their prospects for the future, as more than half said they want to continue to produce and sell quilted toys, and 31% have already created their pages to sell products. It can also be supported by a general thesis about the long-term, «time lags» of social effects in impact investment projects. The respondents' comments indicate their emotional

свидетельствуют об их эмоциональном подъеме, а также о частичном разрешении психологических проблем и общем снятии стресса. 10,4% опрошенных вошли в рабочую группу проекта для реализации коммерческих заказов в «Мануфактуре», по словам организаторов постоянную занятость на предприятии получили 30 участниц.

Суммируя все результаты исследования, можно сказать, что, во-первых, главная цель проекта была достигнута, хотя и не в полной мере. Во-вторых, проект оказал сильное влияние на психологическое состояние участниц, о чем свидетельствуют многие цифры, а также комментарии респондентов. В-третьих, хотя влияние на экономическое благополучие участниц ощутимо ниже, надо еще раз подчеркнуть, что данные показывают готовность участниц продолжать заниматься новым делом, делиться своими знаниями, к чему можно относиться как к потенциалу обретения постоянной или частичной занятости и решения финансовых проблем в будущем.

uplift, as well as the partial resolving of psychological problems and the general stress release. 10.4% of respondents entered the project working group to perform commercial manufacturing jobs in the Manufacture, according to the organizers, 30 participants got a full time job at the enterprise.

Summarizing all the outcomes of the study, we can say that, firstly, the main goal of the project was partially achieved, although was not in full. Secondly, the project had a strong impact on the psychological well-being of the participants, as evidenced by many figures, as well as respondents' comments. Third, while the impact on participants' economic well-being is significantly lower, it should be emphasized once again that the data also show a willingness to continue to engage in new business, to share their knowledge, which can be treated as a potential to get full time or part-time job and solve financial problems in the future.

ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ КОММЕНТАРИИ

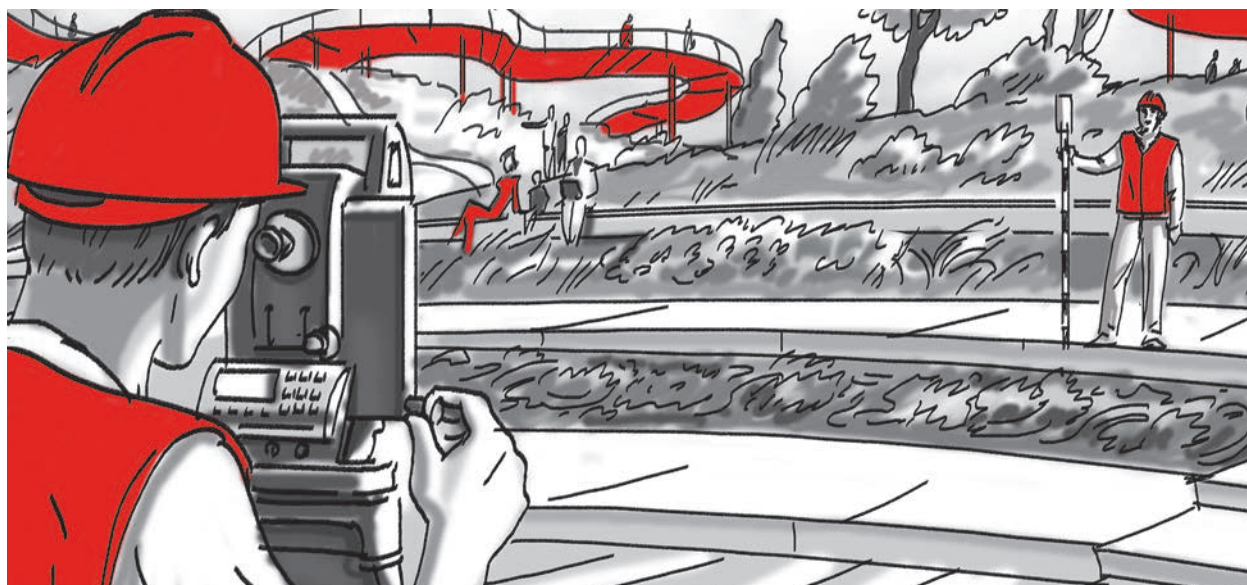
С развитием рынка импакт-инвестирования вопрос об инструментах оценки социального воздействия таких проектов является очень актуальным. Данный кейс — пример того, как можно оценивать результаты своего проекта, его эффективность и то, как этот проект повлиял на жизнь его участников. Апробация методов оценки — важная процедура, которая дает возможность критически осмыслить используемый инструмент и усовершенствовать его. В данном случае социологический анализ является одним из подходов к оценке импакт-инвестирования, и на этом примере мы увидели, как его инструменты позволяют глубинно оценить различные изменения в жизни благополучателей. Тем не менее есть и ограничения, например, не все в ходе опроса могут отвечать честно или точно, поэтому важно сопоставлять разные показатели проекта, а также искать возможности применения более глубоких методов исследования, основанных, например, на психосемантическом подходе, проективных и полупроективных методах, сопоставлении данных, полученных из разных источников, например методом триангуляции, использовании данных Social Listening и т.п.

COMMENTS AT CONCLUSION

With the development of the impact investment market, the question of tools for assessment the social impact of such projects is very relevant. This case is an example of how you can assess your project outputs, its effectiveness and the extent to which this project has impacted on its participants' lives. Testing assessment methods is an important procedure that makes it possible to reflect critically on the tool used and improve it. In this case, sociological analysis is one of the approaches to the assessment of impact investing, and in this example we saw how its tools allow us to in-depth assess various changes in the charity recipients' lives. However, there are limitations, for example, not everyone during survey can answer honestly or accurately, so it is important to compare different indicators of the project, as well as to look for opportunities to apply deeper research methods based, for example, on a psycho-semantic approach, projective and semi-projective methods, comparing data obtained from different sources — for example, triangulation, using Social Listening data, etc.

ИМПАКТ КАК ОБЪЕКТ ОЦЕНКИ: ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ*

IMPACT AS AN OBJECT OF EVALUATION: BASIC CONCEPTS*



В 2019 году в России утверждена Концепция содействия развитию благотворительной деятельности на период до 2025 года, в которой предусмотрено включение оценки социального эффекта как необходимого этапа реализации благотворительных программ и проектов. Таким образом, сегодня оценка социально-экономического воздействия становится обязательным элементом социальных проектов.

In 2019, Russia approved the Concept for Promoting the Development of Charitable Activities for the Period up to 2025, which provides for the inclusion of social impact evaluation as a necessary stage in the implementation of charitable programs and projects. Thus, today the evaluation of social and economic impact is becoming an indispensable element of social projects.



Наталья Гладких,

кандидат психологических наук, ведущий эксперт Института социально-экономического проектирования НИУ ВШЭ



Зоя Талицкая,

эксперт Фонда развития медиапроектов и социальных программ Gladway

Natalia Gladkikh,

Ph.D. in Psychology, Leading Expert of the Institute of Socio-Economic Design, Higher School of Economics

Zoya Talitskaya,

Expert, Gladway Foundation for the Development of Media Projects and Social Programs

Разработка методологии и практическое применение инструментов оценки в сфере социальных проектов и программ насчитывает в России уже более 15 лет. За это время создано немалое количество русскоязычных руководств и методических пособий по проведению оценки, издаются дайджесты международных публикаций по этой теме, работает несколько специализированных организаций, занимающихся оценкой проектов и программ, а также сообщество специалистов в области оценки — Ассоциация специалистов в области оценки программ и политик (АСОПП). В целом оценка проектов и программ в России является активно развивающейся областью научной и практической деятельности, имеющей уже достаточно длительную историю существования и наработанный опыт.

Одним из индикаторов такого опыта является наличие сформированного тезауруса данной предметной области, по крайней мере внутри профессионального сообщества специалистов по оценке. Устоявшимися и разделяемыми большинством специалистов являются, например, такие термины, как теория изменений, логическая модель проекта, разделение категорий результатов и воздействия проектов и программ.

Тем не менее существует ряд сложностей, связанных с определением и пониманием основных терминов. Во многом это обусловлено тем, что словарный корпус данной отрасли знания был изначально заимствован из английского языка и часто используется в варианте языковой «кальки». Так, термины «импакт» и «ассесмент» часто используются в формате непосредственного переноса из английского языка, в связи с чем их определение требует более пристального внимания.

Попробуем провести сопоставительный анализ ключевых терминов, входящих в языковой корпус предметной области, связанной с оценкой проектов и программ.

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ПРИ ОЦЕНКЕ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ

Базовым понятием, используемым в оценке, ожидаемо является термин Evaluation, применяемый в России в прямом значении его

The development of methodology and practical application of evaluation tools in the field of social projects and programs in Russia began more than 15 years ago. Since then quite a number of Russian-language manuals and methodological manuals for social projects evaluation have emerged created, digests of international publications on this topic have been published, several specialized organizations engaged in the evaluation of projects and programs have begun working, and the Association of Evaluation Specialists (AES) forming a community of specialists in the field of evaluation. In general, evaluation of projects and programs in Russia is an actively developing field of scientific and practical activity, and it has acquired a fairly long history and valuable experience.

An indicator of such experience is the thesaurus that has been formed for this subject area. It is available at least within the professional community of evaluation specialists. For example, the terms as “the Theory of Change”, “the Project Logical Model”, “the separation of categories of results and the impact of projects and programs” are established and shared by most specialists.

However, a number of difficulties is associated with defining and understanding basic terms. This is largely due to the fact that the language corpus of this branch of knowledge was originally borrowed from English and is often used as a language calque. For example, the terms “impact” and “assessment” are often used as direct transfer from English, and their definitions therefore require closer attention.

Let’s try to conduct a comparative analysis of the key terms included in the language corpus of the subject area of projects and programs evaluation.

* В статье использованы материалы научно-исследовательского отчета «Исследование современного зарубежного и российского опыта проведения оценки проектной деятельности некоммерческих организаций», подготовленного под руководством ведущего эксперта Института социально-экономического проектирования НИУ ВШЭ, кандидата психологических наук Н.Ю. Гладких.

The article uses the materials of the research report “Research of modern experience of project activities of non-profit organizations evaluation”, prepared under the guidance of the leading expert of the Institute of Socio-Economic Design, National Research University Higher School of Economics, and Ph.D. in Psychology N.Yu. Gladkikh.

перевода: «оценка, определение ценности». Одно из наиболее популярных и базовых определений оценки дал А.И. Кузьмин [Кузьмин, 2009] на основании перевода словарной статьи, написанной Майклом Пэттоном в 1997 году: «Оценка программы (program evaluation) — это систематический сбор информации о деятельности в рамках программы, ее характеристиках и результатах, который проводится для того, чтобы вынести суждение о программе, повысить эффективность программы и/или разработать планы на будущее». Отметим, что в контексте данного определения термины «программа» и «проект» могут бы рассмотрены как синонимы, таким образом, оно может быть отнесено к обеим категориям.

Другим распространенным понятием является Monitoring, значение которого также достаточно четко определено в российской литературе. Обращаясь к одному из классических определений, также предложенному А.И. Кузьминым [Кузьмин, 2009], можно обозначить мониторинг как «один из видов оценки программ, который

BASIC CONCEPTS USED IN SOCIAL PROJECTS EVALUATION

The basic concept used in evaluating is expected to be the term “Evaluation” used in Russia in the direct meaning of its translation: “determination of value”. One of the most popular and basic definitions of evaluation is the following definition proposed by A.I. Kuzmin [Kuzmin, 2009], based on the translation of a dictionary article by Michael Patton in 1997: “Program evaluation is a systematic collection of information about the activities of a program, its characteristics and results, which is carried out in order to make a judgment about the program, increase the effectiveness of the program and/or develop plans for the future.” Note that in the context of this definition, the terms “program” and “project” could be considered synonymous, and thus it can be assigned to both categories.

Another common concept is “Monitoring”, the meaning of which is also quite clearly defined in the Russian literature. Referring to one of the most

Основным отличием понятия Assessment от понятия Evaluation является прогностический характер данного вида оценки — условно, можно охарактеризовать его, как «прогнозирующую» или «прогностическую» оценку, т.е. оценку настоящей активности в контексте прогноза развития данной активности в будущем.

заключается в постоянном отслеживании хода программы и сравнении его с планом... Мониторинг глубокого анализа не предполагает, но дает оперативную информацию о текущем положении дел на основании сравнения фактических значений ряда ключевых показателей (индикаторов) с их плановыми значениями».

Не менее важным является понятие Assessment, ситуация с переводом которого обстоит сложнее. Если посмотреть на второе определение данного понятия в словаре, можно обозначить его содержание как «оценка, определение ценности», что не дает нам оснований для выделения его специфики по сравнению с предыдущим. Однако третья дефиниция — «определение, установление; оценка (жизнеспособности)» — позволяет все-таки

classical definitions, also proposed by A.I. Kuzmin [Kuzmin, 2009], it is possible to define monitoring as “one of the types of program evaluation, which consists in constantly monitoring the progress of the program and comparing it with the plan... Monitoring of in-depth analysis does not imply, but provides operational information about the current status on the basis of comparing the actual values of a number of key figures (indicators) with their planned values.”

The concept of “Assessment” is no less important, but the matter of its translation is more complicated. If you look at the second definition of this concept in the dictionary, you can designate its content as “assessment, determination of value”, which does not give us grounds to determine its specificity in comparison with the previous one. However, the

определить данную специфику. Итак, основным отличием этого понятия от понятия Evaluation является прогностический характер данного вида оценки: условно можно охарактеризовать его как «прогнозирующую» или «прогностическую» оценку, т.е. оценку настоящей активности в контексте прогноза развития данной активности в будущем, а также прогноза ее результатов. Тут важно отметить, что для второго случая существует еще более специфичное понятие Impact Assessment, которое можно перевести на русский язык как «прогнозирование влияния».

Международная ассоциация ассессмента влияния (IAIA) определяет Impact Assessment как «процесс определения будущих последствий текущей деятельности». В качестве одного из современных примеров определения данного термина можно привести следующее: Social Impact Assessment — «процесс предварительной оценки социальных последствий от тех или иных социальных или политических проектов. Это предсказательная процедура оценки социального эффекта» [Takyi, 2014].

third definition is “definition, assessment (of viability)” — still allows you to determine this specificity. So, the main difference between this concept and the concept of “Evaluation” is the predictive nature of assessment — conditionally, you can characterize it as a “predictive” or “predictive” assessment, i.e. assessment of the present activity in the context of forecasting the development of this activity in the future, as well as forecasting the results of this activity. It is important to note here that for the second case there is an even more specific concept of “Impact Assessment”, which can be translated into Russian as “прогнозирование влияния” (impact forecasting).

The International Association for Impact Assessment (IAIA) defines “Impact Assessment” as “the process of determining the future effects of current activities.” As one of the modern examples of this term definition can be given the following: The Social Impact Assessment is “the process of preliminary assessment of the social consequences of certain social or political projects. It is a predictive procedure for assessing social effect” [Takyi, 2014].

The main difference between this concept and the concept of “Evaluation” is the predictive nature of assessment — conditionally, you can characterize it as a “predictive” or “predictive” assessment, i.e. assessment of the present activity in the context of forecasting the development of this activity in the future.

Таким образом, можно говорить о том, что термин «ассессмент» («ассессмент влияния»; «прогнозирующая оценка») стоит использовать в ситуации оценки, которая проводится еще до запуска программы, когда мы можем определить возможные последствия и эффекты нашей программы, «мониторинг» — когда мы проводим оценку на соответствие программы ряду показателей по ходу ее реализации с возможностью оперативного вмешательства, и собственно «оценкой программы» («оценкой влияния программы») традиционно принято считать оценку, которая проводится после реализации программы.

Ключевыми вопросами в данном контексте являются все, что связаны с определением outcome и impact — социального влияния

Thus, we can say that the term “assessment” (“assessment of influence”; predictive assessment) should be used in a situation when assessment is conducted even before the program launch, when we can determine the possible consequences and effects of our program, “monitoring” — when we assess the program compliance by a number of indicators in its implementation, with the possibility of prompt intervention. The assessment that is conducted after the program implementation is traditionally considered as the actual “program assessment” (“program impact assessment”).

The key issues in this context are everything related to the definition of “outcome” and “impact” — social impact and the project impact, respectively. In many ways, the definition of the concept of social impact (effect) depends on the approach to

Таблица 1. Области возможных измерений социального воздействия (по Греко)
Table 1. Areas of possible measurements of social impact (according to Greco)

Автор Author	Год Year	Определение Definition
Armour	1990	Образ жизни людей; культура; община Lifestyle of people; culture; community
Gramling and Freudenberg	1992	Биофизические системы и системы здравоохранения; культурные системы; социальные системы; политические / правовые системы; экономические системы; психологические системы Biophysical and healthcare systems; cultural systems; social systems; political/legal systems; economic systems; psychological systems
Juslén	1995	Стандартные социальные последствия (уровень шума, загрязнение окружающей среды); психосоциальные последствия (сплоченность сообщества, нарушение работы социальных сетей); предвосхищающий страх; последствия проведения оценки; последствия для государственных и частных служб; последствия для мобильности Standard social consequences (noise level, environmental pollution); psychosocial consequences (community cohesion, disruption of social networks); anticipatory fear; the impact of the evaluation; consequences for public and private services; consequences for mobility
Vanclay	1999	Образ жизни людей; культура; общество; политическая система; окружающая среда; здоровье и благополучие; личные и имущественные права; страх и стремления Lifestyle of people; culture; society; political system; the environment; health and well-being; personal and property rights; fear and strivings
Burdge	2003	Демографические характеристики; общинные и институциональные структуры; конфликты между местными жителями и приезжими; индивидуальные и семейные изменения; общинные ресурсы Demographic characteristics; community and institutional structures; conflicts between local residents and visitors; individual and family changes; community resources
Ashoka	2013	Динамика рынка и производственно-сбытовые цепочки; государственная политика и отраслевые нормы; вовлечение и эмпатия; бизнес-социальная конгруэнтность; культура внесения изменений Market dynamics and value chains; public policies and sectoral code; engagement and empathy; business-social congruence; culture of making change

и воздействия проекта соответственно. Во многом от определения понятия социального воздействия (эффекта) зависит подход к его измерению. Можно заметить, что зачастую понятие социального воздействия рассматривается как синонимичное понятию «эффективность», а также «социальная ценность».

Понятие социальной ценности (social value), в свою очередь, объединяет в себе четыре компонента: общее благо (для ключевых стейкхолдеров), предоставленные услуги, личное благополучие (эмоциональное благополучие,

its measurement. It can be noted that often the concept of social impact is considered as synonymous with the concept of “efficiency”, as well as “social value”.

The concept of social value, in turn, combines four components: the common good (for key stakeholders), the services provided, personal well-being (emotional well-being, increased self-evaluation, finding purpose), and community development [Courtney, 2018]. Different definitions also can be given to “Social efficiency”. Thus, it can be defined as the ability to achieve the goal, the satisfaction of all

повышение самооценки, обретение цели), развитие сообщества [Courtney, 2018]. Социальная эффективность также может иметь различные определения. Так, она может быть определена как способность достичь поставленной цели, удовлетворение интересов всех стейкхолдеров, оптимальное соотношение затрат и результата деятельности, бесперебойное обеспечение ресурсами, соответствие международным стандартам [Рождественская Н.В., Богуславская С.Б., Боброва О.С, 2016].

Социальный эффект можно определить как относящийся к широкому спектру неэкономических результатов, влияющих на благополучие людей, социальный капитал, развитие сообщества и окружающую среду. С позиции доноров и инвесторов социальный эффект может быть определен как результат от вложения средств, который выражается не только количественно, но и качественно — в виде новых практик, знаний и информации.

Чтобы полностью понять концепцию воздействия, необходим сдвиг от перспективы результата деятельности (outputs) к перспективе итога деятельности (outcomes). Результаты деятельности (outputs) — это результаты, которые организации могут непосредственно измерять или оценивать (например, количество обученных людей, процент новых сотрудников в рабочей силе), в то время как итоги деятельности (outcomes) — это более широкие изменения, преимущества и знания, которые можно

stakeholders' interests, the optimal ratio of inputs and outputs, uninterrupted provision of resources, compliance with international standards [N. V. Rozhdestvenskaya, S.B. Boguslavskaya, O.S. Bobrova, 2016].

“Social impact” can be defined as referring to a wide range of non-economic outcomes affecting people’s well-being, social capital, community development, and the environment. From the perspective of donors and investors, the social effect can be defined as the result of investing funds, which is determined not only quantitatively, but also qualitatively — in the form of new practices, knowledge and information.

Full understanding of the impact concept requires a shift from the expected activity results (outputs) to the expected final results (outcomes). Outputs are the results that organizations can directly measure or evaluate (e.g., number of trained people, percentage of new employees in the workforce), while outcomes are broader changes, benefits, and knowledge that can be gained in the medium to long term (e.g., reducing social exclusion, reducing inequality).

Since outcomes refer to changes in society, they are determined by the impact of a wide audience, as well as the influence of external conditions that could contribute to them. Organizations can play a key role in driving change, but their contributions should not be overstated. For this reason, the concept of social impact refers to that proportion of the total result that has been achieved as a result of the

Рисунок 1. Цепочка результатов проекта (по А.И.Кузьмину)
Figure 1. Chain of project results (according to A.I. Kuzmin)



получить в среднесрочной и долгосрочной перспективе (например, сокращение социальной изоляции, уменьшение неравенства).

Поскольку итоги относятся к изменениям в обществе, они определяются воздействием широкой аудитории, а также влиянием внешних условий, которые могли бы им способствовать. Организации могут играть ключевую роль в стимулировании изменений, но их вклад не следует переоценивать. По этой причине понятие социального воздействия (social impact) относится к той доли общего результата, которая достигнута в результате деятельности организации, помимо того что произошло бы в любом случае [Grieco, 2015].

organization activities, in addition to what would have happened in any case [Grieco, 2015].

An example of possible areas for measuring social impact is given in the following table [Ibid.] (Table 1).

Another important aspect of determining immediate results is to separate them from the characteristics of the activities performed. A.I. Kuzmin draws the attention on this aspect in one of his publications in the professional blog. The author provides the following diagram to illustrate this thesis.

Kuzmin notes that “in social design, outputs are the direct consequences of a series of actions within a project. It would seem that everything is simple: if you performed an action, you got an out-

Результаты деятельности (outputs) — это результаты, которые организации могут непосредственно измерять или оценивать, в то время как итоги деятельности (outcomes) — это более широкие изменения, преимущества и знания, которые можно получить в среднесрочной и долгосрочной перспективе.

Возможные области измерений социального воздействия приведены в таблице 1.

Еще одним важным аспектом определения непосредственных результатов является отделение их от характеристик выполненной деятельности. На это обращает внимание А.И. Кузьмин в одной из своих публикаций в профессиональном блоге. Автор приводит следующую схему для иллюстрации данного тезиса (рис. 1).

Кузьмин отмечает, что «в социальном проектировании непосредственными результатами (outputs) называют прямое следствие череды действий в рамках проекта. Казалось бы, все просто: выполнил действие — получил непосредственный результат. Однако, как ни странно, и в зарубежных, и в российских публикациях мнения о том, что считать непосредственным результатом, расходятся радикальным образом. И похоже, что у нас ошибочная позиция становится все более и более популярной. Она заключается в том, что к непосредственным результатам относятся характеристики выполненной деятельности. Автор приводит следующий пример: «Предположим, в рамках проекта проводится обучение. Собственно обучение является деятельностью в

put. However, strange as it may seem, in both foreign and Russian publications, opinions on what should be considered an immediate result (output) differ radically. And it seems that our erroneous position is becoming more and more popular. It consists in the fact that the characteristics of the activity performed are referred to the immediate results. The author gives the following example: “Suppose a project is training. Training itself is a project activity. Nobody has any questions here. Now attention! The immediate results of training are called the following: how many training courses were organized, how many hours the classes lasted, how many people took part in the training. But all of the above refers to the activity itself, describes its scale, and answers the question of how much we have done. All these are characteristics (indicators) of the activity performed, but in no way its immediate results. What is the immediate result of training, its direct consequence? What happens to the trainees: changes in their knowledge, skills, and attitudes towards something?”

It is worth noting that the above-described problem of interpreting the concept of immediate results in terms of activity characteristics is quite

рамках проекта. Здесь вопросов ни у кого не возникает. А теперь внимание! Непосредственными результатами обучения называют следующее: сколько учебных курсов организовали, сколько часов длились занятия, сколько человек приняли участие в обучении. Но все перечисленное относится к самой деятельности, характеризует ее масштабы, отвечает на вопрос о том, сколько мы всего сделали. Все это характеристики (показатели) выполненной деятельности, но никак не ее непосредственные результаты. Что же является непосредственным результатом обучения, его прямым следствием? То, что происходит с обучаемыми: изменение их знаний, умений, навыков, отношения к чему-либо».

common. Moreover, we can say that most of the sources considered during this analysis state that immediate results are understood exactly as activity characteristics.

Thus, the recommended position on this issue is the one that takes into account, on the one hand, the need to assess the results at the level of correlation with the stated objectives of the project, but on the other hand includes a component of the scale of these results, and therefore, an indication of the characteristics of the activity itself (the number of services provided, the audience covered, etc.).

If we try to analyze the present day Russian representations of key concepts related to valuation, it is worth quoting the position of experts from one

Outputs are the results that organizations can directly measure or evaluate, while outcomes are broader changes, benefits, and knowledge that can be gained in the medium to long term.

Стоит отметить, что описанная выше проблема интерпретации понятия непосредственных результатов с точки зрения характеристик деятельности является достаточно распространенной. Более того, можно сказать, что в большинстве рассмотренных в рамках данного анализа источников непосредственные результаты понимаются именно так — как характеристики деятельности.

Таким образом, в качестве рекомендованной позиции по этому вопросу видится та, что учитывает, с одной стороны, необходимость оценки результатов на уровне соотношения с заявленными задачами проекта, но при этом — с включением компонента масштаба данных результатов, а следовательно, указания на характеристики самой деятельности (количество оказанных услуг, охваченная аудитория и т.п.).

Обращаясь к современным российским интерпретациям ключевых понятий, связанных с оценкой, приведем позицию экспертов одного из объединений игроков рынка оценки, активно работающих в направлении разработки системных решений в области государственных программ и проектов, — Счетной палаты РФ,

of the associations of evaluation market players actively working towards the development of systemic solutions in the field of state programs and projects — the Accounts Chamber of the Russian Federation, as well as the Center for Advanced Management Decisions. In the manual on the theory of change, prepared in partnership by experts of these organizations, the following definitions are given [A.I. Kim et al., 2020]:

- immediate results (outputs) — specific products formed as a result of direct state influence and possible for use by target audiences (charity recipients);
- response (react) — the reaction of charity recipients to the use of immediate results (including in the form of behavior change);
- final results (outcomes) — a set of significant changes that the charity recipients experience after the use of immediate results;
- final impacts — desired medium- and long-term social and economic changes.

We cannot but mention in this context the approach of the Global Impact Investing Network (GIIN) in connection with the publication by this organization in November 2020 of a new evaluation

Таблица 2. Основные термины и определения в сфере импакта и оценки
Table 2. Basic terms and definitions related to impact and evaluation

Inputs	Материальные и нематериальные ресурсы, вложенные в проект/программу Tangible and intangible resources invested in the project/program
Outputs	Непосредственные результаты проекта/программы Immediate results of the project/programme
Outcomes	Изменения в жизни благополучателей и их сообществ, ставшие результатами реализации проекта. Оценивается на уровне индивидуальных (individual) и общественных (societal) изменений. Часто переводится как «социальное влияние» Changes in the lives of charity recipients and their communities, which became the project results. It is evaluated at the level of individual and societal changes. Often translated as «social influence»
Impact	Социальный эффект / социальное воздействие, как правило, характеризующееся долгосрочным эффектом. В данной статье понимается в широком значении — как весь спектр изменений, возникших в результате воздействия проекта/программы (по Алнуру Эбрагиму) Social effect / social impact is usually characterized by a long-term effect. This article is understood in a broad sense — as the whole range of changes that have arisen as a result of the project/program impact (according to Alnur Ebrahim)
Мониторинг Monitoring	Деятельность, осуществляемая на регулярной основе в ходе реализации проекта с целью контроля выполнения ключевых индикаторов реализации проекта/программы для повышения эффективности реализации и принятия оперативных решений Activities carried out on a regular basis during the project implementation in order to monitor the achieving the key indicators of project/program implementation to improve the effectiveness of implementation and make operational decisions
Оценка Evaluation	Аналитический инструмент или процедура, предназначенная для системного изучения и определения результатов, влияния и воздействия, а также социально-экономической эффективности проектов, программ и политик An analytical tool or procedure designed to systematically examine and determine the results, influence and impact, and social and economic effectiveness of projects, programs, and policies

а также Центра перспективных управленческих решений. В пособии по теории изменений, подготовленном в партнерстве экспертами данных организаций, приводятся следующие определения [Ким А.И. и др., 2020]:

- непосредственные результаты (outputs) — конкретные продукты, формируемые вследствие прямого государственного воздействия и возможные для использования целевыми аудиториями (благополучателями);
- отклик (react) — реакция благополучателей по использованию непосредственных результатов (в том числе в виде изменения поведения);
- конечные результаты (outcomes) — совокупность значимых изменений, возникающих

methodology, presented as the first of its kind recommendation that allows the use of unified approaches and comparison of any projects with each other (Methodology for Standardizing and Comparing Impact Performance). It is worth noting, however, that this methodology is applicable to use by social investors, in order to select investment projects. Within this methodological guide, it is proposed to distinguish the following levels of evaluation: “outputs — short term outcomes — long terms outcomes”. Outcomes analysis within this methodology should be built at several levels:

- Scale: number/coverage of stakeholders who received a result (outcome).
- Depth of impact: the degree of change obtained by stakeholders.

- у благополучателей после использования непосредственных результатов;
- итоговые эффекты (impacts) — желаемые средне- и долгосрочные социально-экономические изменения.

Нельзя не упомянуть в данном контексте подход Global Impact Investing Network (GIIN) в связи с публикацией этой организацией в ноябре 2020 года новой методологии оценки, представленной как первая в таком роде рекомендация, позволяющая использовать унифицированные подходы и сравнивать любые проекты между собой (Methodology for Standardizing and Comparing Impact Performance). Стоит отметить, однако, что данная методология применима к использованию социальными инвесторами в целях выбора проектов для инвестиций. В рамках данного методического руководства предлагается выделение следующих уровней оценки: outputs — short term outcomes — long terms outcomes. Анализ outcomes в рамках данной методологии должен быть построен на нескольких уровнях:

- масштаб: количество/охват стейкхолдеров, получивших результат (outcome);
- глубина воздействия: степень изменений, полученных стейкхолдерами;
- продолжительность воздействия: период времени, в течение которого стейкхолдер продолжает испытывать полученный результат;
- волатильность: степень вариативности (изменений) результатов с течением времени.

Стоит обратить внимание на вынесение категории «импакт» за границы оценки цепочки воздействия в описанном выше подходе GIIN. Можно говорить о том, что подобная позиция является распространенной и представляет собой тренд в современном понимании данного термина. Это, в частности, отмечает один из ведущих международных экспертов в области академических исследований оценки проектов и программ, автор концепции «4 стратегий» Алнур Эбрахим [Ebrahim, 2019].

Таким образом, если исходить из общемировых современных трендов в определении данного понятия, можно говорить о том, что термин impact становится все более «нарицательным», определяющим в целом весь спектр понятий, связанных с описанием результатов проекта, за исключением непосредственных результатов. Данное понимание мы также рекомендуем использовать в словарном корпусе для

- Exposure time: the period of time during which the stakeholder continues to experience the result.
- Volatility: the degree of variability (change) of results over time.

It is worth paying attention to the removal of the “impact” category beyond the limits of the impact chain evaluation in the GIIN approach described above. We can say that such a position is common and represents a trend in the modern sense of the term. This, in particular, is noted by one of the leading international experts in the field of academic research for project and program evaluation, the author of the concept of 4 Strategies, Alnur Ebrahim [Ebrahim, 2019].

Thus, if we proceed from the global modern trends in this concept definition, we can say that the impact concept is becoming more and more “common noun”, defining in general the whole range of concepts related to the project results description, with the exception of only immediate results. We also recommend using this understanding in the language corpora to develop a model for evaluation the social and economic impact of social projects. This is the definition used in this paper.

THE THEORY OF CHANGES AS THE BASIC PROBABLE COMPONENT OF THE MODEL FOR SOCIAL PROJECTS ASSESSMENT

One of the most researched and described in the scientific literature basic constructs and bases of evaluation is the concept of the Theory of Change (ToC) of the project, which is a clear and precise description of the alleged relationships between the causes (actions) and the expected effects (results) that are planned to be achieved under project, indicating the conditions for achieving each of the levels of results. The Theory of Change explains the reasons why certain approaches to solving the problem are used, as well as how these approaches will lead to the desired changes.

As noted by A.I. Kuzmin, the author of the first Russian-language publication on the Theory of Changes, ToC can be used as a tool for solving a whole range of problems [A.I. Kuzmin, N.A. Koshelova, 2014]:

- As a project results describing tool;
- Design tool (project design intent development);
- A way to visualize the project intent;

разработки модели оценки социально-экономического воздействия социальных проектов. Именно это определение использовано в данной статье.

ТЕОРИЯ ИЗМЕНЕНИЙ, КАК БАЗОВЫЙ ВОЗМОЖНЫЙ КОМПОНЕНТ МОДЕЛИ ОЦЕНКИ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ

Одним из наиболее исследованных и описанных в научной литературе базовых конструктов и оснований оценки является понятие теории изменений (ТИ) проекта, представляющей собой четкое и ясное описание предполагаемых взаимосвязей между причинами (действиями) и ожидаемыми эффектами (результатами), которых планируется достичь в рамках проекта, с указанием условий достижения каждого из уровней результатов. Теория изменений объясняет причины того, почему используются те или иные подходы к решению проблемы, а также как эти подходы приведут к желаемым изменениям.

Как отмечает А.И. Кузьмин, автор первого русскоязычного издания по теории изменений, ТИ может быть использована как инструмент решения целого спектра задач [Кузьмин А.И., Кошелева Н.А., 2014]:

- как инструмент описания результатов проекта;
- инструмент проектирования (разработки замысла проекта);
- способ визуализации замысла проекта;
- способ обоснования причинно-следственной связи между деятельностью в рамках проекта и ее результатами;
- способ определения границ воздействия проекта;
- основа для формирования системы мониторинга проекта;
- основа для оценки проекта;
- способ «архивирования» хороших практик в обобщенном виде.

Традиционно и в самом общем виде теория изменений чаще всего представляется в виде карты ожидаемых результатов, показывающей, как действия в рамках проекта приведут к достижению цели проекта, и перечня допущений или условий, при соблюдении которых сработает данная «теория». На соблюдение этих условий авторы проекта рассчитывают, тем не менее эти

- A way to justify the causal relationship between project activities and their results;
- A way to define project impact boundaries;
- Basis for the formation of a project monitoring system;
- Basis for project evaluation;
- A way to “archive” good practices in a generalized form.

Traditionally and in its most general form, the Theory of Change is most often presented in the form of a map of expected results, showing how the actions under project will lead to the achievement of the project goal, and a list of assumptions or conditions under which this “theory” will work, which the authors of the project expect to comply with and which, at the same time, are beyond their influence.

The Theory of Change is one of the most common tools used to describe the social technology of a project, for the purpose of its subsequent evaluation. In other words terminology wise, it can be attributed specifically to the field of projects and programs evaluation. It has been actively studied in this area. So, you can find various classifications of types of ToC, approaches to its development, including specialized software, author developed approaches to assessment based on ToC, etc.

The Theory of Change development can be called one of the universal tools used in project evaluation.

EVIDENCE-BASED APPROACH IN SOCIAL PROJECTS ASSESSMENT

Another fundamental term is closely related to the Theory of Change theme. It is the evidence based approach of the social technology applied in a particular case. Generally speaking, the evidence-based approach is an approach based on the application of research methods, on the search and study of arguments that confirm that the set of actions carried out within approach does indeed lead to the desired change.

The evidence-based approach to social design is actively developed and implemented nowadays. This is evidenced by both the increase in the number of scientific publications and outside academic discussions and even the creation of educational programs in line with the evidence-based approach (an example of such initiative is the master’s program Evidence-Based Design and Evaluation of Programs in Social Risk Management in Childhood,

допущения и условия находятся за пределами их влияния.

Теория изменений — один из наиболее распространенных инструментов, используемых для описания социальной технологии проекта, для целей его последующей оценки. То есть терминологически его можно отнести именно к области оценки проектов и программ. Там же он изучался особенно активно. Так, можно встретить различные классификации видов ТИ, подходов к ее разработке, включая специализированное программное обеспечение, авторские подходы проведения оценки, основанные на ТИ, и т.п.

Разработку теории изменений можно назвать одним из универсальных инструментов, используемых при проведении оценки проектов.

ДОКАЗАТЕЛЬНЫЙ ПОДХОД В ОЦЕНКЕ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ

С темой теории изменений тесно связан другой основополагающий термин — доказательность используемой социальной технологии. Если говорить в целом, доказательный подход — это подход, основанный на применении исследовательских методов, на поиске и изучении аргументов, подтверждающих, что комплекс осуществляемых в рамках подхода действий действительно приводит к желаемым изменениям.

Доказательный подход в социальном проектировании является одним из активно развиваемых и внедряемых в настоящее время. Об этом свидетельствует рост как числа научных публикаций, так и внеакадемических дискуссий и даже создание образовательных программ в русле доказательного подхода (пример такой инициативы — магистерская программа «Доказательное проектирование и оценка программ в области управления социальными рисками в сфере детства», открытая пять лет назад в МГППУ).

В качестве обоснования важности использования доказательного подхода в социальной сфере можно привести две отмечаемые экспертами эвристики: иллюзия «чистого поля» и «абсолютного блага». Первая состоит в том, что, приступая к разработке социального проекта, предлагая новое (свое) решение социальной проблемы, авторы зачастую игнорируют существующий опыт в решении данной

opened five years ago at MSUPE (Moscow State University of Psychology and Education)).

As a justification of importance of evidence-based approach in the social sphere, we can quote two expert heuristics: illusions of “pure field” and “absolute wealth”. The first is when starting a

Теория изменений чаще всего представляется в виде карты ожидаемых результатов, показывающей, как действия в рамках проекта приведут к достижению цели проекта.

The Theory of Change is most often presented in the form of a map of expected results, showing how the actions under project will lead to the achievement of the project goal.

social project and proposing a new (own) solution to a social problem, authors often ignore the existing experience in solving this problem. Such a heuristic is impossible in a case, for example of a commercial project, where an important condition for its effectiveness is taking into account the market context. But it is quite possible in the public sector and the likelihood of its occurrence is high. Market research, analysis of the target audience needs, highlighting of the leading players and existing technologies, analysis of the effectiveness of existing solutions are often not considered as mandatory when developing a social project.

The essence of the second heuristic is that “whatever social service we provide it is definitely a good and right thing to do.” Hence the widespread, humorous concept of “doing good” arose. If the service is not of high quality, does not correspond to modern ideas (including scientific ones) regardibg

проблемы. Такая эвристика невозможна в ситуации, например, коммерческого проекта, где важным условием его эффективности является учет рыночного контекста. Но она вполне возможна, и вероятность ее возникновения является высокой — в общественном секторе. Изучение рынка, анализ потребностей целевой аудитории, выделение ведущих игроков и существующих технологий, анализ эффективности имеющихся решений часто не рассматриваются как обязательные при разработке социального проекта.

Суть второй эвристики: что «какую социальную услугу мы бы ни оказывали — это точно хорошее и правильное дело». Отсюда возникло распространенное шутовое понятие «причинять добро». Если услуга оказывается недостаточно качественно, не соответствует современным представлениям (в том числе научным) о причинах и возможных подходах к решению социальной проблемы и т.п., нельзя говорить о том, что проект действительно способствует решению данной проблемы.

Особенно остро этот вопрос ставится в ситуации, когда благополучателями проекта являются социально незащищенные группы граждан, которые по разным причинам не могут выразить свое мнение в отношении качества оказываемой им социальной услуги и в целом — отношения к проектной интервенции. Это, в частности, дети, люди с ментальной инвалидностью, бездомные и т.п. В связи с этим обоснованным является то, что тема доказательности практик в нашей стране получила свое развитие в контексте именно детских программ. В частности, группой российских экспертов создан стандарт доказательности практик в сфере детства — первый в своем роде документ, описывающий как требования, так и методические рекомендации для описания проектов в сфере детства. Рассмотрим на примере данного стандарта направления его возможного развития и использования [Стандарт доказательности практик в сфере детства (Версия № 2. 31 августа 2018)].

reasons and possible approaches to solving a social problem, etc., it cannot be said that the project really contributes to the solution of this problem.

This issue becomes especially acute in a situation where the project charity recipients are vulnerable groups who, for various reasons, cannot express their opinion regarding the quality of the social services provided to them and their general attitude to the project intervention. These are, in particular, children, people with mental disabilities, homeless people, etc. In this regard, it is reasonable that the topic of practice certification in Russia has been developed in the context of children's programs. It is worth considering ways of its possible development and application of this cited standard as an example [Practice certification standard in the field of childhood (Version No. 2. 31 August, 2018)].

REFERENCES

1. Courtney Paul *Conceptualising Social Value for the Third Sector and Developing Methods for Its Assessment [Magazine]*. — [s.l.]: International Society for Third-Sector Research *Voluntas*, 2018 — <https://doi.org/10.1007/s11266-017-9908-3>: Vol. 29.
2. Ebrahim Alnoor *Measuring Social Change: Performance and Accountability in a Complex World* — [Book]. — 2019.
3. Grieco Cecilia *Assessing Social Impact of Social Enterprises. Does One Size Really Fit All? [Book]*. — [s.l.]: Springer, 2015.
4. Takyi Stephen Appiah *REVIEW OF SOCIAL IMPACTS ASSESSMENT (SIA): APPROACH, IMPORTANCE, CHALLENGES AND POLICY IMPLICATIONS [Magazine]*. — [s.l.]: *International Journal of Arts & Sciences*, 2014 — VI. 07(05):217–234 (2014).
5. A.I. Kim, V.K. Kopytok, Yu.A. Filippova, M.V. Tsygankov *The Theory of Change application for strategic audit and strategic planning in Russia / Accounts Chamber of the Russian Federation, Center for Advanced Management Decisions* — M., 2020. — p. 28.
6. A. I. Kuzmin *Evaluation of programs: methodology and practice*. /Ed. A.I. Kuzmin, R. O'Sullivan, N.A. Kosheleva // M.: Presto-RK publishing house — 2009.
7. A. I. Kuzmin *Local problems in development of evaluation* (<https://evaluationconsulting.blogspot.com/2020/10/blog-post.html>).
8. A. I. Kuzmin, N.A. Kosheleva *Theory of Change: general recommendations for use* (from the

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Courtney Paul *Conceptualising Social Value for the Third Sector and Developing Methods for Its Assessment* [Журнал]. — [б.м.] : International Society for Third-Sector Research Voluntas, 2018. — <https://doi.org/10.1007/s11266-017-9908-3> : Т. 29.
2. Ebrahim Alnoor *Measuring Social Change: Performance and Accountability in a Complex World* — [Книга]. — 2019.
3. Grieco Cecilia *Assessing Social Impact of Social Enterprises. Does One Size Really Fit All?* [Книга]. — [б.м.] : Springer, 2015.
4. Takyi Stephen Appiah *REVIEW OF SOCIAL IMPACTS ASSESSMENT (SIA): APPROACH, IMPORTANCE, CHALLENGES AND POLICY IMPLICATIONS* [Журнал]. — [б.м.] : International Journal of Arts & Sciences, 2014. — Т. 07(05):217–234 (2014).
5. Ким А.И., Копыток В.К., Филиппова Ю.А., Цыганков М.В. *Применение теории изменений для стратегического аудита и стратегического планирования в России / Счетная палата Российской Федерации, Центр перспективных управленческих решений* — М., 2020. — 28 с.
6. Кузьмин А. И. *Оценка программ: методология и практика.* / Под ред. А.И. Кузьмина, Р. О'Салливан, Н.А. Кошелевой // М.: Издательство «Престо-РК». — 2009.
7. Кузьмин А. И. *Глобальные проблемы в развитии оценки* (<https://evaluationconsulting.blogspot.com/2020/10/blog-post.html>).
8. Кузьмин А. И., Кошелева Н. А. *Теория изменений: общие рекомендации к применению (из опыта БДФ «Виктория»)* //М.: Изд-во «Проспект». — 2014.
9. Рождественская Н.В., Богуславская С.Б., Боброва О.С. *Оценка эффективности проектов некоммерческих организаций, социального предпринимательства и гражданских инициатив* [Книга]. — СПб. : Издательство Политехнического университета, 2016.
10. *Стандарт доказательности практик в сфере детства (Версия № 2. 31 августа 2018)* [В Интернете]. — http://www.ozenka.info/about/dokazatelnyy_podhod/standart_dokazatelnosti_praktik/402_file_2.pdf.

experience of the Victoria BDF //

M.: Prospect publishing house. — 2014.

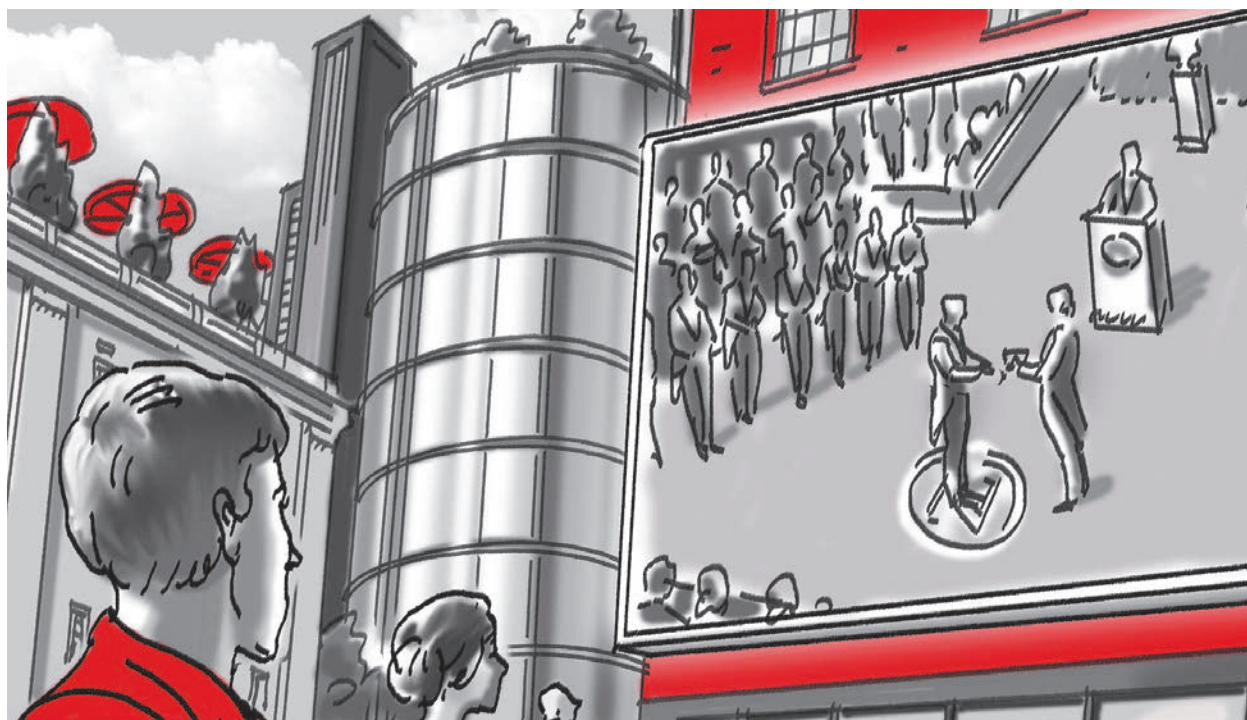
9. N.V. Rozhdestvenskaya, S.B. Boguslavskaya, O.S. Bobrova. *Evaluation of the effectiveness of non-profit organizations projects, social entrepreneurship and civic initiatives* [Book]. — SPb: Publishing house of the Polytechnic University, 2016.
10. *Practice certification standard in the field of childhood (Version No. 2. 31 August, 2018)* [In Internet]. — http://www.ozenka.info/about/dokazatelnyy_podhod/standart_dokazatelnosti_praktik/402_file_2.pdf.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данном обзоре проведен очень краткий анализ ряда ключевых терминов, входящих в языковой корпус предметной области, связанной с оценкой социальных проектов и программ. Надеемся, что представленный анализ будет способствовать выработке общих подходов и единого понятийного аппарата в области импакт-инвестиций и содействовать как формированию стандартов, так и более широкому внедрению в практику системы оценки благотворительных проектов и социального воздействия в целом.

CONCLUSION

This review provides a very brief analysis of a number of key terms included in the language corpus of the subject area of social projects and programs assessment. We hope that the analysis presented will contribute to the development of common approaches and a unified conceptual framework in the field of impact investments and contribute to both the formation of standards and wider general implementation of the charitable projects and social impact assessment system.



НОБЕЛЕВСКАЯ ПРЕМИЯ

В ОБЛАСТИ ЭКОНОМИКИ 2021 ГОДА: НОВЫЙ ШАГ В ОЦЕНКЕ СОЦИАЛЬНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

THE 2021 NOBEL PRIZE IN ECONOMICS

A NEW STEP IN ASSESSING THE SOCIAL IMPACT

Мы давно привыкли к присутствию сложных научных открытий в нашей повседневной жизни. Глубокая ассимиляция бытовых привычек и высоких технологий — наша привычная среда.

We have long been accustomed to the presence of complex scientific discoveries in our everyday life. Our habitual environment is when deep assimilation of everyday habits goes together with high technologies.



Елена Авраменко,

эксперт проекта «Разработка модели оценки социально-экономического воздействия НКО» фонда Gladway, мастер Lean 6 Sigma уровня Green Belt

Elena Avramenko,

expert of the project "Development of a model for assessing the socio-economic impact of NGOs" of the Gladway Foundation, Lean 6 Sigma master of the Green Belt level

Переводя многие процессы и сферы жизни в цифру, мы задумываемся о том, чья очередь дальше? Как оценить успешность новых процессов? И можем ли мы с помощью современных технологий и канонов математики оцифровать, оценить, сравнить, спрогнозировать не охваченные еще процессы?

Оценка социального воздействия современного бизнеса — одна из актуальных задач текущего времени. Импакт-бизнес, безусловно, должен быть успешен в двух сферах — как в экономике, так и в реализации своей социальной миссии. И если с оценкой экономической эффективности бизнеса все достаточно понятно, как оценить, стала ли жизнь в обществе лучше в результате реализации импакт-миссии? Перед оценивающим всегда стоит непростая задача — выбрать верный метод и базироваться на достоверных данных, которые в процессе импакт-влияния нужно еще выявить и правильно собрать.

Лауреаты Нобелевской премии 2021 года в области экономики Дэвид Кард, Хидо Имбенс и Джошуа Ангрис — трое ученых из американских университетов — сделали важный шаг в этом направлении, показав миру способы того, как можно сделать научные выводы на материале, казалось бы, ненаучных экспериментов. Эту методологию можно использовать для оценки сложных общественных процессов и получать, как показали авторы, достоверные результаты.

Основной проблемой исследований в социальных процессах является сложность организации контролируемого эксперимента. Нельзя сделать строгую выборку подходящих нам для эксперимента людей и подвергнуть их целенаправленно влиянию, например перевести на здоровое питание. Мы можем оценивать только тех, чей осознанный выбор привел их к такому питанию. Но какие факторы повлияли на выбор этих людей? Можем ли мы полноценно их соотносить с теми, кто к такому выбору не пришел? И каково наше влияние на такой выбор, если мы ведем регулярную пропаганду здорового образа жизни? Вот тут-то и поможет нам созданная нобелевскими лауреатами методология оценки результатов естественных экспериментов. Ученые смогли ввести научно-доказательную базу в эксперименты, которые строит сама жизнь. Если в одном городе или одной стране вдруг повышают минимальную зарплату, сокращают рабочую неделю или расширяют наем мигрантов, а в соседних — нет, то по замеру результатов уже можно сказать, как это влияет на благосостояние людей и общества в целом. Другими

Converting many processes and spheres of life into digital environment numbers, do we think whose turn will be next? How to evaluate the success of new processes? And whether we can, digitize, evaluate, compare, and predict processes that have not yet been captured with the help of modern technologies and math canons?

One of the urgent tasks of the current time is assessing the social impact of modern business.

Оценка социального воздействия современного бизнеса — одна из актуальных задач текущего времени. Импакт-бизнес, безусловно, должен быть успешен как в экономике, так и в реализации своей социальной миссии.

One of the urgent tasks of the current time is assessing the social impact of modern business. Impact business should certainly be successful in two areas — in the economy as well as in its social mission implementation.

Impact business should certainly be successful in two areas — in the economy as well as in its social mission implementation. And if the idea of of the business economic efficiency assessment is clear enough, how can we assess whether life in society has become better as a result of the Impact mission implementation?

The one who wants to do such assessment always faces a difficult task — to choose the right method and to base it on reliable data, which still needs to be identified and collected correctly in the process of Impact-influence.

словами, ученые предложили искать две разные группы людей, одна из которых случайным образом столкнулась с влиянием социального фактора, а вторая случайно его избежала.

Дэвид Кард, используя метод естественных экспериментов, проанализировал влияние минимальной заработной платы, уровня иммиграции и образования на формирование рынка труда. Он выявил, что повышение минимальной заработной платы не всегда ведет к сокращению числа рабочих мест, а среднее образование имеет более высокую ценность, чем считалось раньше. В своих исследованиях Кард показал,

The 2021 Nobel Prize in Economics winners, David Card, Hideo Ichimura and Joshua Angrist — three scientists from American universities — took an important step in this direction, showing to the world the ways to draw scientific conclusions based on seemingly unscientific experiments. This methodology can be used to evaluate complex social processes and to obtain, as the authors have shown, reliable results.

The complexity of organizing a controlled experiment is the main issue of social processes research. It is not possible to make a strict selection of people suitable for the experiment and to subject them to

Если в одном городе или одной стране вдруг повышают минимальную зарплату, сокращают рабочую неделю или расширяют наем мигрантов, а в соседних — нет, то по замеру результатов уже можно сказать, как это влияет на благосостояние людей и общества в целом.

что базовые модели экономической теории, если их воспринимать как догму и не проверять эмпирически, приводят к неверным выводам. В теории предполагается, что на рынке зарплата сотрудника равна его максимальной производительности: с одной стороны, организация не может больше платить сотруднику, ориентируясь на предел расходов, с другой стороны, сотрудник за меньшее не согласится работать, перейдет в другую организацию. Отсюда вредны любые попытки государства установить минимальную зарплату выше рынка. Такая парадигма часто транслируется теми, кто против повышения минимального размера оплаты труда.

Вторая догма, которую развенчал Кард, — это влияние притока мигрантов на занятость коренного населения. Об этом говорила классическая модель баланса спроса и предложения на рынке. Любое увеличение населения в этой модели (в том числе из-за миграции) приводит к увеличению числа работников на рынке и при фиксированном количестве рабочих мест дает снижение заработной платы и рост безработицы. Дэвид Кард опубликовал две крупные работы по этой теме. Первая была результатом исследования того, как более 120 000 мигрантов-кубинцев в 80-м году повлияли на рынок труда Майами. Просто сравнить безработицу и заработную плату в Майами в режиме «до и

purposeful influence, for example, to put them to a healthy diet. We can only evaluate those whose conscious choice led them to such a diet. But what factors influenced the choice of those people? Can we fully correlate them with those who have not made such a choice? And what is our influence on such a choice if we regularly promote a healthy lifestyle? This is where the methodology for evaluating the results of natural experiments created by the Nobel award winners will help us. Scientists were able to introduce a scientific evidence base into experiments set by the life itself. If in one city or one country the minimum wage is suddenly raised, the working week is reduced or the hiring of migrants is expanded, and in neighboring countries they are not, then by measuring the results it will be possible to tell how this affects the well-being of people and the society as a whole. In other words, scientists suggested looking for two different groups of people, one of which has been randomly impacted by a social factor, and the second group avoided this impact.

David Card, using the method of natural experiments, analyzed the impact of the minimum wage, the level of immigration and education on the labor market trends. He found that raising the minimum wage does not always lead to a reduction in the number of jobs, and the secondary education has a higher value than it had been thought

после» притока мигрантов было невозможно, экономика США переживала рост в 1979 году и падение в 1981 году по причинам, не имеющим ничего общего с этими мигрантами. Но Кард сделал анализ средних изменений в заработной плате и безработице с конца 1970-х по 1980-е годы в Атланте, Хьюстоне, Лос-Анджелесе, Тампе и Санкт-Петербурге. Затем он вычел это изменение из изменения результатов рынка труда в Майами и получил влияние притока иммигрантов на заработную плату и безработицу в городе. Кард обнаружил, что этот приток практически не повлиял на заработную плату неквалифицированных некубинцев в Майами, а также не увеличил безработицу среди чернокожих или некубинцев.

Методологическим основанием исследования Карда стал метод «разности разностей». Данный метод можно широко использовать для исследования факторов влияния в естественных экспериментах. Суть метода в простейшей реализации выглядит так: наблюдаются некоторые исходы для двух групп и двух временных периодов. Одна из групп подвержена воздействию или участвует в некоторой программе в одном из периодов, а вторая группа не подвержена воздействию ни в одном из периодов. В случае, когда одни и те же объекты внутри групп наблюдаются в каждом периоде, среднее изменение исхода во второй (контрольной) группе вычитается из среднего изменения исхода в первой (опытной) группе. Это устраняет смещение при сравнении исходов в опытной и контрольной группах только во втором периоде, которое может быть следствием постоянных различий между группами, а также смещение при сравнении во времени, которое может быть вызвано временными трендами, никак не связанными с программой.

Более подробно возможности и потенциал данной методологии можно рассмотреть на примере, приведенном Джеффри Вулдриджем в публикации «Оценивание методом «разность разностей»: предположим, что один из штатов США осуществляет программу в области здравоохранения для пожилых людей в возрасте 65 лет и старше, и зависимая переменная y — это некий показатель здоровья. Одна из возможностей состоит в том, чтобы использовать данные только по жителям штата, в котором реализуется программа, как до, так и после ее внедрения и в качестве контрольной группы взять жителей в возрасте до 65 лет (или в возрасте от 55 до 64 лет), а в качестве опытной группы — жителей в

previously. In his research, Card showed that if basic models of economic theory are perceived as dogma and not tested empirically can lead to incorrect conclusions. Theoretically it is assumed that an employee's salary in the market is equal to his maximum productivity: on one hand, an organization can no longer pay an employee, focusing the cost limits, on the other hand, an employee will not agree to work for less and will move to another employer. Hence, any attempts of the state to set the minimum wage above the market are destructive. This paradigm is often used by those who are against raising the minimum wage.

If in one city or one country the minimum wage is suddenly raised, the working week is reduced or the hiring of migrants is expanded, and in neighboring countries they are not, then by measuring the results it will be possible to tell how this affects the well-being of people and the society as a whole

The second dogma that Card debunked in his research is the impact of the migrants influx on the employment of the indigenous population. This was indicated by the classical model of the balance of supply and demand in the market. In this model any increase in population (including due to migration) leads to an increase in the number of workers in the market, and if the number of jobs is fixed, it gives a decrease in wages and an increase in unemployment. David Card published two major papers on this topic. The first was the result of a study of how the inflow of more than 120,000 Cuban migrants in the 80s affected the Miami labor market. It was impossible to simply compare unemployment and wages in Miami “before and after” the migrants influx. The US economy experienced growth in 1979 and decline in 1981 for reasons that had nothing to do with these migrants. But Card analyzed average changes in wages and unemployment from the late 1970s to the 1980s in Atlanta, Houston, Los Angeles, Tampa and St. Petersburg. Then he subtracted these changes from the change in the results of the labor market in Miami and got the impact of the

возрасте 65 лет и старше. Потенциальная проблема такого анализа состоит в том, что другие факторы, не связанные с новой программой штата, могут повлиять на уровень здоровья пожилых людей по сравнению с молодыми, например изменения политики в области здра-

influx of immigrants on wages and unemployment in the city. Card found that this influx had virtually no effect on the wages of unskilled non-Cubans in Miami, nor did it increase unemployment among blacks or non-Cubans.

The methodological basis of the Card's research

При наличии повторяющихся выборок за два периода времени модель, тестируемая с помощью данного метода, записывается следующим образом: $y = v_0 + v_1dV + 0d_2 + 1d_2dV + u$, где y — представляющий интерес исход, d_2 — фиктивная переменная для второго периода, dV — фиктивная переменная для опытной группы.

воохранения на федеральном уровне. Иная стратегия анализа заключается в использовании другого штата для формирования контрольной группы, то есть в рассмотрении пожилых жителей штата, в котором программа отсутствует, в качестве контрольной группы. Тем самым накладывается постоянное изменение между этими двумя группами, и в дальнейшем измеряется влияние непосредственно самой программы на исследуемый показатель.

Итак, вернемся к математической постановке данного метода.

При наличии повторяющихся выборок за два периода времени модель, тестируемая с помощью данного метода, записывается следующим образом:

$$y = v_0 + v_1dV + 0d_2 + 1d_2dV + u, \quad (1)$$

где y — представляющий интерес исход,

d_2 — фиктивная переменная для второго периода,

dV — фиктивная переменная для опытной группы.

Фиктивная переменная d_2 улавливает факторы, которые бы вызвали изменения y даже при отсутствии воздействия или программы. Фиктивная переменная dV улавливает возможные различия между опытной и контрольной группами соответственно. Представляющий собой интерес коэффициент 1 находится при переменной взаимодействия d_2dV , которая совпадает с фиктивной переменной, равной единице, для наблюдений в опытной группе во втором

was the "difference in differences" method. This method can be widely used to study the factors of influence in natural experiments. The essence of the method in its simplest implementation looks like the following: some outcomes are observed for two groups and two time periods. One of the groups is exposed, or participates in a program in one of the periods, and the second group is not affected in any of the periods. In the case when the same objects within the groups are observed in each period, the average change in outcome in the second (control) group is subtracted from the average change in outcome in the first (experimental) group. This eliminates the bias when comparing outcomes in the experimental and control groups only in the second period, which may be a consequence of constant differences between the groups, as well as the bias when comparing over time, which may be caused by time trends unrelated to the program.

The possibilities and potential of this methodology can be considered in more detail using the example given by Jeffrey Wooldridge in the paper "Evaluation by the method of "Difference of differences": suppose that one of the US states implements a healthcare program for the elderly aged 65 years and older, and a certain health indicator is the dependent variable. One possibility is to use data only of residents of the state in which the program is implemented, both before and after its implementation, and take residents under the age of 65 (or between the ages of 55 and 64) as a control group, and residents aged 65 and older as an experimental group. A potential problem with an analysis

периоде. Оценка 1 методом «разность разностей» (PP-оценка) — это обычная оценка метода наименьших квадратов для уравнения (1) на основе случайной выборки по исследуемым группам. Ее можно записать в виде

$$1 = (y_{B,2} - y_{B,1}) - (y_{A,2} - y_{A,1}), \quad (2)$$

где *A* обозначает контрольную группу.

Таким образом, выборка в нашем исследовании также будет представлять две группы, которые будут выражаться в двух группах компаний, одна из которых являлась нарушителем закона (опытная) в одном из двух периодов, а другая подобных действий не осуществляла ни в одном из периодов (контрольная). Таким образом, переменная *d2* в нашем уравнении характеризует соответствующий конкретному наблюдению период, а переменная *dB* будет представлять различие между опытной и контрольной группами. В итоге данный метод предоставляет нам возможность выявить чистое влияние программы на какой-либо индивидуальный социальный или экономический компонент.

Второй крупной работой Дэвида Карда было изучение влияния минимальной заработной платы на занятость. Проверялась гипотеза, что введение минимальной заработной платы окажет негативное влияние на занятость. Исследование базировалось на том, что 1 апре-

of this kind is that other factors unrelated to the new state program may affect the health of older people compared to younger ones, for example, changes in health policy at the federal level. A different analysis strategy is to form a control group in another state where there is no such a health program. Thus, a constant change is imposed between the two groups, and later on the influence of the program itself on the studied indicator is measured.

So, let's return to the mathematical formula of this method.

If there are repeated samples over two time periods, the model tested using this method is written as follows:

$$y = \epsilon_0 + \epsilon_1 dB + 0d_2 + 1d_2dB + u \quad (1)$$

where *y* is the outcome of interest,
d2 is a dummy variable for the second period,
dB is a dummy variable for the experimental group.

The dummy variable *d2* captures factors that would cause changes in *y* even in the absence of an impact or a program. The dummy variable *dB* captures possible differences between the experimental and control groups, respectively. The coefficient of interest 1 is found with the interaction variable *d2dB*, which coincides with the dummy variable equal to one for observations in the experimental group in the second period. Estimation 1 by the "difference of differences" method (PP-estimation) is

If there are repeated samples over two time periods, the model tested using this method is written as follows: $y = \epsilon_0 + \epsilon_1 dB + 0d_2 + 1d_2dB + u$, where *y* is the outcome of interest, *d2* is a dummy variable for the second period, *dB* is a dummy variable for the experimental group.

ля 1992 года в Нью-Джерси должны были повысить минимальную заработную плату с 4,25 до 5,05 доллара в час. Исследователи собрали данные по уровню занятости в ресторанах быстрого питания в Нью-Джерси и Пенсильвании до и после указанного повышения в Нью-Джерси. Результат показал, что повышение минимальной заработной платы привело к увеличению занятости, так как в Нью-Джерси она фактически выросла.

the usual estimation of the least squares method for equation (1) based on a random sample of the studied groups. It can be written as

$$1 = (y_{B,2} - y_{B,1}) - (y_{A,2} - y_{A,1}), \quad (2)$$

where *A* denotes the control group.

Thus, the sample in our study will also represent two groups, which will be expressed in the two groups of companies, one of which was a violator

Следующая фундаментальная задача, которая в общем виде выражается как поиск причинно-следственной связи между решениями (индивидуальными или государственными) и экономическими результатами, была взята в работу Джошуа Ангристом. Причинно-следственные вопросы требовали особого языка. Ангрис в своих работах опирался на придуманную в семидесятых годах Дональдом Рубиным модель «потенциальных исходов».

Исходные предпосылки модели: у каждого индивида есть набор потенциальных исходов, которые с ним могут произойти в зависимости

of the law (experimental) in one of the two periods, and the other did not carry out such actions in any of the periods (control). Thus, the variable d_2 in our equation characterizes the period corresponding to a particular observation, and the variable d_B will represent the difference between the experimental and control groups. As a result, this method gives us the opportunity to identify the net impact of the program on any individual social or economic component.

The second major work of David Card was the study of the impact of the minimum wage on employment. The hypothesis was tested that the

Вместо придумывания потенциальных предпосылок, чтобы оценить эффект для всех, исследователи перевернули задачу и спросили, для кого мы можем оценить эффект при разумных предпосылках. Ответ оказался простым и интуитивным: средний эффект можно рассчитать для тех индивидов, которые изменили свое решение под воздействием инструмента.

от того, каким будет его решение. Например, если у человека болит зуб, то он может либо принять обезболивающую таблетку, либо пойти к стоматологу, либо ничего не делать. Каждое из этих решений приведет к какому-то потенциальному результату. В фактических данных мы наблюдаем только один из этих исходов, мы не знаем исход, если бы тот же самый индивид принял другое решение. Эта фундаментальная проблема причинно-следственного анализа не имеет решения, мы никогда не сможем измерить эффект воздействия для конкретного индивида. В то же время при определенных предпосылках мы можем измерить некоторый средний эффект.

В своей работе 1994 года Имбенс и Ангрис показывают, как применить эту методологию к инструментальным переменным. Вместо придумывания потенциальных предпосылок, чтобы оценить эффект для всех, исследователи перевернули задачу и спросили, для кого мы можем оценить эффект при разумных предпосылках. Ответ оказался простым и интуитивным: средний эффект можно рассчитать для тех индивидов, которые изменили свое решение под воздействием инструмента, — так называемый

introduction of the minimum wage would affect employment. The study was based on the fact that on April 1, 1992, New Jersey was supposed to raise the minimum wage from \$4.25 to \$5.05 per hour. The researchers collected data on the employment rate at fast food restaurants in New Jersey and Pennsylvania before and after the increase in New Jersey. The result showed that the increase in the minimum wage led to an increase in employment, since it actually increased in New Jersey.

Another fundamental task, which is generally expressed as the search for the causal relationship between decisions (individual or public) and economic results, was investigated by Joshua Angrist. "Cause-and-effect" issues required a special language. Angrist in his works relied on the model of "potential outcomes" invented in the seventies by Donald Rubin.

The initial assumptions of the model were the following: each individual has a set of potential outcomes that can happen to him, depending on what his decision will be. For example, if a person has a toothache, then he can either take an analgesic pill, or go to the dentist, or do nothing. Each of these solutions will lead to some potential result. The actual data show only one of these outcomes,

локальный средний эффект воздействия (Local Average Treatment Effect).

Опираясь на новую методику, Ангрис и Крюгер изучали влияние образования на заработную плату. Их задача состояла в исключении других влияющих факторов — способностей человека или его семейного происхождения. Ученые решили базироваться на данных о годе рождения учащихся, чтобы предсказать, сколько учащихся будут учиться в школе. Предполагалось, что год рождения не связан с происхождением и врожденными способностями, соответственно, он не влияет на успешность и уровень заработной платы человека в будущем. На большой выборке они подсчитали, что влияние обучения на заработки по факту оказалось больше, чем предыдущие оценки с использованием традиционных методов. Так был установлен стандарт для такого рода анализа.

Новые идеи не сразу получили признание официальной науки. В начале девяностых работы Дэвида Карда вызывали много критики со стороны исследователей — и в том числе нобелевских лауреатов, как и подход Имбенса и Ангриса к анализу причинно-следственных связей. Но за прошедшие годы эти идеи выдержали свою проверку временем, и сегодня сложно представить себе эмпирическую работу, не опирающуюся в какой-то степени на исследования Карда, Имбенса и Ангриса. Такой подход

we do not know the outcome if the same individual would have made a different decision. This fundamental problem of causal analysis has no solution, we will never be able to measure the impact effect for a particular individual. At the same time, under certain conditions, we can measure some average effect.

In their 1994 paper, Imbens and Angrist show how to apply this methodology to instrumental variables. Instead of coming up with potential prerequisites to evaluate the effect for everyone, the researchers turned the task around and asked for whom we can evaluate the effect with reasonable prerequisites. The answer turned out to be simple and intuitive: the average effect can be calculated for those individuals who changed their decision under the influence of the tool — the so-called Local Average Treatment Effect.

Based on the new methodology, Angrist and Kruger studied the impact of education on wages. Their task was to exclude other influencing factors — a person's abilities or his family background. Scientists decided to use data on the year of birth of students to predict how many students will study at school. It was assumed that the year of birth is not related to the origin and innate abilities, respectively, it does not affect the success and salary level of a person in the future. They calculated for a large sample that in fact the impact of training on earnings turned out to be greater than previously esti-

Instead of coming up with potential prerequisites to evaluate the effect for everyone, the researchers turned the task around and asked for whom we can evaluate the effect with reasonable prerequisites. The answer turned out to be simple and intuitive: the average effect can be calculated for those individuals who changed their decision under the influence of the tool.

к прикладным исследованиям получил название «революция достоверности» (credibility revolution). «Благодаря им роль эмпирических исследований в экономической науке претерпела революционные изменения. Их работы радикально изменили подход ученых к поиску ответов на эмпирические вопросы на основе данных естественных и полевых экспериментов», — сообщил Нобелевский комитет.

mated using traditional methods. This is how the standard for this kind of analysis was established.

New ideas were not immediately recognized by the official science. In the early nineties, the work of David Card caused a lot of criticism from researchers, including Nobel laureates, as well as the approach of Imbens and Angrist to the analysis of cause-and-effect relationships. But over the years, these ideas have stood the test of time, and today it

Экономические исследования за последние полвека сместились в зону эмпирической проверки гипотез. Изменилась и сама цель эмпирического исследования. Произошло смещение внимания науки от описания вариаций той или иной величины (дохода, безработицы и т.п.) в зону выявления причинно-следственных связей, от описания атрибутов — в зону экспериментов.

Мировая методология оценки импакт-эффектов в рамках социально-экономических процессов движется от атрибутивных подходов с постановкой контролируемого эксперимента в сторону естественных экспериментов и контрафактического моделирования. Здесь можно вспомнить другого нобелевского лауреата — Даниэля Канемана, который определил новое направление исследований в экономике — «поведенческую экономику». Канеман простым экспериментом доказал, что не некое абстрактное экономическое лицо, а реальный человек склонен к нерациональному выбору и что порядка 80–90% людей не следуют рациональному выбору.

Стоит отметить, что рациональность в экономике отличается от этого понятия в быту. Под ней понимается набор некоторых аксиом, которые указывают, как сделать выбор. У нас есть все альтернативы, мы можем их сравнить с учетом всех значимых показателей и математически оценить выгоду от каждого варианта. И как показали эксперименты Канемана, реальные люди иначе оценивают вероятности тех или иных альтернатив. В случае выигрыша, например, люди склонны к гарантированному варианту чаще, чем к рискованному (менее вероятному), даже если в риск заложен более крупный выигрыш. При этом при потерях, эти же люди больше готовы рисковать в выборе, ожидая, что обойдется без потерь. Своими исследованиями Канеман как будто соединил математизированные подходы экономики со всеми строгими правилами и не всегда рациональные парадигмы социальных наук. Было положено начало новому широкому взгляду на социально-экономические процессы.

В заключение стоит отметить, что идею нерациональности человека отражали и другие ученые — Адам Смит, Джон Мейнард Кейнс, Герберт Саймон и Ричард Талер и многие другие. «Человек не настолько иррационален, чтобы действовать всегда рационально» (как отмечал автор теории ограниченной рациональности Саймон) — и это никак нельзя не учитывать

is difficult to imagine empirical work that does not rely to some extent on the research of Card, Imbens and Angrist. This approach to applied research has been called the “credibility revolution”. “Thanks to them, the role of empirical research in economics has undergone revolutionary changes. Their work has radically changed the approach of scientists to finding answers to empirical questions based on data from natural and field experiments,” the Nobel Committee stated.

Economic research over the past half century has shifted into the zone of empirical hypothesis testing. The very purpose of empirical research has also changed. There has been a shift in the attention of science from the description of variations of a particular value (income, unemployment, etc.) to the zone of identification of cause-and-effect relationships, from the description of attributes to the zone of experiments.

The global methodology for assessing Impact effects of socio-economic processes is moving from attributive approaches with the formulation of a controlled experiment towards natural experiments and counterfeit modeling. Here we can recall another Nobel laureate, Daniel Kahneman, who defined a new direction of research in economics — “behavioral economics”. Kahneman proved by a simple experiment that a real person, and not some abstract economic person, is prone to irrational choice and that about 80-90% of people do not follow rational choice.

It is worth noting that the rationality in economics differs from this concept in everyday life. It means a set of some axioms that indicate how to make a choice. We have all the alternatives; we can compare them taking into account all significant indicators and mathematically evaluate the benefits of each option. And as Kahneman’s experiments have shown, real people evaluate the probabilities of certain alternatives differently. In the case of a win, for example, people tend to a guaranteed option more often than a risky one (less likely), even if a larger win is embedded in the risk. At the same time, with losses, these same people are more willing to take risks in choosing, expecting that there is a chance that there will be no losses. With his research, Kahneman seemed to combine mathematized approaches of economics with all strict rules and not always rational paradigms of social sciences. A new broad view of socio-economic processes was initiated.

In conclusion, it is worth noting that other scientists researched the idea of human irrationality — Adam Smith, John Maynard Keynes, Herbert Simon

в моделировании социально-экономических процессов.

Стоит ли проводить строгие эксперименты, задействовать на это значительные ресурсы, чтобы по факту получить цифры, на которые мы сами не склонны опираться? Однозначного ответа нет. Цифры — неумолимые аргументы во многих случаях, но, если мы решили на них опираться, нужно точно знать, из чего они сложились и какую часть или срез многогранного мира они оценивают. Цифры цифрам рознь. И то, что наши выводы и оценки на одних цифрах базироваться не могут, доказывает жизнь.

А наука дает нам все более интересные новые направления и методы исследования мира. Они дают нам возможность оценивать социальные процессы по понятной нам системе и находить, что еще можно изменить к лучшему в жизни общества.

and Richard Thaler, as well as many others. “A person is not so irrational as to always act rationally” (as was noted by H.Simon, the author of the theory of limited rationality) — and this cannot be ignored in any way while modeling socio-economic processes.

Is it worth conducting rigorous experiments, using significant resources for this, in order to actually get figures that we ourselves are not inclined to rely on? There is no definite answer. Numbers are inexorable arguments in many cases, but if we decide to rely on them, we need to know exactly how these numbers have been received which part or slice of the multifaceted world they evaluate. Numbers are different from other numbers. And life gives us a proof that our conclusions and estimates cannot be based on numbers alone.

Science is giving us more and more interesting focuses and methods of exploring the world. Opportunities are opening up to try various new methods regarding our processes, to evaluate them according to a system we understand and to find what else can be positively changed in the life of society.

Информацию о нобелевских лауреатах по экономике 2021 года и их научном вкладе можно найти по ссылкам:



The information about the 2021 Nobel Laureates in Economics and their contributions can be found at the following links:





ИМПАКТ-ИНВЕСТИРОВАНИЕ

КАК ПРЕДМЕТ ИССЛЕДОВАНИЯ: 10 ПУБЛИКАЦИЙ 2021 ГОДА

IMPACT INVESTING

AS A SUBJECT OF RESEARCH: 10 PUBLICATIONS OF 2021

По оценкам Global Impact Investing Network (GIIN), в 2019 году мировой рынок импакт-инвестирования составил 715 млрд долл., тем самым зафиксировав рост в 14 раз за последние 10 лет. Сегодня мы можем говорить более чем о 1700 организациях в мире, задействованных в этой сфере, большинство из которых представлены в США, Канаде и Западной Европе.

According to estimates of the Global Impact Investing Network (GIIN) the global impact investment market in 2019 amounted to \$715 billion, thereby registering a 14-fold increase over the past 10 years. Today we can talk globally about more than 1,700 organizations involved in this field, most of which being located in the USA, Canada and Western Europe.



Елизавета Захарова,

*аспирант факультета социальных наук
НИУ ВШЭ*

Мощным драйвером стремительного развития импакт-инвестиций, интереса к ним стал мировой кризис — пандемия, в условиях которой острее встал вопрос о том, как можно эффективно решать социальные проблемы разного масштаба и уровня. Вместе с этим тенденция к тому, чтобы направлять капитал на улучшение благосостояния людей, к переосмыслению роли и возможностей бизнеса в решении социальных и экологических вопросов выглядит уверенно растущей, и эпидемиологический вызов человечеству стал лишь катализатором происходящих в мире изменений.

Компании участвуют в социальных программах, разрабатывая новые модели и инструменты, развивают новые подходы, и таким образом прямо сейчас формируется новая инфраструктура

Elizaveta Zakharova,

*PhD student at the HSE Faculty of Social
Sciences*

The global pandemic crisis has turned into a powerful driver of the rapid development of impact investments and the interest towards them, when the question of how to effectively solve social problems of different scale and level became very acute. At the same time, the tendency to allocate funds in order to improve people's well-being, to reconsider the role and prospects of businesses in resolving social and environmental issues, seems to be growing steadily, and the virus challenge to humanity has become a catalyst for the global changes.

Companies are participating in social programs and develop new models and tools, setting up new approaches, and through this a new charity infrastructure is being formed right now, quite important for the implementation and promotion of impact investments.

благотворительности, важная для реализации и продвижения импакт-инвестиций.

В то же время формулируется необходимость в выстраивании рамок в определении импакт-инвестирования, поиска его места в общей структуре инвестиционных стратегий, выработке единых инструментов измерения социального воздействия, а также в популяризации позитивных примеров импакт-инвестирования в мире. Все эти темы так или иначе затрагиваются в ряде работ, опубликованных в 2021 году. Обобщая выводы, сделанные за последний год, можно сказать, что большое внимание было уделено исследованию рынка импакт-инвестирования. Так, основными его драйверами авторы видят: стремление к эффективному инвестированию в территории присутствия, содействие государству в решении социально значимых вопросов, развитие инновационных технологий, положительный репутационный эффект, повышение конкурентоспособности на мировой арене, включение в мировые тенденции.

По мере осваивания и осмысления нового рынка бизнес сталкивается и с проблемами, выступающими барьерами развития и вовлечения в него, что также фиксируется в ряде работ: отсутствие единого видения классификации видов социально ориентированного инвестирования, ошибочные ожидания инвесторов получать быстрый результат — инвестиции в решение социальных проблем характеризуются своей долгосрочностью. Сдерживающими факторами также являются сложно определяемый уровень доходности, высокие финансовые риски, неясность в оценке успешности работы проектов, непосредственно импакта инвестиций, оценки их социального воздействия, а также несовершенство регуляторной политики и законодательства. Все это является вызовами на пути к успешному развитию рынка импакт-инвестирования, от преодоления которых зависит будущее данной сферы. Помимо фиксации существующих ограничений, в научных работах предлагаются и способы их преодоления. Таким образом, можно говорить не только о теоретических поисках исследователей импакт-инвестирования, но и о стремлении в насыщении общей базы знаний практическими выводами, рекомендациями, инструментами и т.д.

Так, за 2021 год предпринято много попыток создать своего рода путеводители для инвесторов, предложить новые инструменты измерения и оценки проектов импакт-инвестиций, наладить диалог между организациями. Мы

At the same time, the need is expressed to build the terms of reference for impact investments, to find their place in the overall structure of investment strategies, to develop common tools for measuring social impact, while popularizing positive examples of impact investment throughout the world. All these topics are touched upon one way or another in papers published in 2021. Summarizing the conclusions made over the past year, we can say that much attention has been paid to the research of the impact investment market. Thus, the authors see its main drivers in the desire of effective investment in the territories of presence, assistance to the government in solving socially significant issues, innovative technologies development, a positive reputational effect, the global competitiveness growth, participation in global trends.

As businesses tap and comprehend the new market, they also face issues that form barriers for further growth and participation, and this is also expressed in a number of works: the lack of a unified vision of the classification of types of socially-oriented investment, erroneous expectations of investors to get a quick result as investments in solving social problems are characterized by their long-term character. Other constraining factors are difficulties to determine the level of profitability, high financial risks, uncertainty in assessing the project success, and investments impact, assessment of their social impact, as well as imperfection of regulatory policies and legislation. All these are challenges on the way to the successful development of the impact investment market, and the future of this sector development depends on overcoming these issues. In addition to stating the existing restrictions, the research papers also suggest ways to overcome them. Thus, we can talk not only about the theoretical search of impact investment researchers, but also about the desire to saturate the general knowledge base with practical conclusions, recommendations, tools, etc.

Thus, in 2021, quite a lot of attempts were made to create a kind of guide for investors, offering them new tools for measuring and assessment of impact investment projects, establishing a dialogue between organizations. We see a large number of organizations, both domestic and international, that are engaged in research in this area and contribute to creating a favorable ground for development. In the past year, great strides have been made towards the development of classifications, measurement tools, and towards the study of experience in the field of impact investment.

видим большое количество организаций внутри стран и международных, которые занимаются исследованиями в этой области и способствуют созданию благоприятной почвы для развития. В уходящем году сделаны большие шаги в сторону разработки классификаций, инструментов измерения, изучения опыта в сфере импакт-инвестирования.

Конечно, важно отметить, что Россия включается в мировые тенденции новых подходов к решению социальных проблем и уже имеет некоторый опыт в освоении импакт-инвестирования, однако пока доля российского бизнеса на общемировом рынке данного сегмента составляет около 1%. Тем не менее внутри страны уже имеется большое количество примеров как конкретных кейсов импакт-инвестирования, так и научного осмысления, исследования нового пространства.

Мы отобрали 10 важных и полезных, на наш взгляд, публикаций за 2021 год, которые раскрывают разные стороны импакт-инвестирования и фиксируют происходящие изменения и достижения. Такая подборка поможет, по нашему мнению, познакомиться с актуальной повесткой темы импакт-инвестиций в уходящем году и немного заглянуть в будущее, узнав о том, какие перспективы в этой сфере нас ожидают.

ИНВЕСТИЦИИ В ОБЩЕСТВО

Аналитический отчет, 2021. Бизнес-школа SKOLKOVO, Noödome и PwC. *Дмитрий Агеев, Иван Климов, Мария Давыдова, Арина Фурсова*

2020 год не оставляет сомнений в том, что мы живем в чрезвычайно сложное время. И дело не столько в пандемии как таковой, но и в том, как общество, бизнес, государство и мир в целом реагируют на нее — все вместе это кардинально меняет наш мир. Кризис подчеркнул давно назревшую необходимость развивать глобальное импакт-инвестирование, искать инструменты оказания помощи тем, кто в ней нуждается. Миру необходима мощная и гибкая финансовая система для решения самых насущных глобальных социальных проблем.

Развитие идей импакт-инвестирования ставит под вопрос традиционную уверенность в том, что социальные и экологические задачи должны решаться только за счет филантропических пожертвований, а рыночные инвестиции должны быть сосредоточены лишь на получении дохода. Меняются как поведенческие модели, так и образ мышления инвесторов: они все

At the same time, it is worth mentioning that Russia is also a part of the global trends in new approaches to solving social problems and already has some experience in mastering impact investment, but so far the share of Russian business in the global market of this segment is about 1%. Nevertheless, within the country there is already a large number of examples of both specific cases of impact investment and scientific research and understanding of this new area.

We have selected 10 important and useful publications in our opinion for 2021, which reveal different aspects of impact investing and record the changes and achievements that are taking place. In our opinion such a selection will help to get acquainted with the current agenda of the impact investments topic in the outgoing year and to have a look into the future — learning what prospects in this area await us.

INVESTMENTS IN THE SOCIETY

Analytical Report, 2021. SKOLKOVO Business School, Noödome and PwC. *Dmitry Ageev, Ivan Klimov, Maria Davydova, Arina Fursova*

There is no doubt in 2020 that we are living in an extremely difficult time. And it's not so much about the pandemic as such, but also about how society, business, authorities and the world as a whole react to it — all together it radically changes our world. The crisis highlighted need to develop global impact investing that is long overdue, and to look for the tools of assistance for those who need it. The world needs a powerful and flexible financial system to solve the most pressing global social problems.

The development of impact investment ideas calls into question the traditional belief that social and environmental problems should be solved only through philanthropic donations and that market investments should be focused only on generating income. Both the behavioral models and the investors way of thinking are changing: investors they are more and more trying to take into account what will be the social effect of their decisions on how to earn, save, spend and invest their funds.

чаще стремятся учитывать, какой социальный эффект будут иметь их решения о том, как заработать, сберечь, потратить и как инвестировать свои средства. Растет социальное давление на компании и инвесторов, вынуждающее их мыслить категориями «люди», «планета» и «прибыль», а также искать комплексные решения проблем как в рамках своего бизнеса, так и за его пределами.

Импакт-инвестированию уже посвящено множество публикаций. Это означает, что на долгом пути, который нам предстоит пройти, мы не одни. Данная публикация ориентирована в первую очередь на инвесторов, на их требования, ожидания, возможности и умения.

COMPASS: МЕТОДОЛОГИЯ СРАВНЕНИЯ И ОЦЕНКИ ИМПАКТА

2021, Глобальная сеть импакт-инвестиций
Рейчел Басс, Дин Хэнд, Келли МакКарти, София Сандерджи, Ношин Нова

COMPASS: Методология сравнения и оценки импакта основывается на текущих усилиях GIIN, призванных помочь импакт-инвесторам интегрировать импакт в решения на всех этапах инвестиционного процесса. COMPASS впервые представляет проверенную, широко признанную методологию для оценки и, что особенно важно, сравнение результатов импакта. Поскольку импакт — явление многомерное и сложное, эта методология призвана дать инвесторам представление о трех важнейших показателях результативности импакта: масштабе, темпах и эффективности. Данное исследование направлено на стандартизацию компонентов и процесса анализа эффективности импакта, в нем описан каждый этап разработанного GIIN аналитического процесса, который пригоден для совокупного анализа инвестиций, фондов или портфелей.

В ноябре 2020 года GIIN выпустила первую в своем роде аналитическую методологию, позволяющую понять и сравнить эффективность импакта. Этот документ прошел через публичные комментарии, свое мнение о методологии, приведенное в статье, высказали 367 человек более, чем из 150 организаций. Многие из участников опроса являются членами GIIN, текущий список которых приведен в статье. COMPASS включил эти отзывы в пересмотренную версию методологии.

There is growing social pressure on companies and investors, forcing them to think in terms of “people, planet and profit”, as well as to look for comprehensive solutions to problems both within their business and beyond.

Many publications have already been devoted to impact investing. This means that we are not alone on this long road that we have to pass. This publication is focused primarily on investors, their requirements, expectations, opportunities and skills.



COMPASS: THE METHODOLOGY FOR COMPARING AND ASSESSING IMPACT

2021, Global Impact Investing Network
Rachel Bass, Dean Hand, Kelly McCarthy, Sophia Sunderji, Noshin Nova

COMPASS: The Methodology for Comparing and Assessing Impact builds on the GIIN's ongoing efforts to help impact investors integrate impact into decisions across their investment processes. COMPASS presents for the first time, a tested, widely accepted methodology to assess and, most critically, compare impact results. Since impact is inherently multi-dimensional and complex, this methodology is designed to offer investors insight into three critical impact performance figures: scale, pace, and efficiency. This research effort seeks to standardize the components for and process of impact performance analysis, describing each step of the analytic process the GIIN has developed that can be used for aggregate investment-, fund-, or portfolio-level analyses.

In November 2020, the GIIN released a first of its kind analytic methodology for understanding and comparing impact performance. This paper underwent a public comment period, which garnered feedback from 367 individuals representing over 150 organizations on the methodology, which can be found here. Many of these participants are GIIN Members, the current list of whom can be viewed here. COMPASS incorporates this feedback into this revised version of the methodology.



ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЙ В ОБЛАСТИ ИМПАКТ-ИНВЕСТИРОВАНИЯ: ИЗУЧЕНИЕ ФИНАНСОВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ

2021, Глобальная сеть импакт-инвестиций
Дин Хэнд, София Сандерджи, Ношин Нова, Индрани Де

В работе «Принятие решений в области финансовых возможностей: изучение финансовых показателей» речь идет об изучении финансовых показателей, рассмотрены все сложные вопросы, с которыми импакт-инвесторы сталкиваются при принятии решений. В частности, выясняется, что при принятии решений импакт-инвесторы исходят из многомерного подхода, рассматривая цели и риски импакта наряду с традиционными факторами, такими как финансовая доходность, финансовый риск, ресурсные возможности и ограничения по ликвидности. Опытные импакт-инвесторы применяют этот динамический подход, чтобы оценить, как наиболее эффективно достичь оптимального импакта и финансовых показателей. Такой динамичный подход к принятию решений говорит о растущей зрелости отрасли, поскольку импакт-инвесторы все более основательно подходят к управлению эффективностью и распределению капитала.

Опираясь на данные шести существующих в отрасли исследований финансовых показателей, этот отчет позволяет обобщить финансовые показатели импакт-инвестиций и дополнительно анализирует ответы 161 импакт-инвестора, стремящегося получить рыночную доходность с учетом рисков (ответы были даны в ходе ежегодного опроса импакт-инвесторов GIIN в 2020 году). В отчете также освещены практические примеры ведущих импакт-инвесторов, включая: Anthos Fund & Asset Management, IDP Foundation Inc, Incofin Investment Management, UBS Global Wealth Management & UBS Optimus Foundation, и Vox Capital, предлагается взглянуть изнутри на то, как разные аспекты влияют на решения импакт-инвесторов по распределению капитала и управлению эффективностью.

Отчет подтверждает предыдущие выводы исследования GIIN о финансовых показателях в сфере частных долговых обязательств, частного капитала и реальных активов и развивает это исследование, фокусируясь на разных аспектах эффективности импакт-инвестиций, включая риск, финансовую доходность и импакт.

IMPACT INVESTING DECISION-MAKING: INSIGHTS ON FINANCIAL PERFORMANCE

2021, Global Impact Investing Network. Dean Hand, Sophia Sunderji, Noshin Nova, Indrani De

"Impact Investing Decision-making: Insights on Financial Performance" uncovers insights into financial performance and explores the increasing sophistication with which impact investors are approaching decision-making. Specifically, it finds that impact investors are applying a multi-dimensional approach to decision-making, considering impact objectives and impact risks alongside traditional factors such as financial return, financial risk, resource capacity, and liquidity constraints. Experienced impact investors exercise this dynamic approach to assess how they can most efficiently achieve their optimal impact and financial performance. This dynamic decision-making highlights growing maturation within the industry as impact investors are becoming more sophisticated in their approaches to performance management and capital allocation.

Drawing on data from six of the industry's existing financial performance studies, this report also offers a synthesis of impact investment financial performance and additionally analyzes the GIIN's 2020 Annual Impact Investor Survey responses of 161 impact investors seeking risk-adjusted, market-rate returns. This report also highlights practical examples of leading impact investors, including: Anthos Fund & Asset Management, IDP Foundation, Inc., Incofin Investment Management, UBS Global Wealth Management & UBS Optimus Foundation, and Vox Capital, offering an inside look at how various facets influence their decisions on capital allocation and performance management.

The report confirms earlier findings from the GIIN's research around financial performance of private debt, private equity, and real assets and expands on this research to focus on various facets of impact investment performance, including risk, financial return, and impact.



ИЗУЧАЯ ИЗМЕРЕНИЕ И УПРАВЛЕНИЕ ИМПАКТОМ — КАК ИНТЕГРИРОВАТЬ ИМПАКТ ПО ВСЕМУ ИНВЕСТИЦИОННОМУ ПУТИ

2021, Европейская ассоциация венчурной филантропии. *Пикон Мартинес А., Гаджотти Г., Джанончелли А.*

В данном отчете обобщены основные элементы, которые необходимо принимать во внимание для импакт-измерения и управления по всей инвестиционной стратегии и инвестиционному процессу, связывая каждый этап с необходимыми шагами пятиступенчатой структуры EVPA.

Чтобы прояснить, как пятиэтапный процесс EVPA и другие инициативы IMM связаны и дополняют друг друга, данная публикация дает ссылки на разные принципы или стандарты по всему инвестиционному пути, такие как размеры импакта в проекте управления импактом, операционные принципы управления импактом, принципы социальной ценности и импакт-стандарты SDG.

NAVIGATING IMPACT MEASUREMENT AND MANAGEMENT HOW TO INTEGRATE IMPACT THROUGHOUT THE INVESTMENT JOURNEY

2021, European Venture Philanthropy Association
Picón Martínez A., Gaggiotti G., Gianoncelli A.

This report summarises the main elements to be taken into account to measure and manage impact throughout the investment strategy and the investment process, linking each phase to the relevant steps of the EVPA five-step framework.

To clarify how the EVPA five-step process and other IMM initiatives are linked and complement each other, this publication also refers to different principles or standards throughout the investment journey, such as the Dimensions of impact of the Impact Management Project, the Operating Principles of Impact Management, the Principles of Social Value and the SDG Impact Standards.



ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ВЛАДЕЛЬЦЫ АКТИВОВ: ПОДХОДЫ К ПОСТАНОВКЕ СОЦИАЛЬНЫХ И ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ЦЕЛЕЙ

2021, Глобальная сеть импакт-инвестиций
Дин Хэнд, София Сандерджи, Ума Комминени

Институциональные владельцы активов все энергичнее стремятся включать социальные и экологические факторы в свои портфели и инвестиционные стратегии. Пандемия, климатический кризис и другие социальные и экологические проблемы сигнализируют о том, что необходимы фундаментальные перемены — нужно вкладывать больше средств в инвестиционные продукты, которые скажутся на приносимых инвестициями результатах в «реальном мире».

У институциональных владельцев активов есть огромные возможности для проведения перемен, поскольку они обладают и капиталом, и масштабом для решения наиболее острых социальных и экологических проблем, выполняя при этом свои фидуциарные обязанности. Чтобы реализовать этот потенциал, владельцы

INSTITUTIONAL ASSET OWNERS: APPROACHES TO SETTING SOCIAL AND ENVIRONMENTAL GOALS

2021, Global Impact Investing Network
Dean Hand, Sophia Sunderji, Uma Kommineni

Institutional asset owners are increasingly interested in incorporating social and environmental factors into their portfolios and investments strategies. The pandemic, the climate crisis, and other social and environmental challenges have all signaled a fundamental need for change — to allocate more capital into investment products that incorporate some consideration for the real-world outcomes that the investments generate.

Institutional asset owners have an immense opportunity to generate change, as they possess both the capital and scale to address the world's most pressing social and environmental challenges while meeting their fiduciary duty. In order to achieve this potential, institutional asset owners must set impact priorities and targets; however, many face challenges doing so. This research brief is the first in a series, focused on helping

институциональных активов должны определить импакт-приоритеты и цели, но многие на этом пути сталкиваются с трудностями. Данное исследование — первое в серии, направленной на оказание помощи таким владельцам активов, чтобы эту работу они могли выполнить более эффективно и результативно.

В отчете подробно рассмотрены подходы этих инвесторов к определению импакт-приоритетов и целей, раскрыты проблемы, с которыми инвесторы сталкиваются при оценке импакт-приоритетов, говорится о том, как превратить эти проблемы в возможности, чтобы усилить импакт, а также описываются перспективные шаги инвесторов по постановке целей и интеграции социальных и экологических приоритетов в свои инвестиционные процессы. В частности, отчет представляет идеи и практические примеры того, как институциональные владельцы активов интегрируют результаты для «реального мира», или импакт, в свои портфели и инвестиционные стратегии, помня о риске, доходности и фидуциарных обязанностях.

such asset owners do this work more efficiently and effectively.

The report dives into these investors' approaches to setting impact priorities and targets — unpacking challenges they face when assessing impact priorities, identifying ways of turning these challenges into opportunities to achieve greater impact, and outlining next steps investors can take to set targets and integrate social and environmental priorities into their investment processes. Specifically, the report offers insights and practical examples into how institutional asset owners are integrating real-world outcomes, or impact, into their portfolios and investment strategies alongside risk and return and within a fiduciary context.



ИМПАКТ-ИНВЕСТИРОВАНИЕ: ОБЗОР И ПРОГРАММА ИССЛЕДОВАНИЙ

2021, Журнал малого бизнеса и предпринимательства. *Агравал Анирудх, Хокертс Кай*

Импакт-инвестирование — это формирующийся альтернативный класс активов. За последние несколько лет инвестиции в рамках импакт-инвестирования выросли во много раз, но исследования не успевают за ростом практического интереса к этой теме. Недостаток знаний об этой области вкупе с недостатком знаний о том, как эта область работает, может оказаться опасным в долгосрочной перспективе. Эта публикация — систематический обзор импакт-инвестирования. Этот систематический обзор охватывает 85 опубликованных статей и отчетов. Материал был собран с помощью академической поисковой системы Харзинг Publish or perish («Публикуйся или умри») и перекрестно проверен по базам данных, таким как JSTOR и Web of Science. У этого обзора есть четыре основные особенности. Во-первых, исследование показывает, как уникально эта область развивается по горизонтали, как переходит от предварительной стадии к стадии корректного научного исследования. Мы видим, что эта область развивается: из обзора литературы ясно, что в последнее время опубликовано много новых эмпирических работ.

IMPACT INVESTING: REVIEW AND RESEARCH AGENDA

2021, Journal of Small Business and Entrepreneurship. *Agrawal Anirudh, Hockerts Kai*

Impact investing is an emerging alternative asset class. In the last few years, the investment in impact investing has grown many folds, however the research has not kept pace with the growing practitioner interest. The lack of knowledge about the field coupled with the lack of knowledge production of field might be dangerous in the long run. This is a systematic review of impact investing. This systematic review involves study of 85 published articles and reports. This literature was collected using the harzing's publish or perish academic search engine and cross-checked against databases such as JSTOR and Web of Science. This review has four major contributions. First, the study reveals a unique longitudinal perspective on how the field is evolving and moving from pre-paradigm stage to the stage of proper scientific inquiry. It reveals that the field is evolving, as the reviewed literatures find that a higher number of empirical works were published recently. Second, the field impact investing is unique on six characteristics namely (1) capital invested, (2) degree of engagement with the investee, (3) process of selection, (4) social and commercial

Во-вторых, импакт-инвестирование уникально по шести характеристикам, а именно: (1) инвестированный капитал, (2) степень взаимодействия с объектом инвестиций, (3) процесс отбора, (4) социальные и коммерческие результаты, (5) результаты отчетности и (6) роль государства. В-третьих, исследование показывает, что научные работы в этой области в основном лишь изучали проблему. Только в самых последних работах в этой области есть практические выводы. Методы исследования основаны на существующих базах данных или существующих единичных или множественных конкретных примерах. Наконец, чтобы двигаться вперед и получать прикладные знания в этой области, важно глубже изучить такие понятия, как процесс отбора, работа с заинтересованными сторонами, выявление возможностей и отчетность о результатах деятельности.

ИМПАКТ-ИНВЕСТИРОВАНИЕ И ФИЛАНТРОПИЧЕСКИЕ ФОНДЫ: СТРАТЕГИИ, ПРИМЕНЯЕМЫЕ ПРИ СОГЛАСОВАНИИ ФИДУЦИАРНЫХ ОБЯЗАННОСТЕЙ И СОЦИАЛЬНОЙ МИССИИ

2021, Журнал устойчивых финансов и инвестиций
Бадри Зольфагари

Данная статья исследует факторы, которые мешают или позволяют реализовать стратегии импакт-инвестирования для филантропических фондов, чтобы привести их капитал в соответствие с их миссией. Используя качественные данные фондов из США и Южной Африки, мы выявили пять факторов (мандат и законодательство страны, внутренние навыки и возможности, инфраструктура поддержки, рыночный потенциал и сильное руководство), которые относятся к международным фондам, расположенным на Севере, и три фактора, относящиеся к фондам на Юге (понимание fiduciary обязанностей, роль финансовых консультантов и налоговое законодательство), которые позволяют развернуть и применить стратегии импакт-инвестирования. Из выводов также следует, что метод полного управления портфелем является наиболее адекватной стратегией, которая позволяет увязать fiduciary обязанности с миссией и, следовательно, снять этическое напряжение, с которым могут сталкиваться фонды. В заключение даны предложения по будущей теории и практике.

outcomes, (5) reporting outcomes, and (6) government role. Third, it reveals that the scholarship in the field has been mostly exploratory. Only recently the field is engaging in confirmatory studies. The research methods have used existing databases or existing single or multiple case studies. Finally, the field has to delve deeper into concepts like selection process, stakeholder management, opportunity recognition, and performance reporting to move the field forward and generate applied knowledge.



IMPACT INVESTING AND PHILANTHROPIC FOUNDATIONS: STRATEGIES DEPLOYED WHEN ALIGNING FIDUCIARY DUTY AND SOCIAL MISSION

2021, Journal of Sustainable Finance & Investment
Badri Zolfaghari

This article investigates the factors that prevent and facilitate impact investing strategies for philanthropic foundations to align their capital with their mission. Using qualitative data from foundations in both the US and South Africa, we identify five factors (i.e. mandate and country legislation, internal skills capacities, supporting infrastructure, market capacity and strong leadership) that pertain to the international foundations located in the North, and three factors pertaining to foundations in the South (i.e. understanding of fiduciary duty, the role of financial advisors and tax legislation) which influence the deployment and uptake of impact investing strategies. Findings also suggest that the adoption of a total portfolio management approach is the most adequate strategy to align fiduciary duty and mission, and therefore resolve this ethical tension that can be present in foundations. It concludes with suggestions for future theory and practice.



«ЗОЛОТОЙ СТАНДАРТ» ИМПАКТА ЛУЧШИЕ КЕЙСЫ И ПРАКТИКИ ПО ИЗМЕРЕНИЮ СОЦИАЛЬНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ БИЗНЕСА

2021, Институт исследований развивающихся рынков бизнес-школы SKOLKOVO (IEMS)
Наталья Зайцева, Камила Новак

Итоговый отчет включает в себя набор практических инструментов, разработанных командой SKOLKOVO IEMS на основе опыта и выявленных «эталонных» практик, которые применяют опрошенные компании-лидеры для выстраивания эффективной системы управления устойчивым развитием и оценки социального воздействия.

THE “GOLD STANDARD” OF IMPACT BEST CASES AND PRACTICES FOR MEASURING THE SOCIAL IMPACT OF BUSINESS

2021, The Institute for Emerging Markets Research of the SKOLKOVO Business School (IEMS)
Natalia Zaitseva, Kamila Novak

The final report includes a set of practical tools that were developed by the SKOLKOVO IEMS team based on the experience and identified “reference” practices used by the surveyed leading companies when building an effective sustainable development management system and social impact assessment.



К УНИФИЦИРОВАННОЙ СИСТЕМЕ ОЦЕНКИ ИМПАКТА ПРИ ИМПАКТ- ИНВЕСТИРОВАНИИ

2021, Теории изменений: изменение инструментов, моделей и приложений в области лидерства для инвестиций в устойчивое развитие
Сви-Сум Лам, Сян Ру Эми Тан

В этой статье рассмотрены основные проблемы оценки импакта, предлагается унифицированная структура такой оценки для импакт-инвестирования. В настоящее время нет единого мнения о том, что такое импакт, при этом есть разные методологические подходы и методы его оценки, поэтому унифицированная структура облегчит сравнение эффективности работы импакт-инвестиционных фондов.

Благотворительные организации, фонды, инвесторы и управляющие фондами могут извлечь пользу из такой унифицированной структуры, чтобы оценивать, сравнивать и агрегировать импакт по всем инвестируемым компаниям, портфелям и разным типам компаний по разным организациям социального назначения (ОСН). Кроме того, унифицированная система обеспечит своевременную оценку двойного или множественного результата деятельности ОСН, а также позволит оценить запланированные и непредвиденные

TOWARDS A UNIFYING FRAMEWORK OF IMPACT ASSESSMENT IN IMPACT INVESTING

2021, Theories of Change: Change Leadership Tools, Models and Applications for Investing in Sustainable Development.
Swee-Sum Lam, Xiang Ru Amy Tan

This chapter highlights key challenges of impact assessment and argues for a unifying framework of impact assessment in impact investing. Given the current absence of common language for what impact is, and the diversity in methodological approaches and methods of how impact may be assessed, a unifying framework would facilitate comparisons of performance of impact investment funds.

Philanthropic organizations, foundations, investors and fund managers could benefit from such a unifying framework to assess, compare and aggregate impact across all investee firms, portfolios, and firm types in a spectrum of Social Purpose Organizations (SPOs) and overtime. Furthermore, a unifying framework could provide contemporaneous assessment of a SPO's double or multiple bottom lines, as well as evaluate and manage intended and unintended outcomes of an intervention. These are essential for managerial decision making, business model pivoting or impact scaling. We advocate

результаты вмешательства и управлять ими. Это важно для принятия управленческих решений, выбора бизнес-модели или масштабирования импакта. Мы выступаем за социальный импакт как результат ценностной цепочки импакта, в которой мы проводим различие между результатами, итогами и импактом. Мы также считаем, что характеристика импакт-инвестиций, принятая глобальной сетью импакт-инвестиций (GIIN), может стать объединяющей основой для оценки импакта по всей его ценностной цепочке.

social impact as that which derives from an impact value chain where we distinguish outputs from outcomes and impacts. We further purpose that the Global Impact Investing Network (GIIN)'s characterization of impact investing can provide a unifying framework for impact assessment along this impact value chain.



ВЛИЯНИЕ ФИЛАНТРОПИЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ В ИНДИИ, КЕНИИ И РОССИИ: ТЕМАТИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ПО СТРАНАМ

2021, WINGS, Sattva, Фонд Владимира Потанина, Филантропическая сеть Восточной Африки (EAPN). *Арти Мохан, Санджана Говил, Никита Дамле, Самридхи Пури, Барри Найт*

Настоящая работа исследует организации поддержки филантропии (ОПП) в Индии, России и Кении, чтобы понять их роль в стимулировании роста и развития филантропии, благотворительности и частных социальных инвестиций в этих странах. В исследовании рассмотрено развитие этого сектора в каждой стране, оценивается его размер, масштаб и другие характеристики. Предпринята попытка понять индивидуальное и коллективное влияние ОПП в каждой из этих стран.

IMPACT OF THE PSE IN INDIA, KENYA & RUSSIA: COUNTRY CASE STUDIES

2021, WINGS, Sattva, The Vladimir Potanin Foundation, East Africa Philanthropy Network (EAPN). *Aarti Mohan, Sanjana Govil, Nikita Damle, Samridhi Puri, Barry Knight*

This study examines philanthropy support organisations (PSOs) in India, Russia and Kenya, to understand their role in driving the growth and development of philanthropy, giving, and private social investment in these countries. The study examines the development of the sector in each country, by assessing its size, scope and other characteristics. There is some attempt to understand the individual and collective impact of PSOs in each country.



Новая жизнь издательского проекта «Каталог «Социальное предпринимательство России»»

New life of the publishing project "Catalog "Social Entrepreneurship of Russia"



В 2014 году Фонд развития медиапроектов и социальных программ Gladway представил первый каталог «Социальное предпринимательство России». Его печатная версия, изданная при поддержке Фонда «Наше будущее» тиражом 3000 экземпляров, сразу стала бестселлером, ежегодная электронная версия скачивается в среднем около 5000 раз на протяжении пяти лет, участниками стали сотни предприятий, а читателями десятки тысяч человек во многих странах мира. Партнерами проекта в разные годы выступали: ЦСИО «Соль», Impact Hub Moscow, Фонд «Навстречу переменам», «Союз женщин России», Объединенная металлургическая компания (АО «ОМК») и многие другие. К 2022 году формат и содержание проекта меняются: ключевым фокусом внимания становится оценка социально-экономического воздействия, материалы публикуются в специальной рубрике журнала «Позитивные изменения» раз в квартал на русском и английском языках.

В этом выпуске представлены кейсы социальных предприятий, которые первыми предоставили материалы по запросу редакции. Очень разные, но объединенные пониманием значимости импакт-подхода в инновационном и социальном секторе экономики.

In 2014, the Gladway Foundation for the Development of Media Projects and Social Programs presented the first catalog "Social Entrepreneurship of Russia". Its printed version was published with the support of "Our Future" Foundation had a circulation of 3,000 copies and it immediately became a bestseller. Its annual digital version has been downloaded on average about 5,000 times over five years, hundreds of companies have become participants of the catalog, and tens of thousands persons in many countries of the world have become its readers. In various years DISN "Sol", Impact Hub Moscow, "Towards Changes" Foundation, the Union of Women of Russia, the United Metallurgical Company (JSC "OMK") and many others have become partners of the project. In 2022, the format and content of the project will change: the assessments of socio-economic impact becoming the key focus, materials of the catalog are published in a special section of the magazine "Positive Changes" in Russian and English languages, quarterly.

The first issue presents cases of social enterprises that were the first to provide materials at the request of the editorial board. These cases are very different, but are brought together by the understanding of the importance of the impact approach in the innovative and social sector of the economy.



Владимир Вайнер,
директор «Фабрики позитивных изменений»

Vladimir Vainer,
Director of Positive Changes Factory

УНИВЕРСИТЕТ ДЕТСТВА: КРУТЫЕ ПРАКТИКИ



Университет Детства

МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРАКТИЧЕСКАЯ ОНЛАЙН-КОНФЕРЕНЦИЯ

UNIVERSITY OF CHILDHOOD: NOTEWORTHY PRACTICES

INTERNATIONAL TRAINING ONLINE-CONFERENCE



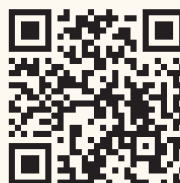
4 КАЧЕСТВЕННОЕ
ОБРАЗОВАНИЕ



8 ДОСТОЙНАЯ РАБОТА
И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
РОСТ



10 СНИЖЕНИЕ
НЕРАВЕНСТВА



Видео
Video



Ссылка
на продукт
Product
Reference



Ссылка
на услугу
Service
Reference

Конференция для тех, кому интересен лучший мировой опыт в дошкольном образовании, кто готов узнавать, общаться и профессионально расти.

The conference for those interested in global best practices in preschool education, who is ready to learn, communicate, and develop as a professional.

РЕШАЕМАЯ ПРОБЛЕМА

В 2013 году был принят Федеральный стандарт дошкольного образования, закрепивший подход, ориентированный на детское развитие, на самореализацию ребенка. Сегодня, по данным ФИРО РАНХИГС, 77% педагогов дошкольных учреждений все еще признаются в наличии сложностей при переходе к ориентированной на ребенка педагогике. Одна из причин этого лежит в институциональной инерции всей системы дошкольного образования. Существует огромное число курсов повышения квалификации, но лишь малая часть имеет практико-ориентированную направленность.

«Университет Детства» создал формат практической онлайн-конференции, позволяющей педагогам дошкольного образования повысить квалификацию и узнать больше о качественном дошкольном образовании на примере эффективных мировых практик.

PROBLEM TO BE ADDRESSED

In 2013, the Federal Standard for Preschool Education was enacted, establishing an approach focused on child development, on the child's self-fulfilment. According to the Federal Institute of Education Development of Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, nowadays, 77% of preschool teachers still admit difficulties in the transition to child-centered pedagogical approach. One of the reasons is in the institutional inertia of the entire preschool education system. There are lots of professional development courses, but only a small portion is focused on the practical aspect.

To counteract existing inertia, University of Childhood has created a practical online conference format that allows preschool teachers to improve their skills and learn more about quality preschool education through examples of effective global practices.



Сфера: **Образование**

Где: **Москва и Московская обл.**

Год основания: **2020**

Основатели: **Рыбакова Екатерина (вдохновитель и идеолог, учредитель), Быкадорова Ирина (руководитель, генеральный директор)**

Целевая аудитория: **Родители с детьми, дошкольники, студенты, взрослые от 30 до 60 лет, некоммерческие организации и др.**

Оборот:

Выручка Q2-Q3 2020 г. — 1 200 000 руб.

Требуемые инвестиции:

Партнерство — 1 000 000 руб.

Методы оценки воздействия: **Опросы, анкетирование, интервью**

Адрес: **125167, Москва, Ленинградский проспект, 36, корпус 11, +7(965)147-56-30**

Почта: **conference@universityofchildhood.ru**

Сайт: **https://universityofchildhood.org/**

Scope of Activity: **Education**

Region: **Moscow and Moscow Region**

Year of Foundation: **2020**

Company Founder: **Rybakova Ekaterina, Inspirer and ideologist, Founder, Irina Bykadorova, Manager, Director General**

Target Audience: **Parents with children, Preschoolers, Students, Adults 30–60 years old, Other, Nonprofit Organizations**

Turnover:

Revenue, Q2-Q3 2020 — 1 200 000 rubles.

Investments Required:

Partnership — 1 mln. rubles

Impact Assessment Methods: **Polls, questionnaires, interviews**

Address: **125167, Moscow, Leningradsky prospect, 36, building 11, +7(965)147-56-30**

E-mail: **conference@universityofchildhood.ru**

Website: **universityofchildhood.org**

ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ СПОСОБЫ РЕШЕНИЯ

Международная практическая онлайн-конференция «Университет детства: крутые практики» (International practical on-line Conference «University of Childhood: Noteworthy Practices»), проводимая на двух языках, позволяет практикам, исследователям и будущим педагогам дошкольного образования из разных уголков мира встретиться на одной площадке, узнать и обсудить проверенные подходы, программы и технологии.

«Университет детства» объединил формат научной онлайн-конференции и интерактивного телевизионного шоу, предоставил возможность бесплатного участия всем заинтересованным педагогам и дал возможность личного общения слушателей с крутыми практиками мирового дошкольного образования.

ДОСТИЖЕНИЯ И НАГРАДЫ

Шорт-лист премии в области связей с общественностью Proba Awards в номинации «Международные коммуникации 2020 года».

ПРИВЛЕЧЕННЫЕ ЗА ГОД РЕСУРСЫ

Средства из бюджета Фонда семьи Рыбаковых на реализацию проекта.

ЧТО СДЕЛАНО ЗА ТЕКУЩИЙ ГОД

Создан уникальный формат проведения, сочетающий научную конференцию и телевизионное шоу. Создан сайт конференции на двух языках. Специально организована среда на сайте конференции для возможности максимального вовлечения участников в работу конференции (голосование, комментарии, онлайн-общение, вопросы спикерам и др.). Получено согласие на участие от спикеров из США, Италии, Финляндии, Сингапура, Франции и России.

Соорганизатор конференции — Институт ЮНЕСКО по информационным технологиям в образовании ООН по вопросам образования и культуры. Заключены соглашения с партнерами и информационными партнерами конференции. Проведена PR-кампания в 40 странах мира, привлечено более 15 000 участников. Проведена первая конференция «Университет детства: крутые практики».

МОДЕЛЬ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ:

Выручка складывается из реализации платных пакетов участия и привлечения средств партнеров. По результатам первого мероприятия



SOLUTIONS USED

The bilingual International practical on-line Conference University of Childhood: Noteworthy Practices allows practitioners, researchers, and future preschool teachers from around the world to meet on one platform to learn and discuss noteworthy approaches, programs, and technologies.

University of Childhood joined a format of scientific online-conference and interactive TW show, provided an opportunity for all interested teachers to participate free of charge and an opportunity for listeners of face-to-face communication with noteworthy practices of the world-level preschool education.

ACHIEVEMENTS, AWARDS

Short list of Proba Awards award in public relations in the category of International Communications 2020.

RAISED RESOURCES IN ONE YEAR

Funds from the budget of Rybakovs Foundation for project implementation.

конференция показала положительный финансовый результат.

ПРЯМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА ТЕКУЩИЙ ГОД

В конференции приняли участие более 15 000 специалистов дошкольного образования. Получена высокая оценка конференции со стороны профессионального и экспертного сообщества.

СОЦИАЛЬНЫЕ ЭФФЕКТЫ, ДОСТИГНУТЫЕ ЗА ТЕКУЩИЙ ГОД

Более 15 000 педагогов из 40 стран мира получили доступ к подходам и практикам дошкольного образования мирового уровня, обогатили свой профессиональный опыт технологиями лично ориентированного дошкольного образования, что позволит улучшить образовательную среду в детском саду по меньшей мере у 300 000 детей раннего возраста.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ

Исследования нобелевского лауреата Джеймса Хекмана показали, что инвестиции в дошкольное образование дают кратно большую отдачу в национальной экономике, чем инвестиции в другие уровни образования.

Эти и многие другие исследования в области детского развития и его влияния на будущую успешность дают основания говорить о том, что инвестиции в развитие качественного вариативного дошкольного образования, создающего условия для развития навыков XXI века, способствуют подъему национальной экономики и увеличению социального капитала.

WHAT HAS BEEN DONE IN THE CURRENT YEAR?

A unique format of conducting was created which includes scientific conference and TV show. Bilingual conference web-site was set up. An environment at the conference web-site was created for an opportunity to maximally involve participants in the conference work (voting, comments, online-chat, questions to speakers, etc). Consent for participation from speakers from the USA, Italy, Finland, Singapore, France, and Russia was obtained.

Conference organizer is UN UNESCO Institute for information technologies in education on issues in education and culture. Agreements with Conference partners and information partners. PR-campaign in 40 countries, over 15,000 participants involved. the First Conference University of Childhood: Noteworthy Practices was held on 1–4 June, 2020.

FINANCIAL STABILITY MODEL

Revenue: implementation of fee-based packages of participation and raising of partners' funds Following the first event results, the Conference demonstrated a positive financial result

DIRECT RESULTS FOR THE CURRENT YEAR

Over 15,000 specialists of preschool education took part in the conference. The Conference received a high grade from the professional and expert society.

SOCIAL EFFECTS ACHIEVED IN THE CURRENT YEAR

Over 15,000 teachers from 40 countries got an access to world-class approaches and practices of preschool education, enriched their professional experience with technologies of learner-centered preschool education, which would allow to improve the educational environment in kindergartens at least for 300,000 tender-age infants.

SOCIAL AND ECONOMICAL IMPACT

Studies of James Heckman, a noble prize winner, showed that investments in preschool education produce many-fold output in the national economy, rather than investments in other levels of education.

This one and many other studies in infant development and its impact on future successful rate give ground to declare that investments in the development of sufficient versatile preschool education which serves the basis for development of skills required in 21 century, bolster the growth of the national economy and the increase of the social capital.

STREET WORKOUT

УЛИЧНАЯ СУБКУЛЬТУРА ТРЕНИРОВОК, РАЗВИТИЯ ЛИЧНОСТИ И СОЦИАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ

STREET WORKOUT

OUTDOOR SUBCULTURE OF TRAININGS, PERSONAL ENHANCEMENT AND SOCIAL ACTIVITY



Видео
Video

Ссылка
на продукт
Product
Reference

Ссылка
на услугу
Service
Reference

Занятия на улице (на спортивных площадках или любых подходящих конструкциях) дают отличные результаты в плане здоровья, силы и красоты тела без каких-либо финансовых затрат, а многообразие упражнений с собственным весом позволяет подобрать нагрузку под любой уровень подготовки. Физическое развитие — это только первый шаг. Идея заключается в том, чтобы превратить силу, обретенную на улице, в уверенность и использовать ее в самых разных сферах. Не важно, чего ты можешь добиться на турниках, важно, чего турники помогут тебе добиться в жизни. Однако смысл не только в том, чтобы развиваться самому, но и в том, чтобы помогать развиваться другим. Воркаут строится на принципе «каждый учит каждого», в основе которого лежат свободное общение и бесплатный обмен опытом и знаниями. Именно благодаря этому принципу происходит формирование локальных сообществ на базе уличных спортивных площадок по всему миру. Занимаясь на улице, воркаутеры всегда находятся на виду и становятся живым примером для других людей, которые только хотят начать заниматься и что-то изменить в своей жизни. Street Workout придумали и начали развивать участники сообщества One More Day Антон Кучумов, Сергей Иванов, Олег Машаров и Данила Черкасов.

Outdoor activities (on sports grounds or any other suitable sites) yield excellent results in terms of health, strength and beauty of the body without any financial expenses, and a variety of bodyweight exercises allows to tailor activities for any fitness level. Physical development is just the first step. The idea is to turn the outdoor acquired strength into confidence and use it across the full range of domains. What the pull-up bars can contribute to success in your life is more important than your achievements in exercises on those bars. However, the idea is to improve not only personally, but to help others to improve. Workouts principle is «everyone teaches each other» with free interaction and free of charge sharing experience and knowledge as the basis. Local communities form on the basis of open-air sports grounds around the world thanks to this particular principle. While exercising in the open air, workouters are always in the public and become a living example for others who just want to get into fitness and change something in their lives. Street Workout was arranged and developed by Anton Kuchumov, Sergey Ivanov, Oleg Masharov and Danila Cherkasov, the participants of One More Day.



Сфера: **Физическая культура и массовый спорт**

Где: **Общероссийский проект**

Год основания: **2009**

Основатели: **Кучумов Антон (основатель, координатор проекта)**

Целевая аудитория: **Родители с детьми, молодежь, учащиеся младших классов, учащиеся средней школы, студенты, работающая молодежь, безработные, взрослые от 30 до 45 лет**

Оборот: **~1 000 000 рублей**

Требуемые инвестиции: **5 000 000 рублей в год**

Методы оценки воздействия: **Отзывы участников и экспертов, обзор реализованных проектов, публикации в СМИ и рецензии государственных структур**

Телефон: **+7(905)528-15-15**

Почта: **info@workout.su**

Сайт: **workout.su**

Scope of Activity: **Physical culture and grassroots sports**

Region: **All-Russia project**

Year of Foundation: **2009**

Company Founder: **Anton Kuchumov (Founder, Project coordinator)**

Target Audience: **Parents with children, Youths, Primary students, Secondary school students, Students, Working youths, Unemployed, Adults 30-45 years old**

Turnover: **~1,000,000 rubles**

Investments Required: **5,000,000 rubles a year.**

Impact Assessment Methods: **Feedback from participants and experts, overview of implemented projects, publications in media outlets and critical reviews from government agencies.**

Telephone: **+7(905)528-15-15**

E-mail: **info@workout.su**

Website: **workout.su**

РЕШАЕМАЯ ПРОБЛЕМА

Мы занимаемся образованием людей в вопросах физической активности и здорового образа жизни, восполняя пробелы, которые остались после обучения в школе и вузе. Даем информацию, начиная с рассмотрения базовых упражнений с весом собственного тела, которые можно выполнять, не выходя из квартиры, составления рациона питания, и заканчивая обзором гормональной системы и ее влияния на организацию работы организма. Параллельно затрагивается большое количество смежных тем, в том числе связанных с организацией собственного времени, мотивацией и т.д.

ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ СПОСОБЫ РЕШЕНИЯ

Сайт workout.su, мобильное приложение SOTKA (для устройств на базе iOS и Android), активность в социальных сетях — например, на нашем YouTube канале Street Workout уже более 100 000 подписчиков.

ДОСТИЖЕНИЯ И НАГРАДЫ

2012 год: Победитель конкурса «Невское перо» в номинации «Интернет-СМИ».

2013 год: Победитель конкурса «Займись спортом!» на лучший проект по пропаганде физической культуры и спорта от Министерства спорта России в номинации «Лучший молодежный проект по уличным видам спорта».

2014 год: Премия «Импульс добра» фонда «Наше будущее» в номинации «За лучший молодежный проект в сфере социального предпринимательства».

2018 год: Национальная премия «Гражданская инициатива» Фонда Кудрина по поддержке гражданских инициатив, лауреат I степени премии губернатора Московской области «Наше Подмосковье».

ПРИВЛЕЧЕННЫЕ ЗА ГОД РЕСУРСЫ

Нам удалось придумать модель монетизации проекта, которая бы не шла вразрез с нашими принципами (один из которых заключается в том, что «знания — не товар»). Благодаря этому мы смогли привлечь более \$10 000 от участников проекта и выпускников наших образовательных программ.

ЧТО СДЕЛАНО ЗА ТЕКУЩИЙ ГОД

Мы значительно расширили функционал наших образовательных приложений.

PROBLEM TO BE ADDRESSED

We educate people about physical activity and healthy lifestyles, filling in the gaps left by school and university. We provide information, starting with a review of basic exercises with your own body weight that you can do from the comfort of your own apartment, compiling a diet, and ending with an overview of the hormonal system and its impact on the body's organization. At the same time many related topics are addressed, including those related to the time management, motivation, etc.

SOLUTIONS USED

Website workout.su, mobile application SOTKA (for iOS and Android devices), activity in social media — for example, Street Workout on our YouTube channel has over 100,000 subscribers already.

ACHIEVEMENTS, AWARDS

2012: Winner of Neva Quill contest in the category of Online Media.

2013: the winner of Take Up a Sport! contest for the best project on the promotion of physical culture and sports from the RF Ministry of Sports in the category of the Best Youth Project on Street Sports.

2014: Good Impulse award of Our Future Foundation in the category For the Best Youth Project in Social Entrepreneurship.

2018: Citizen Initiative national award of Kudrin Foundation for support of citizen initiatives, I degree winner of Moscow Oblast Governor award Our Moscow Region.

RAISED RESOURCES IN ONE YEAR

We managed to create a model of project monetization which would be consistent with our principles (one of which is 'knowledge, but not goods'). Thanks to this, we could gather over \$10,000 from the project participants and alumni of our educational programs.

WHAT HAS BEEN DONE IN THE CURRENT YEAR?

We considerably expanded the functionality of our educational application.



ПРЯМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА ТЕКУЩИЙ ГОД

Наблюдать за развитием нашего проекта и его статистикой можно на сайте 100.workout.su, поскольку всю информацию мы выкладываем в открытый доступ.

СОЦИАЛЬНЫЕ ЭФФЕКТЫ, ДОСТИГНУТЫЕ ЗА ТЕКУЩИЙ ГОД

В этом году свыше 15 000 человек стали выпускниками нашей бесплатной образовательно-тренировочной программы SOTKA. Это наше главное достижение.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ

Наш проект оказывает серьезное положительное социально-экономическое воздействие на жителей страны, о чем свидетельствуют отзывы участников и экспертов, обзор реализованных проектов, публикации в СМИ и рецензии государственных структур.

DIRECT RESULTS FOR THE CURRENT YEAR

You can follow the development of our project and its statistics on the website 100.workout.su, since we make all this information publicly available.

SOCIAL EFFECTS ACHIEVED IN THE CURRENT YEAR

This year, over 15,000 persons have become alumni of SOTKA, our gratuitous educational and training programme. It is our major attainment.

SOCIAL AND ECONOMICAL IMPACT

Our projects has a significant and positive social and economical impact on the citizens of our country. Feedback from participants and experts, overview of implemented projects, publications in media outlets and critical reviews from government agencies.

КРЕАТИВНОЕ ПРОСТРАНСТВО ШТАБ

ПРОСТРАНСТВО СВОБОДЫ, ТВОРЧЕСТВА И ОБЩЕНИЯ

HEADQUARTERS

SPACE OF FREEDOM, CREATIVITY AND INTERACTION



Видео
Video



Ссылка
на продукт
Product
Reference



Ссылка
на услугу
Service
Reference

ШТАБ — пространство, где есть место творческому самовыражению, свободному высказыванию, ответственному поведению и новому взаимодействию. Наше полное название — «Штаб людей, которым не все равно». ШТАБ создан для формирования групп единомышленников вокруг идей, оценки проектов, вовлечения жителей, а также для системы принятия коллективных решений. Встречу можно совместить с обедом в кафе «Вечером стулья», покупкой сувениров с фирменными принтами «Артефакты» и обменом книг. Обмен книгами у нас самый большой в городе.

РЕШАЕМАЯ ПРОБЛЕМА

Необходимость иметь ресурсную площадку для сбора городских активистов, общей координации и генерации идей.

ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ СПОСОБЫ РЕШЕНИЯ

Социальные, культурные, городские проекты, представленные на сайте rywok.ru.

HEADQUARTERS is the space for artistic freedom, freedom of speech, responsible conduct and new interaction. Our full name is “the headquarters of people who care”. HEADQUARTERS is created for generation of groups of an idea-focused like-minded persons, project evaluation, involvement of citizens, as well as for making group decisions. A meeting can be arranged while having lunch at the Vecherom Stulya cafe, buying gifts with “Artefacts” brand printing and exchanging books. Book exchange is the largest in our town.

PROBLEM TO BE ADDRESSED

There is a need for a resource platform for cooperation of city enthusiasts, general coordination, and the generation of ideas.

SOLUTIONS USED

Social, cultural, town projects published on the website rywok.ru.



Сфера: **Развитие территории**
 Где: **Смоленская обл.**
 Год основания: **2011**
 Основатели: **Никитас Денис (наполняя смыслами пространство, куратор)**
 Целевая аудитория: **Молодежь, добровольцы, сторонники НКО, взрослые от 30 до 45 лет**
 Оборот: **5 миллионов рублей в год**
 Требуемые инвестиции: **Мы хотим выкупить помещение, которое арендуем, за 25 миллионов рублей**
 Методы оценки воздействия: **Обратная связь посетителей и активистов**
 Адрес: **Смоленск, Маршала Жукова, 9**
 Телефон: **+7(950)694-00-87**
 Почта: **shtab@rywok.ru**
 Сайт: **shtab.rywok.ru**

Scope of Activity: **Area development**
 Region: **Smolensk Oblast**
 Year of Foundation: **2011**
 Company Founder: **Denis Nikitas (Filling the space with meaning, Curator)**
 Target Audience: **Youths, Volunteers, Nonprofit organization proponents, Adults 30-45 years old**
 Turnover: **5 million rubles a year**
 Investments Required: **We want to buy out the room we lease at 25 million rubles**
 Impact Assessment Methods: **Feedback of visitors and activists**
 Address: **Smolensk, Marshala Zhukova Street, 9**
 Telephone: **+7(950)694-00-87**
 E-mail: **shtab@rywok.ru**
 Website: **shtab.rywok.ru**

ДОСТИЖЕНИЯ И НАГРАДЫ

Для нас лучшая награда — востребованность локальным сообществом, выражающаяся в том числе и в деньгах, которые оставляют гости в кафе и книжном магазине.

ПРИВЛЕЧЕННЫЕ ЗА ГОД РЕСУРСЫ

Основные привлеченные средства — от благотворителей на проект «Рачевка — это любовь».

ЧТО СДЕЛАНО ЗА ТЕКУЩИЙ ГОД

ШТАБ — точка сбора активистов проекта «Рачевская инициатива» и реализатор проекта «Истории смолян и их домов».

МОДЕЛЬ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ

Модель состоит в следующем:

- городское кафе,
- книжный магазин,
- сдача зала в субаренду,
- продажа билетов.

ПРЯМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА ТЕКУЩИЙ ГОД

В кафе полностью переработали меню, сменили команду. Стали продавать больше книг, вышли на позицию в 200 наименований.

СОЦИАЛЬНЫЕ ЭФФЕКТЫ, ДОСТИГНУТЫЕ ЗА ТЕКУЩИЙ ГОД

Изменили отношение к малым городским рекам, разработали концепцию благоустройства сквера за кинотеатром «Октябрь», показали, что город состоит из людей.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ

ШТАБ — главная гражданская социокультурная единица города.

ACHIEVEMENTS, AWARDS

The best award for us is to be relevant for the local community, which is expressed, among other things, in money the guests leave in the cafe and bookstore.

RAISED RESOURCES IN ONE YEAR

The main raised funds are from the benefactor of Rachevka is Life project.

WHAT HAS BEEN DONE IN THE CURRENT YEAR?

HEADQUARTERS is the integration point of the activists of the project Rachevskaya Initiative and the implementer of the History of Smolyani and their houses project.

FINANCIAL STABILITY MODEL

The model consists of the following:

- city cafe,
- bookstore,
- hall subleasing,
- ticket sale.

DIRECT RESULTS FOR THE CURRENT YEAR

Cafes radically changed their menus, changed their teams. More books are now in sale — we achieved the position of 200 titles.

SOCIAL EFFECTS ACHIEVED IN THE CURRENT YEAR

We changed our attitude to small town rivers, developed a concept of public garden improvement behind the Oktyabr cinema, demonstrated that the town consists of people.

SOCIAL AND ECONOMICAL IMPACT

HEADQUARTERS is the main social and cultural civil entity in the town.

ВЕСТА

ЦЕНТР СОЦИАЛЬНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ,
В ТОМ ЧИСЛЕ С МЕНТАЛЬНЫМИ НАРУШЕНИЯМИ.
МЫ ДЕЛАЕМ ЖИЗНЬ ЛЮДЕЙ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ ЯРЧЕ
И ИНТЕРЕСНЕЙ!

VESTA

SOCIAL SERVICE CENTER FOR PERSONS WITH DISABILITIES
INCLUDING MENTAL DISABILITIES
WE MAKE LIFE OF PEOPLE WITH DISABILITIES ENTERTAINING
AND EXCITING!



Видео
Video



Ссылка
на продукт
Product
Reference



Ссылка
на услугу
Service
Reference

Целью социального проекта «Веста» является реабилитация, социализация и абилитация инвалидов молодого возраста посредством организации досуга, отдыха и оздоровления «особенных» людей, помощи им в самореализации и выработке активной жизненной стратегии, повышении уровня социальной защищенности. Вся работа Центра направлена на то, чтобы молодые люди, имеющие ограничения по здоровью, не чувствовали себя одинокими и оторванными от жизни. В течение дня они имеют возможность находиться в уютной по-домашнему обстановке, общаться, заниматься физическими упражнениями, гулять на свежем воздухе, вкусно питаться, а также посещать культурно-массовые мероприятия.

The objective of the Vesta social project is rehabilitation, socialization and abilitation of disabled persons of juvenile age by arranging leisure, recreation and rehabilitation of special people, assistance in self-fulfillment and making a proactive strategy, improvement of social security. The focus of all works of the Center is to help young people with health restrains so that they would not feel alone and away from life. They have an opportunity to be in a cosy and comfortable home-like environment during the day, talk to each other, exercise, walk in fresh air, eat tasty food, and attend cultural events.

Сфера: **Образование**
 Где: **Ханты-Мансийский АО**
 Год основания: **2017**
 Основатели: **Митрофанова Наталья (руководитель, генеральный директор)**
 Целевая аудитория: **Люди с ограниченными возможностями, инвалиды, социально незащищенные жители, молодежь**
 Оборот: **4 109 000 рублей**
 Требуемые инвестиции: **Для развития и внедрения новых технологий нам необходимо здание площадью 500 кв. м. Стоимость такого здания 15 000 000 рублей**
 Методы оценки воздействия: **статистические данные, социологические опросы, социально-психологическое обследование инвалидов**
 Критерии эффективности:
 а) **уменьшение числа случаев инвалидности с детства и в процессе жизни;**
 б) **укрепление материально-технической базы для осуществления реабилитационных и коррекционных программ;**
 в) **повышение квалификации сотрудников сферы социального обслуживания инвалидов;**
 г) **позитивная тенденция по показателю «реабилитация и трудоустройство инвалидов» по сравнению с предыдущим годом;**
 д) **позитивная тенденция по показателю «удовлетворенность культурно-досуговой деятельностью».**
 Адрес: **Югорск, Менделеева, д. 29а**
 Телефон: **+7(646)755-44-00**
 Почта: **ano.vs2018@mail.ru**

Scope of Activity: **Education**
 Region: **Khanty-Mansiysk Autonomous District**
 Year of Foundation: **2017**
 Company Founder: **Natalya Mitrofanova (Manager, Director General)**
 Target Audience: **Disabled people, Physically impaired people, Socially vulnerable citizens, Youths**
 Turnover: **4,109,000 rubles**
 Investments Required: **For development and implementation of new technologies, we need a building of 500 square m. To buy such building, we need 15,000,000 rubles**
 Impact Assessment Methods: **Methods statistical data, sociological polls, social and psychological examinations of disabled people**
 Effectiveness criteria:
 A) **reduced number of disability cases from childhood and in the course of life;**
 B) **strengthening of material and technical base for rehabilitation and intervention programmes;**
 C) **advanced training of employees in the field of social services for disabled people;**
 D) **a positive trend on the “rehabilitation and employment of disabled people” indicator compared to the previous year;**
 E) **a positive trend on the “satisfaction with cultural and leisure activities” indicator.**
 Address: **Yugorsk, Mendeleeva street, 29a**
 Telephone: **+7(646)755-44-00**
 E-mail: **ano.vs2018@mail.ru**

РЕШАЕМАЯ ПРОБЛЕМА

Инвалид с ментальными нарушениями и члены его семьи при достижении им совершеннолетия, как правило, остаются один на один со своими проблемами. Отсутствие круга общения, ограниченность в передвижении, посещении культурно-досуговых, спортивных учреждений, трудности в общении в социуме — все это накладывает отпечаток на жизнь, формирует психологические проблемы, создает безвыходность ситуации. Невозможность без сопровождения тьютора решать многие жизненные задачи, в том числе вопросы трудоустройства, лишает инвалида жизненных перспектив.

PROBLEM TO BE ADDRESSED

A person with a mental impairment and their family members are usually left alone with their problems upon reaching the age of majority. The lack of socialization, limited mobility, limited access to cultural, recreational and sports facilities, difficulties in social communication — all this affects their lives, creates psychological issues and causes a desperate situation. The inability to solve numerous daily problems, including issues of employment, without the support of a tutor eliminates a disabled person's life prospects.



ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ СПОСОБЫ РЕШЕНИЯ

Создание центра позволило частично решить обозначенные проблемы и снять их остроту: развитие коммуникативных навыков; участие в культурных и спортивных мероприятиях, позволяющее включиться в жизнь общества и полноценно участвовать в ней, что способствует созданию толерантного, адекватного отношения в обществе к людям с инвалидностью, воспитывает чувство сопричастности; социально-бытовая реабилитация в специально созданном макете жилого модуля, позволяющая формировать и развивать социально-бытовые навыки; снятие психологической напряженности; нормализация психического состояния с помощью системной работы психолога (психологической диагностики, коррекции, проведения тренингов, занятий в сенсорной комнате); работа с тьютором, которая помогает повысить профессиональные навыки для дальнейшего трудоустройства.

ДОСТИЖЕНИЯ И НАГРАДЫ

Победитель регионального этапа Всероссийского конкурса проектов в области социального предпринимательства «Лучший социальный проект года — 2020» в номинации «Лучший проект социального предпринимательства в сфере

SOLUTIONS USED

The creation of the center allowed to settle emphasized problems partially and relieve their severity: development of communication skills; participation in cultural and sports events which allow to be involved in public life and take full part in it, thus creating a tolerant, adequate attitude to impaired people in the society, development of a sense of belonging; social and household rehabilitation in a specially created model of a living module, thus allowing to generate and develop social and household skills; relief of psychological tension; normalization of mental state with the help of systemic work of a psychologist: mental diagnostics, therapy, trainings, classes in the sensory room; work with a tutor which helps to enhance professional skills for employment in future.

ACHIEVEMENTS, AWARDS

The winner of the Best Social Project of the Year — 2020, the nation-wide contest of projects in social entrepreneurship, in the category the Best Social Entrepreneurship Project in the area of support and rehabilitation of people with disabilities; the winner

поддержки и реабилитации людей с ограниченными возможностями здоровья»; победитель конкурса «Человек года — 2020» в номинации «Проект года». Победа в конкурсе Президентских грантов в 2019 году.

ПРИВЛЕЧЕННЫЕ ЗА ГОД РЕСУРСЫ

Победа в конкурсе Президентских грантов.

ЧТО СДЕЛАНО ЗА ТЕКУЩИЙ ГОД

Открыли центр «Веста» в пос. Пионерский ХМАО-Югры. Запустили новые направления: услуги социального такси, надомное обслуживание, школа приемных родителей. Реализован проект по созданию сенсорной комнаты «Волшебный мир».

ПРЯМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА ТЕКУЩИЙ ГОД

Реализован проект по созданию сенсорной комнаты «Волшебный мир» для людей (в частности, для детей) с ограниченными возможностями.

СОЦИАЛЬНЫЕ ЭФФЕКТЫ, ДОСТИГНУТЫЕ ЗА ТЕКУЩИЙ ГОД

Изменение степени негативного влияния ограничений на уровень жизненных возможностей и, как следствие, повышение уровня социальной успешности. Удовлетворенность благополучателей, законных представителей (отзывы, анкетирование). Удовлетворенность социальных партнеров взаимодействием с центром АНОСОН «Верь в себя!». Разработаны системы-практики эффективного взаимодействия в условиях инклюзивной среды. Повысилось качество инклюзивного взаимодействия через формирование коммуникативных компетенций у специалистов и волонтеров в процессе совместного творчества с целевой аудиторией.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ

Расширение действующего бизнеса: планируем открытие новых филиалов как в ХМАО-Югре, так и за его пределами (Московская область). Развитие сферы услуг — внедрение новых технологий, создание новых рабочих мест, планируем организовать производство для инвалидов.

of Person of the Year — 2020 contest in the Project of the Year category. Victory in Presidential Grants contest in 2019.

RAISED RESOURCES IN ONE YEAR

Victory in Presidential Grants contest.

WHAT HAS BEEN DONE IN THE CURRENT YEAR?

We opened Vesta center in Pionersky, KhMAO-Ugra. We launched new lines: social taxi services, home care, school of foster parents. We implemented Magical World, a project on creation of sensory room.

DIRECT RESULTS FOR THE CURRENT YEAR

Magical World project on creation of sensory room was implemented for people (particularly for children) with disabilities.

SOCIAL EFFECTS ACHIEVED IN THE CURRENT YEAR

Change of the degree of negative impact of constraints on the level of life opportunities and increase of social success level, as a result. Satisfaction of beneficiaries, legal representatives (feedback, questionnaires). Satisfaction of social partners by interaction with Autonomous Nonprofit Organization of social services for citizens "Believe in Yourself!" Developed systems-practices of effective interaction in inclusive environment conditions. Improved quality of inclusive interaction via the development of communicative competences among specialists and volunteers in the course of joint creative work with the target audience.

SOCIAL AND ECONOMICAL IMPACT

Expansion of the active business — we plan to establish new branches both in KhMAO-Ugra and beyond (Moscow Oblast). Development of tertiary industry — implementation of new technologies, creation of new jobs — we plan to arrange production for disabled people.

ЛАВКА РАДОСТЕЙ

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ ФОНД ПОДДЕРЖКИ СОЦИАЛЬНЫХ ИНИЦИАТИВ И ПОМОЩИ ЛЮДЯМ В ТРУДНОЙ ЖИЗНЕННОЙ СИТУАЦИИ

FUN STORE

CHARITABLE FOUNDATION FOR SOCIAL INITIATIVES AND PEOPLE FROM A DEPRIVED BACKGROUND



Видео
Video



Ссылка
на продукт
Product
Reference



Ссылка
на услугу
Service
Reference

Фонд вырос из одноименной сети благотворительных магазинов. Сейчас фонд реализует три масштабные благотворительные программы. Наша миссия — помощь людям, оказавшимся в трудной жизненной ситуации. Тысячи людей по всей России нуждаются в небольшой поддержке: у кого-то нет приличной одежды, кто-то не может купить окна в дом, пострадавший от пожара. А кто-то живет в доме престарелых и мечтает о самом обычном уютном пледе. Иными словами, программы нашего фонда направлены на ресурсную поддержку людей, оказавшихся в трудной жизненной ситуации. Мы помогаем людям, пострадавшим от пожара, многодетным и малоимущим семьям. Помимо этого, мы создаем среду для социализации лиц пожилого возраста и подопечных социальных учреждений.

The foundation has grown from the same-name network of charity shops. Now the foundation implements three ambitious charitable programmes. Our mission is to help people who have fallen on hard times. Thousands of people accross Russia need little support — some people do not have decent clothes, some cannot buy windows for their fire-damaged house. And some people live in a nursing home for the elderly and dream of a simple cosy blanket. In other words, the programmes of our foundation are focused on the resource support for people in difficult circumstances. We help victims of the fire, large and low-income families. Apart from this, we created an environment for socialization of elderly people and persons under care of social institutions.



Сфера: **Сфера услуг**

Где: **Москва и Московская обл.**

Год основания: **2012**

Основатели: **Бермант Екатерина (основатель и идейный вдохновитель, генеральный директор)**

Целевая аудитория: **Молодежь, работающая молодежь, добровольцы, сторонники НКО, взрослые от 30 до 60 лет, некоммерческие организации**

Требуемые инвестиции: **Нам необходим постоянный донор для обеспечения финансовой поддержки людей, пострадавших от пожара.**

Помимо этого, нам необходимы средства на покупку грузового автомобиля, с помощью которого мы могли бы перевозить большие объемы одежды, а также посылки в ближайшие регионы, а не тратить огромные деньги на пересылку.

Методы оценки воздействия: **Наиболее показательный метод оценки социального воздействия — увеличение количества подопечных, увеличение объемов помощи, а также общественная узнаваемость фонда**

Адрес: **Москва, Малый Сухаревский переулок, дом 7**
 Телефон: **+7(968)878-31-58**
 Почта: **info@lavkafond.ru**
 Сайт: **lavkaradostej.ru/**

Scope of Activity: **Services**

Region: **Moscow and Moscow Region**

Year of Foundation: **2012**

Company Founder: **Ekaterina Berman (Founder and mastermind, Director General)**

Target Audience: **Youths, Working youths, Volunteers, Nonprofit organization proponents, Adults 30-60 years old, Nonprofit organizations**

Investments Required: **We need a regular donor to ensure financial support for fire victims. In addition, we need funds to buy a truck which we could use to transport large scopes of clothes, as well as packages to the nearest regions, rather than spend huge money for shipment.**

Impact Assessment Methods: **The most indicative method of evaluation of social impact is the increased number of people under care, increased amount of aid, as well as recognition of the foundation in the society.**

Address: **Moscow, Maly Sukharevsky Lane, 7**
 Telephone: **+7(968)878-31-58**
 E-mail: **info@lavkafond.ru**
 Website: **lavkaradostej.ru/**

РЕШАЕМАЯ ПРОБЛЕМА

Помощь людям, пострадавшим от пожара, людям за чертой бедности, многодетным семьям, поддержка благотворительных организаций, социализация пожилого поколения.

ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ СПОСОБЫ РЕШЕНИЯ

Фонд «Лавка радостей» помогает людям, пострадавшим от пожара, восстанавливать сгоревшее жилье. Для этого мы собираем пожертвования в наших благотворительных магазинах, где можно приобрести вещи за благотворительное пожертвование. Помимо этого, мы организуем адресные сборы для семей на нашем сайте lavkafond.ru. Для людей, пострадавших от пожара, а также для многодетных и малоимущих семей мы организовали систему гуманитарной помощи — адресную отправку необходимой сезонной одежды, а также посылки со всем необходимым для школы и с новогодними подарками для всей семьи.

Мы проводим мастер-классы по рукоделию для пожилых людей и подопечных социальных учреждений. На мастер-классах пожилые люди не только проходят курс арт-терапии, но и делают вещи, которые мы потом передаем нуждающимся. Изделия ручной работы отправляются недоношенным детям, пожилым людям, людям без определенного места жительства. Благодаря этому участники мастер-классов чувствуют свою нужность и сами помогают.

Мы отправляем крупные посылки с гуманитарной помощью благотворительным организациям. Помимо этого, в 2019–2020 годах наш фонд реализовывал проект денежной грантовой помощи проектам НКО.

ДОСТИЖЕНИЯ И НАГРАДЫ

Присуждение статуса Золотого стандарта годового отчета в рамках ежегодного конкурса годовых отчетов «Точка отсчета».

ПРИВЛЕЧЕННЫЕ ЗА ГОД РЕСУРСЫ

- Частные благотворительные пожертвования в благотворительных магазинах
- Частные благотворительные пожертвования на сайте lavkafond.ru
- Президентские гранты
- Гранты мэра Москвы
- Грант Министерства культуры

ЧТО СДЕЛАНО ЗА ТЕКУЩИЙ ГОД

Реализация проекта помощи врачам, борющимся за жизни людей с Covid-19 в разгар пандемии,

PROBLEM TO BE ADDRESSED

Helping the victims of fires, helping people living below the poverty line, helping multi-child families, supporting charities, and socializing the senior generation.

SOLUTIONS USED

Fun Store foundation helps fire victims to recover their affected homes. To do this, we solicit for contributions in our charity shops where one can buy things for charitable donations. Apart from this, we arrange door-to-door contributions for families on our web-site lavkafond.ru. For fire victims, as well as for large and low income families, we arranged a system of humanitarian aid — door-to-door dispatch of necessary seasonal clothing, as well as shipments with all things necessary for school and with New Year's gifts for the whole family.

In the framework of settling the socialization challenge for elderly citizens, we arrange stitchcraft master classes for elderly people and people which are under care of social institutions. In addition to art therapy courses at master classes, elderly people make things which we then hand over to those in need of help. Hand-made articles are sent to prematurely born infants, elderly people, homeless people. Thanks to this, participants of master classes feel that they are needed and help themselves. In the framework of settling the problem of help to charitable organizations, we send large shipments with humanitarian aid. Apart from this, our foundation implemented a project of monetary grant help to projects of nonprofit organizations in 2019-2020.

ACHIEVEMENTS, AWARDS

Conferral of the status Golden Standard of the annual report in the framework of Reference Point, the annual contest of annual reports.

RAISED RESOURCES IN ONE YEAR

- Private charitable donations in charity shops
- Private charitable donations on the website lavkafond.ru
- Presidential Grants
- Grants of the Mayor of Moscow
- Grant from the Ministry of Culture

WHAT HAS BEEN DONE IN THE CURRENT YEAR?

Implemented an assistant project for doctors who fought for the life of Covid-19 patients in the midst

более чем на 12 млн рублей. Мы закупили средства индивидуальной защиты для врачей, противопролежневую косметику, организовывали горячее питание для врачей красной зоны.

Разработали и реализовали систему адресной помощи пострадавшим от пожара, в течение года благотворительную помощь получили более 100 семей.

Провели сотни мастер-классов, в том числе в онлайн-формате, шили защитные маски для волонтеров, вязали пледы для пожилых и специальные носочки для недоношенных детей.

Приняли в своих благотворительных магазинах тонны ненужной одежды, отсортировали ее, часть передали нуждающимся, а часть — обратно в благотворительные магазины, где люди смогли приобрести ее за пожертвования и тем самым помочь пострадавшим от пожара.

МОДЕЛЬ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ

Сейчас большая часть благотворительных пожертвований привлекается нами через наши благотворительные магазины. В период пандемии и вынужденного закрытия магазинов мы поняли, что необходимо развивать систему онлайн-пожертвований. Сейчас, в том числе с помощью экспертов благотворительного сектора, мы развиваем систему онлайн-фандрайзинга.

СОЦИАЛЬНЫЕ ЭФФЕКТЫ, ДОСТИГНУТЫЕ ЗА ТЕКУЩИЙ ГОД

В этом году мы актуализировали проблему помощи людям, пострадавшим от пожара. Наш фонд стал известен, а потому пострадавшие стали знать, куда обращаться. Важным социальным эффектом этого года стала уверенная интеграция благотворительности в жизнь города Москвы. Мы не только реализовывали нашу уставную деятельность, но и развивали проект «Бабушкин плед» при поддержке Департамента труда и социальной защиты города Москвы, наши мастер-классы были включены в систему «Московское долголетие».

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ

Мы развиваем идею интеграции благотворительности в повседневную жизнь человека, создаем инфраструктуру для безденежной благотворительности, а также стараемся разрушить представление об элитарном образе благотворительного донора.

of pandemic, amounted to over 12 mln. rubles. We purchased personal protective equipment for doctors, anti-decubitus cosmetics, arranged hot meals for doctors in the red zone.

We developed and implemented the door-to-door system for fire victims, over 100 families received charity support during the year.

We held hundreds of master classes, including online, sew masks for volunteers, knitted blankets for the elderly and special socks for prematurely born infants.

In our charity shops, we accepted tons of unneeded clothes, sorted it out, handed over a part of it to distressed people, and another part — back to charity shops where people could purchase it for donations, thus helping fire victims.

FINANCIAL STABILITY MODEL

Now we raise the majority of charitable donations through our charity shops. During the pandemic and impelled closing of shops we understood that it was necessary to develop an online donation system. Now we develop an online fundraising system, including with the help of experts from the charity sector.

SOCIAL EFFECTS ACHIEVED IN THE CURRENT YEAR

This year, we mainstreamed the problem of assistance for fire victims. Our foundation have become well-known, therefore victims know where to address. The important social effect of this year is steady integration of charity in life of Moscow. In addition to our implemented charter activities we developed the Grandmother's Blanket project with the support of Labor and Social Security Department of Moscow, our master classes were included in the Moscow Longevity system.

SOCIAL AND ECONOMICAL IMPACT

We develop an idea of integration of charity in a person's everyday life, create infrastructure for non-monetary charity, and endeavour to shatter a concept of the elitist image of a benefactor.

ЧИСТЫЕ ИГРЫ

МЕЖРЕГИОНАЛЬНАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ЭКОЛОГИЧЕСКОГО И ПАТРИОТИЧЕСКОГО ПРОСВЕЩЕНИЯ.
СТАРАЕМСЯ ПРИВЛЕЧЬ ШИРОКУЮ ОБЩЕСТВЕННОСТЬ
К ВОПРОСАМ ЭКОЛОГИИ, ПРИОБЩИТЬ К КУЛЬТУРЕ
БЕРЕЖНОГО ОБРАЩЕНИЯ С ПРИРОДОЙ

CLEAN GAMES

INTERREGIONAL NON-GOVERNMENTAL ORGANIZATION FOR
ENVIRONMENTAL AND PATRIOTIC EDUCATION.
WE ENDEAVOUR TO INVOLVE WIDE PUBLIC IN ENVIRONMENTAL
ISSUES, INTRODUCE IT TO THE CULTURE OF CAREFUL ATTITUDE
TO ENVIRONMENT



Видео
Video

Ссылка
на продукт
Product
Reference

Ссылка
на услугу
Service
Reference

Организация «Чистые Игры» существует с 2018 года. Изначально командные соревнования по очистке природных территорий от мусора и разделению отходов «Чистые игры», являющиеся одним из крупнейших проектов организации, реализовывались в рамках МОО «Игры Будущего». Мы занимаемся проведением мероприятий экологической направленности в онлайн- и офлайн-форматах и распространением методики подготовки и проведения соревнований «Чистые Игры» посредством некоммерческой франшизы.

Clean Games organization was established in 2018. The Clean Games, a team competition in cleaning up natural sites and segregation of waste, one of the organization's largest projects, was originally implemented as part of the Interregional Non-Governmental Organization "Games of the Future". We are involved in carrying out environmental events both in online and offline formats and spreading the methods of preparing and holding Clean Games competitions through a non-profit franchise.

Сфера: **Экология**
 Где: **Санкт-Петербург и область**
 Год основания: **2018**
 Основатели: **Иоффе Дмитрий (вопросы партнерства, взаимодействия с бизнесом и исполнительными органами государственной власти, председатель правления), Иоффе Владимир (административно-хозяйственные вопросы, технический директор)**
 Целевая аудитория: **Родители с детьми, молодежь, учащиеся средней школы, студенты, работающая молодежь, добровольцы, сторонники НКО, взрослые от 30 до 60 лет, некоммерческие организации**
 Оборот: **По состоянию на 26 августа 2020 года привлечено 15 416 554 руб. Выручка организации составила 1 240 610 руб.**
 Адрес: **198504, Санкт-Петербург, Петергоф, ул. Шахматова, д. 14, кв. 24**
 Телефон: **+7(921)320-55-20**
 Почта: **dima@cleangames.ru**
 Сайт: **cleangames.org/**

We endeavour to involve wide public in environmental issues, introduce it to the culture of careful attitude to environment.
 Scope of Activity: **Ecology**
 Region: **St. Petersburg and Oblast**
 Year of Foundation: **2018**
 Company Founder: **Dmitry Ioffe (Matters of partnerships, cooperation with business and government authorities, Chairman of the Board) Vladimir Ioffe (Administrative issues, Technical Director)**
 Target Audience: **Parents with children, Youths, Secondary school students, Students, Working youths, Volunteers, Nonprofit organization proponents, Adults 30-60 years old, Nonprofit organizations**
 Turnover: **As of August 26, 2020, 15,416,554 rubles have been raised in the current year. Revenue of the organization is 1,240,610 rubles.**
 Address: **198504, St. Petersburg, Peterhof, Shakhmatova st., 14, apt. 24**
 Telephone: **+7(921)320-55-20**
 E-mail: **dima@cleangames.ru**
 Website: **cleangames.org/**

РЕШАЕМАЯ ПРОБЛЕМА

Мероприятия экологической направленности, проводимые МОО «Чистые Игры» и при поддержке организации по некоммерческой франшизе, направлены на вовлечение широких слоев населения в конструктивную экологическую деятельность, продвижение идей экологического волонтерства, формирование экологически ответственного образа жизни населения.

ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ СПОСОБЫ РЕШЕНИЯ

Одним из основных проектов являются «Чистые Игры» — командные соревнования по очистке природных территорий от мусора и разделению отходов. Это игра с призами, где участники ищут артефакты, решают экологические загадки, собирают и разделяют мусор, получая за это баллы. В одной игре участвует 100–200 человек, которые собирают от 2 до 5 тонн мусора. Важным инструментом привлечения внимания к вопросам экологии является распространение методики подготовки и проведения «Чистых Игр» посредством некоммерческой франшизы. Организация принимает заявки от потенциальных

PROBLEM TO BE ADDRESSED

The environmental measures taken by the Inter-regional Non-Governmental Organization Clean Games and supported by the non-profit franchise organization are intended to engage all levels of the population in constructive environmental activities, promote the ideas of environmental volunteer services, and form a sustainably minded life style for the population.

SOLUTIONS USED

One of our projects is Clean Games — team competitions on cleaning the natural areas from litters and waste separation. It is a prize game where participants seek artefacts, solve environmental puzzles, gather and separate litters and get points for these activities. One game can include 100-200 persons which gather 2-5 tons of litters. The important tool to draw attention to the environment issues is distribution of the method for preparation and conducting of Clean Games using a non-profit franchise. The organization takes applications from potential organizers across Russia and abroad, signs a non-commercial agreement,

организаторов со всей России и зарубежья, под-
писывает с ними некоммерческое соглашение,
выдает методику, инструменты (сайт, брендбук,
шаблоны дизайн-макетов, шаблоны официаль-
ных писем в администрации и к спонсорам), ока-
зывает информационную поддержку и помогает
взаимодействовать с исполнительными органа-
ми государственной власти через партнеров.

ПОМИМО ОСНОВНОГО ПРОЕКТА ПРОВОДЯТСЯ

- «Чистые Челленджи» — онлайн-марафон, в ходе которого участники выполняют серию полезных и креативных заданий про осознанное потребление, повторное использование вещей и переработку отходов;
- экоквест «Охота на колеса» — экологический командный квест, цель которого — ликвидировать свалки покрышек на природе;
- проект «Бэбишеринг» по безвозмездному обмену детскими вещами, которые еще можно использовать.

ДОСТИЖЕНИЯ И НАГРАДЫ

За время существования проекта было проведе-
но более 850 «Чистых Игр» в 310 городах России
и 16 других странах.

В 2019 году была получена премия «Лидеры кли-
матического развития», премия «Наше Подмо-
сковье — 2019», специальный приз в номинации
«Корпоративная социальная ответственность и
благотворительность» премии «Серебряный
лучник Северо-Запад».

В 2018 году «Чистые Игры» стали лучшим эково-
лонтерским проектом страны (Дмитрий Иоффе
получил 1 место в номинации «Вокруг меня» в
конкурсе «Доброволец России») и лучшим при-
родоохранным проектом по мнению Русского
географического общества.

ПРИВЛЕЧЕННЫЕ ЗА ГОД РЕСУРСЫ

Субсидии Комитета по печати и связям с обще-
ственностью, Комитета по молодежной полити-
ке, Комитета по молодежной политике и взаи-
модействию с общественными организациями
Ленинградской области.

Поддержка Фонда президентских грантов про-
движения волонтерской практики «Чистые Игры»
в странах региона бассейна Балтийского моря.

Пожертвование ООО «ЛЕНТА» для проведения
интернет-проекта «Всероссийская премия бор-
цов с мусором».

Объем привлеченных средств — 15 416 554 руб.

provides the method, tools (web-site, brand book,
templates of design layouts, official letters to the
authorities and sponsors), provides information
support and assists in interaction with the execu-
tive bodies of the state authorities via partners.

APART FROM THE MAIN PROJECT, WE ARRANGE

- Clean Challenges — online marathons where participants do a set of useful and creative tasks aimed at mindful consumption, re-use of things and waste recycling;
- Wheel Hunting eco-quest — an ecological team quest with the purpose to remove tyre heaps in nature.
- Baby Sharing project aimed at gratuitous exchange of children's items which can still be used.

ACHIEVEMENTS, AWARDS

We conducted over 850 Clean Games in 310 cities
of Russia and in other 16 countries throughout the
project.

In 2019, we received the Leaders of Climate Devel-
opment award, Our Moscow Region — 2019 award,
special prize in the category Corporate Social
Responsibility and Charity of the North-West Silver
Archer award.

In 2018, the Clean Games became the best eco-vol-
unteer project in our country (Dmitry Ioffe took the
1st place in the Around Me category at the Volun-
teer Fighter or Russia contest) and the best environ-
mental project in the opinion of the Russian Geo-
graphical Society.

RAISED RESOURCES IN ONE YEAR

Subsidies of Committee for Printing and Public Rela-
tions, Committee for Youth Policy, Committees for
Youth Policy and Interaction with Social Organiza-
tion of Leningrad Oblast.

Assistance of the Foundation of Presidential Grants
for Promotion of Volunteer Practice Clean Games
in the Baltic Sea countries.

Donation from LLC LENTA for Nation-Wide Award
of Litter Fighters Internet project

Amount of fundraising — 15,416,554 rubles.

ЧТО СДЕЛАНО ЗА ТЕКУЩИЙ ГОД

Мы запустили экологический онлайн-чемпионат «Чистые Челленджи», призванный научить людей эффективно сортировать отходы, сокращать потребление одноразовой продукции и очищать окружающую среду.

Командные соревнования были переведены в децентрализованный формат — мероприятие было разбито на несколько точек, на которых собиралось не более 30 человек. Команды стартовали в разное время и в течение часа собирали мусор, результаты были доступны в виде онлайн-рейтинга. Проект «Бэбишеринг» работал в прежнем формате.

При поддержке Комитета по печати Ленинградской области МОО «Чистые Игры» в рамках реализации проекта «Ресурсная поддержка СО НКО Ленинградской области» начала оказывать консультационные услуги социально ориентированным НКО Ленинградской области.

МОДЕЛЬ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ

МОО «Чистые Игры» работает с корпоративными клиентами: проводит «Чистые Игры» для сотрудников компаний. Ведется постоянная работа с партнерами, поддерживающими мероприятия, которые проводит МОО «Чистые Игры». Помимо этого, организация участвует в государственных закупках по соответствующей тематике.

ПРЯМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА ТЕКУЩИЙ ГОД

Проведена серия онлайн-челленджей с публикацией в соцсетях постов-челленджей в ответ на задания. Проект позволил вовлечь в экологическое волонтерство около 1000 участников. Суммарный информационный охват проекта составил более 100 000 просмотров (социальные сети и СМИ). На основе некоммерческой франшизы проводятся командные соревнования в децентрализованном формате.

В рамках проекта «Ресурсная поддержка СО НКО Ленинградской области» помощь в регистрации НКО была оказана 5 командам, консультации по вопросам грантовой поддержки получили более 40 НКО.

СОЦИАЛЬНЫЕ ЭФФЕКТЫ, ДОСТИГНУТЫЕ ЗА ТЕКУЩИЙ ГОД

МОО «Чистые Игры» удалось продолжить работу, направленную на вовлечение населения в конструктивную экологическую деятельность, тиражирование лучших практик экологического волонтерства, формирование экологически ответственного образа жизни.

WHAT HAS BEEN DONE IN THE CURRENT YEAR?

We launched Clean Challenges, an ecological online championship designed to teach people to sort out wastes effectively, reduce consumption of disposable products and clean the environment.

Team contests Clean Games are now decentralized — the event was splitted into several points with as many as 30 persons instead of common games with approximately 100 persons in one place with unified start and finish. Teams started at different time and gathered litters during one hour, results were displayed as online rating. Baby Sharing project was in the original format.

With the support of the Press Committee of Leningrad Oblast, Interregional Non-Governmental Organization Clean Games began to provide consultant services to socially-oriented nonprofit organizations of Leningrad Oblast in the framework of the project Resource Support of socially-oriented nonprofit organizations.

FINANCIAL STABILITY MODEL

Interregional nonprofit organization Clean Games attracts not only grants and subsidies but works with corporate clients: arrange Clean Games for employees of companies in the CSR framework. We take ongoing efforts with partners which support activities conducted by Clean Games organization. In addition, Clean Games organization takes part in public procurements on the appropriate subject.

DIRECT RESULTS FOR THE CURRENT YEAR

A series of online challenges was conducted in the framework of Clean Challenges, with publications of challenge posts as answers to tasks in social media. The project allowed to involve about 1000 participants in ecological volunteering. Aggregate information coverage of the project amounted to over 100,000 views (social media and news outlets). Furthermore, team competitions in the decentralized format are held on the basis of non-profit franchise. Assistance in registration of nonprofit organizations were provided to 5 teams, over 40 nonprofit organizations received consultations regarding the grant support, all these were in the framework of the project Resource Support of Socially-Oriented Nonprofit Organizations of Leningrad Oblast.

SOCIAL EFFECTS ACHIEVED IN THE CURRENT YEAR

Clean Games Organization was able to continue the activity focused on involvement of citizens in constructive ecological activities, replication of the best practices of ecological volunteering, development of environmentally responsible lifestyle.

МУЗЕЙ РУССКОГО ДЕСЕРТА

МУЗЕЙ О ТРАДИЦИЯХ КРЕСТЬЯНСКОГО ЧАЙНОГО СТОЛА

RUSSIAN DESSERT MUSEUM

MUSEUM OF TRADITIONS OF PEASANT TEA TABLE



Видео
Video



Ссылка
на продукт
Product
Reference



Ссылка
на услугу
Service
Reference

НКО «Музей русского десерта» проводит экскурсии о традициях русского крестьянского и купеческого чайного стола, о конфетной лавочке конца XIX века, о русской печке. На мастер-классах в музее можно научиться расписывать пряники, лепить сахарные цветы, печь черный хлеб, баранки и пироги. «Музей русского десерта» реализует социальный проект «Музей отдаст в хорошие руки старинный бараночный промысел», направленный на развитие малого бизнеса и возрождение бараночного промысла.

РЕШАЕМАЯ ПРОБЛЕМА

Возрождение русской кухни как элемента национальной культуры.

ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ СПОСОБЫ РЕШЕНИЯ

Экскурсии, на которых посетители узнают о традициях русского крестьянского стола, а также мастер-классы, где мы обучаем людей готовить блюда по старинным рецептам в настоящей русской печи.

NPO "Russian Dessert Museum" holds guided tours on the traditions of the Russian peasant and merchant sweet buffet, the candy shop of the late 19th century, the Russian stove. At the workshops in the museum you can learn how to paint gingerbread, sculpt sugar flowers, bake black bread, barankas and pies. Russian Dessert Museum implements a social project "The Museum will give in good hands a centuries-old baranka craft", aimed at the development of small businesses and the revival of the baranka craft.

PROBLEM TO BE ADDRESSED

Renaissance of Russian cuisine as an element of national culture.

SOLUTIONS USED

Sightseeing tours where participants will learn about the traditions of Russian peasant cuisine, as well as master classes where we teach people to cook dishes following old-time recipes in a real Russian stove.



Сфера: **Туризм**

Где: **Москва и Московская обл.**

Год основания: **2014**

Основатели: **Фейна Татьяна (дизайнер и идеолог, директор)**

Целевая аудитория: **Пожилые люди, родители с детьми, молодежь, дошкольники, учащиеся младших классов, учащиеся средней школы, студенты, взрослые от 30 до 60 лет**

Требуемые инвестиции: **Музей нуждается в помощи с наполнением коллекции и ремонтом помещения. Также очень необходим компьютер**

Методы оценки воздействия: **Самое важное — возвращаемость людей.**

Примерно каждый третий человек, побывавший на экскурсии, начинает больше интересоваться русской культурой и кухней, многие возвращаются, чтобы узнать дополнительную информацию, научиться готовить полезные русские блюда в печи.

Больше того, некоторые начинают применять полученные знания в своей жизни. Например, отказываются от покупки хлеба в магазине и пекут свой по рецепту, который мы даем каждому нашему посетителю на экскурсиях

Адрес: **Звенигород, ул. Фрунзе, 23/2**

Телефон: **+7(968)897-35-59**

Почта: **rusdesert@yandex.ru**

Scope of Activity: **Tourism**

Region: **Moscow and Moscow Region**

Year of Foundation: **2014**

Company Founder: **Tatyana Feina (Designer and Ideologist, Director)**

Target Audience: **Elderly people, Parents with children, Youths, Preschoolers, Primary students, Secondary school students, Students, Adults 30-60 years old**

Investments Required: **The museum needs help in developing its collection, repairing its room. We also need a computer.**

Impact Assessment Methods: **The most important thing is returnability of people. Roughly every third person once attended an excursion becomes more interested in Russian culture and cuisine, many people come back for new information, to learn how to cook wholesome dishes in stove.**

Moreover, some people start to apply acquired knowledge in their life. For instance, they do not buy bread at grocery store any more, but make their own according to a recipe we provide to every our attendee at excursions.

Address: **Zvenigorod, Frunze st., 23/2**

Telephone: **+7(968)897-35-59**

E-mail: **rusdesert@yandex.ru**



ДОСТИЖЕНИЯ И НАГРАДЫ

Музей — победитель Всероссийского конкурса «Культурная мозаика» малых городов и сел и «Лучшие из лучших» благотворительного фонда Елены и Геннадия Тимченко; конкурса грантов Президента Российской Федерации; конкурса грантов Министерства культуры Московской области; Всероссийского конкурса «Лучший социальный проект года — 2018».

ПРИВЛЕЧЕННЫЕ ЗА ГОД РЕСУРСЫ

Личные средства учредителя.

ЧТО СДЕЛАНО ЗА ТЕКУЩИЙ ГОД

Музей стал участником программы «Активное долголетие», в рамках которой проведено более 50 бесплатных экскурсий для социально защищенных групп населения; участником программы «Европейские дни наследия», в рамках которой было создано пять новых мастер-классов. Также музей стал участником выставки ТПП РФ «Семья России — опора России».

ПРЯМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА ТЕКУЩИЙ ГОД

Проведено более 500 экскурсий и более 200 мастер-классов.

СОЦИАЛЬНЫЕ ЭФФЕКТЫ, ДОСТИГНУТЫЕ ЗА ТЕКУЩИЙ ГОД

Увеличилась заинтересованность людей историей русской кухни, возрос процент повторных визитов посетителей.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ

Развитие туризма в Звенигороде — к нам приезжают гости не только из Москвы, но и из самых отдаленных уголков России для того, чтобы узнать о достопримечательностях города.

ACHIEVEMENTS, AWARDS

The museum is the winner of Cultural Mosaic, the nation-wide contest of towns and villages, and the Best of the Best of the charitable foundation of Elena and Gennady Timchenko; the contest of grants of the President of the Russian Federation; the contest of grants of the Ministry of Culture of Moscow Oblast; nation-wide contest the Best Social Project of the Year — 2018.

RAISED RESOURCES IN ONE YEAR

Personal finances of the founder.

WHAT HAS BEEN DONE IN THE CURRENT YEAR?

The Museum became a participant of Active Longevity programme with over 50 free excursions conducted for socially vulnerable groups of citizens in its framework; a participant of European Heritage Days programme with new 5 master classes created in its framework. The Museum also became a participant of the exhibition Family of Russia, Support of Russia of the RF Chamber of Commerce and Industry.

DIRECT RESULTS FOR THE CURRENT YEAR

Over 500 excursions and over 200 master classes were arranged.

SOCIAL EFFECTS ACHIEVED IN THE CURRENT YEAR

People are more interested in the history of Russian cuisine, the percentage of repeated visitors has increased.

SOCIAL AND ECONOMICAL IMPACT

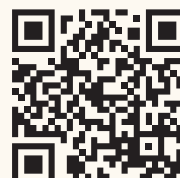
Development of tourism in Zvenigorod — we have visitors not only from Moscow but from the remotest corners of Russia who come here to discover the sights of the town.

ЭКОПАД

БЛАГО ИЗ ОБРЕЗКОВ

ECOPAD

WELFARE MADE OF SHREDS



Видео
Video

Ссылка
на продукт
Product
Reference

Ссылка
на услугу
Service
Reference

Проект «Экопад» на базе типографии «Идея Принт» — это мастерская, устойчивое предприятие и пример социального предпринимательства. Мы создаем блокноты и другие канцелярские товары из обрезков типографского производства силами людей, оказавшихся в трудных жизненных ситуациях, и волонтеров. Наша философия: делать благое дело можно и из обрезков, при этом экономя ресурсы, помогая людям и приумножая добро в мире. 90% прибыли от реализации продукции «Экопад» отчисляются на благотворительность.

РЕШАЕМАЯ ПРОБЛЕМА

«Экопад» помогает решать сразу несколько социально-экологических проблем: потребность в экономии природных ресурсов, необходимость бережного отношения к родной природе и экологически ответственных привычек, поддержка социально уязвимых групп, людей в трудных жизненных ситуациях.

ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ СПОСОБЫ РЕШЕНИЯ

«Экопад» позволяет людям в трудных жизненных ситуациях получить дополнительный источник дохода и способ самореализации

The Ecopad project at Idea Print premises is a workshop, a sustainable enterprise and an example of social entrepreneurship. Through the efforts of people from deprived backgrounds and volunteers, we create notepads and other stationery from scraps of the printing press. Our vision is that you can do a good thing even from scraps, saving resources, helping people and multiplying the world's goodness. 90% of the profits from Ecopad sales are donated to charity.

PROBLEM TO BE ADDRESSED

Ecopad addresses several social and ecological issues: the need to conserve natural resources, the need for careful attitude towards the native environment and sustainably minded habits, and support for socially vulnerable groups and people in difficult circumstances.

SOLUTIONS USED

Ecopad allows people in difficult circumstances to have an additional source of income and a method



Сфера: **Экология**

Где: **Москва и Московская обл.**

Год основания: **2009**

Основатели: **Травин Алексей (основатель/ идеолог, руководитель)**

Целевая аудитория: **Люди с ограниченными возможностями, инвалиды, социально-незащищенные жители, молодежь, студенты, работающая молодежь, безработные, добровольцы, сторонники НКО, взрослые от 30 до 60 лет, некоммерческие организации**

Требуемые инвестиции: **Экопад может достигнуть больших успехов и создать систему для постоянной реализации продукции Экопад благодаря инвестициям обрезков времени и сил большего числа волонтеров (порядка 5 человек), а также ресурсов, включая денежные средства.**

Методы оценки воздействия:

Положительный эффект измеряется с помощью обратной связи от мастеров, волонтеров, количества реализованных единиц продукции и объема полученных средств.

Адрес: **Москва, Нижний Сусальный переулок, д. 5, стр. 10**

Телефон: **+7(926)086-98-69**

Почта: **izobrezkov@gmail.com**

Сайт: **ecopad.ru**

Scope of Activity: **Ecology**

Region: **Moscow and Moscow Region**

Year of Foundation: **2009**

Company Founder: **Alexei Travin (Founder/ ideologist, Manager)**

Target Audience: **Disabled people, Physically impaired people, Socially vulnerable citizens, Youths, Students, Working students, Unemployed, Volunteers, Nonprofit organization proponents, Adults 30-60 years old, Nonprofit organizations**

Investments Required: **Ecopad can achieve greate success and create a system for steady sales of Ecopad products thanks to the investments of time carved out and efforts of higher number of volunteers (about 5 persons), as well as resources, including money.**

Impact Assessment Methods: **A positive effect is measured by feedback from masters, volunteers, quantity of product units sold and amount of money earned.**

Address: **Moscow, Nizhny Susalny lane, 5, building 10**

Telephone: **+7(926)086-98-69**

E-mail: **izobrezkov@gmail.com**

Website: **ecopad.ru**

и социализации через вовлечения в производство канцелярских товаров из обрезков и остатков типографской работы. Волонтеры помогают проекту «обрезками» своего времени, сил или средств, участвуя в созидательной благотворительности.

ДОСТИЖЕНИЯ И НАГРАДЫ

В 2020 году «Экопад» стал победителем Премии Правительства Москвы в области охраны окружающей среды в номинации «Лучшие достижения в области охраны окружающей среды представителей общественных экологических объединений».

ПРИВЛЕЧЕННЫЕ ЗА ГОД РЕСУРСЫ

Пожертвования и приобретение товаров неравнодушными людьми, разделяющими идеи экологически ответственного образа жизни.

ЧТО СДЕЛАНО ЗА ТЕКУЩИЙ ГОД

Усовершенствован аккаунт «Экопад» в социальной сети «ВКонтакте», который позволяет привлекать более широкую аудиторию к проекту, начата работа по разработке сайта.

МОДЕЛЬ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ

При наличии постоянных каналов продаж и пожертвований с относительно низкими общими издержками «Экопад» позволяет создавать дополнительный источник дохода для людей в трудных жизненных ситуациях, занимающихся изготовлением продукции.

ПРЯМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА ТЕКУЩИЙ ГОД

Развитие каналов коммуникации и потенциала «Экопад».

СОЦИАЛЬНЫЕ ЭФФЕКТЫ, ДОСТИГНУТЫЕ ЗА ТЕКУЩИЙ ГОД

Поддержка мастеров «Экопада» при реализации продукции из обрезков и остатков типографского производства.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ

«Экопад» вносит вклад в развитие местной экономики в Москве, являясь социальным предприятием. Основное воздействие — создание возможностей для трудовой занятости людей в трудных жизненных ситуациях.

of self-fulfillment and socialization through involvement in manufacture of stationary goods from printing shreds and residues. Volunteers help to the project with their spare time, efforts and means taking part in creational charity.

ACHIEVEMENTS, AWARDS

In 2020, Ecopad became the winner of the Award of the Moscow Government in environmental protection in the category the Best Achievements in Environmental Protection of Representatives of Social Environmental Unions.

RAISED RESOURCES IN ONE YEAR

Donations and purchasing of goods by non-indifferent people who share ideas of environmentally responsible lifestyle.

WHAT HAS BEEN DONE IN THE CURRENT YEAR?

Ecopad account was improved in V Kontakte, which allows to attract a broader public to the project; works on the web-site development were started.

FINANCIAL STABILITY MODEL

With constant sales channels and donations with relatively low total costs, Ecopad allows to create an additional source of income for people in difficult circumstances who involved in products manufacturing.

DIRECT RESULTS FOR THE CURRENT YEAR

Development of Ecopad Communication Channels and Capabilities.

SOCIAL EFFECTS ACHIEVED IN THE CURRENT YEAR

The support of Ecopad masters with sales of products made of printing shreds and residues.

SOCIAL AND ECONOMICAL IMPACT

Ecopad, as a social enterprise, contributes to the development of local economy in Moscow. The main interaction — creation of opportunities for employment of people who are in difficult circumstances.

КЛАДОВКА

ВТОРАЯ ЖИЗНЬ ВАШИХ ВЕЩЕЙ.
БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ МАГАЗИН

CLOSET

CHARITY SHOP SECOND LIFE FOR YOUR THINGS!



Видео
Video

Ссылка
на продукт
Product
Reference

Ссылка
на услугу
Service
Reference

Мы — один из первых подобных проектов на территории России. Схема работы проекта проста: люди дарят «Кладовке» вещи, которые по какой-то причине стали им не нужны, но находятся в хорошем состоянии. Около 15–20% подаренных вещей остаются в магазине и реализуются по минимальным ценам, после чего чистая прибыль с продаж отправляется на благотворительность. Оставшиеся 80% вещей отправляются в центр помощи «Колыбель», где безвозмездно раздаются нуждающимся. «Кладовка» сотрудничает с ремесленниками со всей России, реализуя их изделия ручной работы, а также организовывая на базе магазина творческую площадку для проведения мастер-классов. Команду проекта не оставляет равнодушными и общественная жизнь города, мы нередко участвуем в городских мероприятиях и даже организуем собственные. За время своего существования «Кладовка» стала для горожан не просто магазином, а местом, где отдыхает душа.

We are one of the first projects of this kind in Russia. The project operation scheme is simple: people donate items to the "Closet" that they don't need for whatever reason, but which are in good condition. About 15-20% of the items donated stay in the store and are sold at minimal prices, and then the net profit from the sales is spent on charity. The remaining 80% of items are sent to the "Cradle" Help Center, where they are distributed at no cost to the people in need. "The Closet" works with craftsmen from all over Russia, selling their handmade products, as well as establishing a creative platform for workshops on the basis of the store. The project team is also involved in the social life of the city, we often participate in municipal events and even organize our own. Over its existence, "The Closet" has become for the citizens not only a store, but a relaxing place for their souls.



Сфера: **Другое**

Где: **Иркутская обл.**

Год основания: **2016**

Основатели: **Амосова Ольга (идейный вдохновитель, директор)**

Целевая аудитория: **Пожилые люди, родители с детьми, сельские жители, социально незащищенные жители, дети-сироты, приемные семьи, молодежь, студенты, работающая молодежь, лица без определенного места жительства, взрослые от 30 до 60 лет, неполные семьи, др.**

Методы оценки воздействия: **Субъективная оценка развития проекта в текущем году: улучшение**

Адрес: **Иркутская область, Братск, улица Пионерская, 5а**

Телефон: **+7(950)095-85-46**

Почта: **38kladovka@mail.ru**

Scope of Activity: **Other**

Region: **Irkutsk Region**

Year of Foundation: **2016**

Company Founder: **Olga Amosova (Mastermind, Director)**

Target Audience: **Elderly people, Parents with children, Rural citizens, Socially vulnerable citizens, Orphaned children, Foster families, Youths, Students, Working students, Homeless people, Adults 30-60 years old, Single parent families, Other**

Impact Assessment Methods: **Subjective Assessment of Project Development in the Current Year: Improvement**

Address: **Irkutsk Oblast, Bratsk, Pionerskaya street, 5a**

Telephone: **+7(950)095-85-46**

E-mail: **38kladovka@mail.ru**

РЕШАЕМАЯ ПРОБЛЕМА

Работа с ресурсом ненужных вещей дает возможность нуждающимся получить вещевую помощь, дарителям — не отправить на свалку вещи, которыми еще можно пользоваться, а покупателям экономить бюджет. А появление в городе площадки для творческих занятий положительно влияет на культуру досуга горожан.

PROBLEM TO BE ADDRESSED

The work with the resource of unneeded things provides an opportunity to get clothing for those in need of help, for donators — not to discard clothing that can still be used, and for buyers — to save money. While a site for creativity in the town positively influences the citizens' leisure culture.

ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ СПОСОБЫ РЕШЕНИЯ

Прием б/у вещей от населения города Братска, отправка до 90% вещей на бесплатную раздачу в кризисный центр «Колыбель», реализация 10% вещей в магазине и использование чистой прибыли в благотворительных целях.

ДОСТИЖЕНИЯ И НАГРАДЫ

За четыре года работы «Кладовки» было отправлено на благотворительность 1 199 273 рубля, более 5000 человек получили вещевую помощь в центре помощи «Очаг», который функционировал за счет средств БМ «Кладовка», около 80 тонн вещей обрели вторую жизнь. В 2018 году мы открыли гончарную мастерскую «Место», где проводим бесплатные мастер-классы для нуждающихся семей и тех, кто помогает попавшим в тяжелую ситуацию.

В 2019 году мы начали сотрудничать с кризисным центром «Колыбель» и на сегодняшний день отправили уже более 24 000 кг поступающих в магазин вещей на бесплатную раздачу; был организован сбор и отправлено более 4 тонн гуманитарной помощи для людей и животных, пострадавших от наводнения в районах Нижнеудинска, Тулуна и Чуны.

БМ «Кладовка» стал победителем регионального этапа конкурса «Лучший социальный проект года» в номинации «Лучший проект социального предпринимательства в сфере социального обслуживания». Диплом победителя основатель проекта Ольга Амосова получила из рук губернатора Иркутской области Игоря Кобзева в рамках форума «Байкал. Бизнес-форум».

ПРИВЛЕЧЕННЫЕ ЗА ГОД РЕСУРСЫ

1. Материальные ресурсы: оборудование и ремонт магазина.
2. Временные ресурсы: работа всех членов команды, волонтеров.
3. Человеческие ресурсы: привлечение фотографов, стилистов, экспертов, администраторов соцсетей.
4. Информационные ресурсы: распространение информации через социальные сети, телевидение с целью привлечения участников и партнеров.
5. Финансовые ресурсы: чистая прибыль БМ «Кладовка».

ЧТО СДЕЛАНО ЗА ТЕКУЩИЙ ГОД

На благотворительность было передано 445 299 рублей и поддержаны проект «Тебе поверят», кризисный центр «Колыбель»; проект

SOLUTIONS USED

Acceptance of used clothes from Bratsk citizens, sending up to 90% of clothes to Cradle crisis center to be gratuitously handed out, sale of 10% of clothes in a shop and usage of net profit for charity.

ACHIEVEMENTS, AWARDS

The Closet works for 4 year account for 1,199,273 rubles sent for charity, over 500 persons received clothing support in Home assistance center which functioned at the cost of Closet charity shop, about 80 tons of clothing received the second life. In 2018, we established Place pottery where we arrange master classes for distressed families and those who help people in hardship.

In 2019, we started cooperation with Cradle crisis center and, as of today, we have sent over 24000 kgs of clothes supplied to the shop for giveaway; we arranged gathering and sent over 4 tons of humanitarian aid for people and animals affected by a flood in Nizhneudinsk, Tulun and Chuna districts.

The Closet charity shop became the winner of the regional stage of the Best Social Project of the Year contest in the category the Best Project of Social Entrepreneurship in Social Service. Olga Amosova, the project founder, has received the winner's certificate from the hands of Igor Kobzev, the Governor of Irkutsk Oblast, in the framework of Baikal Business Forum.

RAISED RESOURCES IN ONE YEAR

1. Material: equipment and repair of a shop.
2. Time resource: work of all team members, volunteers.
3. Human resource: involvement of photographers, stylists, experts, administrators of social media.
4. Information resource: distribution of information via social media, TV with the purpose to involve participants and partners.
5. Financial resource: net profit of Closet charity shop.

WHAT HAS BEEN DONE IN THE CURRENT YEAR?

445,299 rubles were handed over for charity, and such projects as They Will Believe You, Cradle crisis center, Simple Things, You Can Be Different,



«Простые вещи»; проект «Ты можешь быть любим»; фонд «Дети Байкала»; Братский детский дом-интернат и многие другие социальные проекты.

Children of Baikal foundation, Bratsk orphanage and residential facility and many other social projects received support.

СОЦИАЛЬНЫЕ ЭФФЕКТЫ, ДОСТИГНУТЫЕ ЗА ТЕКУЩИЙ ГОД

Благодаря работе с социальными сетями и мессенджерами вырос охват аудитории: количество подписчиков, статистика посещений, просмотров, уровень вовлеченности пользователей, виральность контента. Увеличилась конверсия — совершение желаемых действий (стали отдавать больше вещей, увеличение количества покупок в магазине). После проведенных распродаж, акций, рекламных объявлений увеличился трафик и количество запросов. Увеличилось количество публикаций с упоминанием проекта в СМИ. Выросла социальная активность жителей города Братска.

SOCIAL EFFECTS ACHIEVED IN THE CURRENT YEAR

Public reach has grown thanks to the works in social media and messengers: the number of subscribers, the statistics of visits, views, the level of user involvement, content virality. Increased conversion — commitment of desired actions (became to give out more things, increased number of purchases in shops). Traffic and number of inquiries increased after sales, special offers, advertisements. Increased number of publications referencing to the project in media outlets. Social activity of Bratsk citizens has grown.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ

Благотворительный магазин очень значим для населения города, поскольку сюда можно сдать свои ненужные уже вещи и приобрести подходящую одежду и обувь по низким ценам. Месторасположение и время работы магазина также удобны большинству жителей. Одним из важных моментов функционирования магазина является создание рабочих мест с удобным графиком работы.

SOCIAL AND ECONOMICAL IMPACT

The charity shop is crucial for the citizens of the town, since they can give out their already unneeded things and purchase suitable clothes and footwear at low prices. Location and work hours of the shop are also convenient for the majority of citizens. One of the important things of the shop functioning is creation of jobs with convenient work schedule.

ДИСТИНТЭК

СОПРОВОЖДАЕМОЕ ТРУДОУСТРОЙСТВО
И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

DISTINGTEC

EMPLOYMENT ASSISTANCE AND INFORMATION TECHNOLOGIES



Ссылка
на продукт
Product
Reference

Ссылка
на услугу
Service
Reference

Социализация людей с ментальными особенностями (аутизм) через сопровождаемое трудоустройство в ИТ-сфере.

Social involvement of special needs individuals (especially, autism) through supported employment in the IT sphere.

РЕШАЕМАЯ ПРОБЛЕМА

Профессиональная реабилитация людей с РАС, возможность выхода на работу опекунов и родственников людей с РАС.

PROBLEM TO BE ADDRESSED

Professional rehabilitation of ASD people, an opportunity for custodians and relatives of ASD people to return to work.

ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ СПОСОБЫ РЕШЕНИЯ

Непрерывное сопровождение людей с РАС, доступ к вакансиям, подходящим для людей с РАС.

SOLUTIONS USED

Continuous assistance of ASD people, access to vacancies suitable for ASD people.

ДОСТИЖЕНИЯ И НАГРАДЫ

Успешный пилотный проект с МВС-групп, стажировка и успешное прохождение испытательного срока людей с РАС.

ACHIEVEMENTS, AWARDS

A successful pilot project with MVS Group, internship and successful probation period for ASD people.

ПРИВЛЕЧЕННЫЕ ЗА ГОД РЕСУРСЫ

Инвестиционные средства в размере 2,5 млн руб.

RAISED RESOURCES IN ONE YEAR

Investment funds in the amount of 2.5 mln. rubles.

ЧТО СДЕЛАНО ЗА ТЕКУЩИЙ ГОД

Сформирован штат сотрудников, проводится обучение кандидатов, на площадку заказчика выведено шесть кандидатов, ведется активная PR-компания проекта, активный поиск и пополнение базы кандидатов.

WHAT HAS BEEN DONE IN THE CURRENT YEAR?

Staff was established; applicants pass trainings; 6 applicants were appointed to a customer's site; active PR campaign of the project is underway, as well as active search and replenishment of the applicant base.

Сфера: **Интернет и IT**
 Где: **Москва и Московская обл.**
 Год основания: **2018**
 Основатели: **Георгий Гунтер (основатель проекта, генеральный директор)**
 Целевая аудитория: **Люди с ограниченными возможностями, инвалиды**
 Оборот: **По финансовой модели 4,5 млн руб. в год, в перспективе увеличение в 2 раза**
 Требуемые инвестиции: **10 000 000 руб. для крупного региона, 2 000 000 руб. для малого региона**
 Методы оценки воздействия: **Оценка экономического эффекта от увеличения количества занятых в экономике людей с РАС + занятость их опекунов в экономике; Сокращение расходов бюджета на реабилитацию людей с РАС + их опекуны и родственники тоже становятся более активными**
 Субъективная оценка развития проекта в текущем году: **улучшение**
 Адрес: **Мытищи/Москва/СНГ**
 Телефон: **+7(910)405-62-82**
 Почта: **partner@DistingTec.ru**
 Сайт: **distingtec.ru**

Scope of Activity: **Internet and IT**
 Region: **Moscow and Moscow Region**
 Year of Foundation: **2018**
 Company Founder: **Georgy Gunter (Project founder, Director General)**
 Target Audience: **Disabled people, Physically impaired people**
 Turnover: **In the financial model 4.5 mln. rubles a year, in perspective — twofold increase.**
 Investments Required: **10,000,000 rubles for a large region, 2,000,000 rubles for a small region**
 Impact Assessment Methods: **Assessment of the economic effect from the increased number of ASD people involved in economy + employment of their custodians in economy; Reduction of budget expenditures for rehabilitation of ASD people + their custodians and relatives show higher activity also**
 Subjective Assessment of Project Development in the Current Year: **Improvement**
 Address: **Mytishchi/Moscow/CIS**
 Telephone: **+7(910)405-62-82**
 E-mail: **partner@DistingTec.ru**
 Website: **distingtec.ru**

МОДЕЛЬ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ

Безубыточный уровень продаж — 466 часов.
 Стоимость 1 часа работы специалиста — 950 руб.
 Безубыточный уровень специалистов — 6 специалистов (разработчики, тестировщики).
 Безубыточный объем выручки — 442 748 руб.

ПРЯМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЗА ТЕКУЩИЙ ГОД

Трудоустройство шести кандидатов с РАС.

СОЦИАЛЬНЫЕ ЭФФЕКТЫ, ДОСТИГНУТЫЕ ЗА ТЕКУЩИЙ ГОД

Повышение экономического обеспечения жизни людей с РАС, повышение их социальной вовлеченности, облегчение адаптации к трудовым условиям, формирование (и обеспечение) эффективного взаимодействия между работодателями и сотрудниками с РАС.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ

Увеличение количества занятых в экономике людей с РАС, а также их опекунов и родственников, увеличение дохода семей и качества жизни вдвое (опекаемый и опекун).

FINANCIAL STABILITY MODEL

Break-even sales level — 466 hours.
 1 hour specialist work costs 950 rubles.
 Break-even level of specialists — 6 persons (developers, testers).
 Break-even total revenue is 442,748 rubles.

DIRECT RESULTS FOR THE CURRENT YEAR

Employment of 6 ASD applicants.

SOCIAL EFFECTS ACHIEVED IN THE CURRENT YEAR

Improved economical support of ASD people's life, their improved social involvement, easy adaptation to labor conditions, development (and assurance) of effective interaction between employers and ASD employees.

SOCIAL AND ECONOMICAL IMPACT

Increased number of ASD people involved in economy, as well as their custodians and relatives, increased family incomes and life quality two-fold (ward and custodian).

ОБСКАЯ КУЗНИЦА

ВОЗРОЖДАЕМ КУЛЬТУРНЫЕ ТРАДИЦИИ,
ЧТОБЫ УКРЕПИТЬ СЕМЬИ

OB SMITHERY

REGENERATE CULTURAL TRADITIONS TO STRENGTHEN FAMILIES



Видео
Video

Ссылка
на продукт
Product
Reference

Ссылка
на услугу
Service
Reference

Единственная кузница в Тюменской области, в которой можно получить полное представление о древнем ремесле. После увлекательного рассказа об истории железа и развития металлообработки посетители могут ознакомиться с изделиями музея и сковать первый в своей жизни гвоздь, подкову или столовый прибор. Всего для посетителей существует 25 мастер-классов по ковке, 3 обучающих программы по кузнечному делу и 4 программы по заточке различного инструмента. На сайте проекта можно приобрести или заказать кованую продукцию.

РЕШАЕМАЯ ПРОБЛЕМА

Кузнечное ремесло начало испытывать трудности в начале XX века, когда стало появляться массовое производство, развиваться металлургия. Территория нашего региона у многих больше ассоциируется только с литьем, однако у малочисленных народов Севера кузнечное дело было развито еще до нашей эры. Во время мастер-классов по ковке и экскурсий происходит приобщение к древнему, полному легенд и образов ремеслу. Так решается проблема отсутствия достаточного знания своих корней и национальной культуры.

The only breeding ground in Tyumen Oblast where one can get a full picture about the ancient skill. After an entertaining tale about the history of iron and development of metal processing, visitors can have a look at articles in the Museum and forge a nail, horseshoe or tableware first time in their life. There are total 25 forgery workshops, 3 smithery training programs and 4 tool grinding programs for visitors. You can buy or order forged products at the project web-site.

PROBLEM TO BE ADDRESSED

In the early twentieth century, when mass production and metallurgy began to emerge, the smithery started to face difficulties. Our region's territory is traditionally associated only with casting, but the low-numbered peoples of the North had developed smithery even before the Common Era. During the forging workshops and tours you get acquainted with the ancient craft, full of legends and images. This is how the problem of insufficient knowledge of one's origins and national culture solved.

Сфера: **Народные промыслы**
 Где: **Ханты-Мансийский АО**
 Год основания: **2017**
 Основатели: **Тайлакова Екатерина (стратегическое развитие, поиск партнеров и инвестиций, ведение документооборота, организация пиар-кампаний, руководитель), Горшков Виталий (занимается традиционной ковкой, ведет курсы и мастер-классы по кузнечному делу, кузнец)**
 Целевая аудитория: **Пожилые люди, родители с детьми, люди с ограниченными возможностями, инвалиды, социально-незащищенные жители, молодежь, учащиеся младших классов, учащиеся средней школы, студенты, работающая молодежь, добровольцы, сторонники НКО, взрослые от 30 до 60 лет, некоммерческие организации**
 Оборот: **Ежегодно увеличивается на 300%**
 Требуемые инвестиции: **3 млн рублей — строительство и обустройство двухэтажного помещения под магазин и производственный цех ковальной сувенирной продукции**
 Методы оценки воздействия: **Подсчет количества посетителей, звонков, обращений, отзывов, а также заказов готовой продукции и на заказ**
 Адрес: **628404, Сургут, пр. Набережный, 7**
 Телефон: **+7(929)242-97-59**
 Почта: **mail@obskayakuznica.com**
 Сайт: **obskayakuznica.com**

Scope of Activity: **Folk crafts**
 Region: **Khanty-Mansiysk Autonomous District**
 Year of Foundation: **2017**
 Company Founder: **Ekaterina Tailakova (Strategic development, looking for partners and investments, document management, organization of promotional campaigns, Manager)**
Vitaly Gorshkov (He is involved in traditional forging, runs courses and workshops in forgery, Blacksmith)
 Target Audience: **Elderly people, Parents with children, Disabled people, Physically impaired people, Socially vulnerable citizens, Youths, Primary students, Secondary school students, Students, Working youths, Volunteers, Nonprofit organization proponents, Adults 30-60 years old, Nonprofit organizations**
 Turnover: **Increases by 300 % annually.**
 Investments Required: **3 mln. rubles — construction and development of a two-storey building intended as a shop and manufacturing workshop intended to forge gift products.**
 Impact Assessment Methods: **Counting the number of visitors, calls, inquiries, feedback, as well as orders for finished and tailor-made products**
 Address: **628404, Surgut, Naberezhny prospect, 7**
 Telephone: **+7(929)242-97-59**
 E-mail: **mail@obskayakuznica.com**
 Website: **obskayakuznica.com**

ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ СПОСОБЫ РЕШЕНИЯ

В «Обской кузнице» своя аудитория — работа ведется не только с детьми, но и с их мамами и папами. Увлечь молотком и наковальней того, кто в школе изучает 3D-моделирование и робототехнику, не просто, но нам это удается. Обычно путешествие в мирковки длится от 40 минут до 5 часов и более — с помощью этих экскурсий и мастер-классов мы решаем проблему забывания традиционной культуры и быта. Погружаться в кузнечное дело не только увлекательно, но и полезно для психологического состояния, так как ковка — процесс антистрессовый. Нередко «разгрузиться» к нам приходят офисные сотрудники, желающие вырваться из рутины и поговорить с кузнецом «по душам».

SOLUTIONS USED

The Ob Smithery has its adherents — the work is being done not only with children, but with their mothers and fathers. Fascinating with a hammer and anvil those who study 3D-modelling and robotics at school is not easy, but we succeed in doing this. A travel to the forgery world usually takes from 40 minutes to 5 or more hours — with such tours and master classes we handle a problem of forgetting the traditional culture and domestic life. Delving into the blacksmith's work is not only fascinating but also useful for psychological state, since forging is a stress-relieving process. Very often office employees come to us to "relieve" themselves, those who want to break free of everyday life and have a heart-to-heart talk with a forge-man.



ДОСТИЖЕНИЯ И НАГРАДЫ

Проект получил статус «социальное предприятие», на базе «Обской кузницы» открыли региональное отделение Всероссийской общественной организации развития художественного творчества и ремесленничества «Гильдия кузнецов России»; выиграла грант в номинации «Развитие индустрии туристских сувениров» конкурса ХМАО-Югры; вошли в каталог «Социальное предпринимательство в России — 2020».

Проект получил товарные знаки «Сделано в Сургуте» и «Сделано в Югре», «Лучший товар Югры»; отмечен в номинации «Предпринимательские династии» на выставке-форуме товаропроизводителей Югры «Товары земли Югорской»; отмечены спецноминацией «Хранители ремесел» на городском конкурсе «Предприниматель года»; мы стали победителями Всероссийского конкурса лучших программ образовательного волонтерства в субъектах Российской Федерации; получили грант на реконструкцию доспехов на окружном конкурсе молодежных проектов; заняли 2 место в номинации «Культура» регионального этапа Всероссийского конкурса проектов в области социального предпринимательства «Лучший социальный проект года»; вошли в шорт-лист Всероссийского конкурса Общественной палаты Российской Федерации в области гражданской активности «Мой проект — моей стране!».

ACHIEVEMENTS, AWARDS

2020: the project acquired the "social enterprise" status, Guild of Blacksmiths of Russia, the regional office of the nation-wide social organization for the development of artistic creativity and craftsmanship was established on the basis of Ob Smithery; won a grant in the category Development of Tourist Gifts Industry of a KhMAO-Ugra contest; included in the catalogue Social Entrepreneurship In Russia 2020. 2019: the project received trade marks Made in Surgut and Made in Ugra, The Best Product of Ugra; noted in Entrepreneurship Dynasties category at Products of Ugra land, the exhibition forum of Yugorsk product manufacturers; noted with special category Crafts Keepers at the Entrepreneur of the Year city contest; we became a winner of the nationwide contest of the best programs of educational volunteering in the subjects of the Russian Federation; won a grant for armour reconstruction at the district contest of youth projects; took 2 place in Culture category of the regional stage of the nationwide contest of projects in social entrepreneurship The Best Social Project of the Year; entered in the short-list of My Project for My Country!, nation-wide contest of the Civic Chamber of the Russian Federation in social activities.

ПРИВЛЕЧЕННЫЕ ЗА ГОД РЕСУРСЫ

600 000 — субсидия на приобретение оборудования для работы по металлу и дереву,
17 000 — компенсация затрат по аренде и ведению ярмарочно-выставочной деятельности от Администрации города Сургута,
5 тонн угля для работы горна,
более 20 кованных изделий для частного Музея кованных изделий,
два партнерства с кузнечными артелями,
услуги по переводу презентаций и коммерческих предложений Центра поддержки экспорта Югры,
образовательные возможности Фонда поддержки предпринимательства Югры, Фонда «Наше будущее» (акселератор), Фонда ISLA (акселератор).

ЧТО СДЕЛАНО ЗА ТЕКУЩИЙ ГОД

Сформированы ценностные предложения, появилась миссия, начата отладка бизнес-процессов. Продукция выведена на etsy.com (есть продажи в США и Данию), получен запрос на якутские пешни от рыболовно-охотничьих магазинов Белоруссии и нескольких югорских городов.

МОДЕЛЬ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ

Четыре составляющих:
проведение мастер-классов и курсов кузнечного дела,
оружейная ковка (ножи, пешни, поковки, топоры),
изготовление кованой сувенирной продукции,
изготовление изделий из металла под заказ.

СОЦИАЛЬНЫЕ ЭФФЕКТЫ, ДОСТИГНУТЫЕ ЗА ТЕКУЩИЙ ГОД

Более 1000 человек познакомились с кузнечным делом. В Нягани появилась публичная кузница, в Нижневартовске — проект по развитию кузнечного дела, в Сургуте у трех мастеров «Обской кузницы» появились свои специализированные гаражные мастерские.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ

Стабильный рост вовлеченности людей в проект развития кузнечного дела, сопутствующий увеличению интереса и готовности к приобретению изделий ремесленного труда.

RAISED RESOURCES IN ONE YEAR

600,000 — subsidy for purchasing of equipment for metal and wood works,
17,000 — compensation of costs for renting and holding of exhibition and trade fair activities on behalf of Surgut administration,
5 tons of coal for heath operation,
over 20 forged articles for the private Museum of Forged Products,
two partnerships with blacksmith associations,
services for translation of presentations and quotations of Ugra Export Support Center,
educational opportunities of Ugra Entrepreneurship Support Foundation, Our Future Foundation (accelerator), ISLA Foundation (accelerator).

WHAT HAS BEEN DONE IN THE CURRENT YEAR?

We defined value offers, arrived at a mission, started enhancement of business processes. The products were introduced at etsy.com (sales to the USA and Denmark); we received an inquiry for Yakut ice breaks from fishery and hunting shops in Belorussia and some Ugra towns.

FINANCIAL STABILITY MODEL

4 components:
a) master classes and blacksmith's work courses,
b) weapon-grade forgery (knives, ice breaks, forgings, axes),
c) manufacture of forged gift products,
d) manufacture of tailor-made metal articles.

SOCIAL EFFECTS ACHIEVED IN THE CURRENT YEAR

Over 1000 persons were introduced to blacksmith's work. A public blacksmith's shop opened in Nyagan; a project on blacksmith's work development started in Nizhnevartovsk; three masters of Ob Smithery arranged their own specialized garage workshops.

SOCIAL AND ECONOMICAL IMPACT

Stable growth of involvement of people in development of the blacksmith's work project which promotes a growing interest and readiness to purchase handicraft articles.

Журнал посвящен вопросам создания позитивных общественных изменений посредством импакт-инвестиций, социального предпринимательства, а также методологии и инструментов оценки социально-экономического воздействия социальных проектов и программ.

The Journal focuses on creating positive social changes through impact investments, social entrepreneurship, and methods and tools for assessment of social and economic impact of community-focused projects and programs.

РЕДАКЦИОННЫЙ КОМИТЕТ

Главный редактор: Гладких Наталья Юрьевна,
к.психол.н., директор Института передовых исследований человека и общества, ведущий эксперт Института социально-экономического проектирования НИУ ВШЭ

Ведущий редактор: Вайнер Владимир Леонидович,
директор «Фабрики позитивных изменений», заведующий центром инновационных экосистем в социальной сфере Института социально-экономического проектирования НИУ ВШЭ

EDITORIAL COMMITTEE

Editor-in-Chief: Natalia Yurievna Gladkikh,
Candidate of Psychology, Director of the Institute of Advanced Studies in Humanities and Social Sciences, Leading Expert at the HSE Institute for Social and Economic Design

Senior Editor: Vladimir Leonidovich Vainer,
Director of Positive Changes Factory, Head of the Centre for Social Innovation Ecosystems at the HSE Institute for Social and Economic Design

Веб-сайт «Фабрики позитивных изменений»:

<https://positive-changes.ru/>

Веб-сайт журнала «Позитивные изменения»:

<http://impactjournal.ru/>

Web-site Positive Changes Factory LLC:

<https://positive-changes.ru/>

Web-site Positive Changes Journal:

<http://impactjournal.ru/>

Дизайн: WOWHOUSE.ru

Иллюстрации: Никита Бестужев

Редактор: Татьяна Борисова

Верстка: Денис Борисов

Корректоры: Жанна Лаврентьева, Елена Сатарова

Перевод: ООО «Служба лингвистической поддержки»

Design: WOWHOUSE.ru

Illustration: Nikita Bestuzhev

Editor: Tatiana Borisova

Makeup: Denis Borisov

Proofreading: Zhanna Lavrentieva, Elena Satarova

Translation: Language Support Service, Ltd



**ФАБРИКА ПОЗИТИВНЫХ
ИЗМЕНЕНИЙ**

Учредитель: «Фабрика позитивных изменений»

Издательство Олега Пахмутова

Выпускается с декабря 2021 года

Отпечатано в России

Тираж 1000 экз.

Founder: Positive Changes Factory LLC

Published since December 2021

Oleg Pakhmutov's Publishing House

Printed in Russia

Circulation 1000 copies



ПРИ ПОДДЕРЖКЕ
**ФОНДА
ПРЕЗИДЕНТСКИХ
ГРАНТОВ**

В номере использованы материалы проекта «Разработка и апробация модели оценки социально-экономического воздействия деятельности СО НКО», реализуемого Фондом развития медиапроектов и социальных программ Gladway совместно с Институтом социально-экономического проектирования НИУ ВШЭ на средства гранта Президента Российской Федерации на развитие гражданского общества, предоставленного Фондом президентских грантов.

The issue draws upon inputs from the project titled "Development and Testing of the Model for Assessment of Social and Economic Impact of Community-Focused Nonprofit Organizations" implemented by the Gladway Foundation for Media and Social Project Development together with the NRU HSE Institute for Social and Economic Design and funded through a grant of the President of the Russian Federation provided for development of the civil society by the Presidential Grant Foundation.



ПОЗИТИВНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ POSITIVE CHANGES

Журнал посвящен вопросам создания позитивных общественных изменений посредством импакт-инвестиций, социального предпринимательства, а также методологии и инструментов оценки социально-экономического воздействия социальных проектов и программ.

The Journal focuses on creating positive social changes through impact investments, social entrepreneurship, and methods and tools for assessment of social and economic impact of community-focused projects and programs.
