

## СОЦИАЛЬНЫЕ ФРАНШИЗЫ: ЭФФЕКТИВНАЯ МОДЕЛЬ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТА

Nizhnik I.A.

### SOCIAL FRANCHISES: AN EFFECTIVE MODEL FOR THE DEVELOPMENT OF A SOCIAL PROJECT

**Аннотация.** В статье раскрыта сущность социального проекта. Уточнены критерии успешности социального проекта. Систематизированы показатели оценки эффективности социального проекта. Проанализированы два варианта развития социального проекта.

**Ключевые слова:** социальный проект, социальная франшиза, социальное предпринимательство.

**Abstract.** The article reveals the essence of the social project. The criteria for the success of a social project have been clarified. The indicators for evaluating the effectiveness of a social project are systematized. Two options for the development of a social project are analyzed.

**Keywords:** social project, social franchise, social entrepreneurship.

Социальный проект – это совокупность действий и мероприятий, направленных на решение социальной проблемы определенной целевой группы за конкретный период времени [1]. У любого проекта есть две ключевые метрики:

- ограниченность по времени, территории реализации, составу команды и бюджету;
- наличие запланированного измеримого результата.

Социально значимый проект имеет определённые критерии своей успешности:

1. Социальная значимость проекта – проект направлен на социальные изменения в сообществе.
2. Результативность проекта – проект рассчитан на ясный и достижимый социальный результат, который можно достигнуть за разумные сроки.
3. Устойчивость проекта – важным фактором успешного социального проекта считается возможность существования проекта после окончания периода его финансирования.
4. Масштабируемость проекта – возможность использования идеи или самого продукта в условиях других географических зон или социальных групп.
5. Открытость – социальный проект должен быть открыт как для новых участников, так и для тех, кто хотел бы запустить аналогичный продукт самостоятельно.

Любой социальный проект характеризуется двумя основными параметрами:

- чётко очерченными рамками по времени проведения, географии, составу исполнителей и объёму финансирования;
- наличием заранее определённого, поддающегося оценке эффекта.

Для оценки эффективности социально значимого проекта выделяют следующие показатели:

1. Социальная ценность – проект ориентирован на позитивные преобразования в обществе.

2. Эффективность – проект предполагает достижение чёткого и реалистичного социального результата в разумные временные интервалы.

3. Долговечность – способность проекта продолжать функционировать даже после завершения финансирования считается важным признаком его успеха.

4. Возможность расширения – потенциал для применения идеи или созданного решения в других регионах или среди других социальных групп.

5. Доступность – социальный проект должен быть открыт для привлечения новых участников и тех, кто заинтересован в создании подобных инициатив.

Реализация социальных проектов в большинстве случаев реализуется некоммерческими организациями. Правовое регулирование некоммерческих организаций в Российской Федерации регламентируется Федеральным законом от 12.01.1996 г. № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях» [2].

Федеральный закон определяет особенности гражданско-правового положения некоммерческих организаций отдельных организационно-правовых форм, видов и типов, а также возможные формы поддержки некоммерческих организаций органами государственной власти и органами местного самоуправления.

Некоммерческие организации играют важную роль в обществе, оказывая помощь нуждающимся, защищая права животных, борясь за экологию и многое другое. Их история развития берет начало в XIX веке, когда появились первые благотворительные общества. В XX веке некоммерческий сектор стал шире и разнообразнее, появились международные организации, занимающиеся глобальными проблемами.

Современный период развития некоммерческого сектора составляет 30 лет. Временной период накладывает обязательства по трансформации подходов к реализации социальных проектов.

Одним из механизмов создания условий устойчивости модели социального проекта является социальное предпринимательство, понятие которого было введено в законодательство Федеральным законом от 26.07.2019 г. № 245-ФЗ. «О внесении изменений в Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»» в части закрепления понятий «социальное предпринимательство», «социальное предприятие» [3].

Социальным предпринимательством признается деятельность малых и средних предприятий, которая направлена на достижение общественно полезных целей и способствует решению социальных проблем граждан и общества. Условия, при которых предприятие признается социальным, перечислены в статье 24.1 Федерального закона № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [4].

Соответственно, закрепив законодательно понятие «социальное предпринимательство», лидеры социальных проектов перешли на изменение статусов юридических форм или добавление к действующей некоммерческой организации организационной формы – самозанятый, индивидуальный предприниматель или общество с ограниченной ответственности со статусом социального предприятия.

Чтобы получить статус социального предприятия, необходимо предоставить в орган исполнительной власти субъекта Российской Федерации пакет документов, соответствующий требованиям законодательства, и соответствовать условиям законодательства. При выполнении условий законодательства организации присваивается статус – социальное предприятие. Статус позволяет претендовать на льготы, установленные в регионе для социальных предприятий.

Таким образом, при моделировании формата развития социального проекта создается устойчивая модель развития проекта, которая максимально эффективно охватывает целевую аудиторию, на которую направлен социальный проект.

Следующий этап эволюции развития работы над социальными проектами – это его масштабирование.

Когда проект показал свою эффективность, стал узнаваемым, понятным в реализации, инициатор проекта задумывается о его развитии. Варианты моделей развития социальных проектов: развитие проекта на других территориях собственными силами и масштабирование проекта по модели франчайзинга – социальной франшизы.

Франшиза – объект договора коммерческой концессии, состоящий из прав пользования брендом и бизнес-моделью франчайзера, а также иных благ, необходимых для создания и ведения бизнеса [5]. В качестве франшизы могут выступать методы ведения бизнеса, товарный знак, технология со взаимными обязательствами и льготами между передающей (франчайзер) и получающей (франчайзи) сторонами, предоставляемые за плату и оформленные в соответствии с законом об охране интеллектуальной собственности.

Социальный франчайзинг – форма франчайзинга, нацеленная на смягчение или решение социальных проблем социальным проектом.

Франшиза социального бизнеса – проверенный способ начать свое дело, опираясь на уже работающую модель.

Одно из первых применений социального франчайзинга состоялось в 1995 году – франшиза Greenstar в Пакистане. Greenstar обучила более 24000 поставщиков услуг, а также предоставляет услуги по планированию семьи, сексуальному и репродуктивному здоровью, услуги по охране здоровья матери и ребёнка, диагностику и лечение туберкулёза через более чем 80000 стационарных пунктов.

Социальные франшизы в России активно развиваются и охватывают такие ниши как дополнительное образование детей, приюты для престарелых, работа с социально-незащищенными гражданами. Данное направление, благодаря

развитию малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации, реализации мероприятий Национального проекта «Эффективная и конкурентная экономика» получило высокую востребованность.

Координацией вопросов франчайзинга в Российской Федерации занимается Российская ассоциация франчайзинга и Фонд «Наше будущее», в части развития социально-ориентированных организаций и проектов.

За последние 3 года возрос интерес к франшизам некоммерческого сектора. Так активно в регионах реализуется некоммерческий проект Доброцентр.РФ.

Для оценки готовности социального проекта к масштабированию по модели франчайзинга необходимо ответить на вопросы: есть ли у продукта/услуги социального проекта уникальное отличие от конкурентов? Зарегистрирован ли товарный знак? Разработана ли система подбора локации и помещения для филиала? Разработана ли система подбора персонала? Разработана ли система обучения и аттестации персонала? Описаны ли ключевые бизнес-процессы? Описан ли алгоритм открытия филиала? Внедрена ли система контроля качества стандартов ведения деятельности? Разработан ли брендбук? Есть ли проверенные каналы продвижения продукта/услуги? Внедрена ли система автоматизация бизнес-процессов (CRM, ERP, иное) [6]?

Оценив социальный проект в соответствии с чек-листом, инициатор проекта может определиться с планом развития проекта и провести мероприятия по доработке проекта до желаемой концепции франшизы.

Таким образом, за последние три десятилетия число некоммерческих организаций в России значительно увеличилось. НКО стали выполнять ряд функций, которые ранее были ответственностью государства, включая сферы образования, здравоохранения, социальной защиты, спорта, охраны окружающей среды и защиты прав граждан. Сектор некоммерческих организаций стал более многогранным, профессиональным и авторитетным. Увеличение числа НКО и их воздействие на общественную жизнь отражает укрепление социального капитала страны. Исследования общественного мнения, проводимые в течение последних 15 лет, демонстрируют постепенное повышение участия населения в деятельности НКО: если в конце 2000-х годов лишь 15-18% опрошенных сообщали о своей причастности к некоммерческим организациям, то к 2019 году этот показатель вырос до 29%, и с тех пор оставался в диапазоне 24-28%. В 2023 году в работе НКО приняли участие 27% совершеннолетних граждан России. Организации все активнее привлекают финансирование через гранты, пожертвования от доноров и частные взносы. В 2019 году в российском законодательстве появилось определение «Социальное предпринимательство», что стимулировало трансформацию некоммерческого сектора в сторону создания устойчивых моделей, основанных на принципах социального предпринимательства. Социальные предприниматели, НКО и социально ответственный бизнес, реализуя проекты, направленные на решение актуальных общественных задач, объединены общей

целью – повышение качества жизни в России. Расширение проектной деятельности посредством модели социальной франшизы – это новаторский подход, позволяющий распространять передовые практики социально-ориентированных НКО, улучшать качество социальных услуг за счет конкуренции, создавать новые формы развития таких организаций и повышать устойчивость всего сектора. Некоторые НКО уже соответствуют ключевым признакам франчайзинговых концепций, имея собственные товарные знаки, интеллектуальную собственность и четко регламентированные процессы. Для успешного масштабирования подобных инициатив требуются специализированные знания и инструменты для создания социальных франшиз.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Социальное проектирование: от идеи до проекта: методические рекомендации при разработке социально значимого проекта. – Текст: электронный // Институт развития стратегических инициатив. – URL: <https://indsi.ru/wp-content/uploads/2024/11> (дата обращения: 24.04.2025).

2. **Российская Федерация. Законы.** О некоммерческих организациях: текст с изменениями и дополнениями на 13.12.2024 года: федерал. закон №7-ФЗ: [принят Государственной думой 8 декабря 1995 года]. – Текст: электронный. – URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_8824](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8824) (дата обращения: 24.04.2025).

3. **Российская Федерация. Законы.** О внесении изменений в Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» № 313-ФЗ: [принят Государственной думой 26 июля 2018 года: одобрен Советом Федерации 28 июля 2018 года]. – Текст: электронный. – URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_304053/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_304053/) (дата обращения: 24.04.2025).

4. **Российская Федерация. Законы** О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации: федерал. закон № 209-ФЗ: [принят Государственной думой 06 июля 2007 года: одобрен Советом Федерации 11 июля 2007 года]. – Текст: электронный. – URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_52144/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/) (дата обращения: 27.04.2025).

5. Франшиза: что это такое и как она работает. – Текст: электронный // База знаний РБК. – 2024. – 24 декабря. – URL: <https://www.rbc.ru/base/24/12/2024/676ac28d9a79476d4a4113ca> (дата обращения: 27.04.2025).