Летняя школа Центра исследований гражданского общества и некоммерческого сектора НИУ ВШЭ
«Теоретические и эмпирические исследования третьего сектора в России и за рубежом»

Коммуникационные инструменты социальных проектов (на примере социального предпринимательства)

Хомякова Вероника
veronika.khomiakova@gmail.com
+7-926-248-80-37

Корпоративная социальная ответственность

- Бизнес делает добрые дела - выйдя на уровень устойчивости, компания позволяет себе тратить деньги на других
- Часто это способ дополнительного рассказа о себе и привлечения внимания
- Удел большого бизнеса

Социальное предпринимательство

- Прибыль на одном месте с принесением пользы обществу
- Решение общественных проблем – настоящие истории
- Чаще всего это малый бизнес
- Самоокупаемый проект
- Созидательная конкуренция*

Проблема

PR-технологии социального предпринимательства являются производным от особенностей самого явления, которое находится на стыке коммерческого и некоммерческого секторов, перенимая характеристики одного и другого. Что приводит к **противоречивому характеру коммуникации кампании.**

Цель

- Исследовать особенности пиара социального предпринимательства России.

Задачи

- Рассмотреть особенности существующих коммуникационных инструментов, в каких случаях они используются, каковы их функции.
- Проанализировать современную ситуацию, в которой социальное предпринимательство возникло и стало актуальным.
- Изучить явление социального предпринимательства в мире и в России.
- Провести сравнительный анализ основных типов социального предпринимательства по одной из коммуникационных моделей для выявления основных инструментов проектов-лидеров сферы
- Подвести итоги о роли пиара развитии проектов и его особенностях

Гипотеза

Коммуникациям социального предпринимательства в России на сегодняшний день свойственны характер и методы использования благотворительного сектора в осуществлении PR-деятельности.

Предполагаемые результаты

- Доказательство важности пиара в СП
- Начало взаимодействия с проектами социального предпринимательства для применения изученных технологий на практике
- Разработка образовательного материала для СП с целью повышения уровня коммуникации внутри компаний

Имеющиеся наработки

- Оптимизированная типология СП
- Сводная таблица по примерам СП
- Рекомендации участвующих в исследовании СП о коррективах в их коммуникационной деятельности

Результаты исследований

- Доказательство благотворительного характера СП. Исследования каждого типа в частности с описанием примеров показали, что наиболее уверенно коммуникационными инструментами владеют проекты, приближенные к благотворительности. Типы с преобладанием бизнеса или совсем в России не развиты, или колеблются между двумя подходами.
- Коммуникации носят хаотичный характер, нет чёткой пиар-стратегии, профессионально пиаром никто не занимается. Но выявлены позитивные моменты стремления это процесс наладить.
- Западный опыт свидетельствует , что активной использование пиар-инструментов, ведёт к узнаванию проекта в обществе, благоприятному к нему отношению за счёт наличия полного описания проекта в медиа.

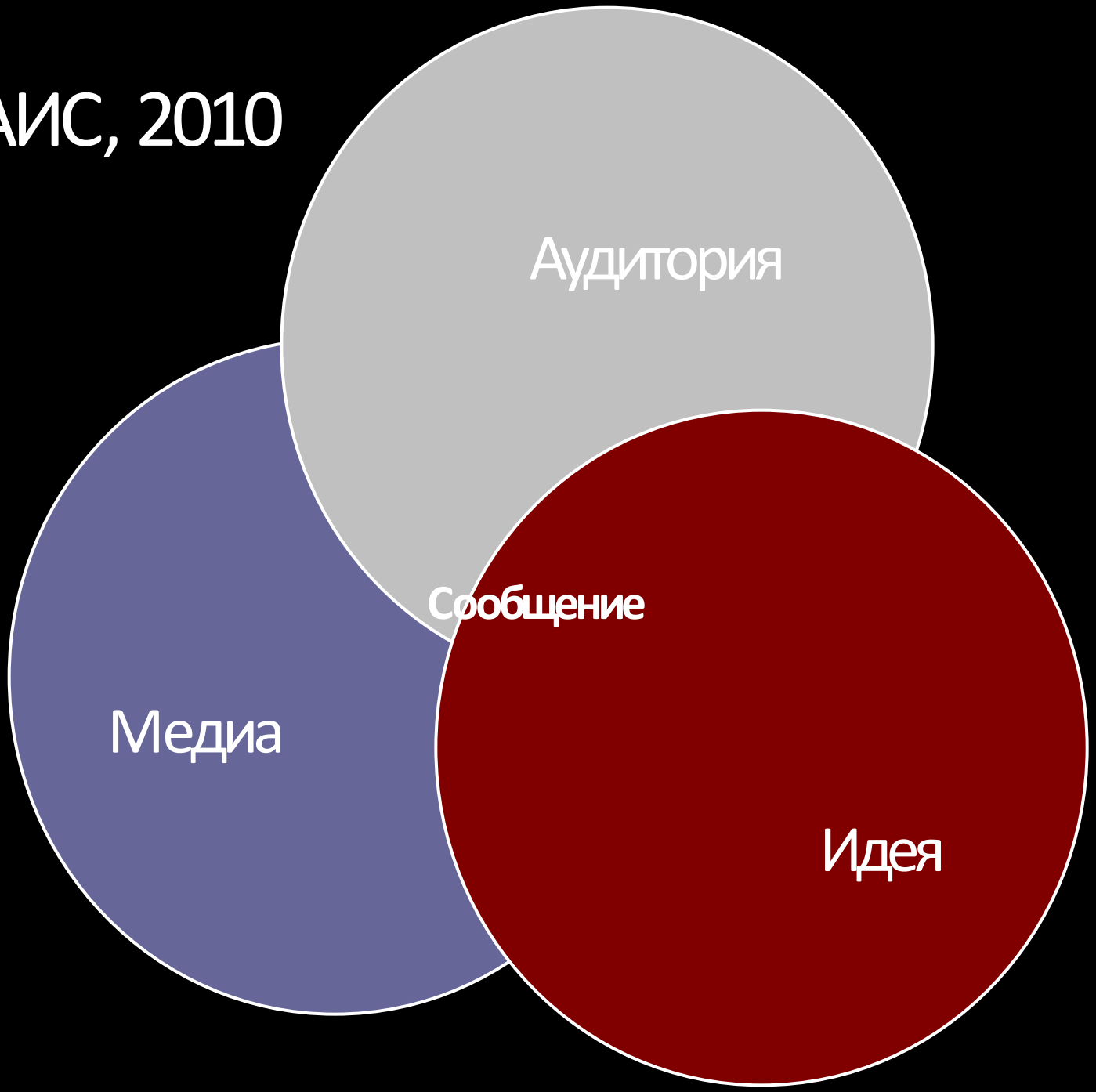
Типология:

- Благотворительные магазины (Магазин «Спасибо!», «Лавка радости»)
- Проекты будущего (Музей пастилы в Коломне, «Фифтин» Оливера, «Школа фермеров»)
- Микрофинансирование и краудфандинговые платформы (Банк «Граммин», «Кива», «Русини», «Кикстартер»)
- Справедливая торговля (Шоколад «Дивайн», «Боди шоп»)

МАИС, 2012

- Данная модель коммуникации включает в себя взаимодействие четырёх элементов: Медиа, Аудитории, Идеи, а также Сообщения. Центральным элементом коммуникации, согласно модели, является сообщение, созданное под влиянием других трёх составляющих коммуникации. Важно то, что при формировании готового продукта все элементы модели равнозначны, то есть являются равноценными факторами коммуникационной стратегии.

МАИС, 2010



Благотворительные магазины

Медиа:

Социальные сети, Сайты, Оффлайн встречи, Сарафанное радио, Акции, Публикации в СМИ

Аудитория:

Любая

Идея:

Вкусно, весело, дешево

Сообщение:

«Покупай и помогай»

EETEN

Проекты будущего

Медиа:

Публикации в СМИ, Обращение и образ лидера, Сайт, Готовые отчёты

Аудитория:

Инвесторы, потенциальные потребители

Идея:

Помощь несчастным, попавшим в беду – второй шанс

Сообщение:

Слоганы, афиши, рестораны, музеи и т.д.

Микрофинансирование и краудфандинг

Медиа:

Сайт, Презентации, Партнёры и совместный пиар, Издания, Пресс-конференции

Аудитория:

Бедные семьи, малообеспеченные женщины

Идея:

Создать свой бизнес легко

Сообщение:

Твоё будущее в твоих руках

Divine
MILK CHOCOLATE
KUAPA KO
PAPA
2003

Справедливая торговля

Медиа:

Реклама, Сайт, Встречи, Книги, Классические рекламные инструменты с социальной идеей

Аудитория:

Любая

Идеи:

Включить страны третьего мира в экономическую цепочку

Сообщения:

За что ты платишь, а не сколько

PR-выводы:

- Совмещение пиара социального с коммерческим – плюс черпания из двух миров
- Всё строится на реальной идее
- Аудитория зависит от бизнес-целей, так как это предпринимательство, а не благотворительность
- Социальные сети активны в акциях, долгосрочные проекты никто не ведёт, но надо их активнее использовать
- Выходит на освещение в классических СМИ для привлечение внимания большего числа людей

Примеры для исследования:

- ***Благотворительные магазины:***
- «Спасибо!» (spasiboshop.org),
- «Лавка радостей» (www.wse-wmeste.ru/projects/charity_shop/),
- ***Проекты будущего:***
- Проект «Коломенская пастила» (www.kolomnapastila.ru),
- Программа «Фифтин» Джейми Оливера (www.fifteen.net),
- Проект «Школа фермеров» в Пермском крае (www.shkolafermerov.ru),
- Производство кед «Томс» (www.toms.com)
- ***Микрофинансирование и краудфандинговые платформы:***
- Банк «Граммин» (www.grameen-info.org),
- Проект «Кива» (www.kiva.org),
- Краудфайдинговые площадки «Русини» (www.rusini.org),
- «Кикстартер» (www.kickstarter.com),
- Деньги напрокат (www.money-rent.ru),
- ***Справедливая торговля:***
- Шоколад «Дивайн» (www.divinechocolate.com)

- В рамках исследования был проведёт анализ публикаций в СМИ, книг, выступлений на встречах и конференциях деятелей социального предпринимательства и экспертов по данной проблеме. Анализ включил в себя разбор основных инструментов, которыми пользуются социальные предприниматели в России: чаше всего это цифровые и новые медиа в связи с тем, что они доступны и достаточно дешевы.
- Работа была проведена, основываясь на литературе, изучающей теорию коммуникаций: работы Маршала Маклюена, Кена Доктора, Клея Ширки и т.д. Работы по связям с общественностью: Джека Траута и Эла Райса, Филиппа Котлера и т.д. Работы по изучению некоммерческого сектора: «Азбука благотворительности» и т.д. Большую часть источников составили электронные медиа: журнал «Филантроп», сайт Агентства социальной информации, сайт Лаборатории социальных инноваций Клаудвочер, сайт Фонда региональных социальных программ «Наше будущее», официальный сайт Банка «Грамин», официальный сайт профессора Мухаммада Юнуса, сайты мировых объединений социальных предпринимателей, сайт всемирного движения за справедливую торговлю, сайты социальных предприятий, рассматриваемых в исследовании: «Фифтин», «Школа фермеров», «Томс», «Музей пастилы в Коломне», «Русини» и т.д.

Библиография:

- Борнштейн Д. Как изменить мир: социальное предпринимательство и сила новых идей / пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер, 2012. – 499 с.
- Юнус М. Создавая мир без бедности: Социальный бизнес и будущее капитализма / пер. с англ. – М.: Альпина Паблишерс, 2010. – 307 с.
- Кляйн Н. NO LOGO. Люди против брэндов / пер. с англ. – М.: Издательство «Добрая книга», 2012. – 624 с.
- Котлер Ф., Ли Н. Маркетинг для государственных и общественных организаций. / пер. с англ. – СПб.: Питер, 2008. – 384 с.
- Ашока, всемирное объединение социальных предпринимателей // URL: www.ashoka.org
- Агентство социальной информации // URL: http://www.asi.org.ru
- Материалы Лаборатории социальных инноваций Cloudwatcher // URL: http://www.cloudwatcher.ru
- Центр поддержки социального предпринимательства в Великобритании // URL: http://www.cwcda.co.uk
- Сайт Лаборатории-сообщества Банка «Грамин» // URL: http://www.grameencreativelab.com
- Официальный сайт Банка «Грамин» // URL: http://www.grameen-info.org/
- Электронный журнал «Филантроп» // URL: http://philanthropy.ru
- Альянс социальных предпринимателей в Северной Америке // URL: www.se-alliance.org
- Центр социального предпринимательства и социальных инноваций при Национальном исследовательском университете «Высшая школа экономики» // URL: http://socentr.hse.ru
- Организация развития и поддержки социального предпринимательства Великобритании. // URL: http://www.socialenterprise.org.uk
- Фонд региональных социальных программ «Наше будущее» // URL: http://www.nb-fund.ru/