

# ПРОЕКТ «БОЛЬШЕ, ЧЕМ ПОКУПКА»

Новый инструмент  
поддержки и развития  
социального предпринимательства  
в России



# ПРЕДПОСЫЛКИ СОЗДАНИЯ ПРОЕКТА

С 2008 года Фонд отбирает лучшие практики социального предпринимательства по всей России

**143**

поддержанных  
социальных проекта



**127%**

выполнение плана  
по выручке



**48**

регионов России



**415**

млн рублей  
годовой оборот



**335,8**

млн рублей  
долгосрочное беспроцентное  
финансирование



**112%**

выполнение социальных  
показателей за весь период



**18**

проектов социальных  
предпринимателей вернули заем и  
продолжают свою деятельность



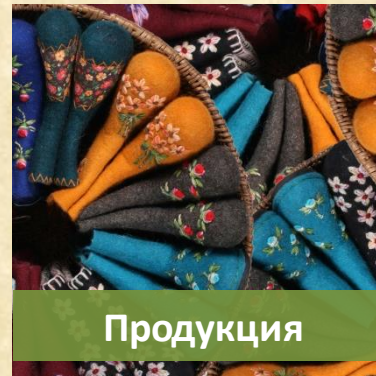
**25 000**

человек ежеквартально пользуется  
услугами поддержанных  
социальных предпринимателей



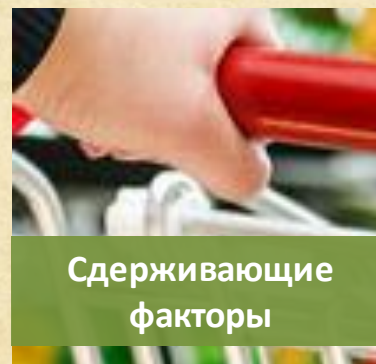
# ОСОБЕННОСТИ ПРОИЗВОДСТВА

**33 ПОДДЕРЖАННЫХ ПРОЕКТА**  
производят продукцию,  
трудоустраивая инвалидов,  
многодетных и одиноких мам,  
пенсионеров и представителей  
иных незащищенных групп  
населения



Большая часть продукции социальных предпринимателей представляет собой стандартизированную продукцию, конкурирующую с крупными российскими и иностранными производителями: сельскохозяйственная продукция, сувениры и подарки, продукция повседневного спроса, трикотаж, игрушки

Среднегодовая выручка  
производственного  
предприятия –  
12,5 млн руб.



У них нет возможностей для самостоятельного выхода в розничные сети, требующие миллионные выплаты за размещение на полках своих магазинов, отсрочку платежей в 90 дней и «бонусов» с продаж.

# ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА



Партнерский проект



по организации продаж товаров  
социальных предпринимателей  
на АЗС Лукойл в России

Организаторы проекта



Проект является беспрецедентным примером взаимовыгодного партнерства  
крупного и малого бизнеса

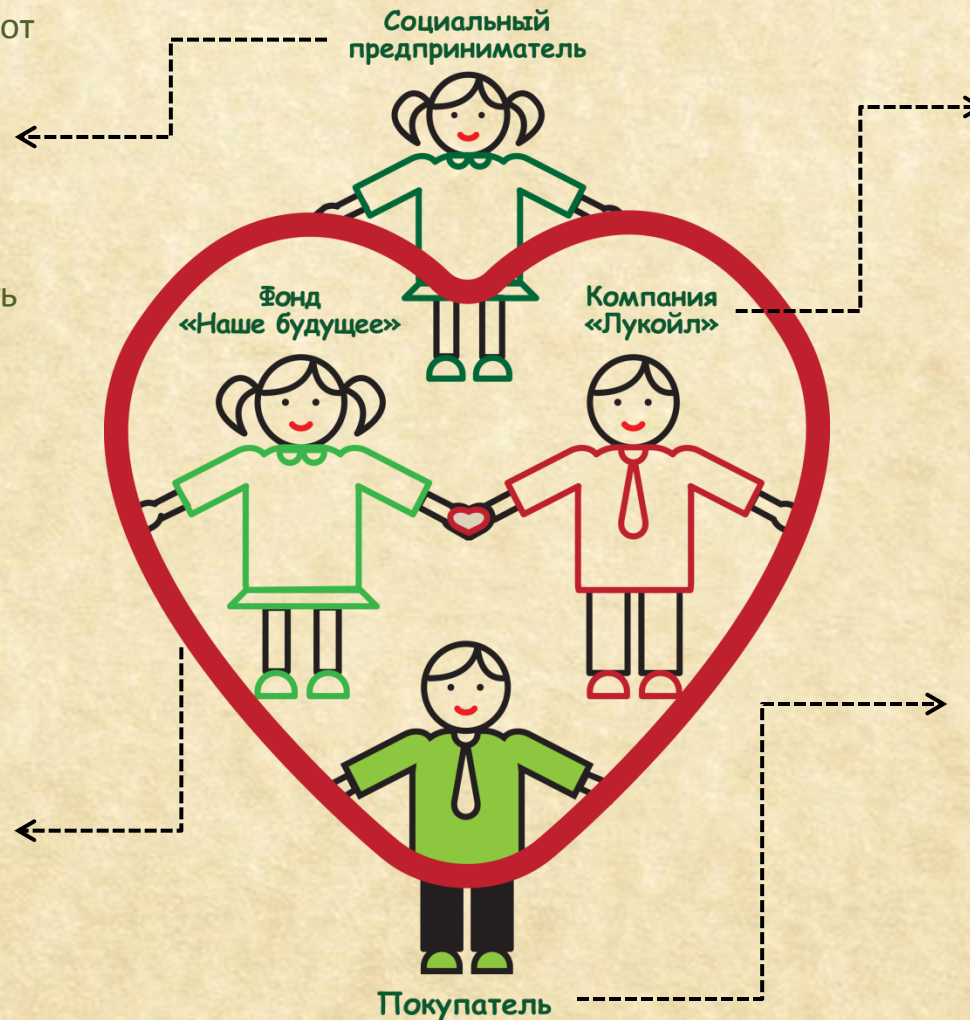
# ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА



**Цель проекта** — дать предприятиям социального бизнеса доступ к широким каналам сбыта, предоставить им возможность реализовывать свою продукцию через сеть АЗС «ЛУКОЙЛ». Приобретая продукцию социальных предпринимателей, покупатели помогают развитию малого бизнеса, в работе которого задействованы артели народных промыслов, люди с ограниченными физическими возможностями, многодетные родители, матери-одиночки.

# ВЗАИМОВЫГОДНОЕ ПАРТНЕРСТВО

получил новый канал сбыта и дополнительную прибыль от реализации своих товаров. Прибыль позволяет социальному предпринимателю быть самокупаемым, давать работу людям, производить качественные продукты с социальной составляющей



на своих АЗС предоставляет возможность социальным предпринимателям продавать свою продукцию на льготных условиях как национальная компания с высоким уровнем корпоративной социальной ответственности

разработал и внедрил систему партнерских взаимоотношений крупного и малого бизнеса, создав новый инструмент поддержки социального предпринимательства в РФ – **Торговый дом «Больше, чем покупка!»**

приобретая товар под маркой «Больше, чем покупка», покупает качественный товар и помогает социальным предпринимателям вносить позитивные социальные изменения в общество

# ОСНОВНЫЕ РЕГИОНЫ

продаж товаров социальных предпринимателей на АЗС «Лукойл»



44

точки продаж

8

регионов

# ПРОЕКТЫ-УЧАСТНИКИ

## 4 ПРОЕКТА ОБЕСПЕЧИВАЮТ:

> 200 наименований продукции

> 80 рабочих мест

### Мастерская «Весёлый войлок»

г. Рыбинск,  
Ярославская область  
[www.vvoilok.ru](http://www.vvoilok.ru)

Мастерская «Весёлый войлок» — авторские сувениры, забавные зверушки, красивые игрушки, которые сделаны руками многодетных матерей, работающих в мастерских под чутким руководством художников Тавла Гаврилова и Лии Виснапу.

### «Наивно? Очень!»

г. Москва  
[www.naivno.com](http://www.naivno.com)

Наивное искусство — это реальность людей, имеющих особенности ментального развития и прошедших обучение в профессиональном училище. Проект актрисы Нелли Уваровой, которая создала и развивает мастерские для дальнейшей работы и творчества этих особых людей.



### «Помогать легко!»

г. Санкт-Петербург  
[flyani.ru](http://flyani.ru)

«Помогать легко!» — проект фонда AdVita в формате «легкой благотворительности». С каждого товара 30 % от вырученных денег идет на лечение онкобольных детей и взрослых. «Летающие звери» — первый российский социальный бренд, созданный талантливыми мультипликаторами на основе детских рисунков.

### Мастерская Черниковых

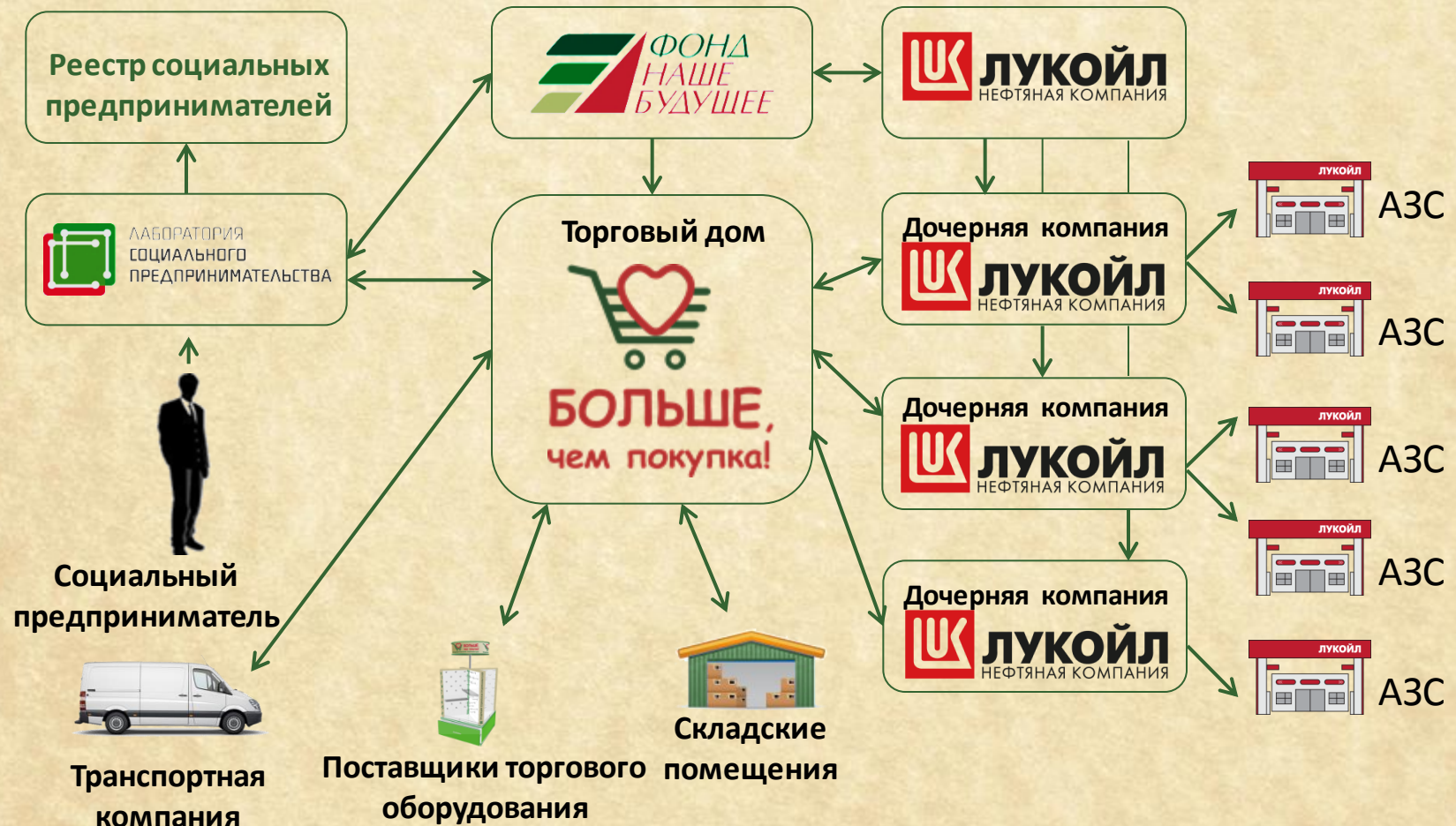
г. Москва  
[ruvalenki.ru](http://ruvalenki.ru)

Мастерская Черниковых возрождает культурные традиции и возвращает их в жизнь современников. Валенки разнообразны по цвету и декору, не поддаются деформации даже при стирке, могут иметь ортопедическую подошву, полный размерный ряд от детских до мужских.



# СХЕМА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Торговый дом «Больше, чем покупка» – единая структура, единый центр деятельности по планированию производства, поставок, расчетов, контроля качества, информационной и консультационной поддержки продаж предприятий СП



# СПРОС

**3 500**

Запросов от посетителей АЗС «ЛУКОЙЛ» о социальной значимости продукции

**2 000**

Потребителей, желающих видеть на полках АЗС более широкий ассортимент продукции



**1 000**

клиентов, ожидающих появления продукции социальных предпринимателей на других автозаправочных станциях «ЛУКОЙЛ»

**100**

постоянные клиенты

# ЧТО ДАЕТ КРУПНОМУ БИЗНЕСУ УЧАСТИЕ В ПРОЕКТЕ?



Эффективная альтернатива классической благотворительности и осознанный выбор в пользу социального предпринимательства, новый формат КСО - возможности большого бизнеса – малому через установление взаимовыгодных условий партнерства



Беспрецедентный и перспективный формат партнерства микро-, малого, среднего и крупного бизнеса



Добросовестность партнерства. Торговый дом и Лукойл – гаранты исполнения обязательств



Расширение сети поставщиков путем реализации качественной продукции, имеющей добавочную социальную ценность

# ЧТО ДАЕТ СОЦИАЛЬНОМУ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЮ УЧАСТИЕ И ПОБЕДА В КОНКУРСЕ?



Единый центр управления поставками и продажами продукции



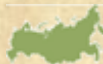
Снижение затрат производителя на транспортные расходы и складские помещения



Единая торговая марка, позволяющая создать добавочную стоимость за социальную составляющую товара



Использование ресурсов по комплексной информационной поддержке. Привлечение внимания и повышение лояльности к товарам со стороны организаций Партнеров, лояльных СМИ, представителей органов гос. власти, новые партнерские возможности



Расширение географии продаж



Снижение затрат на брендинг и позиционирование товара в своей категории, с целью повышения лояльности покупателей и увеличение объемов продаж.

Торговый дом берет на себя расходы по визуальному оформлению мест продаж и информированию потребителя

---

**Торговый дом «Больше, чем покупка» - это надежный дистрибутор товаров социальных предпринимателей, помогающий значительно сэкономить на сбыте и увеличить продажи**

---



**БОЛЬШЕ,**  
чем покупка!

**Спасибо за внимание!**