



Три миллиона рублей на ниве социального предпринимательства: опыт благотворительного магазина «Спасибо!»

Анна Аверина

<https://te-st.org/2014/09/17/thank-you-shop/>

Статья обновлена 01 июня 2023



Несколько лет назад в Петербурге появился первый в России благотворительный магазин «Спасибо!». Создатели организовали прием старых вещей, 90% из которых раздаются нуждающимся, а 10% продаются в магазинах. Полученная прибыль перечисляется в благотворительные организации. За несколько лет проект окреп, обзавелся уже тремя магазинами секонд-хенд, и недавно владельцы подсчитали, что «Спасибо!» с 2010 года перечислил в различные фонды 3 миллиона рублей. Юлия Титова, создатель «Спасибо!», делится опытом успешного социального предпринимательства.

— По прошествии нескольких лет можно сказать, что проект «Спасибо!» получился успешным. Можно ли повторить этот опыт в других регионах?

– У каждого благотворительного магазина своя судьба. Конечно, это зависит и от региона. Где-то не любят одежду секонд-хенд вообще, разная специфика в каждом месте. И еще, многое зависит от человека, который открывает магазин, – готов ли он к этому. Ведь это и не бизнес, и

не благотворительность в чистом виде. Нужно заниматься и пиаром, и маркетингом, и много чем еще. Не каждый может эту штуку тащить на себе. Деньги могут прийти совсем не скоро.

— На что стоит обратить внимание? Есть ли готовый рецепт?

– Всем ребятам, которые собираются открыть магазин, я говорю, что нужно провести маркетинговое исследование: Интернет, разговоры, чтение. Выяснить, есть ли в их регионе секонд-хенды, насколько они популярны, как люди к ним относятся. Как это выяснить? Просто говоришь с владельцем, устраиваешься на работу, читаешь, изучаешь статьи, разговариваешь со своими друзьями – кто ходит, кто не ходит, кто что о них думает. И в результате ты понимаешь, стоит ли этим заниматься, или не стоит, на что должен быть похож проект. Сложно сказать, должен ли это быть большой город. В Лондоне, например, 900 благотворительных магазинов. Его размер нечто среднее между Петербургом и Москвой. Это говорит о том, что в Петербурге их может быть 600, а сейчас только четыре. Город должен обладать каким-то процентом лояльных к таким вещам людей.

— Какой регион можно привести в пример?

– Хорошо идут дела в Волгограде. У них сейчас три благотворительных магазина. Но нужно понимать, что под названием «благотворительный магазин» могут скрываться абсолютно разные вещи. У нас есть своя схема: 90% отдаем бесплатно, 10% продаем, но это наша схема, и совсем не обязательно все остальные должны делать так же. Пока это нечто новое и общего рецепта нет.

— Были мысли о франшизе?

– Нет, мы очень дорожим своим именем. Когда ты имеешь дело с благотворительностью, имя имеет огромное значение, риски очень высоки. К тому же не совсем этично было бы продавать франшизу, поэтому мы выбрали другой путь – мы учим. Начальные образовательные материалы, чтобы понять, что это такое, бесплатны. Те, кто уже мотивирован, могут прослушать платный курс, который стоит совсем не дорого. Из него можно получить всю информацию о том, как сделать благотворительный магазин. В нем наш опыт четырех лет работы. Однако несколько нечестных людей украли наше имя и назвали «Спасибо».



Юлия Титова. Благотворительный магазин «Спасибо». Фото предоставлено героем интервью.

— За эти четыре года многое изменилось в сравнении с первоначальной задумкой?

– Я сразу видела проект как организацию, у которой есть две цели. Первая – зарабатывание денег на благотворительность без спонсорства. А вторая – переработка вещей. В Европе переработкой называется не только физический процесс, но и любое их использование. Вещи, которые принимаем мы, могли бы лежать на помойке. Что-то раздается бесплатно людям через разные организации, что-то продается в магазине, но все это приносит пользу. Уже после первого года работы пришло понимание, что это должна быть не какая-то волонтерская организация. Приходилось делать довольно сложные вещи, и это должны делать не волонтеры, а люди, которые несут за это ответственность. После первого года, когда мы все были волонтерами, кроме продавца, который работал по 6 дней в неделю, мы поняли, что нужно либо все менять и делать по модели бизнеса, либо все закрывать. И я стала увлекаться бизнесом. Мы стали меняться. Волонтеров убрали вообще, организация стала более системной. Сейчас мы идем по пути бизнеса, а социальная составляющая по-прежнему заключается в перечислении денег и раздаче вещей. Мы просто очень четко разделяем социальную часть и бизнес. Если у тебя есть деньги, ты можешь делать все что угодно, поэтому у меня есть цель постоянно увеличивать оборот, и в результате больше денег использовать на благотворительность.

— Появлялись мысли попробовать новый проект в рамках социального предпринимательства?

– Сейчас мы пытаемся наладить собственное производство по переработке ветоши для изготовления наполнителей для матрасов и различных уплотнителей, потому что достаточно большой объем вещей никуда не годится. Сегодня мы сдаем их на сторонние производства, но объемы все больше и больше. Оборудование для этих целей очень дорогое, нужны большие площади, требуются лицензии. Открытие производства по переработке вещей – это желание замкнуть цикл организации.

— Есть куда развиваться социальному предпринимательству в России?

– Сейчас организаций совсем немного, еще много чего можно придумать и сделать. В Сан-Франциско есть такой ресторан, где работают бывшие заключенные, которые не могут найти работу. И этот ресторан перечисляет деньги в организацию помощи заключенным. Есть еще в штате Колорадо пиццерия, где работают бывшие наркоманы и алкоголики, которые проходят курс реабилитации. Правда, это специфическое место, потому что у этих людей на лицах отразилось то, что с ними было. Вариантов развития очень много, есть куда расти.

Сайт: магазин «Спасибо!».