

Приложение 4

Конспекты экспертных сессий

В рамках проекта «Социальное предпринимательство в России» были организованы и проведены две экспертные сессии. Экспертная сессия №1 проводилась в очном режиме в помещении ВЦИОМ (модератор – Нестик Т.А.)¹, экспертная сессия №2 проведена в онлайн-режиме на платформе zoom (модератор – Лаврентьева А.В.).

Экспертная сессия 1. Основные комментарии

Вступление к встрече - обсуждение образов социального предпринимательства по аналогии с предложенными картинками (выбраны «Бурлаки на Волге» И. Е. Репина и «Витязь на распутье» В. М. Васнецова).

Эксперт №1: Работаю в центре «мой бизнес» и мы поддерживаем бизнес. И СМИ сейчас поняли, что деньги есть, и сами добровольно не публикуют. А денег всё меньше и меньше. Кто-то публикует про СП и центры, кто-то нет. Здесь у каждого региона есть своя фишечка.

Эксперт №2: СП-сочетание бизнеса и благотворительности. Здесь мы видим благотворителей, а здесь бизнесменов. Чем отличается бизнес: он строит систему, а баржа и есть тот социальный эффект. Верёвки-те меры поддержки, которые оказывают ЦИССы.

Эксперт №1: Я вижу здесь социальных предпринимателей, которые тянут тяжести, которые на себя взвалили, где-то добровольно, где-то нет. Тяжелая довольно картина. В регионах всё идёт тяжело, без особого задора, пинками. Лидеры ведут за собой остальных, сплачивая, и вместе они становятся сильнее. А так тяжело всем. Мы раскрываем им глаза на социальную миссию.

Эксперт №3: они поняли сейчас, как это тяжело, и, не поднимая головы, работают, чтобы свести концы с концами.

Эксперт №4: я считаю, что будущее, ближайшие 2-3 года будут называться «выходом из пандемии» после 2020 года.

Эксперт №5: в 2017 тема была нова, поэтому было больше публикаций. А сейчас всем, кто поддерживает СП необходимо делать регулярные вбросы. Всё, что связано с измерением социального эффекта-это прямая задача экспертов.

Основная часть. Первое задание задание-оценить предложенные сценарии развития социального предпринимательства или проблемные точки. Далее представлены зафиксированные ответы участников и дополнительно даны развёрнутые комментарии участников по отдельным подпунктам.

¹ Авторы исследования выражают глубокую благодарность д.псих.н. Т.А.Нестик и руководству ВЦИОМ за сотрудничество и помощь в работе.

Рисунок 1.

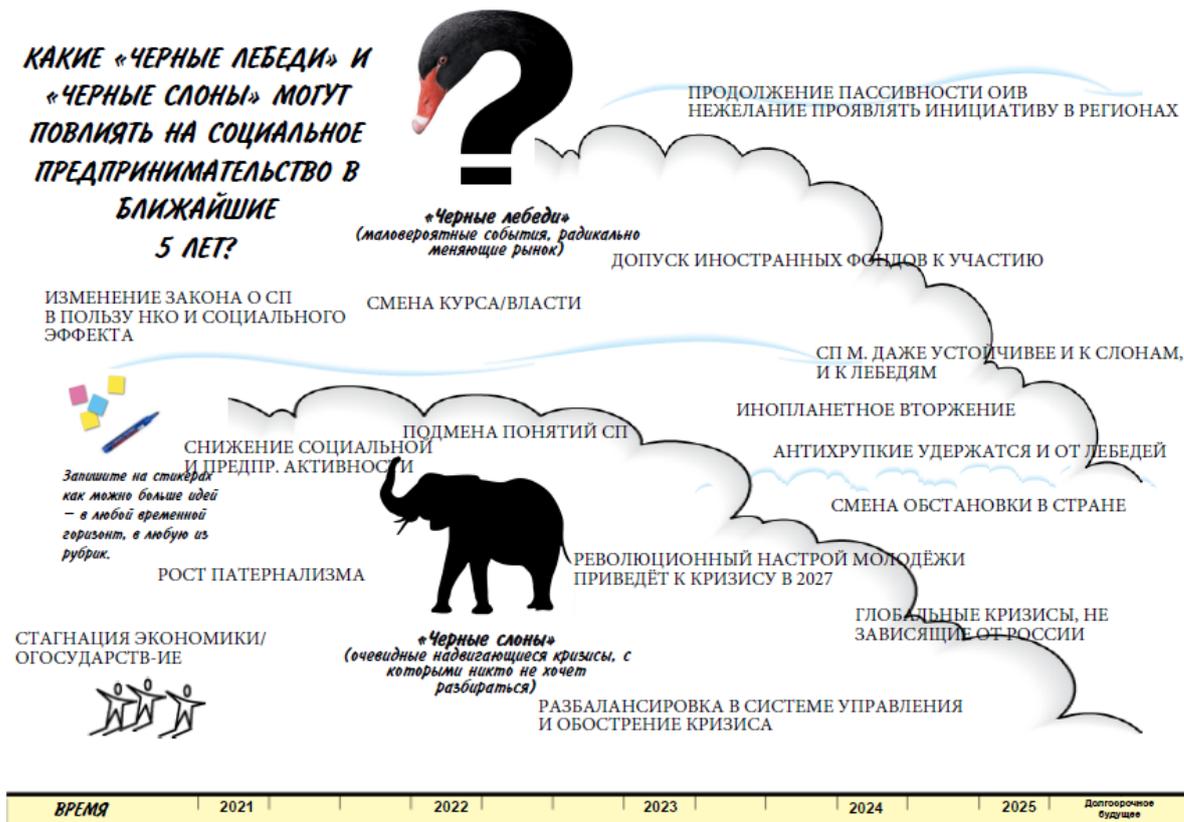


Рисунок 2.

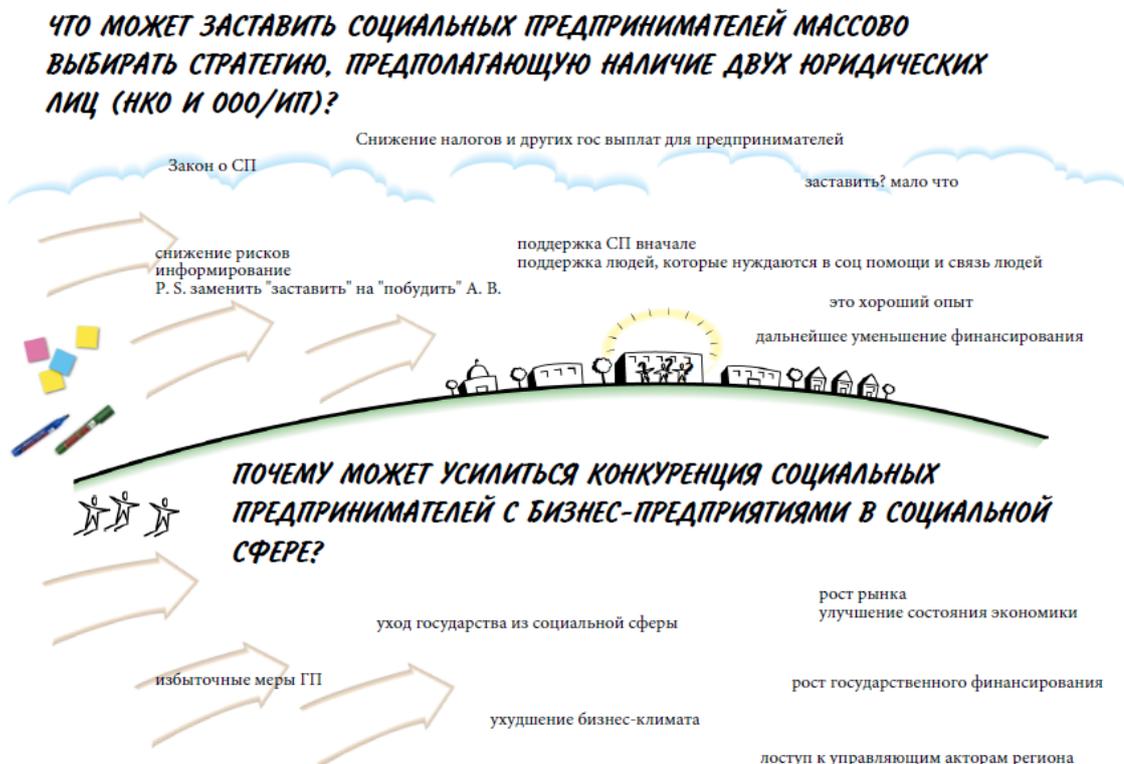
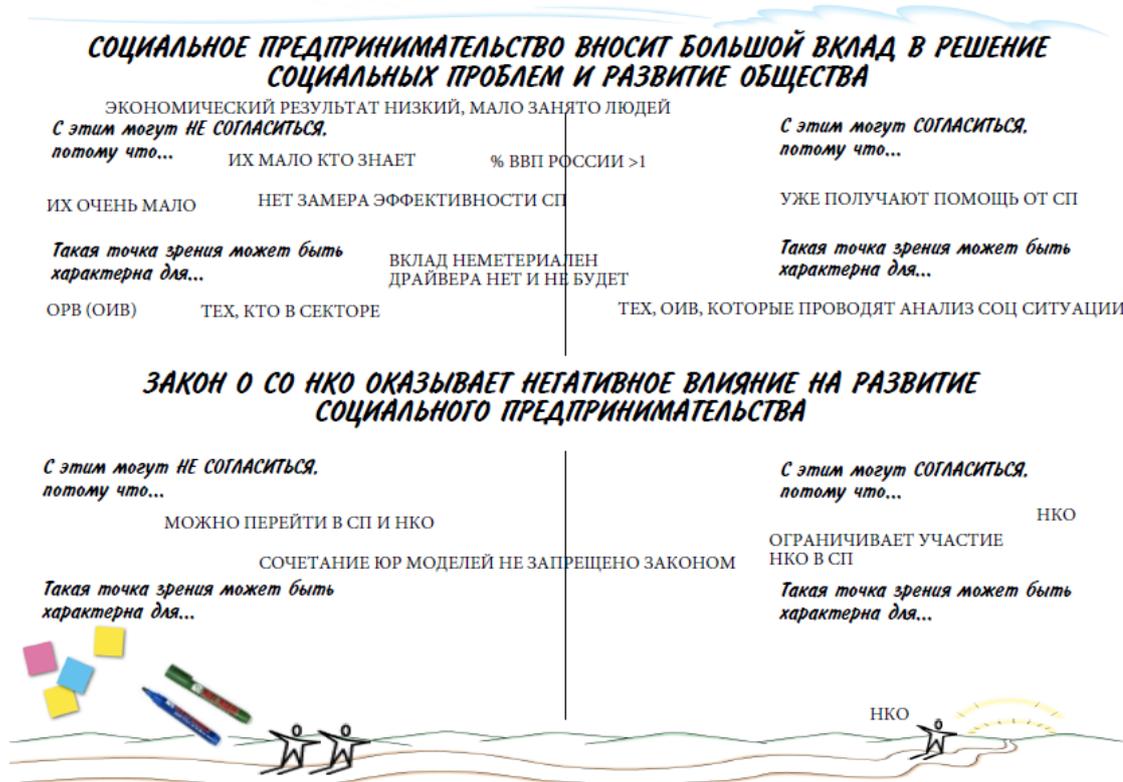


Рисунок 3



Рисунок 4



Нужны какие-то универсальные технологии для измерения социального эффекта, чтобы сделать всё понятным для органов исполнительной власти на местах.

Эксперт №6: они не умеют

Эксперт №7: есть у нас методики оценки эффективности, и что?

Эксперт №1: ну органам власти нужно понять, эффективны ли с.п., нужно или не нужно их поддерживать

Эксперт №8: кто-то сомневается во вкладе с.п., потому что его нет, а кто-то сомневается, потому что он не измерен.

Рисунок 5

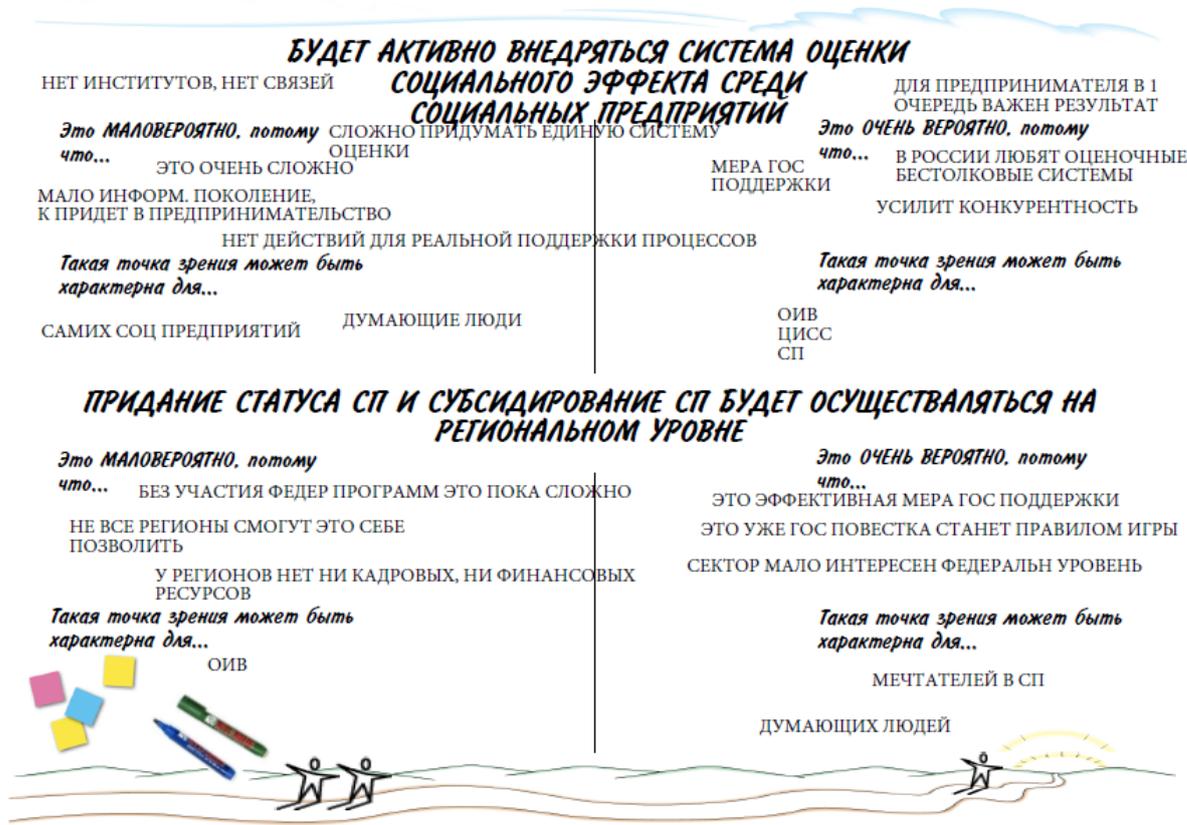


Рисунок 6



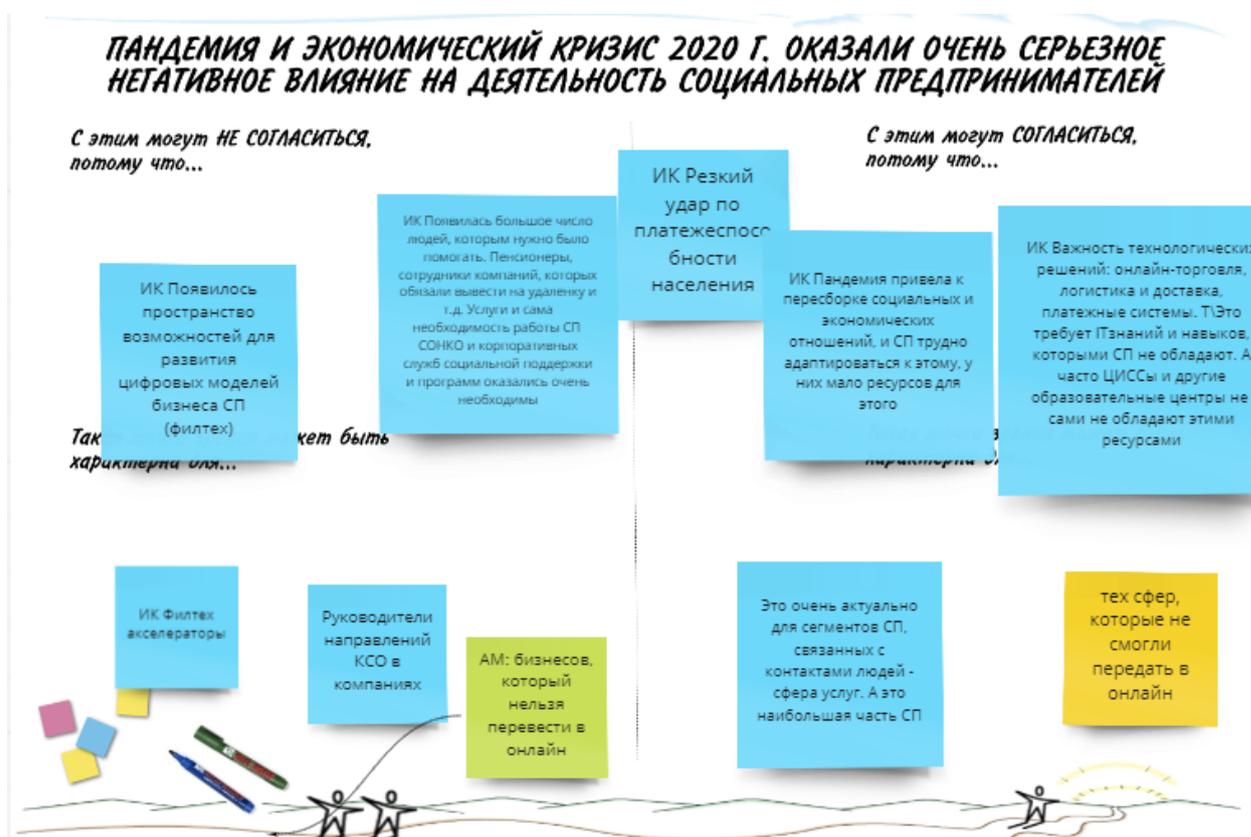
Эксперт №1: Создание платформы как «госуслуги» - очень долго, сколько «госуслуги» выпускались и улучшались? Будут постоянные затыки. Невозможно будет нормально модерировать эту платформу, всё очень быстро меняется.

Эксперт №2: специалисты сектора НКО не сильно разбираются в особенностях МСП, специалисты МСП не сильно разбираются в проблемах НКО. Хотя, казалось бы, ведение НКО дополнительно для получения грантов-не сильно затратная история. Вот чуть-чуть их подружить между собой и может получиться полезно.

Эксперт №6: мы: я и Эксперт №4 обсуждали термин, объясняющий вхождение бизнеса в социальную сферу. Это «травоядные крокодилы»

Эксперт №9: готова ответить результатами международных исследований, что предприниматели не зависят от клиентов, от клиентского спроса. Ты либо предприниматель, либо нет. Мы можем предположить, что самих потребителей можно из стейкхолдеров убрать. Развитие предпринимательства, духа предпринимательства не зависят от наличия спроса на рынке.

Рисунок 7



Эксперт №4: Основное влияние, которое принесла пандемия-ограничение передвижений. Целевая аудитория как правило у с.п. была разорвана с самим с.п., поэтому пришлось изворачиваться. Это негативный вариант, но зато это стало драйвером для дополнительного креатива. Ограничение на количество участников на региональном уровне привело к купированию креативного обмена. Только интернет, западня.

Другая тенденция-новые вызовы, в т ч в сфере IT, и это сознательное техническое обновление. У с.п. появилась новая возможность выявления потребностей целевых

аудиторий. Возможно, мы можем говорить о повышении чуткости? Также эти изменения привели к организационно-техническому развитию.

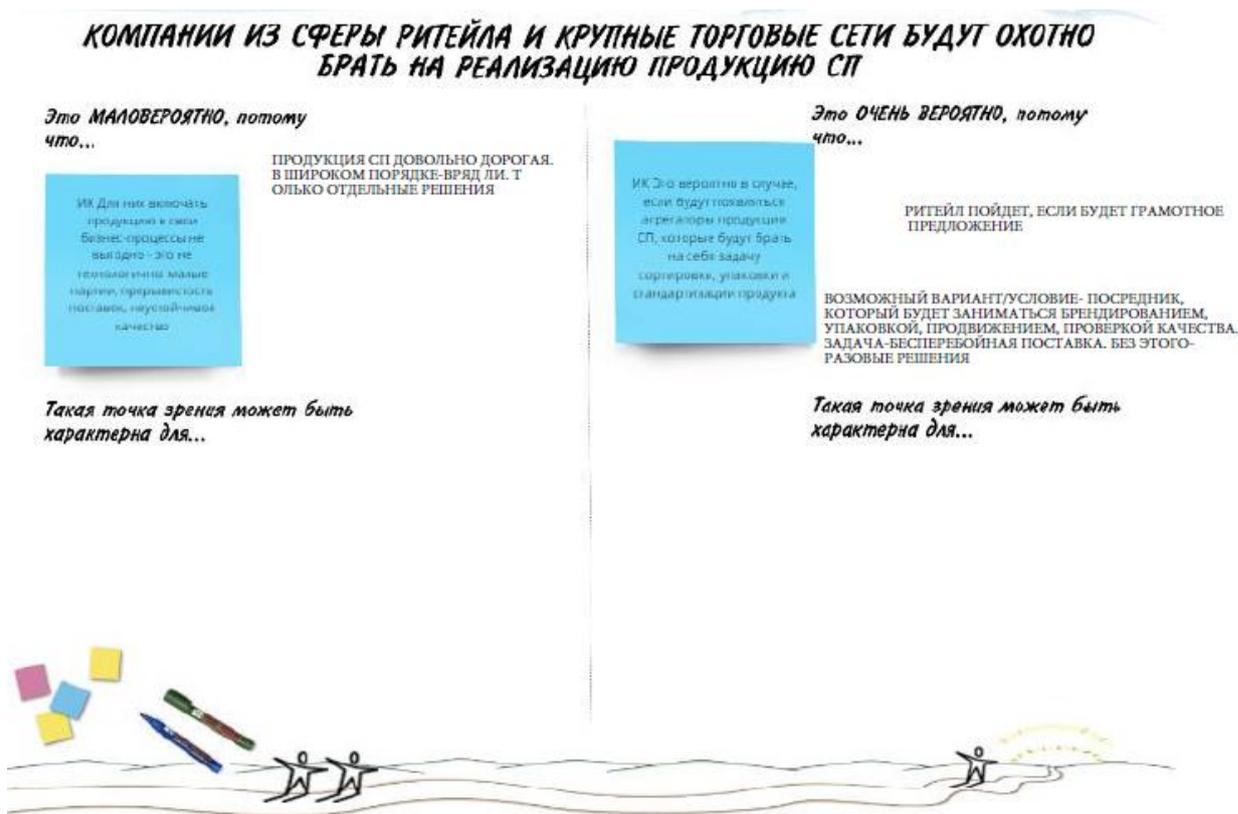
Пандемия нанесла урон, с этим согласны те, кто предоставляет услуги людям в формате личного общения.

Эксперт №10 Целевые группы бывают такими, для которых оказание услуг - тактильное/очное. Но массаж переходил в формат онлайн за счёт обучения семей Туризм пострадал, оказание непосредственных услуг переходит в формат обучения других. Это консалтинг, а не реальная работа. Навыки и экспертиза привлекаются иначе, в таком виде работала компания Либерти в Санкт-Петербурге, которая организовала экскурсии для людей с ОВЗ, а затем стала учить этому других.

Рисунок 8



Рисунок 9



Эксперт №2: Не надо продвигать СП как бизнес больных и убогих. Это крутой бизнес, но он должен быть качественным. Есть поддержка от ЦИССов и других организаций, где можно получить помощь по упаковке. Почему туда не могут с.п. обратиться наравне с другими субъектами МСП? Могут. Почему тогда не обращаются? Чаще они не готовы брать на себя обязательства по производству большого количества продукции. Вывод-не работать с одиночками, с кустарями. Выход-гильдии, но это тоже неустойчивая форма. Сложно договариваться на что-то конкретное.

Эксперт №10: Пример организации локального маркет-плейса- Кайкино маркет-плейс.

Эксперт №11: Возможное решение проблемы работы сп и ритейла-распространение франшиз. С.п. уже наловчились переходить в маркетплейс. Но с.п. не обладают знаниевыми ресурсами разработчика, а ЦИССы и вузы не обладают ресурсами для быстрого подтягивания таких ресурсов и создания образовательных программ. Надежда-на отдельные акселераторы цифрового характера. Развитие филтех стартапов, которыми занимался Рыбаков Фонд, но затем отказался.

Эксперт №10: в ВШЭ есть акселератор цифровизации, но такие программы нужны в каждом регионе. У СП нет ресурсов на полную упаковку продукта, возможно логичнее запрашивать услуги у сторонних субъектов-профессионалов.

Во второй части экспертной сессии участники обсуждали 3 точки разделения сценариев развития социального предпринимательства и возможные последствия различных вариантов развития событий.

1я «развилка»: роль государства и возможности его ухода из социальной сферы

Рисунок 10



Эксперт №2: Почему государство сокращает присутствие? Это в целом риторический вопрос, но раз условия уже заданы, давайте рассуждать при таком раскладе.

Сокращаются расходы государства в социальной сфере. Но в перспективе 10 лет государство проигрывает. Жители проиграют и потеряют стабильность. Мы не можем рассмотреть все классы в одном стикере. Если мы говорим про бизнес, то появляется конкуренция, вырастает качество продукта. Мы понимаем, что кто-то делает лучше, кто-то хуже. Но не все смогут оплачивать. Сейчас часть услуг уже заложены в человеке. Если тебе плохо, то тебе какого-то плохенького больничного клоуна, но дали, и это лучше, чем веселого фельдшера, но за деньги. В сценарии, если часть услуг уйдет бизнесу, выиграет средний класс, проиграет низший. Когда-то я открывал магазины «Пятерочка»: демпинговались цены, маленькие магазинчики закрывались, цены поднимались, и всё хорошо. Здесь такая же картина: если гос-во отдаст хотя бы одну из отраслей, туда очень быстро зайдет крупный бизнес и займет всю нишу. Они четко знают, как это делать, и они это сделают. Вроде бы краткосрочно СП выигрывает, но долгосрочно проигрывает. И будет подмена понятий социального предпринимательства. Выиграет больше средний класс, который принимает решения, и здесь в Москве. Люди в Москве и люди в остальных регионах — это вообще 2 разных мира. И чем больше разрыв, тем больше революционность ситуации, и когда он будет наибольшим, будет всплеск социального недовольства. Перед СП открываются такие возможности как новые рынки.

По поводу НКО: мы видим, что услуги, которые предоставляют бизнес и некоммерческие организации различаются по качеству. И различаются в пользу бизнеса, поскольку в модели, где голосуют рублем и есть конкуренция есть стимул

делать лучше, чем там, где дотации. Я не хочу обижать некоммерческие организации и сам я имею НКО, но в основном крутые услуги и продукты-это бизнес. Крутые услуги у НКО тоже есть, но их гораздо меньше. Если государство сокращает своё присутствие и передаёт НКО, выигрывает население. У нас есть механизмы финансового возмещения. Пусть это очень немного, но здесь не будет такого скачка как в ситуации с бизнесом, который хорошо считает деньги и высчитывает маржу от конечного потребителя. Выигрывают НКО, они будут довольны. Проиграет население в качестве услуг. Теряется узнаваемость, если иметь несколько лиц: НКО и социальное предприятие, дополнительные затраты на бухгалтера.

Из 2х путей я бы выбрал путь с НКО. Если пускать в этот сектор крупный бизнес, это ещё по одной яхте миллиардерам? Зачем им это. Но в целом я за 3й путь, где государство не уходит из социального сектора.

Вопрос только: если государство передаёт всё НКО и само его спонсирует, какой смысл в передаче?

Эксперт №8: Нет, государство передаёт только нишу, а спонсируют НКО не только государство, но и другие стейкхолдеры, такие как фонды.

Эксперт №7: во всём мире государство выбирает качественных провайдеров и не уходит из социальной сферы.

Эксперт №11: Перераспределение бюджетов из центра в регионах: будет ли происходить? Больше возможностей у местного самоуправления в таком случае

Эксперт №4: в США на федеральном уровне и на уровне разных штатов есть разные ниши, в которых доминирует бизнес, где доминирует государство, и где-некоммерческий сектор. Говорить о передаче кому-то чего не стоит, это скорее доминирование. Если только деньги польются в нишу, а соответствующих компетенций не будет, то какой смысл в передаче? Для России актуально определить эти ниши, где работают социальные предприятия

Одна ниша, где выиграл частный бизнес-стоматологические услуги. Ещё фармацевтика: отдали перекупщикам, государство погасило свои мощности.

Проиграют: население, ГУПы и МУПы (такие как поликлиники и больницы уже пострадали по всей стране). Через поправки в конституцию можно изменить отношения между субъектами.

Говорить о государстве в целом бессмысленно на фоне многосубъектности и конкурентности.

Эксперт №11: нужны регламенты и правила, какие услуги могут предоставлять социальные предприниматели. Но после опыта с госреформами «бросать» в никуда социальные услуги государство не будет, нужно растить преемников.

Эксперт №4: Строительство учреждений для лечения от ковида-возвращение государства в социальную сферу. То же в фармацевтике и лицензировании.

Эксперт №11: Более грамотно было бы говорить об оптимизации деятельности и передачи некоторых задач некоммерческим организациям от государства. Также есть риск использования предприятий, подведомственных государству для вытеснения социальных предпринимателей от доступа к бюджету. Это общий риск.

Эксперт №11: мы пришли к согласию, что стратегически не выигрывает никто. Но если передача государством обязательств будет происходить, необходимо построение новых механизмов, создание новых правил игры и т. д. и скорее всего это будет связано с перераспределением федеральных бюджетов. При этом есть риск

оттеснения отдельных организаций от бюджетов. Оттеснение - это когда отдельные экономические ниши оказываются плотно занятыми конкретными организациями. Оттеснение могут производить как бизнес-организации, так и созданные муниципальными властями НКО.

2я «развилка»: изменение закона о СП с появлением возможности для НКО быть СП

Рисунок 11



Эксперт №9: Текущая ситуация: не очень здоровая ситуация конфронтации. НКО поддерживает государство. Выигрывают те, кто нашёл нишу, вписался и естественным образом получает финансы. Проигрывают НКО, оказывающие услуги и конечные получатели услуг, поскольку нет естественных механизмов регуляции цен, появление монополий и т.д. Могут быть трансформации, не справившиеся НКО превращаются в СП и наоборот. Есть риски для СП, если закон продолжает существовать в том же виде - неустойчивость и отсутствие взрывного роста. Всё тихонько.

Если закон изменяется, подключается НКО. Всё равно эти границы кажутся искусственно созданными, но они расширяются. Так выигрывают НКО, у них появляются новые финансовые инструменты и рынки. Рынок становится разнообразнее по количеству и качеству услуг. В целом потребитель выигрывает. Оттачиваются бизнес-модели, идёт поиск новых продуктов, есть возможности расширить диапазон цен на услуги. Проигрывают монополисты. Конкурентные риски понятны для всех. В конкуренции на рынке проигрывают слабые.

Фонд Цукерберга интересно подходит: выделяется социальная проблема и ищутся средства для её решения. Сингапур по этой схеме работает. Тогда мы подходим к социальным эффектам, а не искусственному вопросу «а кому дать денег?»

Эксперт №8: Можно ли законодательно оформить сложность социального предпринимательства?

Эксперт №9: Да, можно, есть такие прецеденты.

Зя развилка: допуск иностранных агентов.

Рисунок 12



Эксперт №7:

Слияние с властью.

Риски-потеря факторов развития.

Для НКО есть запрет на поддержку от иностранцев. Для ООО-это нормально.

Если шлагбаум поднимут, выиграют все. Это технологии и ресурсы.

Проиграют владельцы доступа к ресурсам. Возможность выхода на новые рынки.

Риски-никто не готов; увеличение конкуренции; непонятно, как выбирать, кого надо поддерживать (есть риск поддержки «картинки», а не реально работающих прототипов).

Экспертная сессия 2. Основные комментарии

Вопрос 1: Что предлагают социальные предприниматели – услуги или социальный эффект, изменения? Ответ предполагает принципиально разные бизнес-модели и разное будущее.

Эксперт №12: я не считаю, что это альтернатива. это услуги, которые ведут к социальным переменам и воздействиям.

Эксперт №13: согласна с предыдущим мнением. делить нельзя. они производят услуги или продукцию, которые ведут к социальным изменениям. или не работает

СП изначально предполагает деятельность по решению каких-л социальных проблем, или снижение уровня проблемы. безусловно услуги, продукция, работы в любом случае приводят к социальным изменениям.

Эксперт №11: но это две разные логики: если мы говорим про социальное воздействие, необходимо оценивать социальный эффект. способны ли с.п. для себя её сформулировать, готовы этим заниматься? это в определённой степени конкурирующие направления развития.

Эксперт №14: пока с.п. не готовы создавать теории изменения, измерять эффекты, но это не значит, что они не выполняют работу и не создают социальные эффекты. я не вижу противоречия между предоставлением товаров и услуг для достижения воздействия и оказанием социального воздействия

Эксперт №13: сп изначально ориентированы на социальную миссию. а если ориентированы, будут производить социальные изменения. а изменения измеряются на основе производства товаров и работ. поэтому безусловно они могут не думать о том, чтобы измерять социальное воздействие. а что касается измерения социального воздействия, скорее они об этом не задумываются, они его осуществляют и всё. а чтобы измерять его, исходя из общения с сп... они как бы не ориентированы на измерение. Главное, чтобы это было.

Эксперт №12: каждый должен заниматься своим делом. если мы говорим про реального предпринимателя, то у него в этой жизни происходит много чего, чтобы ещё думать про оценку социального эффекта и теории изменения. тем, кому это интересно, и кто хочет этим изменяться, есть опять же профессиональное сообщество, можно посмотреть и почитать - велкам. Есть уникальные люди среди сп, которые интересуются и занимаются этим, но это, безусловно, не является среди них трендом.

Эксперт №15: Амбиции социальных предпринимателей в месте масштабирования очень разные: если он устраивает 5 людей с инвалидностью на работу и получает статус с.п.-это одна история, и он не задумывается о теории изменений. Но если есть желание масштабировать свой бизнес, или социальный эффект, или и то, и другое, то там без этого понимания не обойтись. Вы все знаете организацию Everland, которая планирует войти в программу СИБов на большие деньги. У них гибридная модель: НКО и бизнес. И чтобы масштабировать бизнес, нужна модель и знания для инвестиции. такой же пример из программы “Навстречу бизнес-инвестициям”. Есть детский садик для особенных детей, которым не поможет больше никто. И у руководителя появляется понимание, что есть возможность тиражировать эту практику и открыть 5 таких детских садиков. И, если она не докажет эффективность воздействия, что эти дети идут не в спец школу, это экономит деньги государству, ничего не получится. Социальный предприниматель социальному предпринимателю рознь и демаркационная линия-по амбициям и желанию масштабироваться и тиражировать практику. И среди с.п. есть много людей умных и способных эту теорию изменений выстроить, кто-то сам, кому-то надо помочь.

Эксперт №16: помимо того, что было сказано, многое зависит и от внешних условий. если с.п. приходит в сферу импакт-инвестиций, ему необходимо измерять и далее мониторить социальный эффект.

По поводу самого вопроса: пространство сп гораздо более сложное, чем пространство традиционного предпринимательства. тут нет шкалы X-услуги или У-социальное воздействие. Любой с.п. находится в пространстве между шкалами. И в зависимости от зрелости или условий: идёт он за грантами или ещё что-то делает,

его направление действия находится где-то в координатах этих шкал. Есть и продукты, и социальный эффект.

Это также идёт в тему того, что Анастасия (модератор) сказала по поводу определений: я бы не удивлялась, что есть 20 определений, я бы удивилась, что всего 20 дали их. В Германии Андреас Хайнеке посчитал сколько определений СП и насчитал их 142. Это настолько динамичное явление, что попытка дать 1 устоявшееся определение определённо обречено на неудачу. явление гораздо богаче.

Эксперт №17: какова цель исследования? Если она-для законодательных изменений, то забивать законодателям голову ещё и теорией изменений не стоит в дополнение к имеющимся федеральным и региональным законам. надо создать какой-то полноценный продукт, который будут читать разные группы, то разговор о социальном эффекте уместен.

Эксперт №18: схожая проблема возникла, когда мы опрашивали лидеров Ашоки в 2013 году, там было 130 победителей из разных стран. был вопрос о необходимости отчётности и публичной демонстрации социального эффекта. и они говорили, что это им не нужно. а когда мы сравнивали это с другими исследованиями, поняли, что это зависит очень от модели оказания услуг, отношений с инвесторами, источников ресурсов, миссии и задач. Мне было очень сложно отвечать на вопросы про рынок, поскольку это СП и это не стоматология. тут если рыночные отношения: ты выходишь на рынок, предлагаешь продукты и услуги: продаваемый результат, это скорее не СП.

Нам не нужно специальное изобретение термина: у бизнеса есть своя логика: спрос, предложение, цена, услуга. если это происходит, в этой сфере уже есть бизнес и зачем говорить о СП? Нас, экспертов, которые говорят о сп в России не понимают, и НКО не понимают. Исходную сложность явления ломает вот эта логика.

Может быть, не поддержала бы идею о 142 определениях. надо искать какое-то одно определение, которое даёт понять, об одной ли вещи мы говорим, или о разных.

Есть в законе критерий: целевая группа в разных местах. и если это работники и мы производим продукт, то есть задача конкуренции. Где можно конкурировать, а где нет с обычным бизнесом? При трудоустройстве некоторых групп затраты на работу с ними больше, это утяжеляет конкуренцию, ставит в неравные позиции, но с другой стороны всё равно выводится продукт на рынок в общепринятом понимании. При формировании себестоимости приходится использовать совершенно другие механизмы: устраивается самый «дорогой», а не дешёвый работник, издержки выше. с точки зрения цены-рыночный продукт, а её формирования-всё нестандартно, это не рыночные издержки, они выше. Но всё равно эти услуги очень дорогие и не массового спроса. Для рынка у нас предназначена модель, где потребитель рыночный, но в законе это не прописано, поскольку если у нас ЦА-покупатель, тогда необходимо было бы делать цену ниже рыночной. иначе не нужен был бы СП и покупал бы продукт обычный.

Эксперт №19: Принципиально согласна. Государство было и есть основным решателем социальных проблем. А с.п. появился как субъект, который не смиряется с социальными проблемами в последние 30 лет. Это разные субъекты: важно разделение задач.

Закон о СП: нужны ли изменения в закон, чтобы НКО также имели возможность получать статус социального предпринимателя?

Эксперт №15: Большинство мер поддержки спущено на региональный уровень, и сейчас в большинстве реализуется силами ЦИССов, организующих обучающие мероприятия разной степени качества. На уровне финансов и взаимодействия с государством, если мы говорим с точки зрения социального воздействия. К чему в реальной практике приведёт получение статуса СП для НКО?

Эксперт №18: Гибридная форма позволяет расширить финансовую поддержку и участвовать в грантовых конкурсах. Уже были прецеденты, когда СП не могли подавать заявки по тем направлениям, где уже осуществлялись продажи продукции. Это в целом неправильно, поскольку заставляет НКО создавать новые ветви: незрелые или зрелые, но новые более затратные, вместо того, чтобы улучшать уже работающие инструменты.

Под словами и смыслами есть и понимания модели работы. Главный недостаток закона-для всех акторов, которые хотят стать с.п. или оказывают поддержку, создают среду вокруг СП, они все понимают в соответствии с законом коммерческие организации. Если не появится понимания, что часть НКО-тоже СП, то так всё и останется. Но непонятно, как это реализовать.

При создании закона была проблема определения круга субъектов, признаваемых СП, и, если бы не признали только бизнес-организации, этот закон не вышел бы никогда. Если не сказано о гибридности, нужно об этом где-то сказать, но непонятно, зачем статус СП для НКО. Сами НКО хотят вписаться в статус СП, в исследовательской традиции НКО-материнская тема для исследований СП.

Эксперт №19: Изначально была идея ввести отдельную организационно-правовую форму с учётом наработанного опыта. Возможно, сейчас-как раз время поднять вопрос о внедрении новой организационно-правовой формы. В 2013 году не было возможности вносить дополнительные правки в налоговый и др. кодексы для включения новой формы, но сейчас это может быть актуальным.

Эксперт №20: Для меня в понятии социальное предпринимательство "предпринимательство" - субъект, а "социальное" - предикат. Это значит, что первичным является выстраивание устойчивой модели развития на основе аллокации ресурсов на рынке, вторичным - формы и направления реализации социальной миссии. Она может реализоваться за счет (а) вовлечения в процесс неиспользуемых, опасных и т.п. ресурсов с целью производства торгуемой на рынке безопасной продукции: (б) вовлечения в процесс производства тех категорий занятых, которые с трудом находят себе применение в коммерческой секторе, (в) направления части дохода (обычно - части прибыли) на социальные инвестиции. Всё остальное - это не предпринимательство, а НКО и проч. Разумеется, эта бизнес-модель может поддерживаться (или не поддерживаться) государством, но она должна быть сравнительно устойчивой и без поддержки, иначе - см. пункт первый.

Эксперт №21: Об отдельных формах: история появления новых форм для НКО в стране никогда не была успешной. Появление новых реестров (оказывающих социальные услуги, иностранных агентов и т.д.)-это дополнительная возможность для отчёта. Если мы говорим о законодательном направлении, то может быть кинуть силы не на обособление СП, а на создание условий для развития феномена, чтобы создавалась инфраструктура. Важно, чтобы именно условия были подходящими. Необходимо решить, что необходимо в усреднённом формате, чтобы развивалось любое социальное предприятие и какими финансовыми ресурсами это

можно достичь. Первое здесь-за счёт фондов, и спасибо им уже за поддержку, и 2-региональных средств. Объединение их-важная история.

Эксперт №14: Отдельная организационно-правовая форма-лишнее. Сейчас только накапливается практика, сведения по феномену в текущем состоянии, и необходимо довести эту практику до нормальности. Не до экстремального функционирования 1го года, а чтобы у любого предприятия в любом субъекте федерации была возможность точно понять, какие преимущества даёт вступление в реестр, и чтобы эти преимущества были стабильны и равны федерально. Передача их регионам стимулирует неравенство.

Эксперт №17: при многообразии форм необходимо разобраться. Но необходимо участие юристов, чтобы определить текущую ситуацию в необходимых терминах и не создавать лишние сущности.

Эксперт №22. Создание отдельной организационно-правовой не создаст единую сущность с чертами НКО и бизнеса, сделает её нежизнеспособной.

Стейкхолдеры: кто из них может стать драйвером развития социального предпринимательства в ближайшие 5 лет?

Эксперт №18: многие стейкхолдеры согласятся на гибридность. Наиболее перспективным для развития возможностей является оказание услуг инвалидам, но здесь такой каркас, в которых находится человек.

Пока у нас СП подпирает 442 закон, быстро меняются понятия, поскольку это социальная сфера и здесь появляются предприниматели в социальной сфере, потому что сфера социальная. Как патронажные услуги и направления по коррекции поведения, но они не могут быть дешёвыми. По сути это бизнес в социальной сфере. Отраслевой принцип как драйвер был бы неверным. Исследование выпускников Ашоки показывает, что с.п. может быть в разных сферах. Разве что в сфере природных недр нет сп, но там препятствие по основанию высокого порога вхождения, а не отсутствия возможностей СП существовать там.

Эксперт №15: выделение социальных групп и акцент на особенностях группы приводит к стигматизации. Как пример-этот «доброшриффт» и негативные отклики мам детей с ДЦП. Когда с.п. начинают что-то изобретать для фиксированных целевых групп, которых ещё и не спрашивают, что им надо, приводят к негативу. Когда мы выявляем ЦА, а не социальные проблемы, появляются пробелы. Например, экология или развитие малых территорий. А акцент на конкретных группах, стигматизированных как бедных и убогих-это тупиковый путь.

Эксперт №17: говорить отдельно о целевых аудиториях и проблемах неправильно. Если мы берём уязвимые группы, которые будут трудиться в компании, производящей вредные продукты (алкоголь или сигареты), будет ли это социальное предпринимательство в целом? И клиники, с большим доходом-в 150 млн. в год-это те, кому надо помогать? Правильно следить за повесткой, за повесткой, что важно в конкретном регионе.

Эксперт №14: целевые аудитории и драйверы не равны, это разные темы, группы с различными механизмами работы. Соглашусь со списком основных ЦА. Я бы выделила роль государства в развитии социального предпринимательства от муниципалитетов до уровня федерального. Роль-в выявлении конкретных потребностей, которые могут быть не удовлетворены, аккумуляция обратной связи по получению услуг, формирование отдельных ниш системно на территории всей страны.

Эксперт №21: А ещё данные: нет открытых данных, на которых можно строить оценку социального воздействия. В одной из областей контрольные показатели-69% трудоустройства детей-сирот. На деле-23%, но рапортуяют о 69%. Появляется сп, которое готовое довести до 50%, по факту здорово, а для чиновников это плохо, это ниже.

Мы упираемся в полное отсутствие данных. Нужны данные, открытые данные. Они нужны в первую очередь. Но государство само не может это создать. Вот кооперация и развитие. Диалог-это может быть драйвером. Координация друг с другом-отличный драйвер. С.п. не всегда нужна даже финансовая поддержка от государства, это могут быть данные, постановка общих целей. Оценка социального эффекта здесь особенно актуальна. Важно, чтобы эффективность решений предпринимателя была доказана. Имеет ли оно право на существование ещё до мультиплицирования.

Вопрос, кто должен доказывать эффективность этого решения.

Эксперт №18: по-разному понимались драйверы. Инвалиды-это та целевая аудитория, в которой качественно получается гибридность социальности и окупаемости. В других случаях есть проблема распознавания целевых аудиторий, и это достаточно важно. Я выделила людей с ОВЗ как наиболее «надёжную» и понятную, но ни в коем случае не стигматизирую эту группу. Главное-социальная проблема. Надо начинать с этого, а не целевых групп.

Если задаваться вопросом, что может быть драйвером, я бы отдельно выделила партнёрства и их роль. Это фонды, конкурсы, партнёрства с.п. с бизнесом в первую очередь, потому что бизнес умеет развивать компетенции. С любыми организациями деловое партнёрство может стать полезным. Понимание государством сути СП тоже актуально, чтобы создавать основу для поддержки.

Цифровизация - тема, которая объединяет интересы различных агентов. И представители сферы ИТ достаточно передовые, чтобы подтянуть всё, что угодно. Но важно понимать, что есть организации, где услуги-только лицом к лицу, цифровизировать их никак нельзя.

Эксперт №14 Проглядывает региональная специфика и региональное неравенство в развитии ЦИССов в регионах достаточных, заинтересованных в развитии СП. А где нет подпитки финансами и заинтересованности региона постепенно ЦИССы уходят в никуда, не имея возможность развиваться. Нужно развивать равномернее, если эта тема региону важна.