

ПРОГНОЗ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНМАТЕЛЬСТВА В МИРЕ К 2030 ГОДУ

Увеличится конкуренция в секторе социальных предприятий.



Активное развитие социального финансового сектора (от зарабатывания для благотворительности к зарабатыванию на решении проблем)



Профессионализация социальных предприятий с точки зрения их инвестиционной открытости и уровня социальной отчетности.



Развитие и распространение таких продуктов как социальные и социально-инвестиционные облигации.

Пешгӯиҳо: Соҳибқориҳои иҷтимоӣ дар ҷаҳон то соли 2030

Коммерческие финансовые организации будут создавать социальные инвестиционные продукты.

Более активное движение сотрудников между коммерческим и социальным сектором.

Сокращение государственных расходов в социальной сфере и их аккумуляция на программах, приносящих ожидаемые и измеримые социальные результаты.

Постепенное снижение доли грантов в социальных инвестициях в пользу займов и инвестиций в доли предприятий.

Из чего складывается качество

Из чего складывается качество

Потребительская ценность — это соотношение между преимуществами, которые получает потребитель в результате приобретения и использования товара, и затратами на его приобретение и использование.

Потребности клиента:

- 1. Пространственные**, характеризующие «качество места» предоставления услуги или продажи товара (расположение, подходы, здание, чистота, навигация внутри и т.д.).
- 2. Информационные**, характеризующие осведомленность клиентов (доступность, понятность, не избыточность, оперативность, конфиденциальность).
- 3. Эмоциональные**, характеризующие уровень сервиса (компетентность сотрудников, понимание нужд клиента, вежливость, доброжелательность).
- 4. Гарантийные**, характеризующие деятельность организации по отзывам и претензиям клиентов (простои, дефекты, переделки, брак, работа с жалобами)

10 принципов успешных сборов

Люди дают – когда их об этом просят.

Не имей сто рублей, а имей сто доноров.

Деньги идут к деньгам.

Тотальная и неотвратимая благодарность.

Длительные отношения лучше одноразовых сборов (80% средств от повторных взносов).

Сколько стоит миллион? (соотношение затрат на сборы и результатов).

Давай займемся фандрайзингом.

Деньги еще как пахнут.

Побеждает настойчивость.

Искренность – лучшая стратегия.

Источники финансирования для СП

Государственные организации -
бюджеты разных уровней.

Коммерческие организации.
Юридические лица, которые
работают ради получения прибыли.

Фонды – организации,
распределяющие средства на
некоммерческие проекты на
конкурсной основе.

Частные лица. Те, кто готов отдать
часть собственных средств на
доброе дело.

Самофинансирование организации.
Спасение утопающих – дело рук
самих утопающих.

Гранты – безвозмездно предоставляемые средства

Плюсы

- Не требуют возврата
- Хороши для старта деятельности
- Хорошая грантовая история – основа репутации НКО
- Внешний аудит деятельности

Минусы

- Проектная деятельность, ведет к неустойчивости организации
- Нужно подстраиваться под грантодателя или «фандрайзинговую моду»
- Ограничения по использованию средств гранта
- Зачастую избыточная отчетность

Три простых шага к Гранту

1. Составить список фондов, осуществляющих грантовую поддержку (контактные адреса, телефоны, электронная почта).
2. Выяснить приоритеты Фонда, наличие специальных программ и текущих конкурсов, условия получения поддержки.
3. Написать заявку, заручиться рекомендациями и отправить в Фонд. Ждать результатов конкурса.

Как правильно писать заявки на гранты?

Типовая структура заявки:

- Резюме
- Введение
- Постановка проблемы
- Цели и задачи проекта
- Описание проекта, методы и этапы
- Мониторинг проекта
- Ожидаемые результаты
- Дальнейшее развитие
- Бюджет и комментарии к нему
- Приложения к заявке

Не просите денег – продавайте идеи!

Типичные риски для частных игроков

Завышенные ожидания со стороны органов власти, доноров, клиентов;

Возможность утраты репутации и социальной миссии в погоне за прибылью;

Отсутствие видения перспектив и готовности работать в жесткой конкуренции;

Незнание игроков и правил нового социального рынка;

Узкая целевая аудитория, специфичные услуги, потребитель неплатежеспособен;

Отсутствие опыта работы в сфере государственного заказа;

Неумение выделить и грамотно упаковать социальную услугу (стандартизация);

Неготовность организации перестраиваться на новые правила;

Дефицит необходимых ресурсов для развития (помещения, специалистов, технологий);

Накшаи устувори

