

Взаимодействие крупного бизнеса и социальных предпринимателей: как найти ресурс друг у друга

(Результаты Импакт-диалогов октября-декабря 2022 г в Санкт-Петербурге)

В статье освещены вопросы:

- *Какой есть успешный опыт взаимодействия крупного бизнеса и соцпредприятий в стране, и, в частности, в Санкт-Петербурге?*
- *Зачем крупному бизнесу соцпредприниматели?*
- *Какая поддержка нужна соцпредпринимателям от крупного бизнеса? Если не финансирование, то что еще?*
- *Где сходятся потребности крупного бизнеса и соцпредприятий, каковы точки пересечения их интересов и потенциал взаимовыгодного сотрудничества?*

В октябре-декабре 2022 года Благотворительный фонд «Добрый город Петербург» в рамках программы поддержки социального предпринимательства инициировал «Импакт-диалоги» — три встречи представителей крупного бизнеса (КБ), соцпредпринимателей (СП), экспертов. Встречи проводились, чтобы обсудить имеющийся опыт взаимодействия крупного бизнеса и социальных предприятий в Санкт-Петербурге и других регионах России и выявить потребности и интересы сторон в таком сотрудничестве. Импакт-диалоги как формат продвижения сотрудничества социальных предпринимателей и корпоративных заказчиков был придуман коллегами из Импакт Хаб, Москва Полиной Джуляк и Мишей Мироновым в 2021 г.

Встречи прошли 15 ноября 2022 года онлайн, 15 и 22 декабря 2022 — очно в Санкт-Петербурге в фонде «Добрый город Петербург» и в пространстве «Легко-Легко».

- Первая встреча была посвящена результатам исследования «Социальное предпринимательство и крупный бизнес: от взаимодействия к партнерству». Его провели в 2022 г. ВШМ СПбГУ при поддержке Импакт Хаб, Москва. Представила исследование Юлия Арай, а презентацией успешного опыта взаимодействия СП с КБ поделилась программный директор Импакт Хаб, Москва Валерия Завгородняя.
- На второй встрече СП презентовали свои предложения для сотрудничества с крупным бизнесом.
- Третья встреча собрала потребности СП и их идеи для сотрудничества с крупным бизнесом.

Про перспективность долгосрочного партнерства с КБ, и что является важным для представителей корпораций при выборе партнеров из социального сектора, «Кухня НКО» писала еще в пандемийный период здесь:

<https://ngokitchen.ru/materials/soczialnoe-predprinimatelstvo-novoe-poziczionirovanie-v-kovidnuyu-i-postkovidnuyu-epohu/>

Какой успешный опыт появился с тех пор, и какой потенциал партнерства был выявлен в результате Импакт-диалогов 2022?

Главные выводы о возможных форматах и темах взаимодействия КБ и СП

Согласно результатам исследования ВШМ СПбГУ (при поддержке Импакт Хаб, Москва) «Социальное предпринимательство и крупный бизнес: от взаимодействия к партнерству»,

представленному Юлией Арай, существуют следующие ТИПЫ ПАРТНЕРСТВ по уровню включенности бизнеса:

ФИЛАНТРОПИЯ: 1 – консультационная модель, 2 – трудоустройство (например, обеспеченное КБ трудоустройства людей с ОВЗ), 3 – дистрибьютор (закупка товаров и услуг у СП), 4 – «зеленый переработчик».

ИНТЕГРАЦИЯ: 5 – доступ к рынку – обратная дистрибуция, 6 – внутреннее трудоустройство.

ВЫСОКАЯ ИНТЕГРАЦИЯ: 7 – совместное создание продукта

Подробнее с описанием моделей взаимодействия КБ и СП можно ознакомиться в презентации по ссылке: <https://disk.yandex.ru/i/fehMGeTeWKf5A>

Результаты исследования, показывают, что и КБ, и СП практически не используют долгосрочные модели взаимодействия, связанные с интеграцией деятельности социальных предприятий в цепочку создания стоимости продукта компаний. Есть только единичные примеры такого сотрудничества «Антон тут рядом» и ИКЕА, Работа-і и Zagina и др.

Основные выводы исследования:

- Более высокая степень интеграции в рамках сотрудничества СП и КБ дает более высокую отдачу для обеих сторон;
- Важно находить точки взаимовыгодного сотрудничества, которые смогут открывать для сторон новые возможности в:
 - выходе на новые рынки;
 - масштабировании;
 - обмене и создании новых знаний;
 - создании новых продуктов/услуг;
 - разработке новых бизнес-моделей.

Этим выводам вторят и результаты еще одного исследования о возможностях сотрудничества СП с КБ, проведенного весной 2022 года Центром социального предпринимательства и социальных инноваций НИУ ВШЭ (при финансовой поддержке РФФИ <https://socentr.hse.ru/news/639705318.html>).

По словам руководителя исследования Александры Московской: «...более 65% респондентов (из 359 опрошенных социальных предпринимателей), хотели бы иметь партнерские отношения с бизнесом, но в реальности в него вовлечено менее четверти респондентов. Несмотря на то, что наиболее привлекательной формой поддержки социальные предприниматели посчитали безвозмездную финансовую помощь, ее выбрали менее половины респондентов (43%), следом за ней идут закупки товаров и услуг у социальных предпринимателей, и помощь в продвижении их продукции на рынок».

Какие же еще формы сотрудничества, кроме прямой финансовой помощи, закупки товаров и услуг СП и помощи в продвижении их продукции на рынок, реализуются на практике?

Согласно опыту Импакт Хаб, Москва, представленному программным директором Валерией Завгородней:

- СП могут предложить КБ товары и услуги. С товарами сейчас выше шансы для сотрудничества с бизнесом. С услугами – сложнее, здесь нужно смотреть на услуги, которые необходимы компании. Сейчас усилия бизнеса больше направлены на

сохранение персонала. Поэтому актуальны услуги, которые могут помочь развивать сотрудников – помощь быть в ресурсе, обучение гибким навыкам и пр.

- Целью взаимодействия с КБ могут быть не только продажи и выход на корпоративные заказы, но и привлечение ресурсов (то, чем может поделиться компания и что поможет развитию социальные предприятия).

ПРИМЕРЫ

- 1) Интеллектуальные волонтеры - сотрудники Росбанка консультируют участников программы «Начни иначе»;
- 2) ОМК встроили ряд СП в цепочку поставок;
- 3) Есть ряд организаций, которые обеспечивают продажу товаров СП. Например: «Легко-Легко», BuySocial, «Больше, чем покупка».
- 4) Участие в тендерах. Мебельная фабрика АСТРА, трудоустраивающая людей с ограниченными возможностями здоровья в Санкт-Петербурге, участвуют в тендерах, например, у Эрмитажа, и продолжает делать поставки в дальнейшем, уже без тендерных процедур;
- 5) Проект «Особая сборка» (мастерские, где люди с ментальными особенностями здоровья занимаются сборкой и упаковкой товаров других предприятий) имеют постоянные заказы, от среднего и малого бизнеса;
- 6) Проект «Вареники» в Саратовской области — цех при благотворительном фонде, трудоустраивают людей с сиротским опытом. Стали выходить на торговые сети со своей продукцией;
- 7) СП мало работают с маркетплейсами. Из редких исключений: БФ «Второе дыхание» делают ручки и вешалки из переработанного пластика и реализуют на Яндекс Маркет.
- 8) Можно продавать экспертизу СП. Например, консалтинг про эко-офисы делает компания «Простое дело», основные заказчики услуги – крупный и средний бизнес.
- 9) «Everland» — обучает и трудоустраивает людей с инвалидностью, оказывает услуги для бизнеса по оценке доступности сайтов для людей с инвалидностью, создает сайты, адаптированные под потребности людей с инвалидностью.
- 10) Есть «монстры» социального предпринимательства, например, компания «Моторика» — поставщики высокотехнологичных социальных товаров, услугами которой могут воспользоваться клиенты, нуждающиеся в протезировании за счет бюджетных средств;
- 11) Бизнес-корпорации поддерживают сообщества. Пример — кейс «Пятерочки», которая развивает «Центры местных сообществ» на базе 355 магазинов более чем в 50 населенных пунктах России через поддержку лидеров социальных инициатив и организацию мероприятий для локальных сообществ. Партнерами «Пятерочки» являются БФ «Добрый город Петербург» и БФ «Хорошие истории» (Самара).

Подводя итоги, можно сказать, что генеральная линия развития сотрудничества КБ и СП связана с углублением сотрудничества и повышением уровня интеграции партнеров.

Автор:

Анастасия Москвина

Консультант в сфере социального предпринимательства и НКО
Руководитель Социального Акселератора Кухни НКО в 2015-2017 гг
Кандидат социологических наук, с.н.с. Центра социального предпринимательства и
социальных инноваций НИУ ВШЭ
anastiamoskvina17@gmail.com