

Развитие системы услуг ресурсного центра для СО НКРО

Модуль 3

Что такое продукт , производимый НКО?

Продукт

- **продукт** — это товар или услуга, которую можно **предложить** для рынка, и которая будет **удовлетворять потребности** потребителей.
- результат производства, имеющий **целевое значение и качественные свойства**, в связи с которыми он может служить предметом потребления

Продукт

Материальной формы (объект, вещь, сооружение) и **нематериальной** формы (услуга)

Все продукты можно расположить в промежутке **от чистых продуктов до чистых услуг**.

Считается, что услуги составляют **существенную часть всех выгод и приобретений**, которыми сопровождается приобретение любого продукта.

Виды продуктов деятельности Ресурсных центров

По подходам к взаимодействию

Экспертные

Процессные

Обучающие

По функциональным областям

- Защита интересов
- Реакция на власть
- Производство сервисов
- Продвижение ценностей
- Сетевая деятельность
- Человеческий капитал
- Автономное развитие

По форме деятельности

- Консультации
- Патронаж
- Адвокатирование
- Обучение, тренинги
- Экспертиза
- Исследования
- Дискуссии
- Медиация
- Творчество



Ф.Котлер : «Услуга- любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой и которые в основном неосвязаемы и не приводят к завладению чем-либо»

Некоторые характеристики консультационных/образовательных услуг :

- Неотделимость от субъектов (конкретных работников), оказывающих их. Любая замена преподавателя / консультанта может изменить процесс и результат оказания образовательной /консультационной услуги, а следовательно, изменить и спрос.
- Непостоянность по качеству: это связано прежде всего с их неотделимостью от субъектов-исполнителей, а также с невозможностью и нецелесообразностью определения жёстких стандартов на процессы и результаты оказания услуг, с изменчивостью обучающегося./консультируемого
- Несохранимость: с одной стороны, это невозможность заготовить услуги в полном объёме, складировать их как материальный товар в ожидании роста спроса, с другой, - естественное для человека забывание полученной информации, знаний .

Кроме того :

- высокая стоимость образовательных /консультационных услуг,
- относительная длительность их исполнения,
- отсроченность выявления результативности и зависимость результатов от условий будущей работы и условий деятельности обученного/проконсультированного ;
- необходимость дальнейшего сопровождения услуг;
- зависимость приемлемости услуг от места их оказания и места проживания потенциальных обучающихся/проконсультированных

СО НКО - Потребители консультационных услуг РЦ . Специфика поведения

Возрастание несовпадения потребителя и клиента.

- В условиях, когда потребность в потреблении консультационных услуг у Со НКО возрастает, а платежеспособность падает, эти услуги могут быть оплачены (дотированы) государством, муниципалитетом, международными программами, общественными объединениями /сетями СО НКО организациями (которые и будут выступать в качестве клиентов).

Отсутствие «определенного» заказа у держателей ресурсов

- «Отраслевые» ОИВ не видят потребительской полезности и конкретных результатов в «инфраструктурной поддержке» СО НКО, действующих в отрасли

Фавориты - диагностическое консультирование и конкретное обучение к теме/дате.

- Основной объем запросов на консультирование у СО НКО приходится на диагностическое консультирование (своего рода юридическо-экономическая консультация по типу "вопрос-ответ") или просто информационное обслуживание в разных формах.

Особые запросы – у постоянных и развивающихся СО НКО.

- Индивидуальное, процессное и обучающее консультирование скорее требуется постоянным клиентам (таковых у РЦ около 30) или СО НКО на стадии роста, ищущих кооперационные связи и т.п. Поэтому крайне важно выяснить, как реально и актуально самоидентифицируют свое положение СО НКО

Потребности разных СО НКО –поставщиков социальных услуг и потребителей услуг РЦ



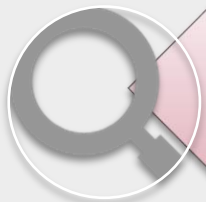
Первый - это те, кто только начинает свою деятельность как НКО и /или поставщик социальных услуг . У них есть желание, общее видение своего дела, однако они не знают даже основ деятельности СО НКО и основ социального бизнеса.



Второй тип - те, кто имеет опыт деятельности, стремится к ее совершенствованию. Но в целом удовлетворен имеющимися в наличии технологиями и не собирается меняться кардинально .



Третий тип - сложившиеся НКО, создавшие основы своей деятельности для получения государственного и муниципального заказов и субсидий, для осуществления совместного проекта. При этом возникает потребность в консультировании особого рода - *консультировании организующего характера*. В общем виде задача может быть сформулирована следующим образом: нужно понять общественную или социальную бизнес-идею, найти для него заинтересованного партнера, разработать совместно с ними проект.



Четвертый тип – устойчивые, успешные или крупные НКО либо сложившиеся узкие специалисты, круг интересов и потребностей которых не всегда предсказуем. Они могут заказать и очень специальные консультации. Главное же, что их интересуют разработки "в глубину".

Цели РЦ (пример из перспективного плана развития РЦ)

- Формирование конкурентного продуктового ряда.
- Достижение максимально приемлемого для клиента соотношения качества и цены оказываемых услуг.
- Рост РЦ через достижение соответствия технических возможностей РЦ сформированному потенциалу и построение сбалансированной системы сочетания штатных и постоянно привлекаемых экспертов
- Дистанцирование от имиджа организации, оказывающей благотворительные услуги проблемным и начинающим СО НКО. Формирование имиджа организации, оказывающей квалифицированные комплексные консультационные услуги по разумной цене и с учетом реального опыта в регионе и стране.
- Получение к концу периода финансовых результатов, позволяющих устойчивое функционирование и дальнейший рост направления .

Конкуренты (?)

- ТПП и ЦПП, ОП,
- Образовательные организации и вузы
- Консультационные организации, индивидуальные консультанты и коучи
- Иные программы организаций поддержки СО НКО
- Отраслевые программы повышения квалификации
- Неспециализированные программы в отраслях, «вылезавшие» на поле СО НКО
- Вебинары, дистанционные тренинги и образовательно-консультационные порталы и сайты
- Клубы, социальные сети
- ...

Формы конкуренции

- предметная - конкуренция между услугами одной ассортиментной группы, между аналогичными объектами, удовлетворяющими одну и ту же потребность;
- функциональная - конкуренция между услугами (объектами) заменителями.

Методы конкуренции

- на основе повышения качества услуги (неценовая);
- на основе критерия повышения качества сервиса услуги;
- на основе снижения цены (ценовая);
- на основе снижения затрат внедрения и сопровождения у потребителя услуг;
- на основе использования всех конкурентных преимуществ объекта и субъекта (интегральная).

Из перспективного плана РЦ (пример)

- 1. Институциональный результат.
 - Закрепление РЦ в качестве системообразующего элемента инфраструктуры поддержки СО НКО и элемента общеэкономической самокупаемой инфраструктуры, субъективно осознаваемого Со НКО, администрациями как необходимый, развивающий их социальное предпринимательство сервис, частично или условно платный институт. Критерий оценки - увеличение доли оплачиваемых государством, муниципалитетом и СО НКО платных заказов в общем объеме обращений.
- стимулирования сбыта
 - через внедрение абонементов и идентифицирование «корпоративных клиентов» (Администрации разных уровней, специализированные программы, ассоциации и сети СО НКО), что позволит ввести системы скидок или уменьшить финансовые риски внедрения новых продуктов для конкретных потребителей
- Ценовая политика будет строиться с учетом свойства развиваемого сервиса и реальных возможностей потребителя.
 - Для продуктов аналогичных уже существующим на рынке (или со сходными характеристиками) основное внимание будет уделяться ценовым преимуществам (за аналогичную цену более комплексный продукт или продукт, точно соответствующий специфике СО НКО).
 - Для продуктов массового спроса (диагностическое консультирование) максимально долгое удержание стабильной цены за счет уменьшения затрат (формирование библиотеки алгоритмов решения проблемы).

Работа по группам «Развиваем продукты РЦ»

Задание:

1. Сформировать «модельный» ряд продуктов РЦ для:
 - a) СО НКО-поставщиков социальных услуг
 - b) ОИВ и ОМСУ – отраслевых заказчиков и уполномоченных по поддержке
 - c) иных (?) заинтересованных субъектов
2. Предложить индивидуально 2-3 «продукта» специфических для конкретного РЦ (с обоснованием)

- Форма и время работы:
 - Мелкогрупповая дискуссия (25 минут)
 - Индивидуальное упражнение (5-7 минут)
 - Подготовка презентации – 5-7 минут
 - Представление результатов работы группы - по 5 минут на группу.