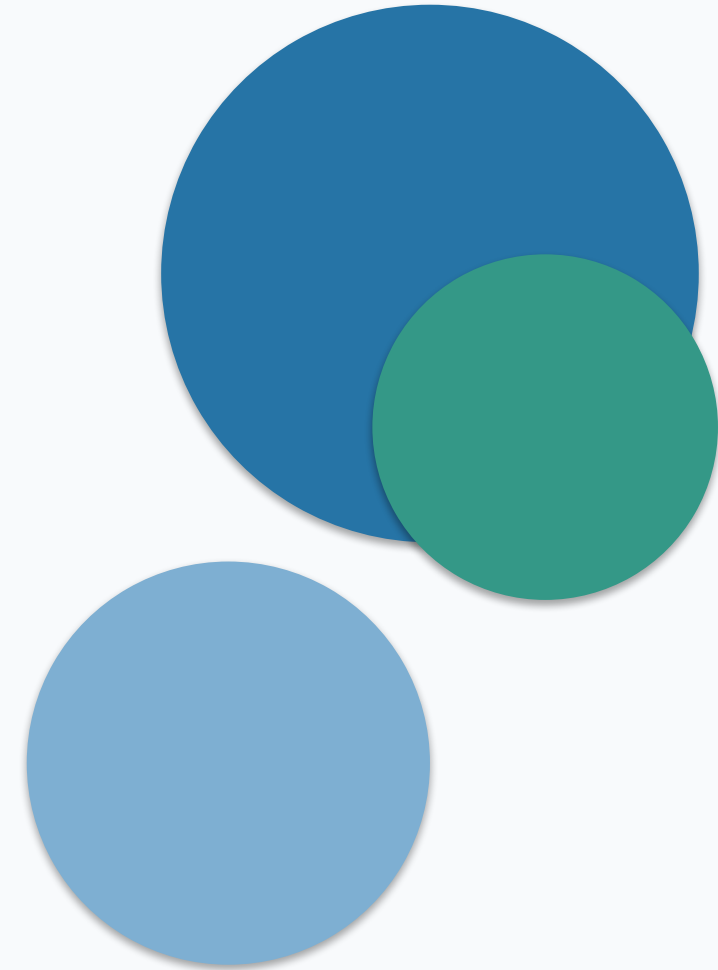


СОЦИАЛЬНЫЙ МАРКЕТПЛЕЙС

Экономика участия, кооперации и измеримого общественного результата



Маркетплейс → Фонд социальных инициатив → Кооперативное исполнение → Подтверждённый результат

Зачем нужен социальный маркетплейс

Не ещё один интернет-магазин, а инфраструктура социальной экономики

Проблема

Социальные инициативы отделены от повседневной экономики и зависят от разовых источников финансирования.

Решение

Встроить социальный эффект непосредственно в сделки, услуги, занятость и кооперационные процессы.

Результат

Постоянный поток ресурсов в инициативы, прозрачность, репутация и масштабирование работающих моделей.

Каждая экономическая операция может создавать одновременно коммерческий, социальный и общественный эффект.

Базовая архитектура

03

Два взаимосвязанных контура

Экономический контур

Товары • услуги • заказы • расчёты • логистика • занятость • кооперационные предложения

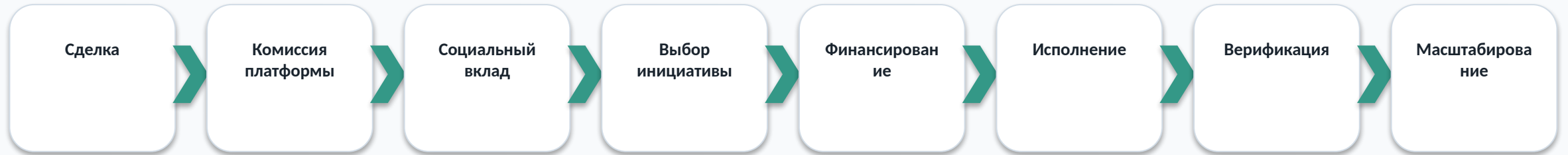


Социальный контур

Фонд • инициативы • целевые сборы • добровольчество • социальные программы • верификация результата

Как работает связка с Фондом социальных инициатив

Полный цикл от сделки до подтверждённого результата



Фонд — не приложение к маркетплейсу, а встроенный институт перераспределения части создаваемой стоимости в общественно значимые проекты.

Участники системы

05

Одна платформа — разные роли

Гражданин

покупатель • исполнитель •
волонтёр

Предприниматель

продавец • поставщик услуг

Кооператив

производство • сбыт • закупки

НКО / фонд

социальные программы

Компания

заказчик • партнёр •
софинансирование

Муниципалитет

общественные задачи • территория

Эксперт

оценка • верификация •
наставничество

Институт развития

ресурсы • масштабирование

Ключевые модули платформы

06

От витрины до кооперационного контура

**Каталог товаров и
услуг**

**Биржа
потребностей**

Биржа инициатив

**Фонд социальных
инициатив**

**Кооперационный
модуль**

**Репутация и
доверие**

**Верификация
результата**

**Расчётно-
финансовый
модуль**

Аналитика

Личный кабинет

Экономическая модель

07

Устойчивость обеспечивается несколькими источниками дохода

Комиссия со сделок

базовая операционная выручка

Подписки

расширенные функции организаций

B2B / B2G сервисы

закупки, аналитика, проектные кабинеты

Партнёрские финсервисы

эквайринг, логистика, страхование

Продвижение

этичное и маркированное

Софинансирование

корпоративные и институциональные программы

Модель доверия

Не единый «социальный рейтинг», а подтверждаемая репутация

качество и завершённость сделок
своевременность обязательств
подтверждённый социальный вклад
участие в инициативах
экспертная компетентность
прозрачность и отчётность

Принцип

Репутация отражает только подтверждённое поведение внутри платформы и не должна ограничивать базовые права человека или организации.

Жизненный цикл инициативы

09

От проблемы до масштабируемого решения

Проблема / идея

Проверка данных

Экспертная оценка

Бюджет + команда
+ KPI

Публичное
размещение

Сбор ресурсов

Финансирование

Исполнение

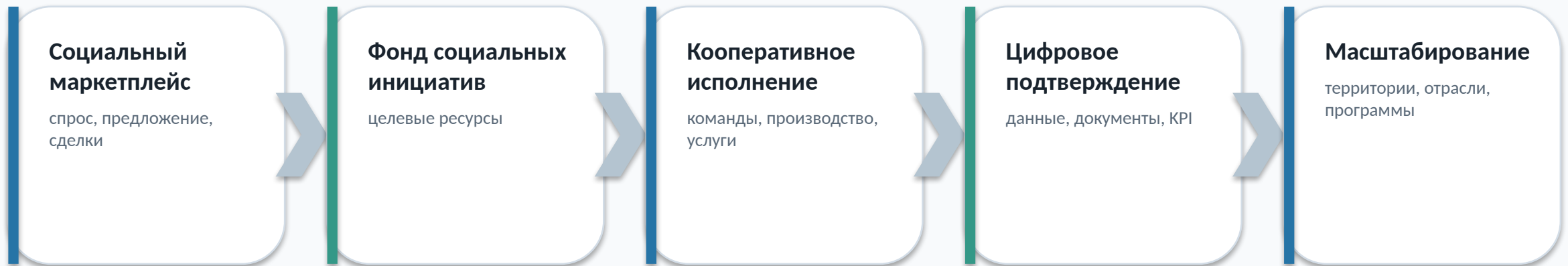
Верификация

Масштабирование

Связь с социальной кооперацией

10

Маркетплейс становится экономическим ядром более широкой системы



MVP

11

Первая версия должна доказать полный цикл, а не количество функций

участников

30–100

социальных инициатив

3–5

платёжный провайдер

1

территория или отрасль

1

прозрачность потока

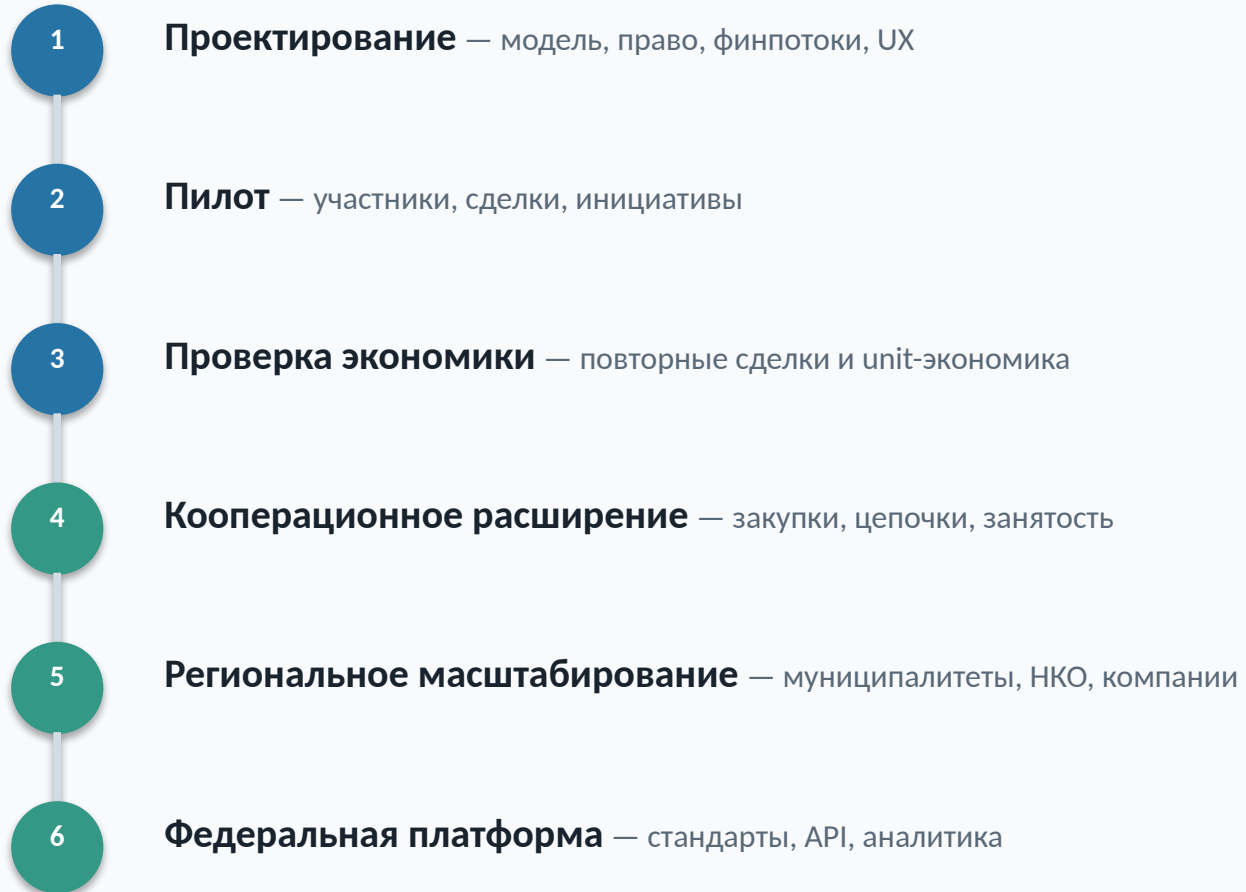
100%

сделка → вклад → результат

1 цикл

Дорожная карта

От проектирования к федеральной платформе



Ключевые показатели эффективности

Что должно измеряться с первого дня

**GMV и число
сделок**

**повторные
покупатели**

**активные
продавцы**

**объём средств
фонда**

**инициативы с
подтверждённым
результатом**

**стоимость единицы
социального
результата**

**рабочие места и
проектная
занятость**

**объём
кооперационных
сделок**

**время от заявки до
исполнения**

**уровень доверия и
разрешение споров**

Принципы системы

14

Условия, без которых модель теряет доверие

добровольность

**прозрачность
потоков**

**реальный
результат**

**разделение
коммерческих и
целевых средств**

защита данных

равный доступ

**кооперация там,
где она
эффективнее**

**локальная
самостоятельность**

**проверяемость
эффекта**

**масштабирование
доказанных
моделей**

Итоговая модель

Социальная полезность становится измеряемым результатом экономической деятельности

ЛЮДИ + БИЗНЕС + КООПЕРАЦИЯ + ФОНД + ИНИЦИАТИВЫ + ДОВЕРИЕ + ПРОЗРАЧНОСТЬ
= СОЦИАЛЬНЫЙ МАРКЕТПЛЕЙС

Практическое экономическое ядро системы социальной кооперации.