

# СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО



**Кафедра  
организации  
работы с  
молодежью  
РГСУ**

**Москва, 2017 год**

- СП** – это предпринимательская деятельность, нацеленная на смягчение или решение социальных проблем, характеризующаяся следующими основными признаками:
- **СОЦИАЛЬНОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ** (целевая направленность на решение существующих соц. проблем)
  - **ИННОВАЦИИ** (применение новых подходов, позволяющих увеличить соц. воздействие)
  - **САМООКУПАЕМОСТЬ И ФИНАНСОВАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ** – способность предприятия решать соц. проблемы)
  - **МАШТАБИРУЕМОСТЬ И ТИРАЖИРУЕМОСТЬ** (увеличение масштаба деятельности предприятия и распространение опыта с целью увеличения соц. воздействия).
  - **ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ ПОДХОД** (способность соц. предпринимателя видеть провалы рынка и разрабатывать новые решения, оказывающие позитивное влияние на общество).

# ЭТАПЫ СОЗДАНИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ:

Шаг 1: Цели и мотивация

Шаг 2: Идея и бизнес-возможность

Шаг 3: Бизнес-планирование

Шаг 4: Поиск финансирования

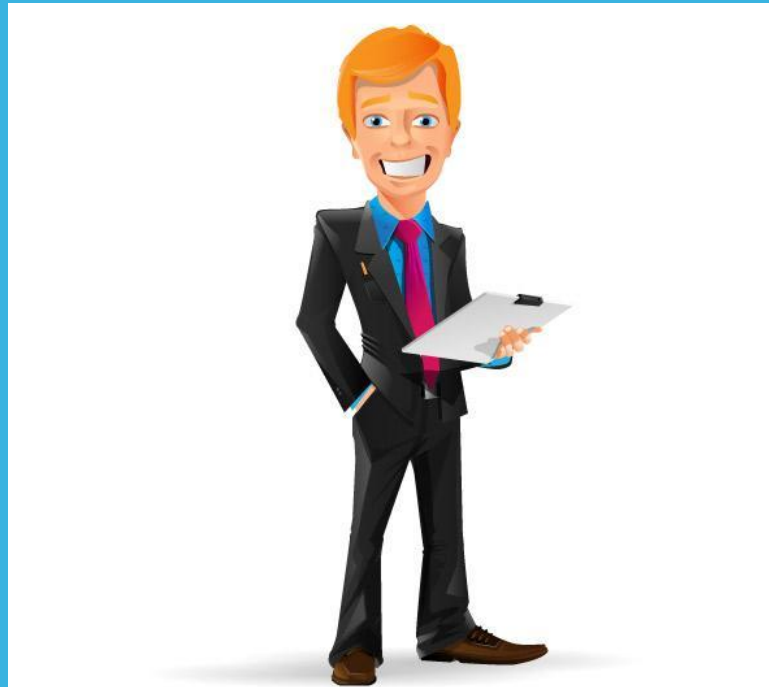
Шаг 5: Формирование команды

Шаг 6: Создание прототипов продукции

Шаг 7: Масштабирование и тиражирование



# ШАГ 1. ЦЕЛИ И МОТИВАЦИЯ



На первом этапе создания соц. Предприятия предприниматель должен определить, какую соц. проблему будет решать его предприятие. Для этого формируется список соц. проблем, которые необходимо решить, затем он выбирает из них ту, которая волнует его более. прочих.

# ШАГ 2: ИДЕЯ И БИЗНЕС - ВОЗМОЖНОСТЬ

Чтобы стать хорошей бизнес-возможностью, продукт должен соответствовать реальным потребностям клиентов по функциональности, качеству, сроку полезного использования и цене.

# КАК НАЙТИ ИДЕЮ?

1. **Изучить проблемы регионов, их приоритеты** (каждый регион России, каждая республика, край, автономный округ уникальны по своим особенностям географического положения, этнического состава, истории, экономики, инвестиционного климата, промышленности и сельского хозяйства. Необходимо знать региональные приоритеты, чтобы быть в тренде). Например, приоритетами Московской области являются компоненты Стратегии социально-экономического развития ЦФО на период до 2020 года), а именно:

## **Перспективные направления развития научно-промышленного комплекса сосредоточены в проектах:**

- инновационного центра «Сколково»;
- промышленных округов (индустриальных парков) на базе свободных площадей организаций промышленности и науки;
- технопарков в сфере лазерных технологий и биотехнологий, центров коллективного пользования в сфере нанотехнологий;
- Международного инновационного центра нанотехнологий в г. Дубне;
- Национального центра авиастроения и портовой особой экономической зоны для развития авиастроения в г. Жуковском;
- Центра по разработке инновационных и импортозамещающих лекарственных препаратов "ХимРар" (гг. Химки и Долгопрудный); инновационного биотехнологического кластера биофармацевтической и биомедицинской направленности в г. Пущино; научно-технологического и производственного кластера "Фотоника" по производству волоконных лазеров в г. Фрязино.

# КАК НАЙТИ ИДЕЮ?

## 2. Оценить потребности населения:

Иерархия потребностей по пирамиде А. Маслоу. Первичные потребности: физиологические; в безопасности и защищенности. Вторичные потребности: в принадлежности и любви; в уважении; в познании; в эстетике и красоте; в самовыражении.

### Фундаментальные потребности:

- Потребность в пище и воде;
- Гигиенические потребности;
- Потребность в жилище.

### Социальные потребности:

- ориентация молодежи на отстаивание и расширение прежде всего своих прав;
- ориентация на исполнение своих обязанностей по отношению к другим людям;
- ориентация на гармоничное сочетание своих прав и обязанностей при решении человеком социальных и профессиональных задач.

### Потребность в активном отдыхе. Туризм.

### Потребность в межличностных отношениях. Потребность в общении и обособлении.

### Потребность в развитии культуры и духовности (следование моральным ценностям и традициям).

### Потребность в религии.

### Потребность в культурном поведении.

### Потребность в принадлежности. Любовь и дружба. Потребность в брачных отношениях.

### Этнические потребности (национальная идентичность, патриотизм, национализм)

### Потребность в рефлексии (взгляде в себя), познании и самопознании. Потребность в образовании.

### Потребность в социальном познании.

### Потребность в научном познании.

### Потребность во вненаучном познании (эзотерика – мистическое познание мира; лженаука и антинаука).

### Потребность в развитии деятельности (общение, игра, учение, труд).

### Потребность в творчестве.

### Потребность в самосовершенствовании. Спорт, физическая культура, физическое состояние.

### Потребность в интеллектуальной деятельности.

### Деформированные потребности: профилактика, борьба.

# Основные критерии выбора лучшей бизнес-возможности для создания соц. предприятия:

1. Соц. воздействие
2. Время
3. Инновационность и конкурентное преимущество
4. Экономическая составляющая предприятия
5. Компетенции
6. Капитал





# ШАГ 3. БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ

**Бизнес-план включает в себя следующие разделы:**

- Организационно-правовая форма предприятия
- Люди
- Продукция(услуги) и его соц. воздействие
- Рынок
- Местоположение
- Производственный план
- Финансовый план
- План-график реализации проекта

# ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВАЯ ФОРМА ПРЕДПРИЯТИЯ

1. Не все виды НКО имеют право осуществлять коммерческую деятельность.
2. Некоммерческие организации имеют существенные льготы по налогообложению, но их коммерческая деятельность существенно регламентирована законодательством.
1. НКО всю прибыль от предпринимательской деятельности направляют на уставные цели.
2. Индивидуальный предприниматель может воспользоваться упрощенной системой налогообложения.
3. Индивидуальный предприниматель отвечает по обязательствам своего предприятия всем своим имуществом.
4. Общество с ограниченной ответственностью отвечает по своим обязательствам только имуществом самого общества, а не личным имуществом его участников.

# ПРОДУКТ. РЫНОК. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ



Важной составляющей любого бизнес – плана является маркетинговый план. Он описывает следующее:

- 1. Товар и его целевая аудитория** – что вы предлагаете и кому.
- 2. Рынок** – среда, в которой ваш товар встретится с потенциальным клиентом.
- 3. Канал распространения** – где покупатель сможет купить продукт.
- 4. Продвижение** – каким образом вы планируете стимулировать клиентов приобретать именно ваши продукты.
- 5. Цена** – ценовая политика по каждому товару и для каждой целевой группы покупателей.

# ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

## Постоянные и переменные затраты

Некоторые виды расходов непосредственно связаны с объемом продаж – эти затраты увеличиваются пропорционально росту продаж. Такие затраты называют переменными.

### К ним относятся:

- Расходы на сырье
- Расходы по реализации
- Выплаты за сверхурочную работу и найм временных сотрудников
- Заработная плата, напрямую связанную с уровнем продаж



# ШАГ 4. ПОИСК ФИНАНСИРОВАНИЯ. ПРИВЛЕЧЕНИЕ КАПИТАЛА

**ГРАНТЫ** – могут быть получены от благотворительных фондов, государственных и иных организаций.

**ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ГРАНТЫ В РФ** – федеральный бюджет выделяет субсидии регионам для распределения грантов:

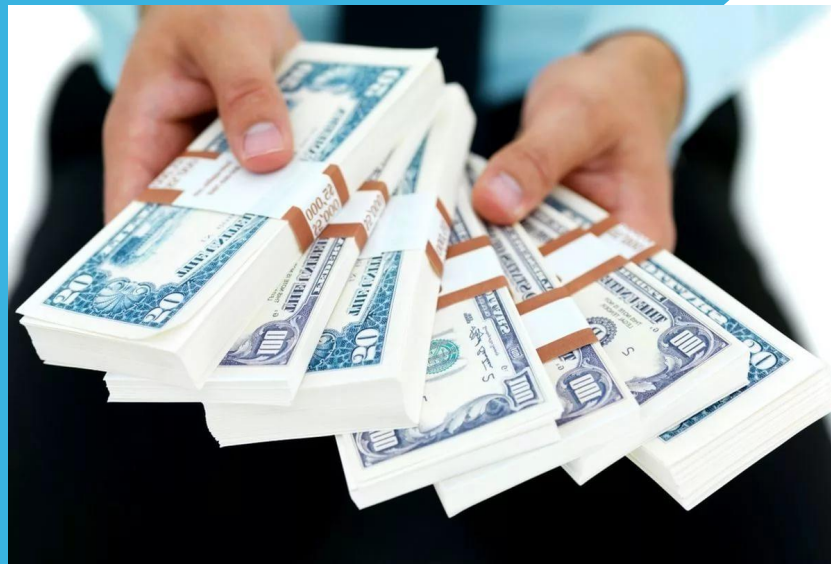
1. Вновь зарегистрированным и действующим менее 1 года малым предприятиям.
2. В рамках коммерческой концессии после представления зарегистрированного в установленном порядке договора коммерческой концессии.
3. ИП или малым предприятиям, в случае если их учредители:
  - а) зарегистрированные безработные
  - б) работники, находящиеся под угрозой массового увольнения
  - в) военнослужащие, уволенные в запас в связи с сокращением

## **ГОСУДАРСТВЕННЫЕ СУБСИДИИ КАК ИСТОЧНИК КАПИТАЛА ДЛЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ – В**

*соответствии с Постановлением Правительства РФ от 23 августа 2011. №713 «О предоставлении поддержки социально ориентированным некоммерческим организациям»* такая поддержка оказывается в следующих приоритетных направлениях:

- профилактика социального сиротства, поддержка материнства и детства
- повышение качества жизни людей пожилого возраста
- социальная адаптация инвалидов и их семей
- развитие дополнительного образования, научно-технического и художественного творчества, массового спорта
- развитие межнационального сотрудничества.

**БАНКОВСКИЕ КРЕДИТЫ И ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ПРОГРАММЫ** – банки являются основным источником финансирования любого бизнеса. в случае необходимости получения банковского кредита тщательно составленный бизнес-план будет весомым аргументом в пользу предпринимателя.



**ВЕНЧУРНЫЙ КАПИТАЛ** – венчурная филантропия это форма инвестирования в начинающие компании, предполагающая долгосрочное участие в капитале и заранее спланированный путь выхода из состава участников.

# ШАГ 5. ФОРМИРОВАНИЕ КОМАНДЫ. ПАРТНЕРСТВО. ПРИВЛЕЧЕНИЕ ВОЛОНТЕРОВ



**ФОРМИРОВАНИЕ КОМАНДЫ** – для соц. предприятия очень важно, чтобы сотрудники компании были единомышленниками, увлеченными собственным проектом по улучшению жизни людей.

**ПАРТНЕРСТВО** – для многих соц. предприятий именно партнерство с организациями, действующими в выбранной сфере деятельности, является залогом успеха.

**ПРИВЛЕЧЕНИЕ ВОЛОНТЕРОВ** – партнерство предлагает собой совместную работу юридически независимых организаций над общим проектом.



# ШАГ 6. СОЗДАНИЕ ПРОТОТИПОВ ПРОДУКЦИИ. НАЧАЛО ОПЕРАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Этот шаг является также очень ответственным для предприятия. На этом этапе концепция продукта наконец приобретает конкретную форму и проходит пилотные испытания.



# ШАГ 7. МАСШТАБИРОВАНИЕ И ТИРАЖИРОВАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

Стратегия расширения деятельности организации – план создания гибкой системы возможностей, которая хорошо вписывается в созданную модель достижения цели в среду, в которой она будет реализовываться.



# Форма бизнес-плана:

- Информация о предприятии
- Идея проекта
- Описание продукта/услуги
- Анализ рынка
- План маркетинга
- Производственный план
- Персонал
- Финансовый план
- Организационный план
- Социальный раздел
- Резюме проекта



# Пример соц. предприятия: *Ранняя диагностика сердечно-сосудистых заболеваний у детей ООО «Панацея», г. Череповец*

Организация	Открытое акционерное общество «Панацея»
Руководитель проекта	Олег Павлов, генеральный директор ОАО «Панацея»
Цель проекта	Профилактика сердечно-сосудистых заболеваний
Целевая аудитория	Дети и беременные женщины Череповца
Объём финансирования	2 млн 400 руб на 5 лет (грейс период - 8 месяцев, возврат - с сентября 2013 г.)
Контакты	г. Череповец ул. Юбилейная, 64; (8202) 28-09-59, as@e-tat.ru

Проект позволит повысить доступность ранней диагностики сердечно-сосудистых заболеваний у детей и беременных женщин Череповца и близлежащих городов.

# СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

