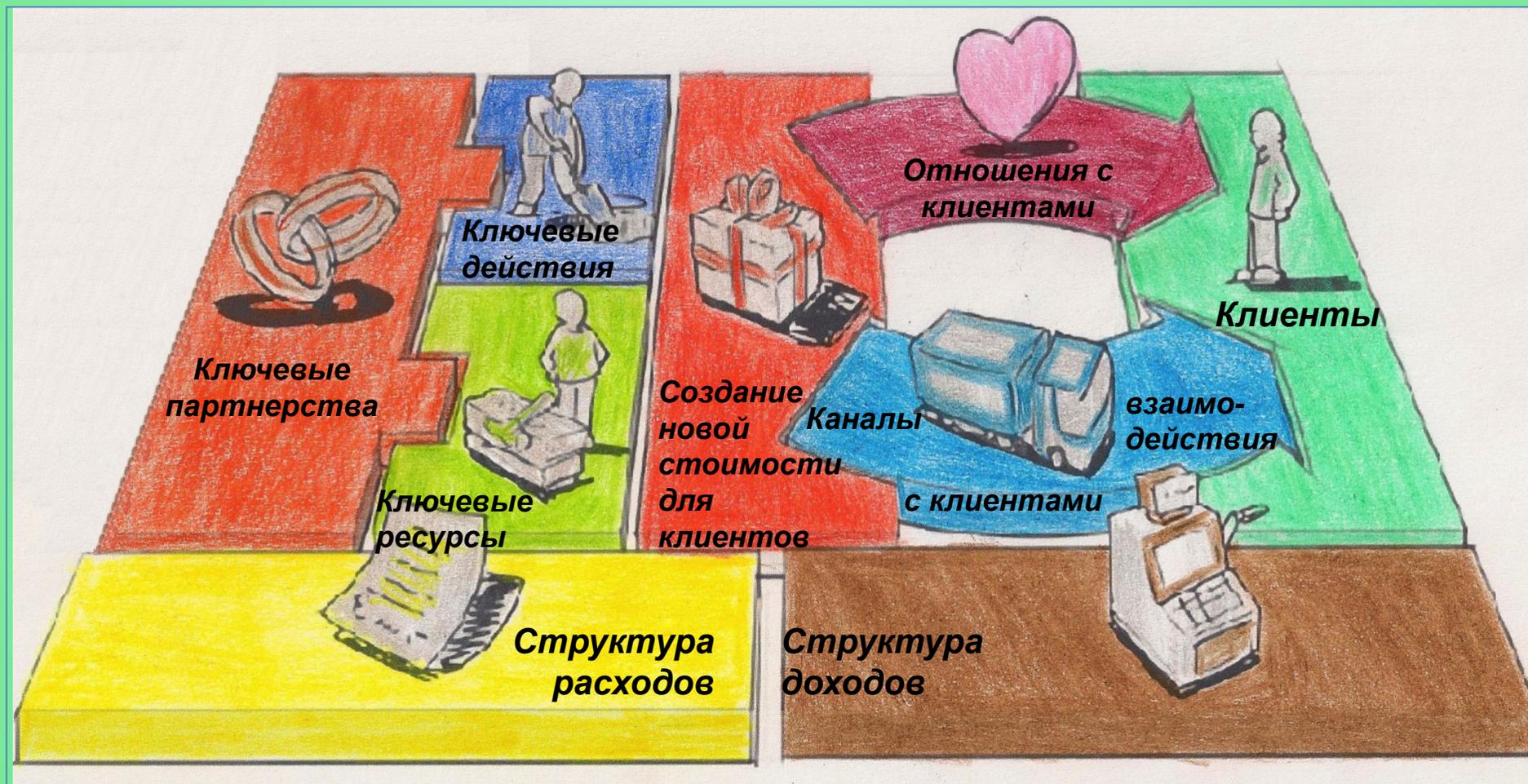


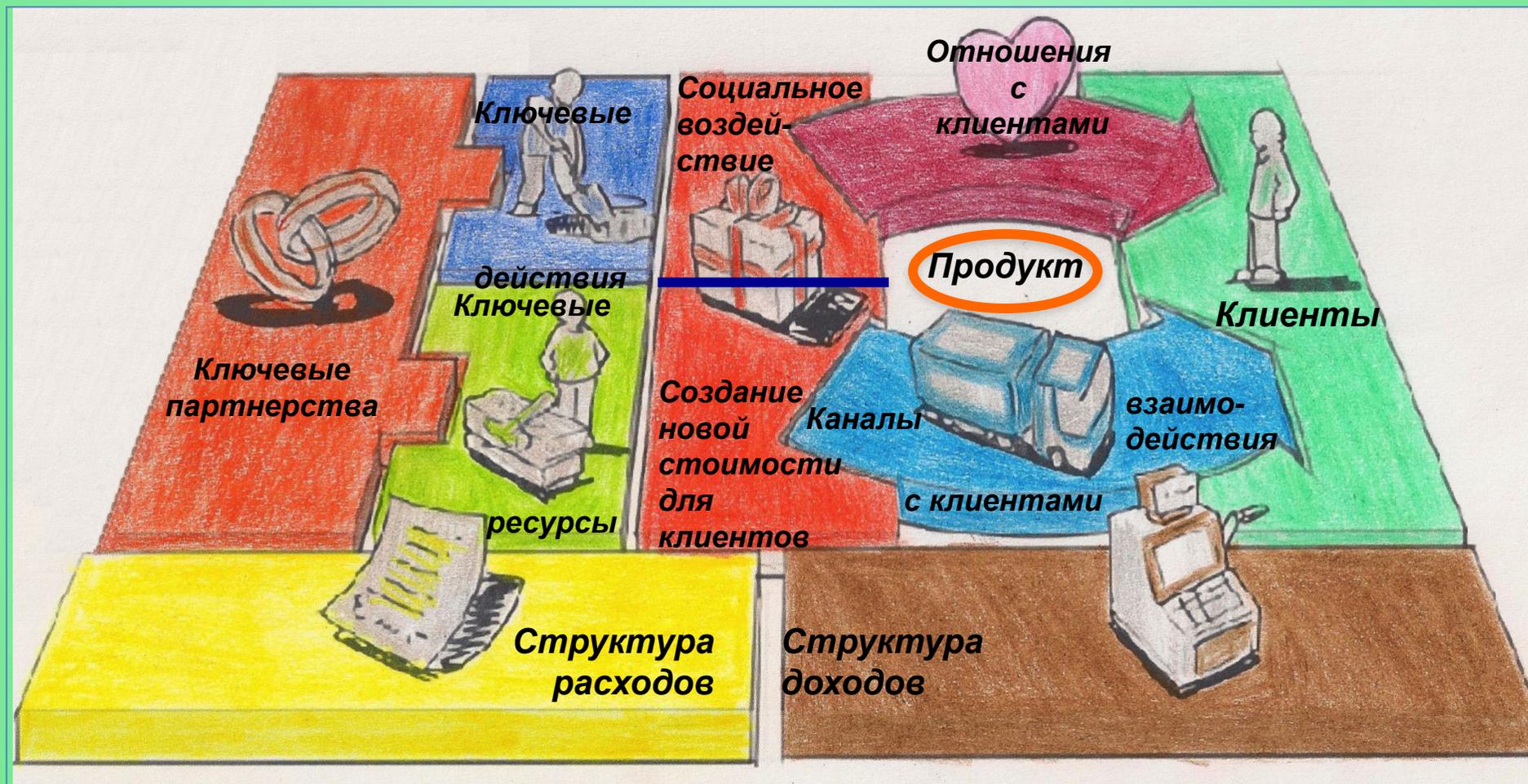
Бизнес-модели СП

Шаблон для разработки бизнес-модели



Источник: **Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers,**

Шаблон для разработки социальной бизнес-модели



Источник: **Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers,**

Клиенты

Клиенты относятся к различным сегментам, если:

- их потребности различны и требуют различного предложения;
- продажи этим клиентам требуют использования различных сбытовых каналов;
- клиенты требуют различных типов отношений;
- их доходы существенно различаются;
- они готовы платить за разные аспекты предложения;

Клиенты – как сегментировать

Группировать клиентов по:

- общим потребностям;
- общим поведенческим признакам;
- общие сбытовые каналы;
- общие типы отношений с ними;
- по уровню доходов;
- они готовы платить за одинаковые аспекты предложения.

Типы клиентских сегментов

- Массовый рынок
- Нишевый рынок
- Сегментированный рынок
- Диверсифицированный рынок
- Многосторонние платформы (или многосторонние рынки)

Массовый рынок

- Взаимоотношения с клиентами фокусируются на одной большой группе клиентов с широкими аналогичными потребностями и проблемами

Нишевой рынок

- Конкретный узкий специализированный сегмент (производство грузовых шин для Белазов)

Сегментированный рынок

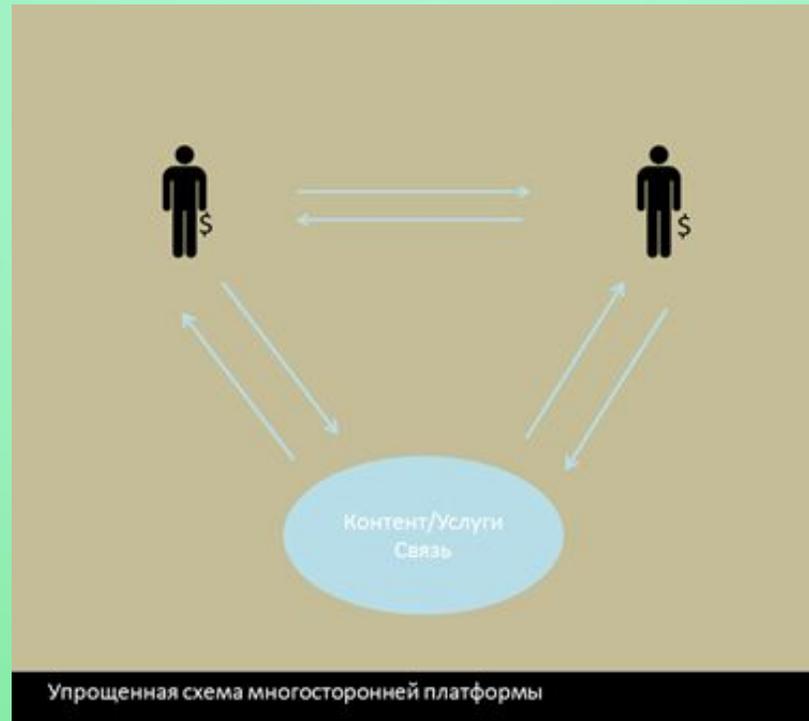
- Несколько типов клиентов, объединенных одним способом решения разных проблем

Диверсифицированный рынок

- Обслуживание двух и более несвязанных рыночных сегментов (например, майл – поисковая система и почта)

Многосторонние платформы

- Обслуживание двух или более взаимозависимых сегментов (АлиЭкспрес – продавец и покупатель)



Создание новой стоимости для клиентов

- Новизна
- Производительность
- Настройка
- Аутсорсинг
- Дизайн
- Бренд / статус
- Цена
- Снижение себестоимости
- Снижение риска
- Доступность
- Удобство

Новизна

- Создание нового в продукте, удовлетворение новых потребностей клиентов (например, теперь банановый)

Производительность

- Улучшенные показатели продукта

Настройка

- Адаптация стандартных продуктов или услуг под запросы отдельных клиентов

Аутсорсинг

- Добавочная стоимость для клиента в аутсорсинге части задач (например, бесплатная доставка, сборка, настройка товара)

Дизайн

- Изменение дизайна как элемент моды (например, новый дизайн авто, бытовой техники и т.п.)

Бренд/статус

- Факт публичного использования определенного бренда как носителя статуса (принадлежность к группе)

Цена

- Предложение аналогов по более низкой цене

Снижение себестоимости

- Снижение расходов клиентов может быть важным фактором (Ebay, AliExpress, Amazon)

Снижение риска

- Снижение риска через покупку, например Б/У авто через ТрейдИн с гарантией 1 год

Доступность

- Получение новых продуктов, которые ранее люди не могли себе позволить в этом сегменте (совместное пользование физ. лицами частными самолетами и т.п.)

Удобство

- Apple создала добавочную стоимость за счет производства удобного в использовании продукта

Каналы взаимодействия с клиентами

Типы каналов		
Собственные	Прямые	Сбытовой персонал
		Интернет-продажи
Партнерские	Опосредованные	Собственные магазины
		Партнерские магазины
		Оптовики

Отношения с клиентами

- Личная помощь – в процессе покупки и постпродажный сервис;
- Выделенный личный менеджер
- Самообслуживание
- Автоматизированные услуги
- Сообщества – например, соц. сети, ролевые игры с клиентами
- Привлечение клиентов к созданию продукта (Wiki, YouTube)

Продукт

- Какие товары и услуги производит предприятие?
- Каковы их основные характеристики?
- Условия эксплуатации и хранения?

Социальное воздействие

Социальное
воздействие



Созданная
новая
СТОИМОСТЬ
для клиента

Поскольку в социальном предпринимательстве
часто

Клиент



Бенефициар

Социальное воздействие

- Пример, кафе «Мерси» в Житомире, Украина. Фонда занимался реабилитацией зависимых людей. Чтобы не жить только на пожертвования было открыто кафе без сигарет и алкоголя – это место стало самым посещаемым именно за счет ограничений. Далее была создана здоровая ферма, где работали люди в процессе реабилитации

Доходы

Виды доходов:

- Оплата реализованных товаров или услуг
- Плата за пользование товаром или услугой (абонентская, арендная)
- Доходы от аренды/лизинга
- Лицензионные сборы
- Доходы от брокерских (посреднических) услуг
- Доходы от рекламы

Ключевые ресурсы

- **Материальные активы** (производственные мощности, здания, транспортные средства, машины, магазины, техника.)
- **Нематериальные активы** (бренды, патенты и авторские права, партнерства и базы данных клиентов, программное обеспечение и технологические разработки).
- **Кадровые ресурсы**
- **Финансовые ресурсы**

Ключевые действия

Действия, которые обеспечивают работу предприятия:

- **Производство** (для производственных компаний)
- **решение проблем клиентов** (характерно для сферы услуг)
- **создание, поддержка и обслуживание платформ и сетей**
(характерно для программных продуктов, банковского сектора, интернет-торговли)

Цели формирования партнерств

- оптимизация своих бизнес-моделей и экономия на стадии роста;
- снижение рисков в конкурентной среде, характеризующейся неопределенностью;
- более выгодное приобретение и использование ресурсов;
- создание более выгодных предложений для клиентов;
- стратегические партнерства между конкурентами;
- совместные предприятия для создания новых продуктов.

Структура затрат

Выделяют бизнес-модели:

- обусловленные затратами (использование автоматизации и аутсорсинга);
- обусловленные созданием стоимости (цена не имеет значение важен товар – создание VIP/дорогой).

Пример формирования бизнес-модели: «Веселый войлок»

Каналы: Интернет-сайт, участие в выставках, реклама в рамках продвижения СП

Ключевые партнерства:

3 фабрики-поставщики материалов
Местная администрация

Ключевые действия:

Обучение женщин
Разработка моделей игрушек
Налаживание стабильных поставок сырья
Налаживание постоянных сбытовых каналов

Ключевые ресурсы:

Костяк команды: дизайнер, предприниматель, тренер
2 комнаты для производства, инструменты, машина

Клиенты:

Галереи подарков
Цветочные магазины
Магазины детских игрушек
Корпоративные заказы

Отношения с клиентами:

Быстрое реагирование на запросы и предоставление предложений
Возможность дизайна и производства по заказу клиента
Ценообразование на основе контрактов и объемов закупок

Затраты: з/п и соц. отчисления, коммунал. платежи, сырье, реклама, транспорт, налоги

Создаваемая стоимость для клиентов:

Интересные дизайнерские экологичные сувениры или игрушки, неповторимые подарки

Доходы: выручка от реализации игрушек по рамочным контрактам, разовым заявкам и на выставках

Продукты:

Дизайнерские игрушки из войлока

Пример формирования бизнес-модели: «Веселый войлок»



Социальное воздействие:

- Создание рабочих мест и возможностей для частичной занятости для одиноких, многодетных и воспитывающих детей-инвалидов мам
- Творческая работа, повышающая самооценку женщин

Виды бизнес-моделей

Классификация разработана Ким Альтер.

По соотношению социальных программ и коммерческой деятельности:

- Встроенные
- Интегрированные
- Внешние

Модели операционной деятельности СП

- 1) модель поддержки предпринимателей
- 2) модель рыночного посредника
- 3) модель занятости
- 4) модель платных услуг
- 5) модель субсидированных услуг
- 6) модель рыночных связей
- 7) модель организационной поддержки
- 8) Комплексные и смешанные модели
- 9) Расширенные модели: франчайзинг и партнерства

1. Модель поддержки предпринимателей

Что продают: услуги по созданию и развитию бизнеса (финансовые, консультационные, аутсорсинговые, рентные, тренинговые, аудиторские и др.)

Кому продают: «самозанятым» предпринимателям, владельцам микро- и малых предприятий

Вид бизнес-модели: встроенная

Социальное воздействие: повышение доходов и социальная устойчивость целевой группы

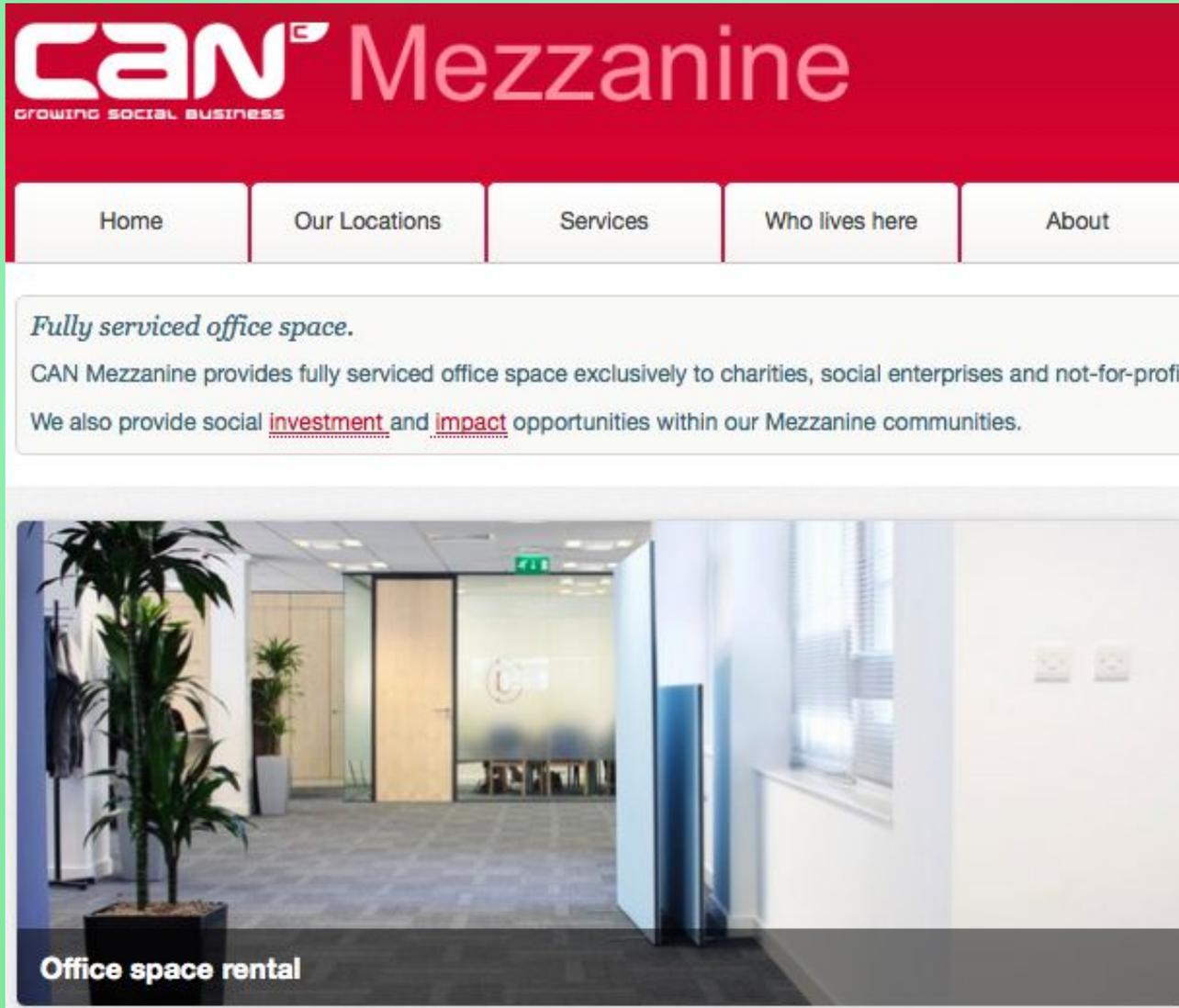
1. Модель поддержки предпринимателей

Кейс: CAN, Великобритания

Сфера деятельности	Предоставление офисных помещений по сниженным ставкам аренды для НКО и СП.
Объемы	3 офиса, 125 фирм-арендаторов, 1000 рабочих мест
Услуги, входящие в стоимость	оборудованные переговорные, ресепшен, уборка, охрана, техобслуживание, чай/кофе, пользование кухней, высокоскоростной интернет и телефон, прием и разборка корреспонденции, парковка/лифты/туалеты для инвалидов, стойки для велосипедов и душевые
Тарифы	90 фунтов за 1 рабочее место в неделю (4640 фунтов в год)
Дополнительные платные услуги	аутсорсинг кадровых услуг
Прочее	Предприятие тиражирует свою модель с помощью социальной франшизы

1. Модель поддержки предпринимателей

Кейс: CAN, Великобритания



CAN^{Co} Mezzanine
growing social business

Home Our Locations Services Who lives here About

Fully serviced office space.

CAN Mezzanine provides fully serviced office space exclusively to charities, social enterprises and not-for-profit. We also provide social [investment](#) and [impact](#) opportunities within our Mezzanine communities.

Office space rental

1. Модель поддержки предпринимателей

Кейс: Центр консалтинга и аутсорсинга (ЦКА) «Наше будущее», РФ

Регионы работы:

- ✓ Архангельск
- ✓ Астрахань
- ✓ Волгоград
- ✓ Калининград
- ✓ Нижний Новгород
- ✓ Пермь

Более **6 500** предпринимателей получили поддержку

1. Модель поддержки предпринимателей

Кейс: ЦКА «Наше будущее», РФ

Услуги начинающим предпринимателям:

- Тренинги и семинары по основам предпринимательской деятельности, ведению бухгалтерского учета, маркетингу, бизнес-планированию.
- Бухгалтерский и юридический консалтинг
- Аренда микро-офисов (ко-воркинг) на любой срок
- Оценка предпринимательских способностей

Услуги для действующих предприятий:

- Комплексное бухгалтерское обслуживание,
- Участие в государственных и муниципальных торгах,
- Бюджетирование и бизнес-планирование
- Юридический консалтинг
- Маркетинговые исследования и разработка ценовой политики
- Увеличение эффективности персонала, продаж, структуры, бизнес-процессов, затрат

1. Модель поддержки предпринимателей



Центр консалтинга и
аутсорсинга «Наше будущее»



[Отправить сообщение](#)

8 800 775-75-69

Бесплатно по всей России

+7 495 690-00-74

Ваш город: **Москва** ▾

[О КОМПАНИИ](#)

[УСЛУГИ](#)

[РЕШЕНИЯ](#)

[КОНТАКТЫ](#)



[RUS](#) [ENG](#)

СТАНЬТЕ ЧАСТЬЮ ПРОГРАММ ГОС.ФИНАНСИРОВАНИЯ!

Станьте частью государственных программ по поддержке бизнеса, реализуемых профильными министерствами, государственными банками и лизинговыми компаниями. Вы сможете получить до 10 млн. рублей



Помощь в получении гос.
финансирования

Увеличение
продаж

Повышение эффектив-
ности персонала

Сокращение
издержек

5

лет успешной работы

6 568

клиентов

6

регионов России

2. Модель рыночного посредника

Что продают: продукцию мелких производителей с собственными услугами по продвижению (доработку продукции, производственную и маркетинговую поддержку, кредитование)

Кому продают: открытый рынок

Вид бизнес-модели: встроенная

Социальное воздействие: поддержка мелких производителей и кооперативов

2. Модель рыночного посредника

Кейс: Hidden Art (Скрытое Искусство), Великобритания

Сфера деятельности	электронный магазин дизайнерских продуктов и предметов искусства, изготовленных вручную
Социальная миссия	поощрение самозанятости и сохранения традиций ремесленных изделий и культуры штучных предметов интерьера
Объемы	8 сотрудников, оборот 500 тысяч фунтов в год
Тарифная политика	Комиссионное вознаграждение с покупателя, гибкое ценообразование
Дополнительные платные услуги	Франшиза своей модели
В рамках франшизы предоставляет	Бренд Методику и помощь в старте и рекламе Консалтинг

2. Модель рыночного посредника

Кейс: Hidden Art (Скрытое Искусство), Великобритания

The image shows a screenshot of the Hidden Art website. At the top, the logo "Hidden Art" is displayed in a stylized font, with a red dot and the word "SHOP" to its right. Below the logo is a navigation menu with the following items: "A-Z DESIGNERS", "HOME & GARDEN", "FOOD LOVERS", "WOMEN", "MEN", "BEST SELLERS", "GIFTS", and "NEW ARRIVALS".

The main content area features a grid of product images:

- Top left: A red and purple hanging planter box.
- Top middle: A collection of colorful wooden bird figurines.
- Bottom left: A white ceramic tiered serving stand.
- Bottom middle: A white plate with a green silhouette of a building.
- Right side: A large image of food items, including asparagus wrapped in prosciutto and two small white ceramic egg holders on a wooden surface.

In the bottom right corner of the large food image, there is a "SHOP NOW" button with a right-pointing arrow.

2. Модель рыночного посредника: Кейс кооператив «Народное здоровье»

Каналы: сайты; выставки, ярмарки, фестивали; соц. сети; сарафанное радио; телефон.



Ключевые партнёрства:

Магазины-оптовики; организаторы ярмарок и выставок; организаторы совместных покупок; собственники арендуемых помещений; руководители проектов по здоровью; поставщики продукции.

Ключевые действия:

Создание и поддержка базы поставщиков здоровой бакалеи и клиентской базы, участие в ярмарках

Ключевые ресурсы:

Команда: руководитель, коммуникатор, логистик, менеджер ИМ, водители и курьеры, продавцы; опыт работы на рынке; раскрученная точка и сайт; наработанный широкий ассортимент.



Клиенты:

Потребители здоровых, качественных, вегетарианских, постных, диетических, отечественных продуктов; беременные и кормящие мамы, люди, самостоятельно выпекающие хлеб, люди на диете, на сыроедении

Отношения с клиентами:

Личное и индивидуальное общение (не потоковые безличные клиенты); работа через свою и партнёрскую розницу; ненавязчивый маркетинг; выполнение личных запросов



Создаваемая стоимость для клиентов:

Качественный продукт, конкурентные цены, выполнение нестандартных запросов

Доходы: выручка розница, выручка опт; доходы от организации ярмарок и мероприятий; дилерские доходы от производителей.

Затраты: з/п; аренда офиса, склада, лавки; административные расходы

Продукты:

Здоровые продукты питания (бакалея)



2. Модель рыночного посредника: Кейс кооператив «Народное здоровье»



Социальное воздействие:

- .Обеспеченность заинтересованных лиц здоровыми продуктами. Качество и доступность (экономическая, организационная).
- .Развитые экологические сельскохозяйственные производители. Устойчивые, рентабельные, экологичные.
- .Рабочая схема единой производственно-потребительской системы “от поля до конечного потребителя” для локальных сообществ.
- .Экологичные формы потребления. Совместные покупки, плановое потребление и производство, возвратная тара, «с колёс», «без маркетинга» и др.
- .Малое предпринимательство и занятость в секторе здоровых продуктов питания.
- .Микрокредитование предпринимателей и фермеров.
- .Прототип СП: самоуправление и самофинансирование.

2. Модель рыночного посредника: Кейс кооператив «Народное здоровье»



Совместные покупки

Зерновые, Мука, Мёд, Сухофрукты и орехи, Еще...



Иван-чай

Вятский Иван-чай, Иван-чай "Природы дар", Иван-чай "Лад-да-Дар"



Мёд

Мёд Владимира Лысова, Мёд Ивана Белозёрова, Правильный Алтайский мёд, Мёд разный, Еще...



Таёжные сборы "Ладдария"



Зерновые и бобовые

Зелёная гречка (Алтайский край), Образ жизни, Чёрный хлеб. Органическое зерно, Разное, Еще...



Каши "Беловодье"



Мука и каши "Ладдария"



Мука

Мука от Агрокомплекса "Солнечный", Мука "Беловодье", Образ жизни, Мука "БИО" от "Чёрного хлеба", Еще...



Орехи



Растительное масло

Масло "Ладдария", Масло "Донская капля", Другие



Продукты от Ё-Маззая



Сушилки Ezidri

3. Модель занятости

Что продают: товары и услуги

Кому продают: открытый рынок

Вид бизнес-модели: встроенная

Социальное воздействие: создание рабочих мест (источников доходов) и дополнительных механизмов адаптации и социализации для представителей социально незащищенных групп

3. Модель занятости

Кейс: Компания Biddy Bags Саманты Джокель, Австралия

Сфера деятельности	Изготовление и реализация вязаных сумок и проведение обучающих семинаров по вязанию и шитью
Социальная миссия	Создание рабочих мест для пенсионерок, возможности для дополнительного обучения, общения и творчества для пожилых людей
Объемы	8 рабочих мест, дополнительный заработок для каждой пенсионерки 250-300 долларов в месяц
Особенности рынка	Ограниченный спрос на товары ручного производства
Возможности тиражирования	в других регионах

3. Модель занятости

Кейс: Компания Biddy Bags, Австралия



Biddy Bags

3. *Модель занятости:*

кейс «Березень»

Созданный в Туле в 1993 г Еленой Костяновской центр обучения инвалидов специальностям, востребованным в центрах бытового обслуживания в каждом районе города:

- Парикмахерские
- Фотоателье
- Текстильное ателье
- Ремонт обуви
- Metallоремонт

Организация собственных пунктов бытового обслуживания шаговой доступности и трудоустройство инвалидов, прошедших обучение

3. Модель занятости:

кейс «Березень», результаты

- 20 лет успешной работы ТРОО «Центр социальной реабилитации инвалидов «Березень»
- Комплексный подход к реабилитации инвалидов, включающий:
 - социальную,
 - трудовую,
 - медицинскую,
 - психологическую реабилитацию инвалидов
- Трудоустройство людей второй и третьей группы инвалидности, в том числе людей с ментальной инвалидностью.
- Обучено и трудоустроено более 100 человек с ограниченными возможностями.
- Психологическую помощь получило 4263 человека.
- Медицинская помощь предоставляется каждому нуждающемуся в соответствии с индивидуальными потребностями работника.
- Инвалиды и пенсионеры обслуживаются с 20% скидкой (в год около 20 000 человек).

Кейс «Березень»: результаты



4. *Модель платных услуг*

Что продают: социальные услуги

Кому продают: целевой аудитории и другим клиентам

Вид бизнес-модели: встроенная

Социальное воздействие: доступные социальные услуги там, где их не было, или для тех, кто не мог их себе позволить

4. Модель платных услуг

Кейс: Aurolab Дэвида Грина, Индия

Сфера деятельности	Производство глазных линз и слуховых аппаратов по доступным ценам
Социальная миссия	Доступное медицинское оборудование для беднейших слоев населения
Объемы	С 1992 года продано 6 млн линз Доля компании - 10% мирового рынка
Тарифная политика	Гибкое ценообразование, средние цены: слуховые аппараты по цене 50\$/ед., глазные линзы 2-4\$/ед.
Дополнительные инновации	Производство дешевой офтальмологической нити для хирургических операций
Помощь другим СП	Бесплатное обучение и программное обеспечение

4. Модель платных услуг

Кейс: Aurolab, Индия



The screenshot displays the Aurolab website homepage. At the top left is the Aurolab logo, featuring a red square with a white 'a' and the text 'aurolab' in white, with the tagline 'Excellence . . . in sight' below it. To the right of the logo, contact information is listed: 'Call: +91- 452 - 3096100', 'Fax: +91- 452 - 2446200', and 'Email: info@aurolab.com'. Below the header is a dark blue navigation bar with white text for 'Home', 'Corporate', 'Professionals', 'Patients', 'Eshop', and 'Contact Us'. A search bar with a magnifying glass icon is positioned on the right side of the navigation bar. The main content area features a large photograph of a modern, multi-story white building with a prominent entrance canopy. Below the photograph is a horizontal row of ten small, light blue circular indicators, with the first one being filled. At the bottom of the page, a dark blue footer contains six white text links: 'Intraocular lens', 'Pharmaceutical', 'Suture Needle', 'Equipments', 'Surgical Blades', and 'Special Products'.

aurolab
Excellence . . . in sight

Call: +91- 452 - 3096100
Fax: +91- 452 - 2446200
Email: info@aurolab.com

Home Corporate Professionals Patients Eshop Contact Us Search

Intraocular lens Pharmaceutical Suture Needle Equipments Surgical Blades Special Products

4. Модель платных услуг: кейс «Ступеньки»

Предприниматель	Марина Бакулина
Общее описание	Детский развивающий центр «Ступеньки» был организован в 2004 году в городе Тюмень
Начальные инвестиции	Банковский кредит 200 000 рублей
Персонал	Студенты и выпускники педагогических ВУЗ-ов
Инновации	Инклюзивные занятия для детей с обычными и особенными потребностями Работа с детьми с 6 месяцев Все преподаватели с логопедическим образованием «Логорисование»
Количество детей ежемесячно	Ок. 150

4. Модель платных услуг: кейс «Ступеньки»



CONTACT US



РУССКИЙ

ЦЕНТР СТУПЕНЬКИ

УЧИТЕЛЯ И КУРСЫ

ДЕТИ И РОДИТЕЛИ

СЛОВО ДИРЕКТОРА

НОВОСТИ

ПРАВИЛА ПОСЕЩЕНИЯ

СТОИМОСТЬ ОБУЧЕНИЯ

ВАШИ МЫСЛИ О НАС

ВАКАНСИИ В ЦЕНТРЕ

НАШИ ДРУЗЬЯ



Let us introduce ourselves



Слово директора



Поиск

5. Модель субсидирования услуг

Что продают: товары и услуги

Кому продают: открытый рынок

Вид бизнес-модели: интегрированная (использование общих активов для социального и коммерческого направлений, общие расходы и управление движением денежных средств). Доходы коммерческого направления финансируют социальное.

Социальное воздействие: помощь социально-незащищенным слоям общества

5. Модель субсидирования услуг

Кейс: Pioneer Human Services Seattle, США

Сфера деятельности	Производство запчастей для Боинг, производство различных изделий из листового металла, услуги по сборке, упаковке и складированию продукции, кетеринг, производство сухих пищевых продуктов, управление, техническое обслуживание и капремонт дешевого жилья, консалтинг некоммерческих организаций по созданию СП
Социальная миссия	Социальная реабилитация бывших заключенных, алкоголиков и наркоманов
Объемы	создала 1136 рабочих мест для социально ущемленных слоев населения
Бизнес-модель	Полное финансирование деятельности НКО за счет реализации продукции дочерних СП
Дополнительные инновации	Собственная методика избавления от зависимостей, показывающая в 2,5 раза лучшую статистику по сравнению с аналогичными программами

5. Модель субсидирования услуг

Кейс: Pioneer Human Services Seattle, США

The image shows a screenshot of the Pioneer Human Services website. At the top left is the logo for Pioneer Human Services, featuring a stylized 'P' with a starburst and the text 'PIONEER HUMAN SERVICES' and 'A CHANCE FOR CHANGE'. To the right of the logo is a yellow banner with the text 'Providing a chance for change'. Below the banner are two links: 'Find services by location' and 'Contact us'. A horizontal navigation menu contains several items: 'Counseling and treatment', 'Transition from jail or prison', 'Housing', 'Training and job development', 'Do business with Pioneer', and 'About us'. To the right of the menu is a search bar with the text 'Search the site' and a magnifying glass icon. Below the navigation menu is a large hero image of a woman with long blonde hair and black-rimmed glasses, smiling. Overlaid on the left side of the hero image is a dark blue text box with the text 'A solid foundation to make positive change' in white.

PIONEER HUMAN SERVICES
A CHANCE FOR CHANGE

Providing a chance for change

Find services by location | Contact us

Counseling and treatment | Transition from jail or prison | Housing | Training and job development | Do business with Pioneer | About us

Search the site

A solid foundation to make positive change

5. Модель субсидирования услуг

Кейс: Межрегиональный общественный фонд

«Сибирский центр поддержки общественных инициатив»

Миссия	Способствовать развитию общественных инициатив и гражданской ответственности населения с целью решения проблем различных сфер общественной жизни через институты гражданского общества.
Ресурс для коммерческой деятельности	Экспертное ноу-хау
Некоммерческая деятельность	Ресурсный центр для сибирских НКО Информационно-аналитическая работа
Коммерческая деятельность	Обучение, консалтинг, разработка, оценка и осуществление социальных программ и проектов, социальный маркетинг, информационная поддержка, вовлечение населения в государственные и негосударственные социальные программы

6. Модель рыночных связей

Что продают: доступные и прозрачные посреднические услуги для целевой группы

Кому продают: микро-предприятия, СП, кооперативы

Вид бизнес-модели: встроенная или интегрированная (например, получая доходы от проведения маркетинговых исследований для коммерческих организаций, дополнительно СП предлагает коммерческим клиентам продукцию других СП и микро-предприятий).

Социальное воздействие: помощь социально-незащищенным слоям общества

6. Модель рыночных связей

Кейс: The shop for change, Австралия

Сфера деятельности	Австралийский интернет-портал, на котором СП из любой страны может сформировать свой интернет-магазин и продавать свои товары с доставкой по почте
Социальная миссия	Дополнительный доступный канал продаж по всему миру для продукции СП
Объемы	Созданы интернет-магазины 17 СП
Ценовая модель	комиссионный сбор в размере 5 % от продаж
Дополнительные инновации	Мировой охват, простота платежей

6. Модель рыночных связей

Кейс: The shop for change, Австралия

THE SHOP FOR CHANGE

Home Find products Meet sellers Search... Go

Home > Find products > Your basket (0 items)

Find products

This is handmade empowerment Products with impact < >

Categories

Countries

Select country... ▾

Development goal

Select a goal... ▾

Price

\$10 \$20 \$50 \$100 \$200+

Products with impact

Here is where you can discover handmade products where a majority of profits go towards fighting poverty and hunger. This is just one of the social impacts supported by sellers on The Shop for Change.

\$20

Sankofa Pot Holder
by Until There's

\$35

Ta Tha Du Scarf
by WEFTshop

6. Модель рыночных связей

Кейс: Проект «Больше чем покупка» по реализации продукции СП на автозаправочных станциях Лукойл

Сфера деятельности	Реализация товаров социальных предприятий в магазинах при АЗС Лукойл
Социальная миссия	Дополнительный доступный канал продаж в Москве для продукции социальных предприятий: В проекте приняли участие следующие СП: ИП Гаврилов («Веселый Войлок»), «Наивно?Очень!», ООО «Помогать легко», ИП Черникова, ООО «Экокластер»
Объемы	1-30% от ежемесячного объема реализации социальных предприятий, сотрудничающих с Лукойлом
Ценовая модель	Торговая наценка при реализации товаров СП
Дополнительные инновации	Необычный канал продаж для небольших социальных предприятий

6. Модель рыночных связей

Кейс: Проект «Больше чем покупка» по реализации продукции СП на автозаправочных станциях Лукойл



7. Модель организационной поддержки

Что продают: товары и услуги

Кому продают: открытый рынок

Вид бизнес-модели: внешняя (доходы коммерческих фирм финансируют социальные программы, не связанные с коммерческой деятельностью)

Социальное воздействие: помощь социально-незащищенным слоям общества, развитие местных сообществ, борьба с бедностью

7. Модель организационной поддержки

Кейс: BRAC, Бангладеш

Сфера деятельности	Микрокредитование, комплексное развитие общин (стимулирование и помощь в производстве сельхозпродукции, рыболовстве, организации кооперативов, в развитии сельских ремесел, планировании семьи, здравоохранении, профессиональной подготовке женщин и строительстве общественных центров), минимальные доступные программы добровольного медицинского страхования для беднейших слоев населения, программа начального образования для сельских детей, открытие сельских библиотек с доступом в интернет, финансирование малого предпринимательства, информационно-коммуникационные услуг
Миссия	борьба с бедностью
Бизнес-модель	Самофинансирования - 70-80% за счет собственных коммерческих предприятий в молочной и пищевой отраслях, а также за счет сети розничных магазинов ремесленных товаров Aarong, остальное – за счет пожертвований

7. Модель организационной поддержки

Кейс: BRAC, Бангладеш

The image shows a screenshot of the BRAC website. At the top left is the BRAC logo, a stylized pink flower-like shape next to the word 'brac' in lowercase. To the right of the logo are links for 'For Partners', 'For Media', 'For Researchers', and 'FAQ'. Below the logo is a navigation menu with items: 'Who We Are', 'What We Do', 'Where We Work', 'Get Involved', and 'Stay Informed'. A search bar with 'Google™ Custom Search' and a 'Search' button is located to the right of the navigation menu. The main content area features a large photograph of a classroom of female students in blue and white uniforms, sitting at desks and looking towards the camera. Overlaid on the top left of this image is a text box that reads: 'BRAC supported secondary schools achieved 93.1% pass rate'. To the right of the main image is a pink 'DONATE NOW' button with a right-pointing arrow. Below the button is a world map with pink dots indicating BRAC's operational locations: Haiti, Sierra Leone, Liberia, South Sudan, Tanzania, Afghanistan, Pakistan, Bangladesh, Sri Lanka, and the Philippines. Below the map is a 'Newsletter Sign up' section with the text 'Stay informed by signing up for our newsletter.' and three input fields for 'First Name', 'Last Name', and 'Email'.

For Partners | For Media | For Researchers | FAQ

Who We Are | What We Do | Where We Work | Get Involved | Stay Informed

Google™ Custom Search Search

BRAC supported secondary schools achieved 93.1% pass rate

DONATE NOW

Haiti, Sierra Leone, Liberia, South Sudan, Tanzania, Afghanistan, Pakistan, Bangladesh, Sri Lanka, Philippine

Newsletter Sign up

Stay informed by signing up for our newsletter.

First Name

Last Name

Email

7. Модель организационной поддержки: Кейс «Ковчег» и «Мерси»

НКО «Мерси»

← прибыль

Кафе «Ковчег»

Направления деятельности:

- предоставление бесплатного питания бездомным;
- юридическая помощь и защита прав бездомных;
- реабилитация людей с алкогольной и наркотической зависимостью;
- обучение и трудоустройство бездомных.

Бенефициары:

- Бездомные
- Люди с алкогольной и наркотической зависимостью

Специализация:

Семейное доступное кафе без курения и алкоголя

Клиенты:

Семьи с детьми, стремящиеся к здоровому образу жизни

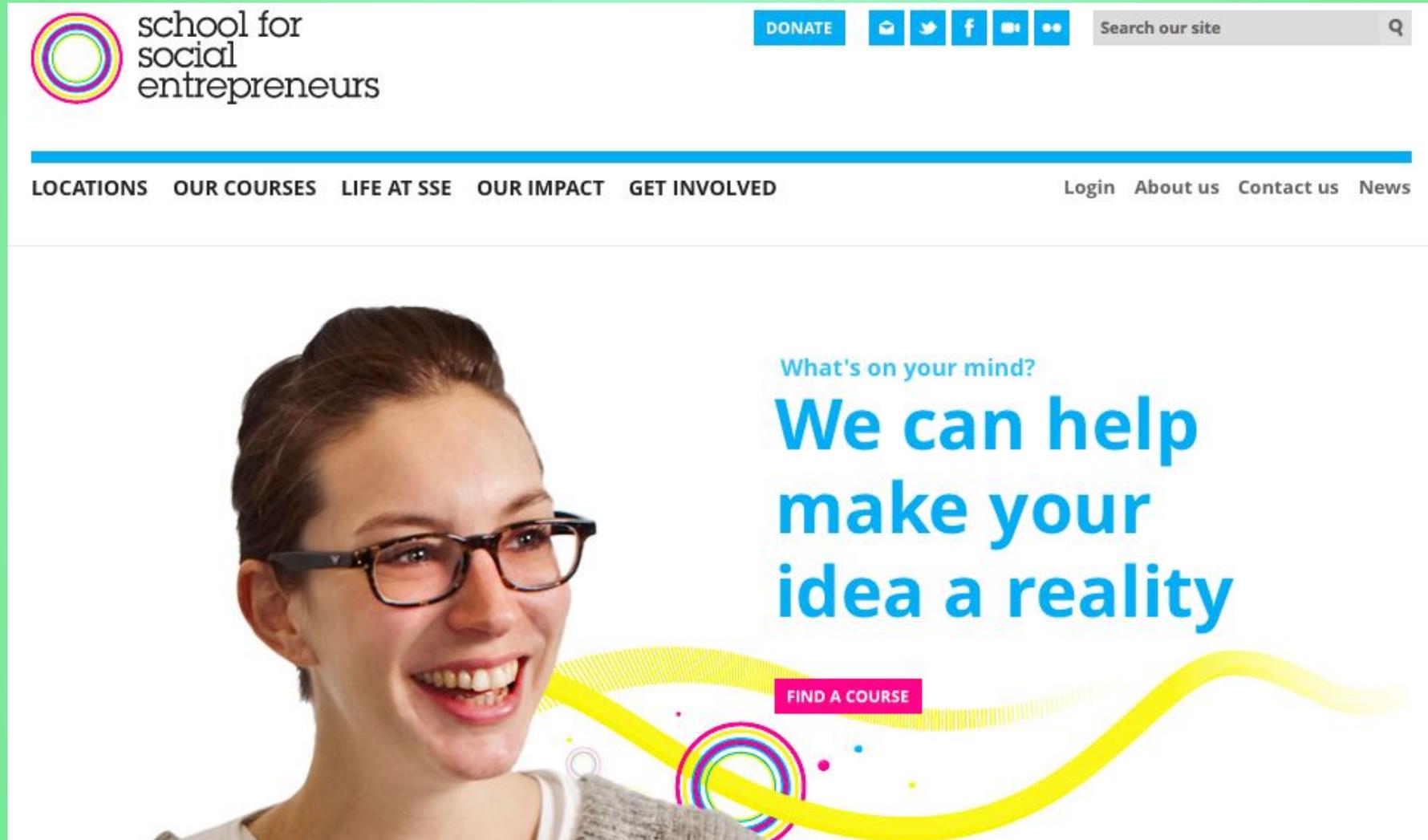
8. Модель франчайзинга

Кейс: Школа социальных предприятий, Великобритания

Сфера деятельности	Обучение социальных предпринимателей
Социальная миссия	Продвижение социального предпринимательства, повышение его устойчивости и выживаемости
Объемы	С 1997 г. В Школе прошли обучение более 1000 социальных предпринимателей. 8 франшиз в Великобритании, 2 в Австралии, 1 в Канаде
Продукты	Годичный курс для начинающих социальных предпринимателей «обучения действием», ряд специализированных коротких программ, например, по социальному франчайзингу, работе с государственным сектором и развитию продаж для социальных предприятий.
Прочие виды деятельности	Ежегодно выдает более £ 1 млн. грантов для социальных предпринимателей
Франшиза предлагает	бренд, учебную программу, помощь в старт-апе, а также консалтинг в течение срока действия договора

8. Модель франчайзинга

Кейс: Школа социальных предприятий, Великобритания



The image shows the homepage of the School for Social Entrepreneurs. At the top left is the logo, which consists of three concentric circles in purple, blue, and green, followed by the text "school for social entrepreneurs". To the right of the logo is a blue "DONATE" button and a row of social media icons for email, Twitter, Facebook, Messenger, and WhatsApp. Further right is a search bar with the text "Search our site" and a magnifying glass icon. Below the header is a blue horizontal bar containing navigation links: "LOCATIONS", "OUR COURSES", "LIFE AT SSE", "OUR IMPACT", and "GET INVOLVED". On the right side of this bar are links for "Login", "About us", "Contact us", and "News". The main content area features a large image of a smiling woman with glasses. To her right, the text reads "What's on your mind?" in blue, followed by "We can help make your idea a reality" in a larger blue font. Below this text is a yellow wavy graphic with a pink button that says "FIND A COURSE". The School for Social Entrepreneurs logo is also visible at the bottom of the graphic.

8. Модель франчайзинга

Кейс: Ресторан «В темноте?»

Сфера деятельности	Ресторан, в котором работают только слабовидящие официанты и где клиенты также проводят время в темноте.
Социальная миссия	Трудоустройство слабовидящих людей, знакомство здоровых с восприятием слабовидящих и изменение отношения к инвалидам в обществе
Объемы	Международная франшиза, в России имеет 2 ресторана в Москве и Петербурге.
Франшиза предлагает	Схема франчайзинга в этой компании предполагает создание предприятия «под ключ», включая бренд, технико-экономическое обоснование, подбор и подготовку помещения, подбор и обучение персонала. Инвестор несет расходы, непосредственно связанные с помещением и персоналом. Договор франшизы заключается на 10 лет.

8. Модель франчайзинга

Кейс: Ресторан «В темноте?»

HOME МЕНЮ ЗАКАЗ СТОЛИКА ИНТЕРНЕТ МАГАЗИН НОВОСТИ ГАЛЕРЕЯ

В ТЕМНОТЕ?!

НЕОБЫЧНЫЙ РЕСТОРАН

ВНИМАНИЕ АКЦИЯ!
с 1 по 30 июня
Для участников нашей группы
ВКонтакте **СКИДКИ!!!**
10% на все подарочные сертификаты!
Вступи в нашу **группу ВКонтакте** и получи
скидку!
Заказы принимаются в **интернет магазине**



Подарочный сертификат
на две персоны

VIP
000351
Ужин
В ТЕМНОТЕ?!

Подарочный сертификат
на две персоны

000351
Ужин
В ТЕМНОТЕ?!

www.v-temnote.ru

9. Модель партнерства

Кейс: GrameenPhone, Бангладеш

Сфера деятельности	Телекоммуникационные услуги и доступ к мобильной связи
Социальная миссия	Дешевая мобильная связь и доступ к интернету и средствам коммуникаций для жителей сельских районов Бангладеш
Объемы	Ок. 500 Информационных центров местных сообществ, 210 000 индивидуальных предпринимателей участвуют в программе продаж в сельской местности бюджетных мобильных телефонов и доступной мобильной связи
Продукты	Создание Информационных центров местных сообществ в сельской местности; Распространение в сельской местности бюджетных мобильных телефонов и доступная мобильную связь для деревенских жителей Бангладеш
Прочие виды деятельности	Развитие сети мобильной связи (ок 11 000 базовых станций), предоставление сети и трафика в аренду

9. Модель партнерства

Кейс: GrameenPhone, Бангладеш



The image shows a screenshot of the GrameenPhone website. At the top left is the GrameenPhone logo, which consists of a stylized blue flower-like icon followed by the text "grameenphone". Below the logo is a blue navigation bar with a home icon and four menu items: "About Us", "Products and Services", "Business", and "Mobile Lifestyle". The main content area features a large promotional banner for the World Cup. The banner has a background of a soccer field with a goal net and a soccer ball. Overlaid on the banner are three red banners with white text that reads: "Follow Your Favorite Teams and players throughout the #WorldCup. Type #GoalGP to 9594 to get started!". In the bottom left corner of the banner, there is a logo for "প্রথম আলো" (Pratham Alo) with four small squares below it. In the bottom right corner of the banner, there is the GrameenPhone logo followed by a plus sign and the Twitter logo.