



ШКОЛА  
СОЦИАЛЬНОГО  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

**Постановка проблемы:**

Чернов А.В.

Череповец, ЧГУ, 2013

# Постановка пробле



- Постановка проблемы – краткая, сжатая формулировка, в идеале укладывающаяся в одно предложение, максимум – абзац.
- На этапе первичного сбора и обработки информации мы воспринимаем саму идею как проблему.
- Поэтому и формализовать информацию в данном случае можно по тому же алгоритму, который существует в менеджменте проблем.

# Постановка пробле



ШКОЛА  
СОЦИАЛЬНОГО  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

С. Катлип отмечает: « Эффективная постановка проблемы резюмирует все, что мы узнали о ситуации, связанной с данной проблемой.

- Она составляется в настоящем времени и описывает текущую ситуацию.
- Она описывает ситуацию в конкретных и «измеряемых» характеристиках, детализирующих следующую информацию:
- Что является источником озабоченности?
- Где кроется данная проблема?
- Когда это становится проблемой?
- Кто вовлечен в проблему или подвергается ее воздействию?
- Как именно данная проблема затрагивает этих людей?
- Почему эта проблема должна волновать организацию и общественность?

# Постановка пробле



- Постановка проблемы не подразумевает готового рецепта ее решения или выдвижения каких-либо объяснений (тем более обвинений и категоричных суждений);
- При правильной постановке проблемы в ней содержатся конкретные измерители проблемной ситуации, основанные на объективных исследованиях и документальных материалах.
- В формулировках нет проектов решения проблемы. В них нет стратегии, выработка ее – следующая задача. Описание проблемы констатирует: так обстоит дело сейчас.

# Источники сбора информации по проблеме



ШКОЛА  
СОЦИАЛЬНОГО  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

- Интернет –ресурсы
- Официальные справочники
- Отраслевые обзоры
- Результаты исследований

# Исследования по про



- Социологические и маркетинговые исследования
- Готовые результаты (вторичные исследования)
- Результаты аналогичных исследований на близких аудиториях
- Качественные исследования
- Зондажные исследования



ШКОЛА  
СОЦИАЛЬНОГО  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

**прецеденты**

# SAFE MATE (БЕЗОПАСНЫЙ ПОМОЩНИК)



ШКОЛА  
СОЦИАЛЬНОГО  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА







## SAFE MATE

Safe Mate – так называется смарт-браслет, который надевается на руку спортсмена-экстремала.

По дизайну не отличается от того пластикового браслета отеля, который надевается на рецепции – на руку отдыхающего.

Safe Mate – браслет-то , соединённый с хранящейся в интернет-облаке базой данных, хранящей информацию о его хозяине, владельце браслета.

смарт-браслет Safe Mate уже назван «личным телохранителем», личным секретарём или ... историей болезни.



## **Безопасность на воде: смарт-технологии для спорта экстремалов и медицинская карта**

Если с человеком случилась беда – медикам-спасателям нужны самые необходимые сведения о состоянии здоровья человека до момента травмы, потери сознания, утопления.

Безопасность спортсмена-экстремала —это знание врачебной бригады о том, какими наследственными и хроническими болезнями страдает человек, какие недавно перенёс травмы или оперативные вмешательства, есть ли у человека лекарственные аллергии или другие типы непереносимости вводимых в организм веществ.

спортсмены-экстремалы – часто – люди с шатким здоровьем.

Именно для людей с шатким здоровьем характерна гиперкомпенсация по типу «Я всё равно добыюсь». И часто в экстремальные виды спорта вливаются люди, боровшиеся в детстве с различными недугами, отделявшими их от «обычных» сверстников, или борющиеся с недугами до сих пор.

Всё это необходимо знать врачам и бригаде спасателей

Браслет стоит всего лишь 25 австралийских долларов. Изобретён в Австралии – мекке всех серферов.

Умный браслет для спортсменов Safe Mate подключён к мобильному приложению на Android.

Safe Mate – водонепроницаем.



## **Проблема:**

невозможность - даже профессиональным медикам -  
оказать экстренную помощь при незнании реального состояния здоровья человека

-Резкое возрастание риска врачебной ошибки в экстремальных условиях

- Резкое увеличение опасности использования способов , пригодных для здорового человека, для человека с ослабленным здоровьем

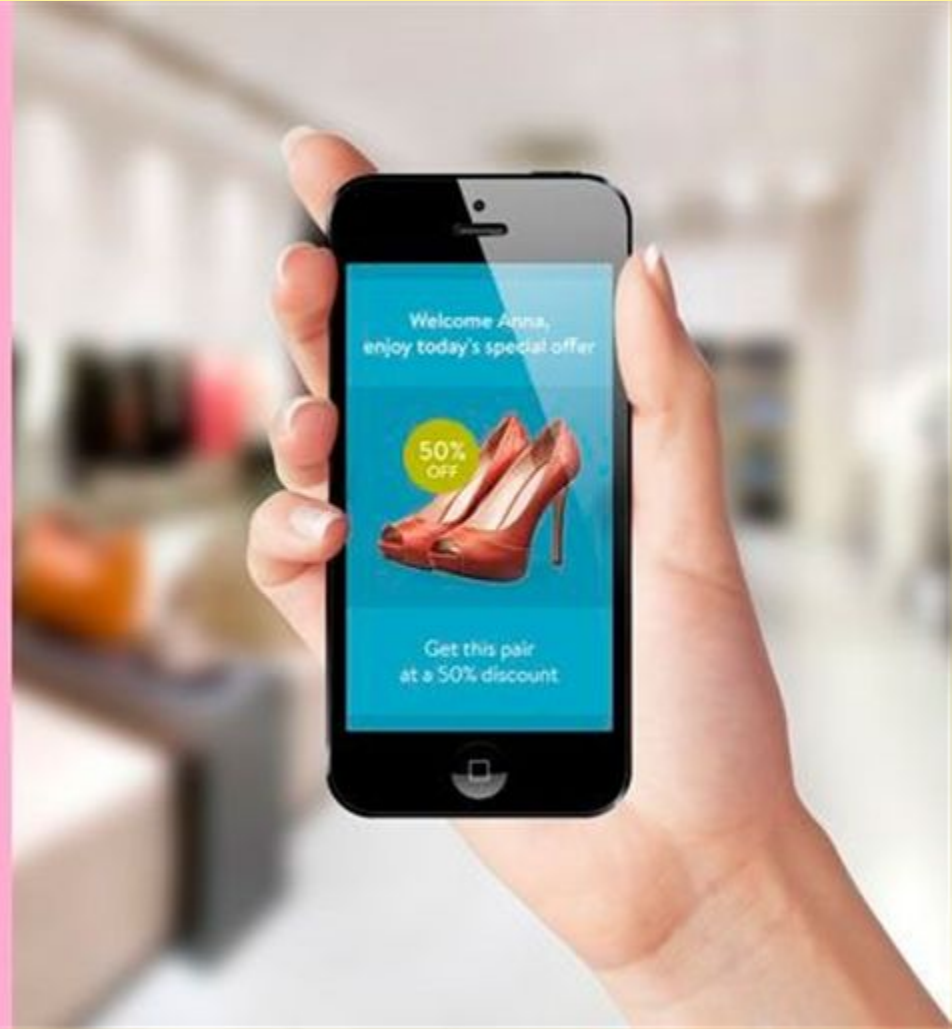
## **Целевая аудитория:**

1) первичная (ядерная) – спортсмены - экстремалы (серфингисты)  
с отклонениями в здоровье;

2) Любые спортсмены - экстремалы

**« 25 долларов – это не та цена,  
которую стоит пожалеть за  
возможность не потерять жизнь  
самым глупым способом – в  
руках медицинской бригады. »**

# ESTIMOTE NEARBLES



# ESTIMOTE NEARBLES

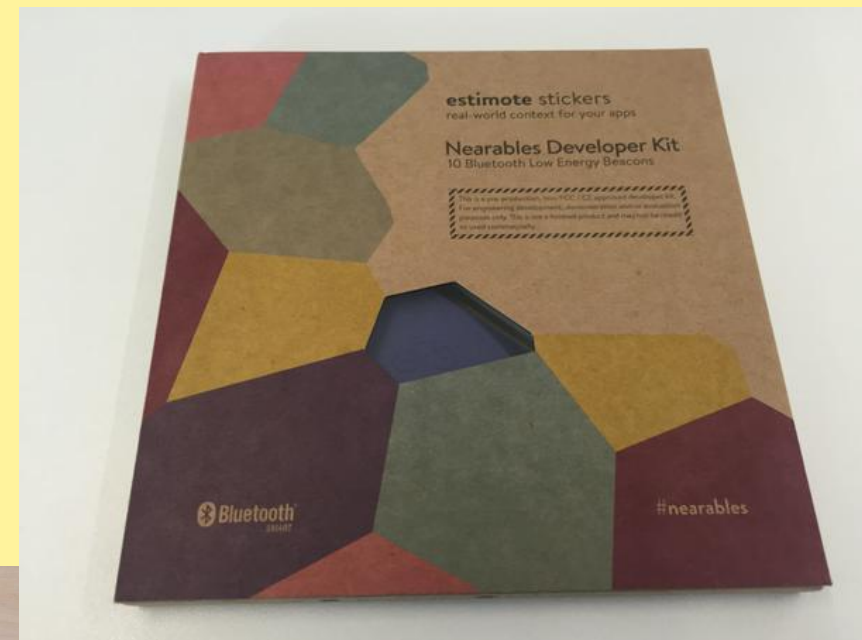
## ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Микро-маячки (beacons) под названием – Estimote Nearbles, выполненные в виде клейких стикеров, превращают любой объект физической реальности в девайс, подключённый к интернету.

Тренд: «Интернет вещей».

Акселерометр, температурный сенсор и Bluetooth содержатся внутри каждого такого микро-маячка – клейкого стикера Estimote Nearbles.

Любая вещь, на которую вы наклеили маячок Estimote Nearbles, становится доступной для вашего смартфона.





Слово Wearbles (по-английски – «носимые», то есть – в основном, носимые технологии) элегантно превращается.... элегантно, эээ – превращается в оригинально рифмованное словечко-неологизм – Nearbles, что на русский можно перевести как «вещи-тут-рядом».

**Bluetooth-маячки – новая мода?**  
Клейкие умные стикеры Estimote –  
проект совместный, польско-  
американский.

# Эффект «тут-рядом» - спокойствие современного человека

«Тут рядом» = «всё под контролем»,

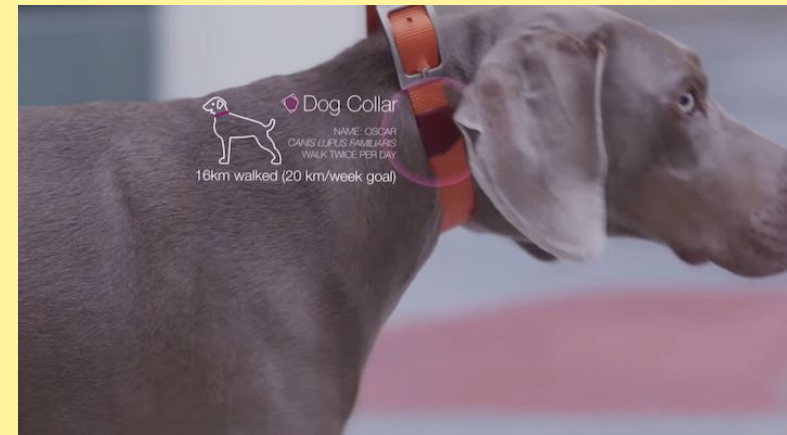
Нам очень остро не хватает этого ощущения «тут-рядом» (с эпохи неолита). Тут рядом должны быть вещи, тут рядом должны быть люди. А они как назло не тут рядом. Отсюда возникает стресс и тревога...

И сегодняшний прогресс предлагает нам убедиться, что все наши вещи «тут рядом», используя Интернет и в частности – мячки-Bluetooth. Где друзья? Открой Facebook... Друзья – тут-рядом.

Где мои калоши? Наклей на калоши маячок-Bluetooth. Увидев на экране любимого смартфона калоши – ты убедишься: калоши тут рядом. Сегодня – только так.

Потому что современный человек считает, что вещи «тут-рядом», только когда их можно увидеть на экране своего смартфона – ни больше ни меньше.

Даже дети оказываются для волнующихся родителей «тут-рядом», только лишь тогда, когда на них надет специальный браслет, связанный через специальное мобильное приложение – со смартфоном мамы-папы.



# Стартап Estimote Nearbles существует уже не первый год.



ШКОЛА  
СОЦИАЛЬНОГО  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

производит одну и ту же продукцию – маячки-BlueTooth.  
первые Estimote Nearbles были громоздкими и неудобными,  
новая модель – размером с подвеску-кулончик.

**Набор из 10 наклеек продаётся по цене 99 долларов.**

С помощью умных стикеров Estimote Nearbles можноискать по  
дому вещи-потеряшки.

А можно задавать наклейкам чуть более сложные задания.  
Тогда нужно воспользоваться набором простых инструкций  
под аббревиатурой SDK – software development kit и, даже не  
будучи профессиональным спецом по программному  
обеспечению, написать сами несложное мобильное  
приложение под iOS и Android.

Вот почему 10 наклеек или маячков-BlueTooth – Estimote  
Nearbles стоят так дорого – 99 долларов.

**Возможность программировать самим – самим создавать  
мобильные приложения (кастоматизировать) маячки – и  
стоит так дорого.**



Проблема:

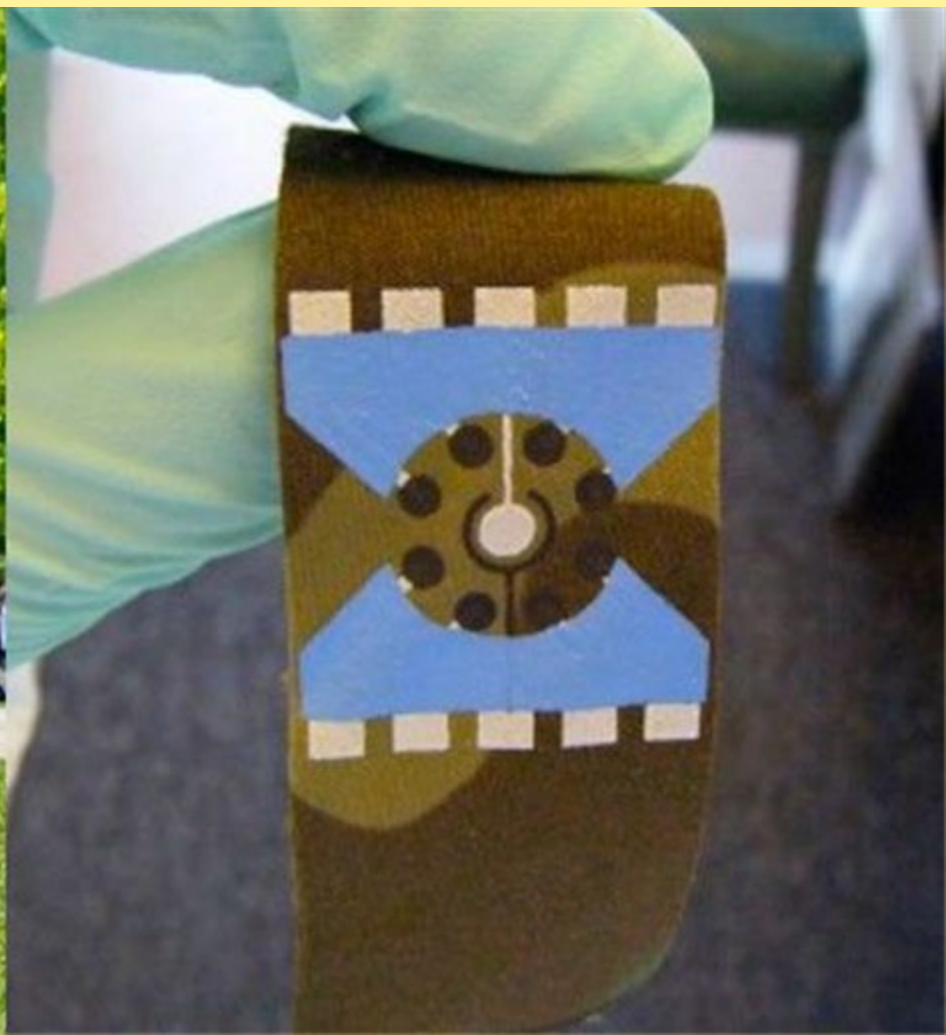
Целевая аудитория:

первичная,

вторичная



# Electrozyme – новый фитнес-трекер





ШКОЛА  
СОЦИАЛЬНОГО  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Electrozyme – новый модный фитнес-трекер: – браслет на руку  
Умный девайс для спортсменов и фанатов фитнеса контактирует с рукой,  
шире – с телом человека, поскольку является (принадлежит к классу)  
девайсов носимых или – нательных.  
нательный гаджет контактирует с обнажённым участком тела потеющего  
спортсмена, проводит химический химически анализировать  
человеческого пота и делает из этого выводы насчёт здоровья хозяина.  
полумедицинский девайс для медицинского контроля и наблюдения –  
Electrozyme.  
Стартап из Сан-Диего (San-Diego) Калифорния

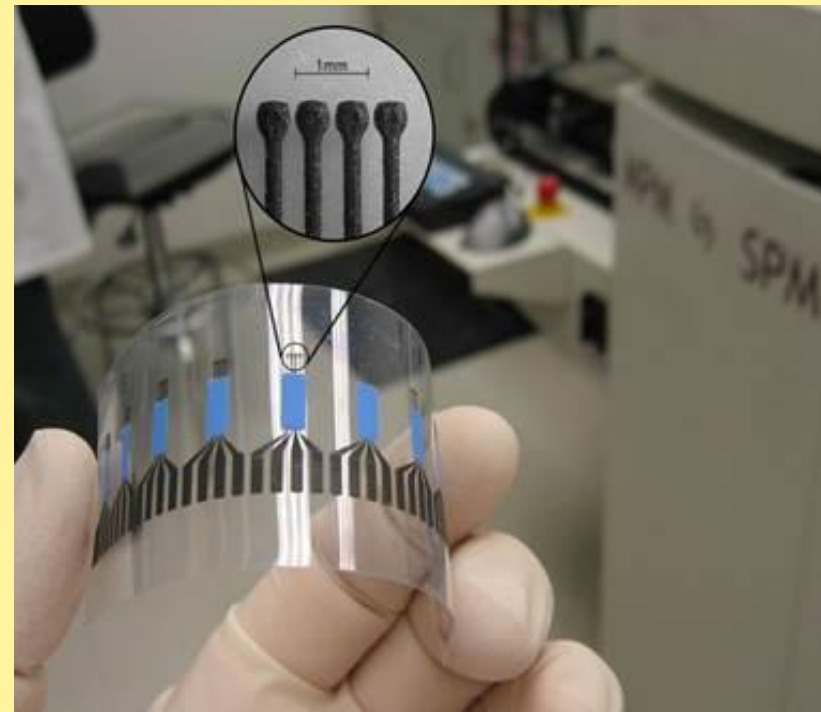
# ФИТНЕС-ТРЕКЕР ELECTROZYME

распечатан на 3Dпринтере.



Тонкие биосенсоры фитнес-трекера Electrozyme умеют определить по химическому анализу пота следующие вещи:  
дегидратацию (обезвоживание),  
перегрев,  
общее истощение,  
переохлаждение,  
превышение уровня адреналина  
(симпато-адреналовый криз).

Вывод на рынок - 2015



Проблема:

Целевая аудитория:

первичная,

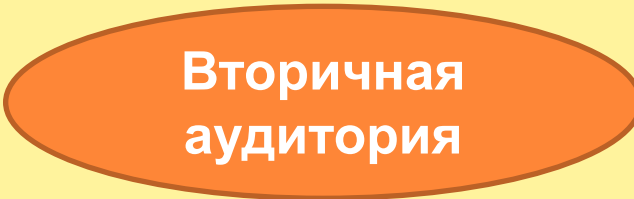
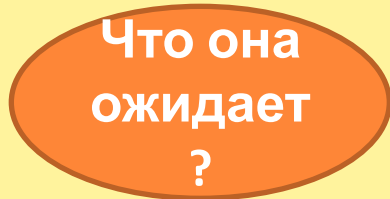
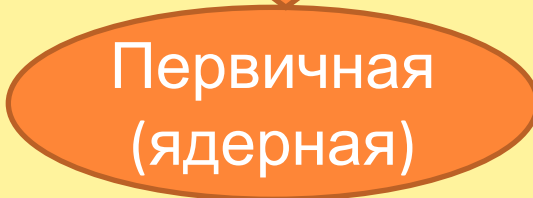
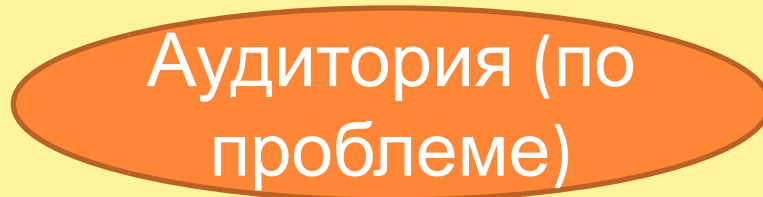
вторичная

- Общественность вообще
- Общественность по проблеме
- Сегментирование общественности
- Позиционирование и «кастомизация»

# СИТУАЦИЯ



ШКОЛА  
СОЦИАЛЬНОГО  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА



# Проблема выбора «целевых сегментов» ры



ШКОЛА  
СОЦИАЛЬНОГО  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

## •СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ВАЖНОСТЬ КЛИЕНТА:

уровень его  
заинтересованности в  
продукции компании;  
перспектива роста закупок;  
способность влиять на  
мнение других.

## •ЗНАЧИМОСТЬ КЛИЕНТА:

доля в общей выручке и  
валовой прибыли.

По мнению  
Гарвардской  
школы бизнеса,  
для  
большинства  
компаний 20%  
клиентов  
приносят 225%  
выручки,  
остальные же  
80% клиентов  
«генерируют»  
125% убытков

## •ПРИБЫЛЬНО КЛИЕНТА:

объемы закупок;  
стоимость операций,  
связанных с  
обслуживанием данного  
клиента.

## • «ЛОЯЛЬНОСТЬ» КЛИЕНТА:

коэффициент  
лояльности

показатели CLV

**Продуктивнее увеличивать свою долю рынка не за счет роста  
общего числа покупателей, а за счет увеличения доли клиентов  
с высоким уровнем показателей CLV.**

*CLV (customer lifetime value) - дисконтированная величина денежных потоков,  
созданных за все время поддержания отношений между компанией и клиентом.*



ШКОЛА  
СОЦИАЛЬНОГО  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА



## Анализ «внешней среды»: что и как повлияет на Ваш бизнес?

### СОЦИАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ:

- демографическая ситуация;
- культурные нормы;
- стиль жизни;
- прогноз занятости;
- уровень доходов населения...

### ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ:

- появление новых технологий;
- увеличение глубины переработки;
- внедрение новых материалов;
- снижение энергозатрат;
- модернизация производства...

### ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ:

- экономический рост/спад;
- уровень налогообложения;
- ставка рефинансирования, доступность кредитов;
- стабильность денежной единицы;
- таможенное регулирование;
- инвестиционная привлекательность...

### ПОЛИТИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ:

- степень государственного регулирования экономики;
- политическая стабильность и последовательность власти;
- отношения с региональными властными структурами;
- законодательная база;
- антимонопольное регулирование...



**STEP**



• **СИЛЫ** – это внутренние преимущества, которые существуют на предприятии

• **СЛАБОСТИ** – это внутренние проблемы бизнеса, которые могут негативно повлиять на его будущее

**SWOT**

• **ВОЗМОЖНОСТИ** – это благоприятные шансы, предоставляемые внешней средой, которые могут и должны быть использованы

• **ОПАСНОСТИ** (угрозы) – это возможные внешние события или перемены в будущем, которые могут негативно повлиять на бизнес

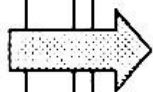
Таблица 5

	<b>Возможности</b>	<b>Угрозы</b>
	1. 2. 3.	1. 2. 3.
<b>Сильные стороны</b> 1. 2. 3.	Поле «силы – возможности»	Поле «силы – угрозы»
<b>Слабые стороны</b> 1. 2. 3.	Поле «слабости – возможности»	Поле «слабости – угрозы»

# SWOT-анализ в подготовке стратегических решений

SWOT-анализ:

- обобщает результаты анализа внешней и внутренней среды;
- дает возможность выявить сильные и слабые стороны фирмы;
- позволяет на основе анализа внешней среды выделить возможности и угрозы для фирмы;
- помогает определить совокупность необходимых стратегических действий;
- задает основу для разработки стратегии развития фирмы.



## SWOT-матрица

	<b>О</b> возможности	<b>Т</b> опасности, угрозы
<b>S</b> сильные стороны	SO силы и возможности	ST силы и угрозы
<b>W</b> слабые стороны	WO слабости и возможности	WT слабости и угрозы



Таблица 6

Вероятность использования возможности	Влияние		
	Сильное	Умеренное	Малое
Высокая			
Средняя			
Низкая			

СВ, СС, УВ – использовать обязательно;

УН, МС, МН – не использовать вообще;

СН, УС, МВ – можно использовать, если позволяют оставшиеся ресурсы.



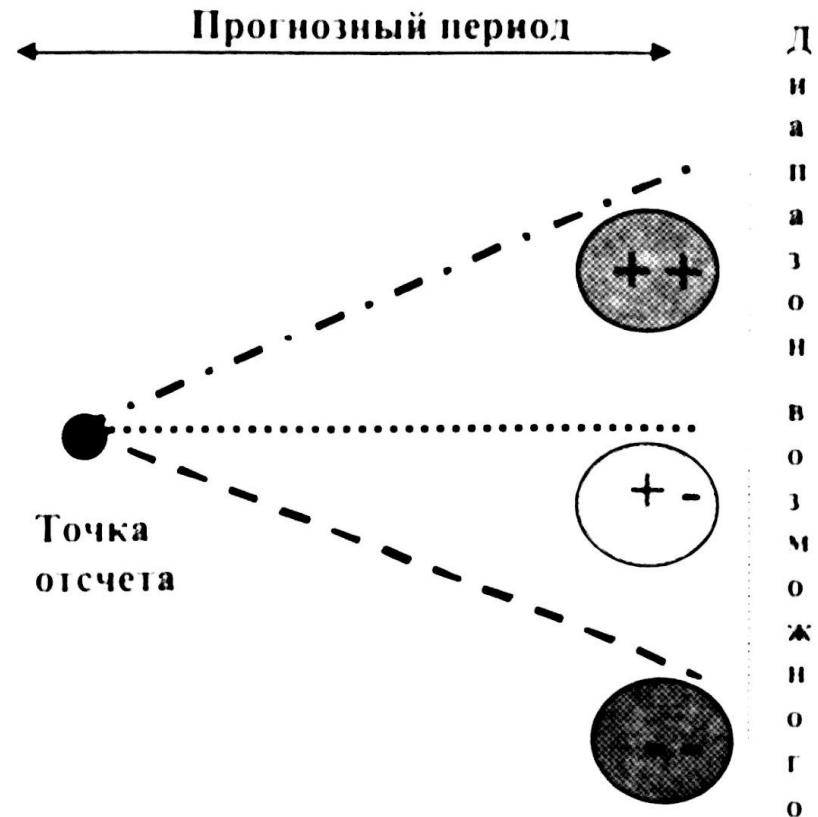
Таблица 7

Вероятность реализации угрозы	Возможные последствия			
	Разрушение	Критическое состояние	Тяжелое состояние	«Легкие ушибы»
Высокая				
Средняя				
Низкая				



## Что такое «сценарное» планирование?

- Сценарий используется в качестве альтернативы прогнозу.
- Сценарий позволяет на основе предположений, во-первых, наметить наиболее вероятное направление развития, а во-вторых, наглядно рассмотреть альтернативные варианты.
- Основой сценария обычно служат выводы STEP- и SWOT-анализа.

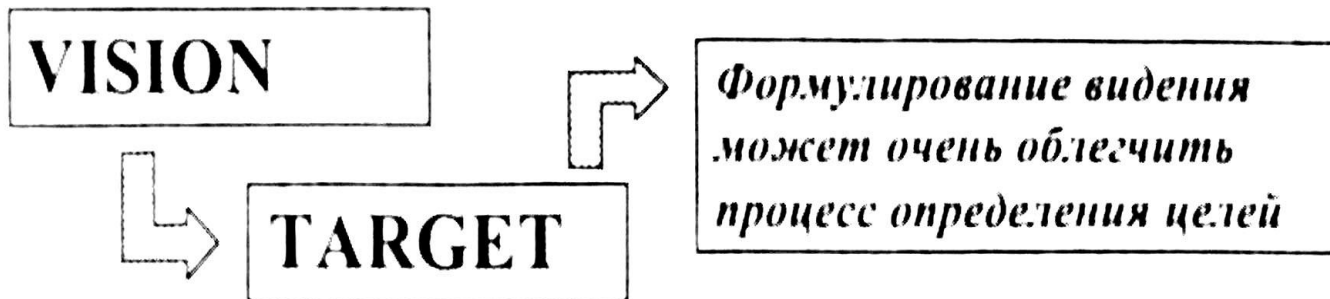


**Желаемое будущее  
состояние организации  
(как основа, определяющая  
качественные и  
количественные цели)**



**VISION (видение) — желаемый «образ» будущего.**

**TARGET (цель) — конкретный результат, кото-  
рый должен быть получен к определенному сроку**







ШКОЛА  
СОЦИАЛЬНОГО  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

# **РАБОТА С ОБЩЕСТВЕННЫМ МНЕНИЕМ ПО ПРОБЛЕМЕ**

# Анализ использования информации по проблеме



ШКОЛА  
СОЦИАЛЬНОГО  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

- В какой люди используют информацию в данной проблемной ситуации?
- Коммуникации будут эффективны, если получатели информации испытывают в ней потребность.
- Поэтому нужно начинать с выяснения, в какой степени люди ощущают потребность в информации по проблеме, как ею реально пользуются



ШКОЛА  
СОЦИАЛЬНОГО  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА



# Какого рода информацию по проблеме используют целевые группы?

- Вопрос «почему?» составляет от 20 до 35% всех вопросов, которые люди задают обычно в тех или иных ситуациях. Именно на него труднее всего ответить в ходе реализации коммуникативных программ.
- Программа должна служить интересам и потребностям аудитории, а не источника. Поэтому необходимо ориентироваться на четком знании того, какая именно информация нужна различным людям.



# Как реципиенты используют полученную информацию?



ШКОЛА  
СОЦИАЛЬНОГО  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

- Стремясь к получению информации, человек, как правило, предполагает с ее помощью решить проблему. Получение информации редко бывает самоцелью.
- Решить какие-то проблемы, то есть намерен использовать ее определенным образом.
- Информация считается получателями полезной, если им кажется, что она касается конкретного действия, темы, плана, которые им представляются важными.
- Информация общего порядка востребована значительно реже.



ШКОЛА  
СОЦИАЛЬНОГО  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

# Что указывает на будущее использование информации?

- Демографические характеристики не всегда позволяют прогнозировать использование информации в различных ситуациях.
- Более принципиальными являются:
- степень реального или ощущаемого участия в проблемной ситуации;
- степень реального участия в принятии решений по проблеме;
- активность получателя сообщения в проблемной ситуации в целом.

# Мотивы выбора СМИ пользователем по Ван-Лювену

- Пользователь выбирает конкретный вид СМИ и сообщения в соответствии со своими собственными целями и представлениями об эффективности СМИ
- Пользователь наделяет выбранное им сообщение тем смыслом, который лично он вкладывает в это сообщение
- Поведение пользователя отражает ожидаемое им удовлетворение от предстоящих коммуникаций, а также историю предшествующих мотиваций, намерений и достигнутых результатов



ШКОЛА  
СОЦИАЛЬНОГО  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА



***БЛАГОДАРЮ ЗА ВНИМАНИЕ !***