



АЛЕКСАНДР  
МАКЛЕР

СОЦИАЛЬНЫЙ  
БИЗНЕС

16+

# Александр Германович Маклер

## Социальный бизнес

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=64004277](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=64004277)*

*SelfPub; 2024*

*ISBN 978-5-532-96085-5*

### **Аннотация**

В книге раскрываются основы социального предпринимательства, правовая и финансовая организация. Виды социального предпринимательства. Маркетинговые стратегии. Социальная предпринимательская деятельность направлена на достижение прибыли, путем оказания помощи социально уязвимым и малоимущим гражданам, решая общественные задачи.

# Содержание

Введение	4
Что такое социальное предпринимательство	4
С чего начать социальный бизнес	9
Шаг 1. Мониторинг рынка	17
Шаг 2. Бизнес-модель. Бизнес-план	26
Шаг 3. Инструменты, используемые для развития бизнеса: Маркетинг. Дизайн мышления. Реклама	31
Шаг 4. Правовая и финансовая организация	39
Шаг 5. Трудоустройство и управление персоналом	46
Заключительная часть. Информационная часть.	60

# **Александр Маклер**

# **Социальный бизнес**

## **Введение**

### **Что такое социальное предпринимательство**

Летом 2020 года, во время карантина, у меня был интересный проект – «Умный город». По моим меркам, проект был очень успешным, полезным и интересным. Но его реализация была категорически сложной из-за отсутствия свободного времени.

Проект состоял из нескольких частей, одна часть была направлена на образовательную сферу, другая – на предпринимательскую деятельность.

В ближайшем будущем наш мир изменится до неузнаваемости во многих городах, различные службы, коммунальные службы, дороги в этих районах будут контролироваться через Интернет, и будут развиваться интеллектуальные решения с использованием искусственного интеллекта. Процессы

сбора мусора, оповещение жителей, магазины самообслуживания и другие прогнозируемые моделирования.

К таким переменам следует не готовиться, а создавать их. Поэтому я и разработал проекты, чтобы как говорится скоротать время. Мне казалось тогда, что легко все реализуется, но через полгода я понял, что ещё не пришло время.

Поэтому у меня возникла идея, что данную информацию оставить в информационном источнике и написать книгу о социальном предпринимательстве.

В первых главах я опишу, что такое социальное предпринимательство, правовая и финансовая организация социальной предпринимательской деятельности, маркетинг и виды социального предпринимательства.

В России многие сталкиваются с недопониманием, как можно получать прибыль в данном сегменте бизнеса, а кто-то еще и не разобрался в том, как успешно реализовать свой социальный проект.

## **Что такое социальное предпринимательство?**

Социальным предпринимательством может заниматься не каждый человек, такой бизнес имеет характер социальный, деятельность которого направлена на решение общественных проблем.

В основе социальной предпринимательской деятельности заложены: эмпатия и равнодушие к людям, приносить

пользу другим и получать при этом прибыль. Социальный бизнес может затрагивать сферы – от образовательной, культурно-развлекательной до окружающей среды.

Социальное предпринимательство – нестандартный вид бизнеса, он выполняет социальные задачи:

- Забота об экологии;
- Образовательная деятельность;
- Профессиональная переподготовка;
- Трудоустройство инвалидов, мам-одиночек, сирот;
- И многое иное, установленное законом.

Социальный предприниматель – субъект малого и среднего бизнеса, деятельность которого направлена на достижение прибыли, решая социальные проблемы общества.

26 июля 2019 года в России официально вступил в силу федеральный закон № 245 – ФЗ, о понятии социального предпринимательства и социального предприятия. Компании, которые занимаются общественно полезными целями на решения социальных проблем общества, могут претендовать о социальном статусе. При социальном статусе государство обязано предоставлять государственную поддержку и упростить для компании ведение ее предпринимательской деятельности.

Статус социального предприятия и государственную под-

держку имеют права, получить компании, которые занимаются основным или частичным социальным предпринимательством. Социальным предпринимательством, таким как:

- Продажа товаров производимые социально уязвимыми категориями граждан;
- Производство товаров для социально уязвимых категорий граждан;
- Образовательные услуги для осуществления социальных целей;
- Трудоустройство;
- Культурное просвещение и деятельность по оздоровлению социально уязвимых категорий граждан.

Категории социально уязвимых граждан:

- Инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья;
- Одинокие и (или) многодетные родители, воспитывающие несовершеннолетних детей, в том числе детей-инвалидов;
- Пенсионеры и граждане предпенсионного возраста (в течение пяти лет до наступления возраста, дающего право на страховую пенсию по старости, в том числе назначаемую досрочно);
- Выпускники детских домов в возрасте до двадцати трех лет;
- лица, освобожденные из мест лишения свободы и име-

ющие неснятую или непогашенную судимость;

– Беженцы и вынужденные переселенцы;

– Малоимущие граждане;

– Лица без определенного места жительства и занятий;

– Граждане, признанные нуждающимися в социальном обслуживании.<sup>1</sup>

Социальное предпринимательство нацелено на получение прибыли за счет предоставления услуг и торговли, а не благотворительных пожертвований. Такие компании за счет ряда мотиваций могут быть гораздо эффективнее, чем некоммерческие компании. В будущем социальная интеграция организаций коммерческого и некоммерческого вида деятельности для достижения общественно полезных целей станет весьма полезным. Что создаст приятную атмосферу общества, выполняя общие цели, решая общественные проблемы, достигая измеримый социальный результат. Для целей любого бизнеса всегда требуется искать новые эффективные подходы, которые позволят расширять возможности социального проекта.

---

<sup>1</sup> Федеральный закон от 24.07.2007 N 209-ФЗ (ред. от 30.12.2020) "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2021)Статья 24.1. Поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляющих деятельность в сфере социального предпринимательства // СПС КонсультантПлюс (дата обращения: 02.03.2021г.)



# С чего начать социальный бизнес

Построить бизнес не всегда просто. А социальный бизнес, предпринимательство которого направлено на достижение прибыли путем оказания помощи социально уязвимым и малоимущим гражданам, решая общественные задачи. Совсем непросто. Ведь бизнесмен должен быть необычным человеком – неравнодушным.

Прежде чем начать бизнес – начните быть – амбициозным. Рост и развитие будущего бизнеса зависит от вас одного и принимать важные решения исключительно придется самому предпринимателю.

Ваш доход будет являться ориентиром сделанных добрых дел. Какую получили прибыль, столько же внесли добра в мир благодаря своему делу? чтобы начать бизнес, то потребуется сперва разобраться со своей миссией, что вы хотите. Поэтому требуется найти свою нишу, где важно соизмерять свои возможности.

Самое тяжелое в начале любого предпринимательского дела это отсутствие знания и опыта, которое вначале требуется подкреплять теоретическими знаниями, применяя их на практике.

В книге будет подробно расписан каждый шаг, который подтверждается большим опытом предприниматель-

ской среды занимающийся социальным бизнесом – с чего начать и как управлять бизнесом.

Если самостоятельно не получается определиться с выбором категорией направления бизнеса, то вам придется провести самостоятельную исследовательскую работу по психологической типологии своей личности, чтобы выявить свои сильные стороны: интеллектуальные и физические возможности. Для идеальной типологии человека в бизнесе может подойти методика И. Адизеса, которая поможет вам разобраться с общим потенциалом: творить, продавать или производить товар, или все в одном целом (методика Ицхака Адизеса, доступно в публичном доступе любой поисковой базы Яндекс и Гугл).

**Помните! Опыт человека – субъективное явление, поэтому содержание информации в книге требуется использовать как инструкцию до достижения вашей цели, а никак источник советов, как нужно делать.**

Перечень категорий малого и среднего бизнеса, установленного законодательством Российской Федерации:

Предприниматели осуществляет – деятельность по производству товаров (работ, услуг), предназначенных для граждан, указанных в первой главе.

Создание для них условий, позволяющих преодолеть, или

компенсировать ограничения их жизнедеятельности, а также возможностей участвовать наравне с другими гражданами в жизни общества при условии, что доля доходов от осуществления предпринимательской деятельности по итогам предыдущего календарного года составляет не менее 50% в общем объеме доходе. А доля полученной чистой прибыли за предшествующий календарный год, направленная на осуществление такой деятельности в текущем календарном году, составляет не менее 50 процентов от размера указанной прибыли:

- Оказание социально-бытовых услуг, направленных на поддержание жизнедеятельности в быту;
- Оказание социально-медицинских услуг, направленных на поддержание и сохранение здоровья путем организации ухода, оказания содействия в проведении оздоровительных мероприятий, систематического наблюдения для выявления отклонений в состоянии здоровья;
- Оказание социально-психологических услуг, предусматривающих оказание помощи в коррекции психологического состояния для адаптации в социальной среде;
- Оказание социально-педагогических услуг, направленных на профилактику отклонений в поведении;
- Оказание социально-трудовых услуг, направленных на оказание помощи в трудоустройстве и в решении иных проблем, связанных с трудовой адаптацией;

- Оказание услуг, предусматривающих повышение коммуникативного потенциала, реабилитацию и социальную адаптацию, услуг по социальному сопровождению;
- Производство и (или) реализация медицинской техники, протезно-ортопедических изделий, программного обеспечения, а также технических средств, которые могут быть использованы исключительно для профилактики инвалидности или реабилитации (абилитации) инвалидов;
- Деятельность по организации отдыха и оздоровления инвалидов и пенсионеров;
- Оказание услуг в сфере дополнительного образования;
- Создание условий для беспрепятственного доступа инвалидов к объектам социальной, инженерной, транспортной инфраструктур и пользования средствами транспорта, связи и информации;
- Оказание психолого-педагогических и иных услуг, направленных на укрепление семьи, обеспечение семейного воспитания детей и поддержку материнства и детства;
- Организация отдыха и оздоровления детей;
- Оказание услуг в сфере дошкольного образования и общего образования, дополнительного образования детей;
- Оказание психолого-педагогической, медицинской и социальной помощи обучающимся, испытывающим трудности в освоении основных общеобразовательных программ, развитии и социальной адаптации;
- Обучение работников и добровольцев (волонтеров) со-

циально ориентированных на некоммерческие организации, направленные на повышение качества предоставления услуг;

– Культурно-просветительская деятельность (в том числе деятельность частных музеев, театров, библиотек, архивов, школ-студий, творческих мастерских, ботанических и зоологических садов, домов культуры, домов народного творчества);

– Оказание услуг, направленных на развитие международного сотрудничества, сохранение и защиту самобытности, культуры, языков и традиций народов России;

– Выпуск периодических печатных изданий и книжной продукции, связанной с образованием, наукой и культурой, включенных в утвержденный Правительством Российской Федерации перечень видов периодических печатных изданий и книжной продукции, связанной с образованием, наукой и культурой, облагаемых при их реализации налогом на добавленную стоимость по ставке десять процентов.<sup>2</sup>

После того как вы определили свой потенциал, проанализируйте рынок.

Экскурс. Что входит в потенциал?

– Выбор категории предпринимательства;

---

<sup>2</sup> Федеральный закон от 24.07.2007 N 209-ФЗ (ред. от 30.12.2020) "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2021)Статья 24.1. Поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляющих деятельность в сфере социального предпринимательства // СПС КонсультантПлюс (дата обращения: 02.03.2021г.)

– Финансирование. Существуют разные способы привлечь средства для старта или развития социального бизнеса:

а) Собственные средства, если у вас нет опыта в бизнесе, не берите долгосрочные займы, кредиты, отложенные на выплаты по кредитам, лечение, образование детей и т.д.

б) Грант, краудфандинг, привлечение инвестора, подробнее о финансовых инструментах, читайте в следующих главах;

– Чем вы рискуете в случае провала вашего бизнеса?! (**ответить обязательно**)

Поиск предпринимательской идеи для построения своей компании или тождественного бизнеса, начинается с вопросов:

### 1. Что искать?

– потребности покупателей (то, что необходимо или желаемые покупателям);

– возможности производителей и продавцов (то, что можно произвести и продать).

### 2. Где искать?

– средства массовой информации, в том числе интернет;

– знакомые;

– центры развития предпринимательства.

### 3. Источники<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Глухих, П. Л. Г55 Основы предпринимательства: учебное пособие П. Л. Глухих ; Урал. гос. пед. ун-т. Екатеринбург, 2014 – 140 с.

Перечень категорий малого и среднего бизнеса, установленного законодательством Российской Федерации, указан выше.

Направление поиска идеи предпринимательства:

– применение метода мозгового штурма – оперативного метода решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастических;

– применение SWOT-анализа (все факторы делятся на четыре категории: strengths (сильные стороны), weaknesses (слабые стороны), opportunities (возможности) и threats (угрозы));

– применение PEST-анализа (маркетинговый инструмент, предназначенный для выявления политических (Political), экономических (Economic), социальных (Social) и технологических (Technological) аспектов внешней среды, которые влияют на бизнес компании);

– применение метода «анализа пяти сил Портера» (анализ угрозы появления продуктов-заменителей, анализ угрозы появления новых игроков, анализ рыночной власти поставщиков, анализ рыночной власти потребителей, анализ уровня конкурентной борьбы).<sup>4</sup>

Анализируйте рынок аналогичных или тождественных видов предпринимательства.

---

<sup>4</sup> См 3.

1. Сравнивайте;
2. Анализируйте;
3. Предпринимайте;
4. Подводите итоги.

Обязательно пообщайтесь с опытными предпринимателями разных ниш социального бизнеса, сделайте их своими партнерами, запишите их контакты, подпишитесь на них в социальных сетях.

После выбора направления вашего бизнеса или дополнение его в свою деятельность, предварительного анализа рынка и финансового инструмента. Рассмотрим пошагово дальнейшие направления действия.

Первым шагом будет с ознакомления инструментов мониторинга рынка.



# Шаг 1. Мониторинг рынка

После осознания личного интереса, своих знаний, умений, навыков, компетенций, степень рискованности, выбора направления вашего бизнеса или тождественность деятельности, предварительного анализа рынка и финансового инструмента. Требуется определиться задачами цели мониторинга рынка. Инструменты анализа будут использоваться как при запуске нового бизнеса, так и для развития действующего предпринимательства.

**Мониторинг – сбор, обработка и анализ данных для улучшения процессов в бизнесе.**

Необходимо проанализировать, кто, в каком объеме и по какой цене захочет покупать товары/услуги, которые предполагает ваша идея, чтобы установить ее перспективность.

Новый подход к созданию и развитию бизнеса – Customer Development (создатель методологии Steve Blank).

Принципы подхода:

- Главное внимание – клиенту (клиент – тот, чью проблеме («боль») мы можем решить своим продуктом);
- Все, что знает или ожидает предприниматель о потенциальном покупателе, – это неподтвержденные галлюцинации и гипотезы, поэтому необходимо правильно их сформулировать, подтвердить или опровергнуть;

– «В офисе нет фактов», то есть нужно напрямую обращаться к потенциальным потребителям и проверять гипотезы с первых шагов проекта.<sup>5</sup>

Существует ограниченный перечень способов получения столь важных для будущего бизнеса показателей. Одним из таких способов является – анализ рынка.

Комплексный анализ является одной из важнейших функций управления любой коммерческой организацией. Его проведение носит не только ретроспективный характер. Комплексный анализ должен предварять выработку новых управленческих решений, экономически обосновывать их и служить базой для оперативного, тактического и стратегического планирования.<sup>6</sup>

### **Виды анализа рынка:**

- Количественные – все, что можно посчитать;
- Качественные – мотивы потребителя, удовлетворенность вашим предложением.

---

<sup>5</sup> Глухих, П. Л. Г55 Основы предпринимательства: учебное пособие П. Л. Глухих ; Урал. гос. пед. ун-т. Екатеринбург, 2014 – 140 с.

<sup>6</sup> Бариленко, В. И. Комплексный анализ хозяйственной деятельности: учебник и практикум для академического бакалавриата / под ред. В. И. Бариленко. – М. : Издательство Юрайт, 201876 – 455 с. Серия : Бакалавр. Академический курс.

Задача информационного мониторинга – оценка текущего состояния проблемы (процесса) и моделирование вариантов ее (его) развития на основе реально поступающей информации.<sup>7</sup>

**Мониторинг – вид исследований с применением методик по сбору и анализу информации.**

### **Цель мониторинга:**

- контроль и оценки качества обслуживания;
- активности сотрудников в работе с клиентами;
- динамики эффективности компании;
- предвидение изменения обстановки в рынке;
- выявлять конкурентов;
- поиск партнеров и потребителей;
- Динамика рыночных процессов.

### **Задачи мониторинга:**

- анализ товаров/услуг на рынке;
- определение объема рынка, спроса, производства и т.д.;
- установить сильных конкурентов, маркетинговой активности;

---

<sup>7</sup> Оценка и мониторинг бизнеса на основе системы сбалансированных показателей Рыжов Александр Павлович д.т.н., профессор, ИТ бизнес-школа РАН-ХиГС.

– выявления тенденций развития рынка, потребителей товара/услуги.

## **Методы сбора информации:**

– наблюдение, например: что покупают? Как выбирают? Чем интересуются при выборе товара? и т.д.;

– опрос, интервью целевой аудитории, личное общение, звонок по телефону, переписка в социальных сетях, фокус-группы, групп экспертов.

– интернет. Один из актуальных инструментов цифровой эпохи.

Сайты: Росстат, Yandex Wordstat, Social Mention, Google Trends, Data Insight, Минфин, Фонд Общественное Мнение (ФОМ), телеграмм MarketTwits, YouTube, рекламный кабинет mail.ru, Outotec

Соцсети: Facebook. ВКонтakte, Twitter и многие другие сети содержат данные.

– Бенчмаркинг. Оценивание и сопоставление, процессов, производство, товара и т.д.

## **Проведение мониторинга рынка:**

– самостоятельно;

– маркетинговый отдел;

– маркетинговое агентство.

## **Анализ рынка начинается:**

1. Структура рынка, экономическая реальность, перспектива предпринимательства:

– анализ **товара/услуг** – параметры, прогноз развития спроса;

– исследование **целевой аудитории** – спрос на продукт, потребности, сценарии.

2. Потребления и требования покупателей к товару/услуге:

– исследование товаров или услуг, аналогии, качество, требование клиента;

– определение емкости рынка – количество товаров или услуг, которое могут купить в определенный отрезок времени (месяц, квартал или год). Сезонность спроса;

– сегментация рынка – поведение, требования к качеству, покупательную способность, социальную активность, географию, демографию и т.д.

– изучение каналов сбыта – реализация товара, слабые и сильные стороны инфраструктуры сбыта, региональную принадлежность, недостатки и достоинства системы реализации.

– анализ эффективности маркетинга – рекламные каналы и способы продвижения продукта, эффективность информации товара/услуги, репутация компании.

### 3. Ценовая политика:

– формирование стоимости товара/услуг. Стратегию цен, политику поведения, систему лояльности, ценовой диапазон для роста продаж.

– прогнозирование сбыта. Просчитать количество товара/услуги продажи в будущем, спланировать объемы производства, сформировать матрицу ассортимента, выбрать поставщиков сырья.

Сервисы мониторинга цен: Priceva, Competera, Price2Spy и другие.

### 4. Исследование конкурентов:

– количество компаний-конкурентов на территории региона, города, района;

– уровень конкуренции. Слабые и сильные стороны. Сайты, социальные сети;

– ассортимент товара/услуги;

– ценовая политика;

– каналы продаж, дистрибуции, реклама;

– финансовую отчетность. (публичный доступ по инн компании в поисковой базе Яндекс. Показатели финансовой деятельности публикуют в основном крупные компании).

## **Структурируем и обрабатываем данные**

После сбора информации, поставленной цели и выбранного метода, требуется проанализировать объективно об-

щую картину исследуемого предмета. Используя современные для этого методики:

– SWOT-анализ (все факторы делятся на четыре категории: strengths (сильные стороны), weaknesses (слабые стороны), opportunities (возможности) и threats (угрозы)).

– PEST-анализ (маркетинговый инструмент, предназначенный для выявления политических (Political), экономических (Economic), социальных (Social) и технологических (Technological) аспектов внешней среды, которые влияют на бизнес компании).

– Метод «анализа пяти сил Портера» (анализ угрозы появления продуктов-заменителей, анализ угрозы появления новых игроков, анализ рыночной власти поставщиков, анализ рыночной власти потребителей, анализ уровня конкурентной борьбы).<sup>8</sup>

Результат анализа предоставит полную картину, но не защитят от провала на 100%, могут помещать факторы, неверная стратегия, ненадежные партнеры, конкуренты.

На основе полученных данных системы мониторинга позволит вам разработать стратегию развития вашего бизнеса, маркетинговую политику, бизнес-план, меморандум, совершенствования продукта и сервиса и т.д.

## **Прогнозирование**

---

<sup>8</sup> Глухих, П. Л. Г55 Основы предпринимательства: учебное пособие П. Л. Глухих ; Урал. гос. пед. ун-т. Екатеринбург, 2014 – 140 с.

Основное преимущество прогнозной направленности системы мониторинга рынка, в том, что позволит вам опережать не только конкурента, но и сам рынок. При использовании инструмента – мониторинг рынка, наделяет вас способностью видеть новую тенденцию потребления, появления новых технологий, что повысит ваше превосходство перед конкурентами и принесет больше прибыли, а также повысит репутацию компании.

Результаты исследований мониторинга рынка, покажут:

- перспектива занятия компании привлекательного места;
- прогнозы формирования ценообразования;
- сроки окупаемости инвестиций, что позволит управлять финансовой деятельностью компании;
- применения актуальных стратегий для развития бизнеса.

Мониторинг рынка, непрерывный процесс, он собирает информацию, обрабатывает, анализирует, повышает эффективность принятия решений. Для успешной работы системы мониторинга рынка требуется пользоваться результатами, которые будут способствовать развитию бизнеса в реализации и формулирования стратегий.

### **Рекомендуемая литература:**

1. Глухих, П. Л. Г55 Основы предпринимательства: учебное пособие П. Л. Глухих ; Урал. гос. пед. ун-т. Екатеринбург, 2014 – 140 с.
2. Бариленко, В. И. Комплексный анализ хозяйственной



деятельности: учебник и практикум для академического ба-  
лакалавриата / под ред. В. И. Бариленко. – М. : Издательство  
Юрайт, 201876 – 455 с. Серия : Бакалавр. Академический  
курс.

3. Оценка и мониторинг бизнеса на основе системы  
сбалансированных показателей Рыжов Александр Павлович  
д.т.н., профессор, ИТ бизнес-школа РАНХиГС.

## Шаг 2. Бизнес-модель. Бизнес-план

Модель бизнеса – один из важных аспектов выстраивание вашего предпринимательства. Каждая концепция модели начинается свое формирование с определения миссии.

Разработка миссии для социального бизнеса находится на пересечении бизнеса и благотворительности, ее основа закладывается на результатах, которые вы хотите принести в мир, благодаря своему делу. Состоящая из цели, действий и результатов. Например: «Приоритет команды – повышение уровня и качества жизни населения нашей страны». Миссия – это фундамент вашей компании, который не рекомендуется менять в течение жизни бизнеса.

Бизнес-модель социальной компании должна совпадать с критериями миссии, которая направлена на социальную помощь, параллельно привлекая прибыль для компании.

Бизнес-модель – описание эффективно разработанного метода монетизации компании. Выделяются:

- Стратегическая модель – определение целей, основных этапов, требуемых ресурсов и сроков, выпускаемых/предполагаемого завершения товаров/услуг.

- Операционная модель – корпоративные стратегии, определяет интеграцию и стандартизацию товаров/услуг создания товара/услуг, канала сбыта, получение прибыли.

Современные бизнес-модели помогают выстраивать бизнес предпринимателю, развивать его, экспериментировать, тестировать, планировать расходы и доходы.

Примерная структура бизнес-модели указана на рисунке 1.

## Рисунок 1. Структура бизнес-модели

Примеры существующих проверенных бизнес-моделей:

- Партнерская программа – сотрудничество между продавцом и партнерами, для реализации товара/услуги.
- Посредничество – предприниматели, связывающие покупателей и продавцов, взимая за свои услуги вознаграждения фиксированной или процентной ставке.
- Без посредничества – производитель товара/услуги напрямую работает с партнерами по реализации продукта.

Состоящие из целевого рынка, маркетинга, предложения финансового планирования и концепции развития.

Функции:

- Что нужно сделать? (продукт, производство, услуга)
- Кому и как продать? (маркетинг, реклама, ценообразование)

Существенным аспектом предпринимательской модели является разница затрат на создание продукта от его реали-

зации. Целевой рынок должен быть разделен на захват максимальной потребительской аудитории, равную в долгосрочной и краткосрочной перспективе. Чтобы создать востребованный социальный товар/услугу, обязательно проведите шаг 1 мониторинг, узнайте мнение потребителя о предлагаемом продукте. Потребительские сегменты должны относиться к незащищенным слоям населения.

После того как вы построили бизнес-модель социального предпринимательства, переходите к составлению планирования.

## **Бизнес-план**

**Бизнес-план** – конструктивное планирование с определенными целями и их достижениями с использованием корректировки. Бизнес-план может служить как презентация для получения грантов, субсидий и иных преференций для социального бизнеса.

В случае если бизнес-план использовать для презентации, требуется дополнительно добавить информацию с минимальным прогнозированием на два года. Содержание должно быть следующим: резюме опыта, умений, навыков, описание компании и предлагаемого товара или услуг, обоснование рентабельности и необходимость затрат, ценообразование и самое основное – социальная значимость. Важность и польза проекта для общества. Практические образцы

бизнес-плана по социальному предпринимательству, можно скачать бесплатно в поисковой базе Яндекс, Гугл.

Бизнес-план состоит:

1. Общая информация о компании, миссия, цели, задачи.
2. Анализ рынка – объем рынка, показатели спроса и предложения, проанализировать, используя SWOT анализ, определите сильные и слабые стороны представляемых товаров/услуг.
3. Производственный план состоит из процессов в производстве и реализации товаров/услуг.
4. Маркетинговый план – позиционирование вашего бизнеса, анализ сегментации рынка, конкурентоспособность.
5. Финансовый план отображает расходы и доходы компании. Сроки. Постоянные и переменные издержки.
6. Анализ рисков. Заключается в конкуренции, изменчивость ценообразования, повышение издержек, невыполнение запланированного объема продукции.
7. Оценка возможностей. Внедрения новых услуг, технологий, линейки новой продукции. Привлечения инвестиций.

### **Рекомендованная литература:**

1. Моделирование бизнес-процессов: учебник и практикум для академического бакалавриата / О. И. Долганова, Е. В. Виноградова, А. М. Лобанова ; под ред. О. И. Долгановой. – М. : Издательство Юрайт, 2016 – 289 с. – Серия : Ба-

калавр. Академический курс.

2. Ссылка на статью: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-parametrov-biznes-protsesov-sotsialno-ekonomicheskoy-sistemy-metodom-glavnyh-komponent/viewer>

3. . Ссылка на статью: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-biznes-modeley-v-sotsialnom-predprinimatelstve/viewer>

4. «Обзор опыта и концепций социального предпринимательства с

учетом возможностей его применения в современной России»

(материал представляет собой первый этап работы по исследованию социального

предпринимательства, выполненной специалистами ГУ-ВШЭ по заказу Регионального

Общественного Фонда «Наше будущее»)

Авторский коллектив: М. Баталина, А. Московская, Л. Тарадина. Руководитель: А. Московская, К.э.н., заместитель директора Института управления социальными процессами ГУ-ВШЭ.

5. Эффективные бизнес-модели в социальном предпринимательстве. Ляндау Ю.В.

6. Основы социального предпринимательства. Сафаров С. М.

# **Шаг 3. Инструменты, используемые для развития бизнеса: Маркетинг. Дизайн мышления. Реклама**

**Маркетинг** – это предпринимательская деятельность, которая управляет продвижением товаров и услуг от производителя к покупателю или пользователю, или как социальный процесс, посредством которого прогнозируется, расширяется и удовлетворяется спрос на товары и услуги путем их разработки, продвижения и реализации. Дж. Эванс, Б. Берман<sup>9</sup>

Социальный маркетинг формирует совершенно новую концепцию модели предпринимательства, цель которого направлена на достижение прибыли, путем оказания помощи социально уязвимым и малоимущим гражданам, решая общественные задачи.

Основная цель маркетинга в социальном предпринимательстве

---

<sup>9</sup> Маркетинг : учеб. пособие / Ю. Ю. Сулова, Е. В. Щербенко, О. С. Веремеенко, О. Г. Алёшина. – Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2018 – 380 с. ISBN 978-5-7638-3849-7

тельстве, является создание привлекательности компании и достижение доверия своей аудитории потребителей, и благо получателей.

Социальный маркетинг включает в себя функции организации процессов по изготовлению и реализации товаров и услуг, путем спектра инструментов продаж для удовлетворения потребностей покупателей. Задача которого подстроить позиции товара и услуг под ориентирование потребности рынка, потенциальных пользователей конечного результата продукции, для чего производятся исследования.

Маркетинговые исследования – сбор, обработка, прогнозирование, анализ поведения, желаний и предпочтения потребителя в среде конкурентоспособности. Для определения проблемы исследуют рыночный потенциал, имидж компании, анализ продаж, прогнозирование и тенденций, а для решения, исследования проводятся по сегментации, товару, цене, каналов распределения, распространения и продвижению.

Принципы маркетинга:

- Производство и реализация товара/услуги в соответствии требования рынка и потенциального потребителя;
- Удовлетворение спроса, создаваемая потребителем;
- Социальная ориентированность – изготовление и обеспечение потребителей социальных групп;
- Регулярный сбор и анализ данных о компании в целях дальнейшего его развития, обновление товаров, рост ка-



честв;

– Котировка выбранной стратегии для развития социального бизнеса, чтобы вовремя реагировать на изменение рынка.

Функции маркетинга:

– Аналитические – исследования внутренних и внешних факторов компании, рынка, конкуренции и спроса;

– Производственные – разработка новых технологий в процесс производства, закупок, хранения, представление реализации и т.д.;

– Управление и контроль – процесс прогнозирования, планирования, консалтинг и управления рисками.

– Торговые – формирования ценовой и товарной политики, расширения продукции, освоение новых ниш;

– Инновационные – внедрения нового продукта.

Основные технологии социального маркетинга:

– Спонсорство – на примере обеспечения различных игр, турниров или соревнований, заключается в помощи отдельных лиц, групп, демонстрируя свое участие.

– Фандрайзинг – привлечение или объединению ресурсов для компании, для реализации своей деятельности, задачи или проекта.

– Применение различных стратегий по продвижению продукта/услуг с проведением различных акций для создания

сопричастности общества по оказанию помощи социально уязвимых и малоимущих граждан.

Маркетинг в социальном предпринимательстве является одним из основных инструментов компании, который заключается в повышении лояльности потребителя при оказании пользы обществу. Удовлетворяя потребительский спрос, получая от этого доход, компания должна придерживаться этических норм деятельности своего предприятия. Маркетинг весьма обширная тема, которую требуется изучить самостоятельно.

## Дизайн Мышление

Для продвижения своего товара/услуги используйте дополнительно метод дизайн-мышления, он отличается от обычного метода, тем, что для привлечения потребителя, не требуется снижать стоимость, а требуется оформить обычный товар/услугу в творческое обличие. Этапы реализации:

- Эмпатия – сопереживание, где требуется погружаться в проблему потребителя, чтобы улучшить свою продукцию;

- Сфокусированность – выделять ключевые проблемы потребителя;

- Генерация идей – использовать методы: фокальных объектов, ММШ М. Дельфи, аналогий, ментальные карты, 6 шляп Эдварда де Боно, креативная стратегия Уолта Диснея,

морфологический анализ, ТРИЗ;

– Прототипирование – проверить методы на продуктивность;

– Тестирование – получить обратную связь от потребителя.

## Продвижение бизнеса

Продвижение предпринимательской деятельности, не всегда подразумевает в себе рекламу, а является расширением компании, состоящие из развития качества товара/услуги по удовлетворению потребностей покупателя, информирование клиентов и партнеров о новой продукции, для роста прибыли, определение новых сегментов, увеличение спроса, инвестиции.

Стратегии по развитию социальной деятельности:

– Масштабирование – увеличение масштабов деятельности компании.

– Тиражирование – использование бизнес-модели другими независимыми партнерами.

## Реклама

Один из важных инструментов продвижения бизнеса – реклама: распространения информации для привлечения внимания к товару/услуге компании.

Для социального предпринимательства распространением является не только медиа-коммуникации, но и обширная сеть контактов, участие в конкурсах и грантах, активная презентация своей деятельности в социальных местах.

Рекламные кампании – основной ресурс продвижения результата продукции компании.

Интернет один из самых распространенных ресурсов по внедрению рекламных кампаний.

Первый шаг требуется начать с создания личного сайта, можно обратиться к специалисту или создать на профильном сайте самостоятельно, к примеру – Tilda. Собственный сайт компании – это его лицо, взаимодействия с клиентом происходит круглосуточно, автоматизация процессов и принятия заявки от потребителя. Продвижения сайта происходит благодаря контекстной рекламе, используя поисковые системы Яндекс и Гугла.

В общем, продукцию своей компании можно продвигать в онлайн или оффлайн средах, личные продажи, бесплатное информирование, создания акций, консультации.

На сегодняшний день большинство бизнес-инструментов по продвижению своих товаров/услуг пользуется интернетом.

– **контекстная реклама** – платное продвижение в поисковых базах текстовых объявлений, оплата взимается за клик;

– **СММ** – реклама в социальных сетях, через публикацию

постов, вирусных публикаций;

– **SEO** – аналогичен контекстной рекламе, но с более эффективным результатом продукции компании;

– **Таргетированная реклама и тизерная реклама** – аналог контекстной рекламе, но более привлекателен по экономии бюджета.

– **Вирусная реклама** – реклама в социальных сетях, вызывающая активный отклик большой аудитории.

– **Push-сообщения, электронная почта и мессенджеры** – уведомления о новых акциях, товаре/услуги клиентов.

– **Мобильное приложение** – это программы, которые устанавливаются в телефоне через магазин приложений Google Play или App Store.

Маркетинговые мероприятия помогают улучшить бизнес и потребительский спрос. Маркетинг является инструментом в бизнесе для увеличения потребительского спроса, применяя разные методы: акции, скидки, бонусы, пиар, снижение цен, увеличение рекламной активности и другие.

## **Рекомендуемая литература:**

1. Маркетинг : учеб. пособие / Ю. Ю. Сулова, Е. В. Щербенко, О. С. Веремеенко, О. Г. Алёшина. – Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2018 – 380 с. ISBN 978-5-7638-3849-7

2. Довыденко Е.А. Маркетинг в информационном обще-

стве: учебное пособие. / Е.А. Довыденко, М.А. Евневич. – М.: Издательство «Креативная экономика» 2018. – 168 с.

3. Калужский М.Л. Маркетинг: учебник для вузов/ М.Л. Калужский. – ОмГТУ. – М.; Берлин:Директ-Медиа, 2017. –216 с.

4. Маркетинг: Учебник для вузов / Н.Д. Эриашвили, К. Ховард, Ю.А. Цыпкин и др.; Под ред. М26 Н.Д. Эриашвили. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001 – 623с.

5. Минко И.С., Степанова А.А. Маркетинг: Учеб. пособие / Под. ред. И.С. Минко.: СПб.: НИУ ИТМО; ИХиБТ, 2013 155с. ISBN 978-5-7577-0452-4

6. Панкрухин, Александр Павлович. Маркетинг: учеб. для студентов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг»/ А.П. Панкрухин; Гильдия маркетологов. – 4.е изд., стер. –

М.: Омега.Л, 2006 – 656 с. – (Высшее экономическое образование). – ISBN 5.98119.461.8.

# Шаг 4. Правовая и финансовая организация

Один из важнейших шагов в предпринимательской деятельности является знание правовой и финансовой стороны бизнеса.

Современное общество понимает, что каждый человек сегодня отвечает за людей, и за планету, а в особенности, если он бизнесмен. Экология Земли – наша жизнь, любой бизнес может навредить экологии несоизмеримо другим происшествиям. К примеру, случай произошел в Индии,<sup>10</sup> крупная компания нанесла огромный ущерб стране, она опустошила артезианские источники, что привело к нехватке воды в стране и катастрофой для сельского хозяйства.

Чтобы заниматься предпринимательской деятельностью, человек обязан получить правоспособность<sup>11</sup> или создать юридическое лицо.<sup>12</sup> Правоспособность своей деятельности вы можете зарегистрировать самостоятельно, онлайн, ис-

---

<sup>10</sup> <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenki-vliyaniya-transnatsionalnyh-korporatsiy-na-biosferu/viewer>. (обращение 19.05.2021)

<sup>11</sup> [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_5142/есба25с5ее75едс02f685823ед10абе2b0d7b887/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/есба25с5ее75едс02f685823ед10абе2b0d7b887/)(обращение 19.05.2021)

<sup>12</sup> [https://www.nalog.ru/rn77/related\\_activities/registration\\_ip\\_yl/reg\\_yl/order/](https://www.nalog.ru/rn77/related_activities/registration_ip_yl/reg_yl/order/)(обращение 19.05.2021)

пользуя известный сайт Госуслуги. Первым делом перед регистрацией своей деятельности вам потребуется выбрать вид экономической деятельности на основе ОКВЭД (общероссийский классификатор видов экономической деятельности). (<http://www.okvad.ru/>)

Виды предпринимательской деятельности:

– Организационно-правовая форма – выражается в определении ответственности по обязательствам, структуре управления и иная хозяйственная деятельность компании.

Предпринимательская деятельность с созданием юридического лица разделяются на коммерческие (хозяйственные общества, хозяйственные товарищества, производственные кооперативы, унитарные предприятия и т.д.) и некоммерческие (фонды, учреждения, религиозные организации и т.д.) организации<sup>13</sup>

Предпринимательская деятельность без образования юридического лица:

– Индивидуальный предприниматель – физическое лицо, зарегистрированное в ФНС (федеральная налоговая служба), обладающими правами заниматься определенной предпринимательской деятельностью.



– Простое товарищество – форма деятельности, для достижения определенной цели, не противоречащая закону, сторонами которой могут являться только коммерческие или индивидуальные предприниматели. (55 ГК РФ)

А также существует новая форма предпринимательской деятельности – самозанятость. Указанная правовая форма имеет ряд ограничений, такие как, что предприниматель работает сам на себя, не привлекая наемных работников и доходы, не превышающие двух миллионов четыреста тысяч в год.

Социальное предпринимательство, цель самой книге, ознакомление, чтобы начинающий предпринимателей иметь определенную прозрачность, прежде чем рассматривать траекторию для выбора введения бизнеса, официально в России появилось недавно и имеет заявительный характер. Чтобы включить в реестр в качестве социального предпринимательства, требуется создать определенный пакет документов (перечень документов смотрите здесь: (<https://www.nalog.ru>) и предоставить ФНС (Федеральная налоговая служба). Статус социального предприятия и государственную поддержку имеют права получить, компании, которые занимаются основным или частичным социальным предпринимательством. Социальным предпринимательством, таким как:

- Продажа товаров производимые социально уязвимыми категориями граждан;
- Производство товаров для социально уязвимых категорий граждан;
- Образовательные услуги для осуществления социальных целей;
- Трудоустройство;
- Культурное просвещение и деятельность по оздоровлению социально уязвимых категорий граждан.

### Категории социально уязвимых граждан:

- Инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья;
- Одинокие и (или) многодетные родители, воспитывающие несовершеннолетних детей, в том числе детей-инвалидов;
- Пенсионеры и граждане предпенсионного возраста (в течение пяти лет до наступления возраста, дающего право на страховую пенсию по старости, в том числе назначаемую досрочно);
- Выпускники детских домов в возрасте до двадцати трех лет;
- Лица, освобожденные из мест лишения свободы и имеющие неснятую или непогашенную судимость;
- Беженцы и вынужденные переселенцы;

- Малоимущие граждане;
- Лица без определенного места жительства и занятий;
- Граждане, признанные нуждающимися в социальном обслуживании.<sup>14</sup> (точные формулировки см. N209-ФЗ ст 24.1 пункты 1.1–1.4).

Оказание поддержки социального предпринимательства установлено законом в следующем:

1. Обеспечения наличия инфраструктурой;
2. Получение субсидий, оказание финансовой, имущественной и консультативной и методической поддержки;
4. Содействие в развитии межрегионального сотрудничества, поиске деловых партнеров;
5. Организация профессионального, дополнительного обучения и профессионального образования.

Правовая и финансовая организация заключается помимо регистрации предпринимательской деятельности и в необходимости трудоустройство и зарплата работникам (граждане другой страны должны иметь РВП или вид на жительство), выбора налогового учета, аренда помещения, за-

---

<sup>14</sup> Федеральный закон от 24.07.2007 N 209-ФЗ (ред. от 30.12.2020) "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2021)Статья 24.1. Поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляющих деятельность в сфере социального предпринимательства // СПС КонсультантПлюс (дата обращения: 02.03.2021г.)

купка продукции, договора с поставщиками и т. д.

– Трудоустройство и зарплата работникам (граждане другой страны должны иметь РВП или вид на жительство) – отдельная тема, которой посвящена будет следующая глава;

– Выбор налогового учета – один из важных аспектов в бизнесе, для компаний в этом случае лучше найти компетентного бухгалтера, сейчас не обязательно брать его в штат, можно привлекать аутсорсинг, а также на сегодняшний день данные услуги стали предоставлять финансовые учреждения. Для индивидуального предпринимателя форма налогового учета должна подбираться по особенностям вида деятельности, для ознакомления с видами налогового учета обратитесь в налоговую службу или на сайт: <https://www.nalog.ru>. И обязательно проконсультируйтесь у специалистов о возможных преференциях и других возможностях налогового учета;

– Аренда помещения – аренда помещения для ведения бизнеса, имеет ряд особенностей, которые выражаются в том, что помещение должно иметь статус нежилого помещения, для определенных видов бизнеса не всегда подходят цокольные этажи или нежилые помещения в многоквартирных домах. Договор аренды нежилого помещения должен содержать существенные условия: предмет (реквизиты сдаваемого объекта), цена и сроки, а также обязательства сторон и ответственность. В договоре ничего лишнего нет, прописывае-

те детально каждое соглашение, к примеру, расторжение договора аренды или повышение стоимости должно быть прописано об уведомлении в письменном виде, чтобы вы могли ознакомиться (проконсультироваться) с основанием данного уведомления и в случае несогласия, опротестовать в судебном порядке;

– Закупка продукции, договора с поставщиками должны иметь обязательный характер, ведь при задержке товара на несколько дней поставщиком вы можете понести потери, а если правильно будет составлен контракт, то вы сможете возместить свои потери. Всегда сравниваете цены, скидки и условия, работайте с несколькими поставщиками. Выгоднее сотрудничать с официальными дистрибьюторами, потому что обычно у них стоимость более выгодная;

Россия – правовое государство, требуется всегда пополнять свои юридические знания, которые помогут сохранить ваш бизнес, гармонию и удовольствие от предпринимательской деятельности. При непонятных ситуациях обращайтесь всегда в государственные инстанции, которые не имеют права отказать вам в консультациях и дополнительно советуйтесь с профессиональными специалистами.

# Шаг 5. Трудоустройство и управление персоналом

Трудоустройство – одно из самых сложных функций, которое также может включать в себя наем сотрудников социально незащищенных групп: люди с ограниченными возможностями, бывшие заключённые и иные резиденты и нерезиденты Российской Федерации.

Подбор кадров для своей деятельности, один из важных факторов прибыли вашего предприятия, поэтому отбирать кандидатов для осуществления предпринимательской деятельности требуется тщательно, в рамках законодательства.

Для оформления сотрудника на работу необходимы следующие документы: паспорт с временной или постоянной регистрацией место пребывания, ИНН, СНИЛС, трудовая книжка (возможно оформить электронную трудовую книжку) и военный билет.

В том случае, если сотрудник нанимается на предприятие, которое оказывает услуги населению. Помимо, вышеперечисленных документов требуются: справка о состоянии здоровья (COVID – 19), медицинская книжка, анализы должны быть в трудовой книжке не менее тридцати дней, следующие анализы предоставляются через год, кандидату следу-

ет пройти аттестацию по САНПИН нормам (один раз в два года), флюорографию (проводится два раза в год).

При возникновении материальной и нематериальной ответственности требуется заключить дополнительное соглашение.

Форма трудового договора стандартная для всех, статья 57 Трудового Кодекса РФ, обязует указывать существенные условия:

- местонахождение работы;
- трудовая функция;
- дата, начало работы;
- условия оплаты труда;
- режим работы и отдыха;
- условия труда на рабочем месте;
- характер работы;
- гарантии и компенсации за работу с вредными условиями труда;
- условие об обязательном страховании;
- другие условия в случаях, предусмотренных ТК РФ и иными нормативными актами.

Испытательный срок, в основном указывают на три месяца или иное, не нарушая законодательные нормы. Распространены контракты краткосрочного характера, к примеру, если работа заключается на основе дополнительного проекта, взаимодействующего с вашим бизнесом или существую-

щем отдельным предпринимательским элементом.

Трудовое соглашение часто используется с правовым договором между лицами – договор по оказанию услуг или иная форма, с гражданами, со статусом «самозанятость» и индивидуальными предпринимателями. В особых случаях не забывайте заключать документ о неразглашении коммерческой тайны.

Чем удачнее подобран кадр для вашего предпринимательства, тем выше прибыль у бизнеса, самостоятельный поиск квалифицированного специалиста начинается с социальной биржи труда, сарафанное радио, рекомендации специалистов из вашей сферы, либо знакомых, через рекрутинговые агентства или интернет-ресурсы: [www.hh.ru](http://www.hh.ru), [www.superjob.ru](http://www.superjob.ru), [www.jobcard.ru](http://www.jobcard.ru), [www.job.ru](http://www.job.ru), [www.avito.ru](http://www.avito.ru), [www.worki.ru](http://www.worki.ru) и другие.

Обязательно оговариваете все условия и нюансы перед заключением трудового договора и иных документов.

## **Управление персоналом**

Управлением персоналом (командой) одно из важных качеств предпринимателя.

- Кто он лидер команды?
- Зачем он это делает?
- Что нужно для мотивации?



– А какие цели преследует лидер?

– Мотивирует вас сопричастность в общее дело?

Дальше мы рассмотрим ответы на вышеуказанные вопросы. Предпринимателю важно видеть в своей команде личностей, а не работников. Ставьте цели, решайте с командой сложные задачи, делегируете, ведите за собой людей. Мотивация команды равняется 97 % успеха, верьте в свою команду, стимулируйте, заряжайте позитивной энергией и поддерживайте сотрудников и тогда вы увидите, как положительно отразится такое на прибыли.

Начните свое управление определения:

– Роли в команде;

– Развитие навыков в командной работе;

– Разработка методов по улучшению эффективности команды;

– Разработайте план.

Обычно в команде проявляется шесть типов поведения:

1 – управленец. Благожелательность. Самоконтроль. Эффективно использует ресурсы. Ответственен. Социально ответственен. Обладает в совершенстве критическим и позитивным мышлением;

2 – вдохновитель/мотиватор. Эмпат, проявляет неформальные лидерские способности, ставит интересы команды при выше своих, умеет замотивировать, встряхнуть команду

перед любым делом;

3 – аналитический склад ума. Справляется с задачами высокого риска. Дальновидность. Критическое мышление. Цель важнее команды. Точность в прогнозах;

4 – генератор идей. Творчество, креативность, общительность, нарциссизм, таланты белки должны быть признаны. Не может довести дело до конца, поэтому требуется в команде, благодаря идеям, происходит благоприятная трансформация команды;

5 – коммуникации. Добрый, веселый, всегда готов помочь. Коммуникабелен, умеет наладить работу, хорошо ориентируется в способностях участника команды. Доводит дело до конца;

6 – трудяга. Исполнителен, бесконфликтный, дистиллированный, ответственный, контролируемый.

Лидеру требуется развивать гибкость мышления, стратегическое мышление, креативность. Лидер должен быть первым и лучшим в своем деле, при этом он открыт и честен.

Стратегическое мышление – способность прогнозировать действия. Стратегическое мышление постоянно развивается благодаря приобретению опыта и теоретического познания.

Победитель – это человек, который ставит цели и добивается ее. Он не отступает от цели в случае поражения, а ищет пути для достижения победы.

## Три этапа развития стратегического мышления:

1. Постановка целей, определение сроков выполнения целей и задач, какие потребуются ресурсы для их достижения. Распределение ответственности и обязанности в команде – делегируйте.

2. Цели ставьте сами, обсуждайте выполнения задач и решения вероятных сложностей с командой. Прогнозируйте проблемы, решайте наперед, используйте потенциал команды на максимум.

3. Мыслите трезво, будьте готовы к неожиданностям и всегда улучшайте себя.

### **Анализируйте!**

– Насколько для вас важно получить результат. Хотите ли выйти на новый уровень? (Что вы хотите этим показать, добиться).

– Работает ли ваша стратегия, поможет ли она добиться результата?

### **Заботьтесь о команде!**

– Не забывайте поддерживать словами одобрения коллектив, за достигнутые результаты поощряйте подарками, а в случае их неудач – помогайте. Забота о команде, одно из важных задач лидера.

## **Помните о своем здоровье, эмоциональном состоянии!**

– Каждый день важно укреплять свое тело правильным питанием, спортивной зарядкой, уверенным и позитивным настроением;

– Любые возникшие проблемы в отношениях требуют немедленного решения, потому что негатив самый ужасный пожиратель энергии;

– Управляйте своим временем;

– Учитесь ставить цели и достигай их.

– Читайте книги и изучайте традиционные языки разных народов;

– Путешествуйте;

– Приобретайте новые компетенции, способности, узнавайте каждый день что-то новое;

– Расширяйте словарный запас.

Эмоциональный интеллект – способность, осознавать, контролировать, чтобы управлять собой и вдохновлять на победы других. Для полноценной эффективности лидера требуется умение управлять эмоциями.

Эффективный лидер, овладевший компетенцией эмоционального интеллекта, умеет:

1. Понимать и управлять своими эмоциями;

2. Мотивировать себя и других, используя знания об эмоциях;

3. Распознавать и управлять чужими эмоциями;

4. Проявлять эмоциональную гибкость.

Основные эмоции:

– Удивление – глаза широко открыты, брови приподняты в полукруг, рот немного открыт;

– Страх – глаза широко открыты, брови приподняты в прямой форме, рот немного открыт;

– Радость – улыбка, иногда приоткрыт рот, показывая зубы, напряжение вокруг глаз, щеки приподняты;

– Гнев – брови, сдвинуты, образуя вертикальные складки, губы напряжены;

– Отвращение – нос сморщенный, верхняя губа приподнята, глаза приоткрыты;

– Печаль – уголки губ, опущены, брови опущены, стеклянный и рассеянный взгляд, нижняя губа надута;

– Презрение – приподнятая одна щека вместе с уголком губы.

Когда вы поймете свои эмоции, осознаете их, вы с ними сможете работать, управлять в нужное русло для достижения результата. Эмоции возникают при реакции ваших личностных ценностей с окружающим миром. Сдерживать возникающие эмоции долго нельзя, они должны, направлены в позитивное русло, чтобы достичь поставленной цели. Эмоции могут быть положительными и отрицательными, что у

команды, что у вас. Поэтому, прежде чем начать, что важное, оцените настроение команды и своего, если присутствуют негативные, узнайте причину их и без осуждения, потребуется позаботиться о благоприятной атмосфере в коллективе.

Социальный мир делится на 80% пассивности и 20% активности. Чем больше лидер активен, деловит и требователен, тем больше он усложняет межличностные отношения в группе. Он ухудшает психологическую атмосферу, что ведет к росту недовольства им. Такой лидер достигает результатов. А если лидер менее деловой, более неформален и дружелюбный, он снижает эффективность достижения поставленной цели.

### **Ответьте на вопросы:**

- Какой вы лидер?
- В совершенстве ли владеете компетенциями: лидерство, семейные ценности, эмоциональный интеллект, стратегическое мышление, социальная ответственность, коммуникации?
- Как видит вас команда?
- А достигаете вы желаемых результатов, и если нет, то психологически довольна ли вами команда?
- Что вы видите полезного от своей деятельности через 5,

10 лет?

## **Коммуникации**

Коммуникации – тема очень обширная, которую требуется изучать и практиковать, насколько вы умеете общаться, зависит успех, карьера, личная жизнь и уверенность в себе. Делятся на устное и письменное общение.

Типичными формами делового устного общения является беседа, переговоры, самопрезентация.

Беседа – протекает по тематическому сценарию, обсуждение определяется профессиональными и деловыми интересами сторон.

Переговоры – общение между сторонами для достижения определенных целей.

Самопрезентация – представления человеком своего образа, навыков и опыта. (Кто вы? Откуда вы? Чем вы занимаетесь? Какое у вас хобби? Чем вы можете быть полезны другим? Какие открытия вы сделали в последний месяц? Какие уроки вы вынесли из детства? Что вы умеете делать лучше всего?)

Форма делового письменного общения – выражается в документообороте, деловые письма, указания, протокол, объяснительная записка и т.д.

Ежедневно мы работаем с разными текстами. Пишем

письма, общаемся в мессенджерах, пишем посты в социальных сетях, записки. В основном используем в качестве шаблона что-то готовое и переписываем в соответствии с нашими задачами.

## **Смягчайте вашу серьезность – креативностью!**

Креативность – умение творчески и нестандартно придумывать идеи и решать задачи, находить альтернативные варианты, не прибегая к стандартному и обычному пути. Креативными рождаются и становятся, а уровень компетенции креативности, будет зависеть усилий. Требуется учиться генерировать идеи, не дожидаясь вдохновения, и превращать проблемы в новые возможности.

Чтобы достичь поставленную цель, требуется решить ряд задач, в которых требуется понять проблему, одно из лучших средств решения вопросов, является задаванием вопросов. Даже применив вопрос «Почему?» Вы сможете достичь цель, гораздо быстрее, чем методами, которые упоминались в книге.

## **Ответьте на вопросы:**

Как увеличить эффективность команды?

– Почему ваша команда неэффективна? (потому что у них лидер не осваивал нужные компетенции) – Почему другие



команды эффективнее и быстрее достигают цели? (потому что их лидер умеет управлять командой)

– Почему их лидер умеет управлять командой? (потому что он освоил компетенции по лидерству).

Практическое задание: сформулируйте задачу или проблему, поставьте цель и решите ее следующим методом.

Для достижения своей цели и задач используйте дополнительно метод дизайн-мышления, он отличается от обычного метода, тем, что для решения задачи, не требуется пользоваться стандартными методами, а требуется оформить обычное решение в творческое обличие.

Этапы реализации:

– Эмпатия – сопереживание, где требуется погружаться в проблему и почему важно ее решить, кому она будет полезна;

– Сфокусированность – выделять ключевые проблемы;

– Генерация идей;

Использовать методы:

– фокальных объектов – поиск новых идей, на основе одного объекта, присваивание ему свойств других объектов;

– ментальные карты – основная цель пишется в центре, а все дополнительное вокруг;

– морфологический анализ – перебор возможных вариантов всех возможных решений.

– Прототипирование – проверить методы на продуктив-

ность;

– Тестирование – получить обратную от команды.

Чаще мыслите «иначе», такое упражнение приведет вас к тому, что вы добьетесь того, чего у вас не было никогда. И не забывайте о теории маленьких шагов – умение разбивать сложные дела на множество простых шагов и добиваться их выполнения. Вы одерживаете маленькие победы, которые помогают с каждым разом делать следующий шаг вперед.

В практике требуется использовать нацеленность на результат, тогда цель будет достигнута.

Победы великих людей основывались на этом, было много поражений у них, но они не сдавались, один из таких лидеров, Томас Эдисон, который только с 10001 попытки, создал первую работающую лампу и примеров подобных в истории множество, взять Уолта Диснея, его идеям отказывали более триста раз.

## **А насколько вы готовы идти к цели?**

Правильно ставить цели, находить мотивацию, креативить позволит стать успешнее. Один из лучших методов, чтобы развить достижение на результат – спорт. Он не только учит практиковать ставить правильные цели и их достижения, но и помогает поддерживать свой организм в тонусе.

**Социальная ответственность** – ответственность перед людьми и обществом и данными им обещаниями или обязательствами. Ответственность перед самим собой – это тоже социальная ответственность. ваше безответственное поведение, отношение к своему здоровью, возможностям, развитию и образованию влияет не только на Вас, но и на общество в целом. Ответственные личности строят планы, продумывают свое будущее, определяют цели и задачи и выполняют взятые на себя обязательства, как по отношению к другим, так и по отношению к себе.

«Каждый человек отвечает за людей, и за нашу планету, а в особенности, если он лидер. Экология планеты Земли – наша жизнь».

# Заключительная часть.

## Информационная часть.

Для социального бизнеса разрабатываются специальные меры поддержки. Здесь можно узнать о действующих программах помощи, чтобы воспользоваться ими:

1. Субсидии для социальных предпринимателей. Предприниматели, работающие для достижения общественно значимых целей или решающие социальные проблемы граждан, могут получить субсидию от столичного Департамента предпринимательства и инновационного развития. Дополнительные условия читайте на сайте. <https://mbm.mos.ru/article/dengi/subsidii/subsidii-dlya-sotsialnykh-predpriyatiy-878631>

2. Мероприятия – эффективный инструмент для развития лидеров и сообществ. Но чтобы мероприятия по-настоящему работали и приносили практическую пользу участникам, необходимо уделить внимание:

- подготовке аудитории до мероприятия,
  - обеспечению качества во время проведения,
  - работе с аудиторией и продвижением итогов мероприятия.
- [https://old.asi.ru/about\\_agency/events\\_standart/](https://old.asi.ru/about_agency/events_standart/)

3. Акселератор – институт интенсивного развития стартапов и действующих бизнес-проектов через обучение, менторство и экспертную поддержку. Программы акселерации позволяют командам социальных проектов развить бизнес – и предпринимательские компетенции. <https://fundsp.ru/projects/akselerator.html>

4. Предакселерационная программа предназначена для поддержки проектов и инициатив, находящихся на стадии идеи.

Предакселерационная программа познакомит вас с основными шагами создания бизнеса в социальной сфере и позволит получить знания, которые помогут вам избежать многих ошибок начального этапа работы, преодолеть любые трудности, почувствовать уверенность в своих силах. <https://fundsp.ru/predakselerator.html#>

5. Лучший социальный проект.

Всероссийский Конкурс проектов в области социального предпринимательства. <https://konkurs.sprgsu.ru/index.php/ru>

6. Акселератор для проектов в сфере социального предпринимательства, у которых есть запрос на трансформацию социальной миссии в качественный бизнес-проект, на оптимизацию продукта, настройку каналов продаж, на расширение рынков сбыта и масштабирование своего бизнеса. <https://www.msp2021.com/>

7. Обучающие мероприятия, Программы обучения, Бизнес-акселераторы, База спикеров. <https://mbm.mos.ru/>

[education/obuchayushchiye-meropriyatiya/?page=1&themes=\[1273097\]](http://education/obuchayushchiye-meropriyatiya/?page=1&themes=[1273097])

8. Льготы использующим труд инвалидов. Предоставляете рабочие места инвалидам в Москве? Вы имеете право сразу на несколько налоговых льгот. [https://mbm.mos.ru/article/nalogi/nalogovye-lgoty/lgoty-ispolzuyushchim-trud-invalidov\\_1635](https://mbm.mos.ru/article/nalogi/nalogovye-lgoty/lgoty-ispolzuyushchim-trud-invalidov_1635)

9. Нужна помощь?

Консультация. Есть вопрос по открытию или ведению бизнеса? Хотите узнать о мерах поддержки предпринимателей в Москве?

Бесплатные, оперативные и исчерпывающие ответы на ваши вопросы о бизнесе в столице. <https://mbm.mos.ru/consultation>

Полезные онлайн-продукты:

1. Удобный навигатор для московских предпринимателей, подберет вам персональные меры поддержки. <https://mbm.mos.ru/assistant>

2. Чтобы не пропустить важные правовые новости, получайте еженедельные обновления законодательного бизнес-дайджеста. <https://mbm.mos.ru/zkbd?page=1>

3. Проверка контрагентов. <https://check.mbm.mos.ru/login> или <https://egrul.nalog.ru/index.html>

4. Проверь законность вывески. <https://mbm.mos.ru/>

[services/check-outdoor-sign](#)