

Скоробогатова Оксана Игоревна

магистр социальных наук в области науки управления, лектор

Институт транспорта и связи

г. Рига, Латвийская Республика

ВЫЯВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ ИДЕЙ. ВОЗМОЖНОСТИ, ИННОВАЦИИ, БИЗНЕС-ПЛАН СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

***Аннотация:** в данной статье рассмотрены основные особенности создания бизнес-плана социального предприятия. Перечислены источники возникновения идей. Приведены типы инноваций, принадлежащих социальному предпринимательству. Отмечены категории оценки социальных возможностей. Отражены элементы бизнес-плана социального предприятия. Представлена модель создания и реализации социальной инициативы.*

***Ключевые слова:** общество, социальное предпринимательство, проект, бизнес-план, социальная инициатива.*

Любой социальные проект, как и любой другой бизнес, начинается с появления какой-либо идеи о том, как можно улучшить общество, далее исследуется возможность внедрения этой идеи, следующий шагом будет написание бизнес-плана.

Наиболее распространенные источники возникновения идей, как у бизнесменов, так и у социальных предпринимателей это:

– личный опыт, который является наиболее популярным источником. Будущий предприниматель сталкивается с проблемой в собственной жизни, понимает, что такая проблема есть у многих других людей и думает, как же ее можно решить;

– какая-либо понравившаяся деятельность, которой человек занимается в свободное время. Зачастую положительными эмоциями от хобби хочется поделиться с другими людьми. Так приходит понимание, что это занятие можно направить на решение какой-либо социальной проблемы;

- случайное открытие, когда будущий предприниматель занимается изучением какой-либо деятельности и приходит озарение, что эту идею можно использовать другим образом, решая определенную социальную проблему;

- намеренный поиск путем исследования, а именно целенаправленно исследуя различные идеи путем анализа различных тенденций в обществе: политических, экономических, социальных и культурных сдвигов;

- средства массовой информации, сообщающие о социальных проблемах в разных регионах мира, а также социальные сети, которые «уменьшили» мировое пространство и помогли превратить проблему одной части мира в проблему, которая касается всех жителей планеты.

Предприниматели, в том числе и социальные предприниматели всегда выступают в роли новаторов. Инновация – это развитие и внедрение изобретений. Существует семь типов инноваций, принадлежащих социальному предпринимательству:

- создание и вывод на рынок новых программ, проектов, продуктов и услуг;
- новый процесс производства или предоставления уже существующего продукта, услуги, проекта или программы;

- вывод уже существующего продукта, услуги, программы или проекта на новый рынок;

- использование нового источника трудовых или других производственных ресурсов, когда эти ресурсы рассматриваются в новом для себя ракурсе;

- внедрение новой производственной или организационной структуры, например, когда некоторые частные и государственные учреждения оказывают услуги, не представляющие особого интереса для обычных учреждений;

- внедрение новых способов вовлечения потребителей социальных услуг, продуктов, программ или проектов, например, используя интернет или социальные сети;

- использование новых моделей финансирования.

Каждая инновация предполагает реализацию идеи на практике. Любую идею нужно рассматривать в свете возможности ее осуществления. Возможность

в социальном предпринимательстве – это идея, которая основана на понимании потребностей и желаний целевых потребителя, уместность этой идеи, ее долговечность и ценность.

У социальных возможностей есть временной период, в течение которого социальный предприниматель может обеспечить максимум блага для своего потребителя до того времени, когда возникнут обстоятельства, снижающие ценность этой услуги. Он может открыться связи с каким-то событием, изменением политического режима, демографического изменения или появлениями новых тенденций.

В распоряжении обычных предприятий существует целый ряд моделей оценки возможностей, таких как SWOT-анализ, Outside-In/Inside-Out, модель Байгрейва, QuickScreen и других. У социальных предпринимателей меньше инструментов, оценивающих социальные возможности. Существуют четыре основные категории оценки:

- потенциал социальной ценности (социальная потребность, соответствие миссии, достижимое влияние, социальный возврат на инвестиции, поддержка сообщества);
- потенциал рынка (потребность или желание потребителя, окно возможности, заинтересованность инвестора, размер рынка, достижимая доля рынка);
- потенциал конкурентного преимущества (барьеры для входа, возможные партнерства, контроль расходов, убедительная миссия, управленческая команда);
- потенциал устойчивости (мощности проекта, заинтересованность инвесторов, способность заработать прибыль, убедительная миссия).

Разработка бизнес-плана с учетом требований рынка, потенциальных инвесторов и сотрудников поможет социальным предпринимателям подробно изучить социальную проблему и решить, какие и сколько ресурсов нужно для запуска и дальнейшего развития социального проекта.

В дополнение к коммерческому, бизнес-план социального предприятия также должен включать в себя:

- социальную инновацию – четкое понимание проблемы, которая требует решения, может ли осуществиться инновация, экономические и социальные движущие факторы;

- социальное влияние – практичный подход к измерению результатов, связанных с организацией и долгосрочным влиянием. Социальный возврат на инвестиции (SROI) должен оцениваться с помощью инструментов, показывающей, в чем состоит это влияние;

- устойчивость – система взглядов в бизнес-модели и вероятность создания с ее помощью значительного вклада в решение проблемы, которое будет устойчивым во времени.

При стратегическом планировании можно увидеть социальный проект в отдаленной перспективе, выявить возможности и угрозы со стороны внешней среды и найти лучший способ использовать сильные и слабые стороны компании для реализации возможностей и минимизации угроз. Однажды созданный план не может заменить процесс стратегического планирования – им нужно заниматься все то время, пока живет компания.

Модель создания и реализации социальной инициативы (рисунок 1) показывает, что в долгосрочном стратегическом плане необходимо разрабатывать комплекс мер, направленный на формирование творческих, креативных и критично мыслящих людей.

В краткосрочном периоде социальным предприятиям нужно оказывать финансовую, имущественную, информационную, консультационную поддержку в области подготовки, переподготовки и повышения квалификации их работников, в области инноваций и промышленного производства, ремесленничества, субъектов социального предпринимательства, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность.

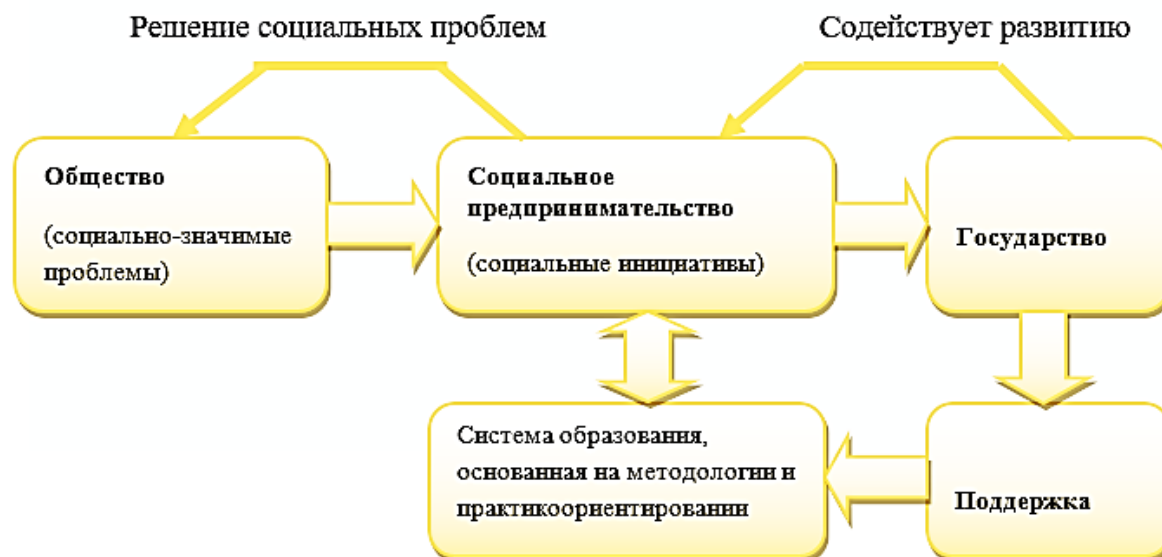


Рис. 1. Модель создания и реализации социальной инициативы [1]

Социальные проекты, имеющие стратегию и способные планировать действия по ее реализации, смогут обогнать своих конкурентов, не обладающих ею. Планирование помогает:

1. Повысить вероятность успеха и устойчивость предприятия.
2. Более эффективно адаптироваться к изменениям.
3. Задать направление для работы сотрудников и волонтеров.
4. Настроить элементы управления в соответствии с основными социальными и экономическими целями.

Список литературы

1. Социальный бизнес [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://nabchelny.ru/page/272>