

ШКОЛА ПО ОБУЧЕНИЮ СОЦИАЛЬНО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИМ НАВЫКАМ СТУДЕНТОВ ТГУ «STARTUPSOCIAL»

Рабочая тетрадь





УНИВЕРСИТЕТ

ОСНОВАН
в
1878
ГОДУ

ОТКРЫТ
в
1888
ГОДУ



Парк социогуманитарных технологий ТГУ создает среду развития инновационной деятельности университетской молодежи, направленной на разработку и внедрение социальных и гуманитарных технологий.

Деятельность Парка СГТ ТГУ осуществляется в 3-х направлениях:

- «От идеи - к проекту»;
- «От проекта – к технологии»;
- «От технологии – к социальному предпринимательству».

Основываясь на весомом опыте подготовки специалистов в социально-гуманитарной сфере и учитывая общемировые тенденции, Томский государственный университет стал уделять большое внимание проблеме развития деловой активности студентов разных направлений подготовки именно в социальной сфере, что способствует развитию у учащихся коммуникабельности, системного мышления; формированию их активной жизненной и профессиональной позиции; умению эффективно взаимодействовать в команде; обучению основным принципам поведения на рынке труда.

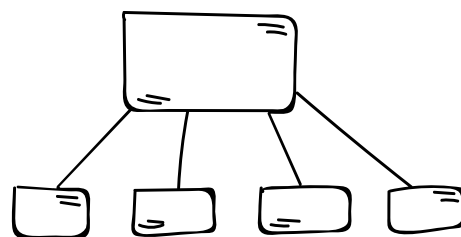


Школа по обучению социально предпринимательским навыкам студентов ТГУ «StartUpSocial» организована для студенческих команд ТГУ, которые имеют идею социального проекта, а также на молодежные команды, реализующие социальные проекты. Школа позволяет молодым людям получить базовые теоретические знания и навыки и доработать свой проект до бизнес-модели. В качестве экспертов и менторов

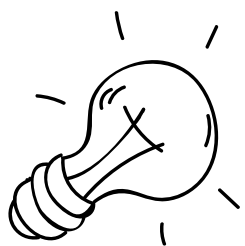
привлекаются представители социального предпринимательства и социально ответственного бизнеса г. Томска, а также представители некоммерческих организаций и социально-образовательных учреждений.

Перечень тем в рамках Школы:

1. Основы социального предпринимательства
2. Правовые основы социального предпринимательства
3. Выбор идеи для социального предпринимательства
4. Составление бизнес-плана
5. Фандрайзинг, краудфандинг и краудсорсинг
6. PR-продвижение социального бизнеса
7. Эффективная команда, реализующая социально предпринимательский проект
8. Искусство презентации социально предпринимательского проекта
9. Защита бизнес-моделей социальных проектов студенческих команд



ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА



Социальное предпринимательство – это использование предпринимательских методов для разработки, финансирования и внедрения инновационных решений социальных, культурных или экологических проблем.

Если обычные предприниматели, как правило, оценивают успешность своей деятельности, ориентируясь на прибыль и объем продаж или стоимость акций, то для социального предпринимателя главным критерием успешности становится «социальная отдача». Прибыль также может приниматься во внимание, но не как самоцель, а скорее, как средство для дальнейшего продвижения к достижению социальных или культурных целей организации.



Как Вы понимаете термин «социальное предпринимательство»?

Социальный бизнес находится на стыке традиционного предпринимательства и благотворительности. В частности, социальное предпринимательство берет от благотворительности социальную направленность деятельности, а от бизнеса – предпринимательский подход.



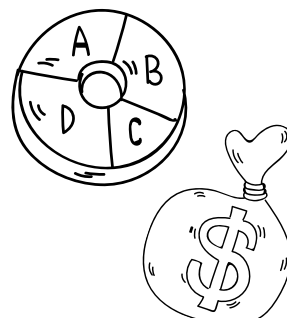
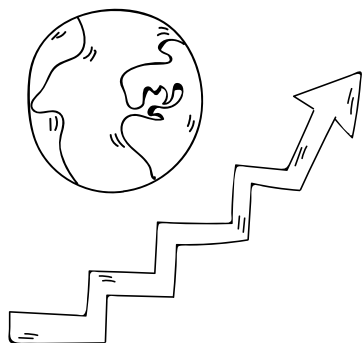
В чем разница между «предпринимательством» и «социальным предпринимательством»?

Один из вариантов ответа может быть таким:

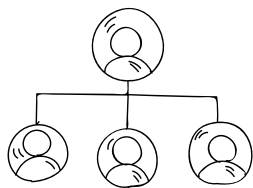
Разница между «предпринимательством» и «социальным предпринимательством» заключается, прежде всего, в целеполагании. Социальные предприниматели стремятся преобразовать общество в целом, а не извлечь из него максимум прибыли, как предприниматели классические.

Критерии социального бизнеса:

- социальная миссия
- предпринимательский подход
- инновационность (новаторство в решении социальной проблемы, новая комбинация ресурсов, новая услуга для региона)
- тиражируемость
- самоокупаемость и финансовая устойчивость



ФЕНОМЕН СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В МИРЕ



Фонд социального предпринимательства Шваба (англ. Schwab Foundation for Social Entrepreneurship) — швейцарский международный некоммерческий фонд, созданный для поддержки и финансирования лиц и организаций, действующих в сфере социального предпринимательства.

«Фонд социального предпринимательства Шваба» учреждён в 1998 году швейцарским экономистом, основателем и президентом Всемирного экономического форума в Давосе Клаусом Швабом и его женой Хильдой Шваб для поддержки «мирового сообщества выдающихся социальных предпринимателей». Целью его деятельности является «развитие социального предпринимательства и содействия социальных предпринимателей в качестве важного катализатора для социального инноваций и прогресса». Штаб-квартира «Фонд социального предпринимательства Шваба» находится в Женеве (Швейцария).

<http://www.schwabfound.org/>



Клаус Шваб



Фонд региональных социальных программ «Наше будущее» создан в России в 2007 году для реализации долгосрочных социально значимых программ и проектов, где могут быть применимы принципы социального предпринимательства.

<http://www.nb-fund.ru/>

Цель Фонда: развитие социального предпринимательства на территории России.

Миссия Фонда – выступать в качестве катализатора позитивных социальных изменений в российском обществе, содействуя развитию социального предпринимательства путем оказания поддержки и предоставления финансирования предприятиям, деятельность которых направлена на решение проблем общества.

Развивая институт социального предпринимательства и выступая в качестве социального предпринимателя, Фонд ведет работу по поиску наиболее перспективных инновационных идей и проектов, их эффективной реализации на практике, а также адаптации западных технологий социального предпринимательства к российским условиям.



Приведите еще примеры организаций, занимающихся поддержкой и продвижением идеи социального предпринимательства:

В мире _____

В России _____

А ЗНАЕТЕ ЛИ ВЫ ЧТО?

☞ Редакция американского Forbes ежегодно проводит масштабное исследование самых перспективных предпринимательских кадров в различных отраслях - от энергетики, финансов и технологий до музыки, спорта и науки, – 30 Under 30. В каждой из двадцати категорий журналисты при помощи экспертов и участников рынка определяют по тридцать предпринимателей моложе 30 лет, которые реализуют прорывные для своей индустрии проекты, в том числе и в области социального предпринимательства. Цель рейтинга – определить самых прогрессивных и креативных представителей нового поколения предпринимателей.

Forbes 30 UNDER 30



☞ А вы заметили, что на сайте Wikipedia вообще нет рекламы? Трудятся люди на благо человечества — безвозмездно :)

☞ Одним из исторических примеров социального предпринимательства в России считаются дома трудолюбия, трансформировавшиеся из работных домов в конце XIX века. Появившиеся в 1783 году работные дома за почти сто лет своего существования превратились в зрелый институт по борьбе с бедностью и бродяжничеством, однако долгое время оставались, прежде всего, частью системы исполнения наказаний, направленной на изоляцию и принуждение к труду преступников и прочих асоциальных элементов.

☞ Микрофинансирование в России зародилось в 1990-х годах

☞ В Томске был открыт первый в СССР технопарк и первый в России студенческий бизнес-инкубатор



Какие интересные факты известны Вам?

ПРИМЕРЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОЦИАЛЬНЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

24-летний **Кристофер Грей**. На протяжении семи месяцев учебы в старших классах школы в Алабаме Кристофер Грей тратил по двенадцать часов в неделю на поиск и оформление заявок (иногда устно – по мобильному телефону) на стипендиальные программы для поступления в колледж. В итоге, став первокурсником Дрексельского университета, он скопил достаточно средств, чтобы полностью оплатить свое высшее образование. Спустя пару лет, Кристофер решил на волонтерской основе помогать таким же, как он сам, бедным выпускникам школ в Филадельфии искать шанс вскочить на следующую ступень образовательной лестницы. Грей быстро понял, что индивидуальная поддержка неэффективна – нужна система. Объединив в начале 2015 года усилия с 26-летним Ником Пиролло и 24-летним Брайсоном Алефом, он основал компанию Scholly. Одноименное мобильное приложение и веб-платформа, опираясь на уникальный алгоритм, анализирующий восемь параметров, связывает талантливых учеников с организациями, готовыми поощрять их стремление поступить в колледж. С момента запуска сервиса его услугами воспользовались более 600 000 человек, а выданный благодаря Scholly стипендиальный фонд достиг уже \$20 млн.

В Индии существует социальное предприятие «Miracle Couriers» – это курьерская компания, где работают только глухие сотрудники. Одна из основных идей компании – сделать группу глухого населения Индии экономически активной и значимой для общества. Компания использует преимущества зрительной памяти слабо слышащих людей, которая позволяет им хорошо ориентироваться на местности и без труда читать карты. Таким образом, эта способность делает их конкурентоспособными в сравнении с людьми, работающими в этой же сфере, с нормальным слухом. В данном примере благополучатель находится внутри цепочки создания услуги, получаемая прибыль направляется на оплату труда.

В Великобритании одним из примеров социального предприятия можно назвать социальный супермаркет «Community shop». Этот социальный супермаркет создаёт продуктовый рынок,

который позволяет группам населения с низким доходом покупать продукты по льготной цене, которая составляет 1/3 от рыночной. Продукты жертвуются производителями (или очень дешево у них приобретаются) и другими супермаркетами, которые не могут сами реализовать товар по самым разным причинам (приближение окончания срока годности, помятые консервные банки или из-за неправильной этикетки).

В России известным примером социального предпринимательства является проект «Авоська дарит надежду» ООО «НКО-сервис». Проект направлен как на популяризацию авоськи как альтернативы полиэтиленовым пакетам, так и на трудоустройство инвалидов, вовлечённых в производство (плетение) авосек. Плетением занимаются инвалиды по зрению, а созданием кожаных изделий (ручек для авосек, сумок, чехлов) – инвалиды по слуху и люди с нарушением опорно-двигательной системы. Прибыль, получаемая с продаж, направляется на оплату труда и на образовательные программы для инвалидов по зрению Российского союза инвалидов и общественной организации «Перспектива», а также на проведение межрегиональных олимпиад для детей-инвалидов «Талант преодоления». ООО «НКО-сервис» в лице его учредителя Евгения Рапопорта реализует проект сравнительно недавно, с 2015 года.

Благотворительный магазин «Спасибо» в г. Санкт-Петербурге. Работает магазин следующим образом: все желающие могут отдать ненужные им вещи в хорошем состоянии напрямую в магазин или с помощью специально установленных в городе контейнеров, затем вещи сортируются: большая часть (90%) распределяются по городским благотворительным организациям и раздается нуждающимся, а оставшиеся 10 % вещей реализуются в магазине «Спасибо!». Прибыль также направляется на благотворительность. Пример благотворительного магазина схож с примером социального супермаркета в Великобритании.

Роман Канаев, владелец новосибирской компании «ИТ-сервис», которая занимается ремонтом компьютеров, в 2013 г. начал учить инвалидов ремонтировать технику. В Новосибирске

около 200 000 инвалидов и 42% из них безработные, рассказывает он. Канаев придумал проект «Старт для каждого», обучив 60 мастеров, в основном инвалидов-колясочников. Это не чистая филантропия, ведь пятеро из прошедших обучение стали сотрудниками «ИТ-сервиса», для них оборудовали рабочие места дома, поясняет предприниматель. По его словам, такие работники выгодны мастерской – они лояльны, текучка среди них нулевая. Молодые люди, которых раньше обучала фирма, зачастую увольнялись. Инвалиды, прошедшие отбор, держатся за работу и очень трудолюбивы, говорит Канаев.

В Томске примером социального предпринимательства можно считать деятельность автономной некоммерческой организации содействия социально-культурной реабилитации детей, находящихся в трудной жизненной ситуации

«Партнеры по радости». Организация работает в направлениях помощи детям, находящимся на лечении в детских больницах, помощи детям, попавшим в трудную жизненную ситуацию, детям оставшимся без попечения родителей, а также с семьями детей, воспитывающих детей с особенностями развития. Основные проекты – это «Больничная клоунада», то есть внедрение в практику детских больниц игровых методов реабилитации, а также проведение творческих мастерских, которые позволяют детям помимо общего нахождения в медицинском учреждении получать ещё опыт творчества, развития в себе творческих и даже интеллектуальных способностей. Самокупаемости организация добивается разными путями: реализацией сувенирной продукции (детские раскраски, кружки и т.п.) и оказанием услуг по проведению детских праздников или образовательных тренингов (например, на командообразование).



Приведите примеры деятельности социальных предпринимателей, о которых знаете Вы

При подготовке раздела использованы следующие ресурсы:

<https://www.vedomosti.ru/management/articles/2016/11/30/667484-predprinimateli-novie-biznes-modeli>; <http://www.forbes.ru/>, <http://fmrd.ru/sotsialnye-predprinimateli-izobretayut-novye-biznes-modeli/>, <https://ngokitchen.ru/blagotvoritelnyj-magazin-spasibo-kak-forma-sotsialnogo-predprinimatelstva/>, <http://www.nb-forum.ru/interesting/experts/landshaft-socialnogo-predprinimatelstva-v-rossii.html>, <https://vk.com/partneryporadosti>

ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Обычно все юридические лица делятся на две основные группы: коммерческие и некоммерческие организации, и в основе этого деления лежит главная цель их создания.

Основная цель создания коммерческих организаций:

Основная цель создания некоммерческих организаций:

Коммерческая деятельность

Хозяйственные общества могут создаваться в организационно-правовой форме акционерного общества или общества с ограниченной ответственностью.

ООО – это организационно-правовая форма коммерческих организаций, имеющая ряд отличительных особенностей, благодаря которым считается наиболее привлекательной для осуществления предпринимательской деятельности.

Важная информация об обществах с ограниченной ответственностью:

Порядок действий при регистрации ООО:

1. Выбор кодов ОКВЭД

2. Выбор юридического адреса

3. Выбор наименования

4. Уставный капитал

5. Решение об учреждении ООО, или протокол общего собрания учредителей

6. Подготовка устава

7. Договор об учреждении общества

8. Заявление о государственной регистрации юридического лица при создании

9. Оплата госпошлины

10. Уведомление о переходе на упрощенную систему налогообложения (УСН) в случае выбора данного режима налогообложения

11. Подача документов

Какие документы, регламентирующие деятельность ООО нужно изучить?

Индивидуальный предприниматель (ИП)

Гражданин вправе заниматься предпринимательской деятельностью без образования юридического лица с момента государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя (ГК РФ ст. 23).

ИП – одна из наиболее предпочтительных форм организации для начинающих бизнесменов. Эта форма позволяет обойтись без уставного капитала, не требует ведения бухгалтерского учета и наличия юридического адреса. Что не менее важно, любой предприниматель может выполнить регистрацию ИП самостоятельно.

Для этого необходимо:

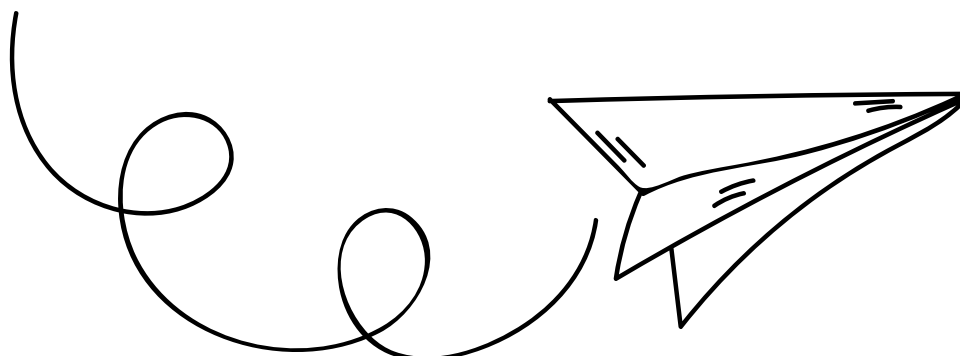
1. Выбрать коды ОКВЭД

2. Заполнить заявление о государственной регистрации физического лица в качестве ИП

3. Оплата госпошлины за регистрацию ИП

4. Подготовить уведомление о переходе на упрощенную систему налогообложения (в случае выбора данной системы)

Какие документы, регламентирующие деятельность ИП нужно изучить?



Некоммерческая деятельность (НКО)

Основные и самые распространенные виды НКО:

Автономные некоммерческие организации (АНО) _____

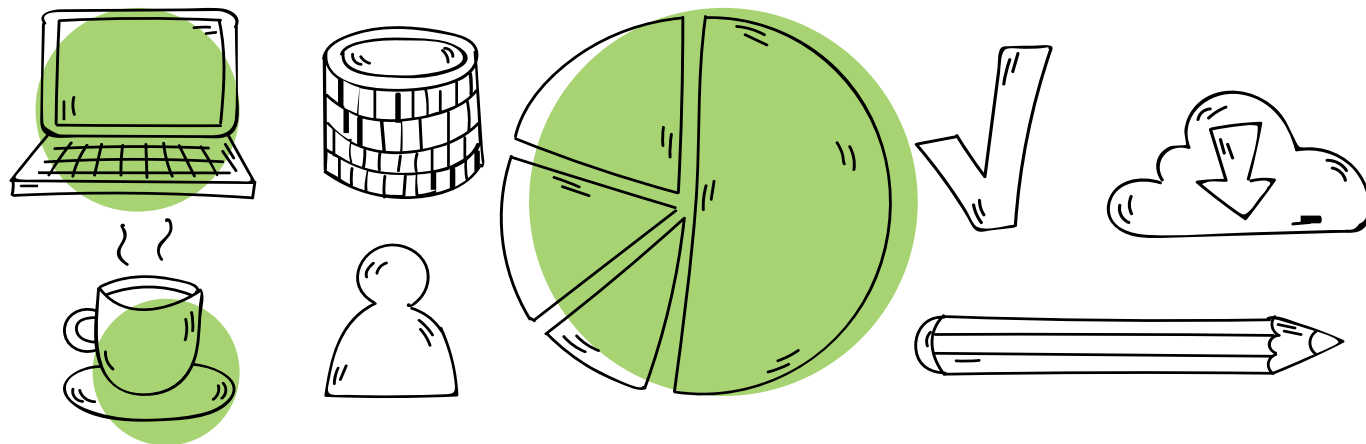
Некоммерческие партнерства (НП) _____

Фонды _____

Ассоциации и союзы _____

Общественные объединения _____

 **Какие документы, регламентирующие деятельность НКО нужно изучить?**



ВЫБОР ИДЕИ ДЛЯ БИЗНЕСА В СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ



Именно с поиска и выбора идеи начинается бизнес, и от того, какая идея выбрана, зависит и успех всего дела. В случае с социальным предпринимательством, бизнес-идея должна быть ориентирована на решение или смягчение остроты какой-либо социальной проблемы.

Чтобы выбрать бизнес-идею, необходимо, прежде всего, ответить на следующие вопросы:



Что я могу делать хорошо? Напишите все, независимо от того, нравится вам это делать или нет. Постарайтесь не упустить ничего из того, что вы можете.



Чем мне нравится заниматься? Выберите то, что вам нравится не только сегодня, но и нравилось вчера, и вы знаете, что будет нравиться завтра.



Что бы я делал просто так? Чем бы Вы стали заниматься в том случае, если бы вам сегодня уже не нужно было работать ради обеспечения.



Как это относится к бизнесу? Найдите точки соприкосновения ваших интересов с вашим будущим бизнесом.

Для того чтобы определиться с идеей для будущего бизнеса,
можно обратиться уже к существующим.
Например, зайти на страницу **БАНКА СОЦИАЛЬНЫХ ИДЕЙ**
<http://www.social-idea.ru/ideas>
и выбери ту, которая наиболее близка именно тебе.



Какую сферу деятельности я выбираю и почему? Сначала определи сферу будущей деятельности.



Какие примеры идей в выбранной сфере наиболее мне интересны? Выпиши те примеры из Банка идей, которые тебе понравились.



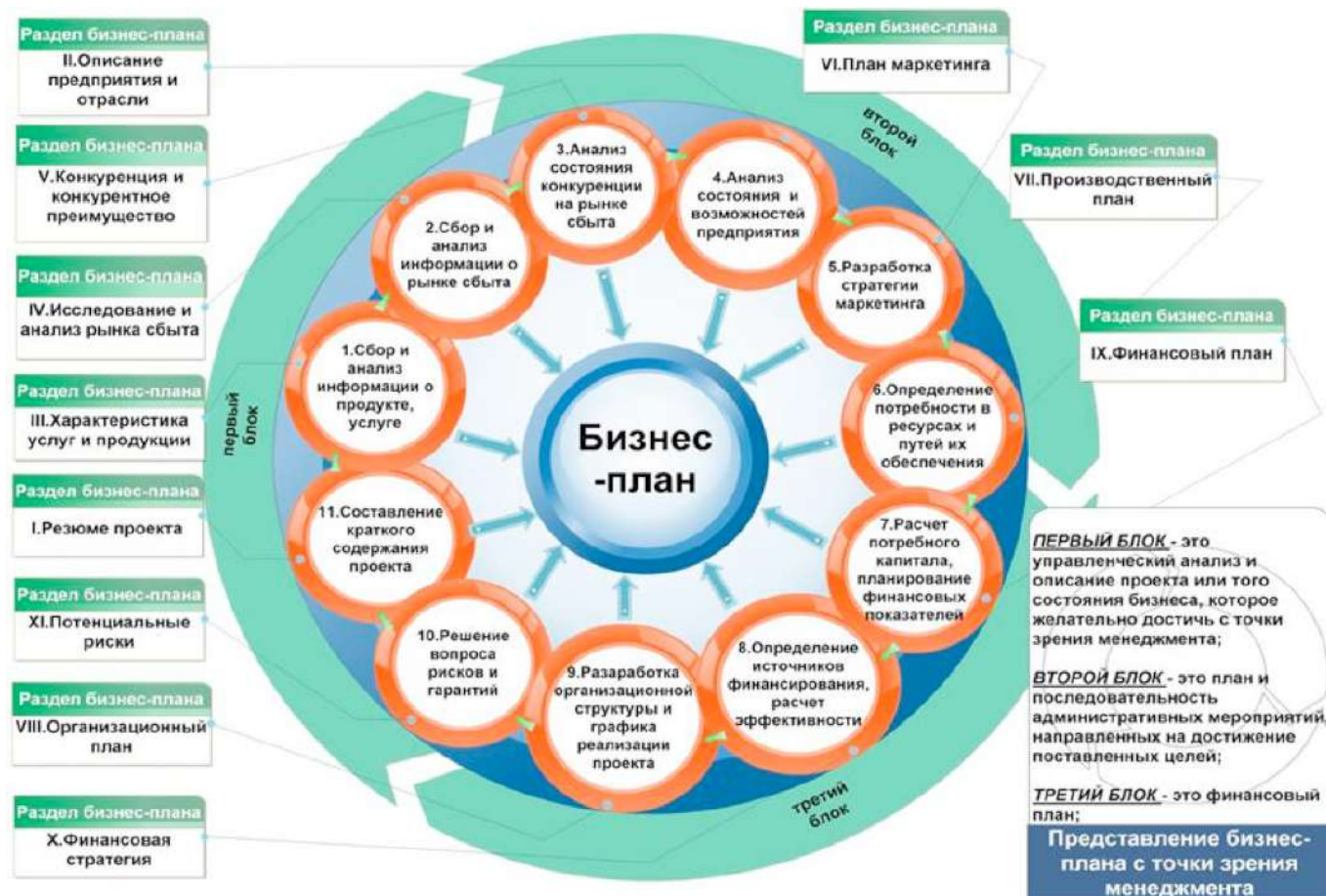
Какую идею я бы мог взять за основу своей будущей деятельности и почему? Выбери несколько вариантов для себя.



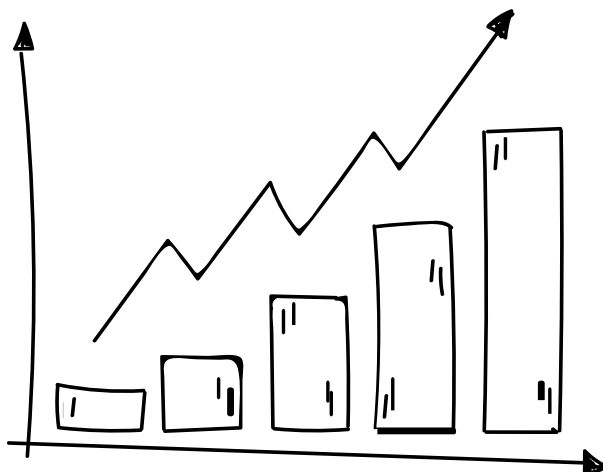
Знаю ли я примеры в регионах нашей страны, где подобные идеи уже были реализованы? Постарайся найти примеры успешного воплощения идей. Изучи, в чем их «изюминка» и постарайся сформулировать свою.

СОСТАВЛЕНИЕ БИЗНЕС-ПЛАНА

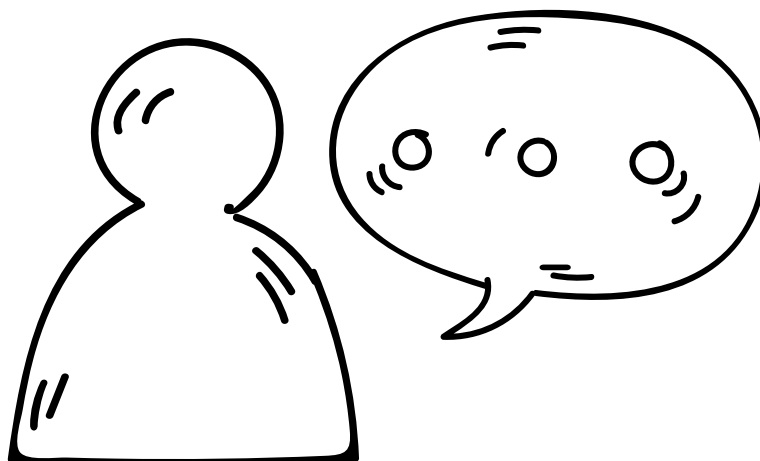
Бизнес-план – это документ или, по-другому, руководство, которое описывает идею проекта, бизнес-процессы и механизмы их реализации с целью достижения целей, заявленных автором документа (бизнес-плана).



Бизнес-план – вещь относительно простая. Он отвечает всего лишь на 3 вопроса: что вы хотите, как этого добиться и что для этого нужно. Структура бизнес-плана, как правило, состоит из определенных разделов.



РЕЗЮМЕ

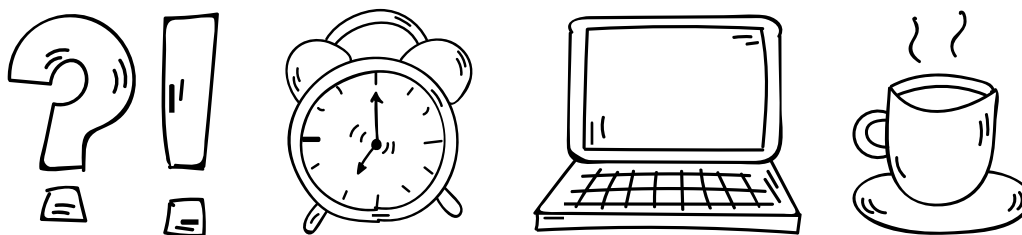


Цель данного раздела – произвести положительное впечатление на инвесторов и дать общую характеристику бизнес-плана в целом. Резюме не должно быть длинным, его оптимальный объем от 2 до 4 страниц.

Здесь должно быть только самое главное:

- краткое описание компании (наименование, история развития, учредители и их доли, успешно реализованные проекты, область деятельности);
- название проекта, его цели и краткое описание;
- продукт проекта (товар/услуга), его краткая характеристика;
- ресурсы проекта (общая стоимость проекта, потребность в дополнительных финансах и сумма собственных вложений, потребность в человеческих ресурсах);
- показатели социально-экономической и финансовой эффективности проекта по периодам (прибыльность, срок окупаемости, количество уплачиваемых налогов);
- целевые рынки сбыта и место компании на них, конкурентные преимущества продукта / услуги проекта;
- стратегия маркетинга (планируемая доля рынка через 3-5 лет, методы продвижения);
- персонал и ответственные лица (команда проекта), характеристика основных участников и их предыдущих успехов, важных для реализации предлагаемого проекта);
- условия привлечения инвестиций (процент выплат по займу, размер получаемой прибыли на инвестиционный капитал, условия выхода инвестора из проекта, приемлемые для заявителя); рентабельность и срок возврата инвестиций.

Резюме стоит писать в самом конце, когда основная часть бизнес-плана уже написана. Как вы заметили, резюме содержит «выжимку» из разделов вашего бизнес-плана.

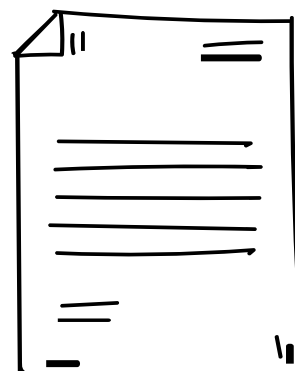


РЕЗЮМЕ МОЕГО ПРОЕКТА

ОПИСАНИЕ ЗАЯВИТЕЛЯ ПРОЕКТА

В данном разделе представляется следующая информация:

- сведения о претенденте: статус, уставный капитал, финансовое положение, когда, кем, с какой целью была / будет основана компания;
- организационно-правовая форма, структура собственности (учредители и их доли);
- структура управления, количество работников и их квалификация;
- поддержка проекта местной администрацией;
- текущие и имевшие место в прошлом финансовые обязательства (кредитная история).



ОПИСАНИЕ ТОВАРА ИЛИ УСЛУГИ

Кратко опишите в этом разделе проблемы, решаемые в рамках проекта. Опишите товары и/или услуги, которые планирует реализовывать ваша компания. Для этого проведите предварительную работу, в которую войдет:

- Описание основных товаров (услуг) компании и второстепенных;
- Описание потребительских качеств коммерческого продукта / услуги;
- Конкурентные преимущества продукта;
- Защита интеллектуальной собственности, если она используется в проекте;
- Фотосъемка вашей продукции;
- Определение портрета вашего идеального потребителя;
- Проведение анализа рынка на предмет наличия схожих товаров или услуг на вашем целевом рынке;
- Планирование организации сервиса (если того требует специфика вашей компании);
- Описание модели ценообразования;
- Готовность и способность конкурировать с уже имеющимися компаниями вашего сегмента;
- Календарный график реализации проекта с указанием этапов, сроков, достигаемых результатов, ответственных лиц и необходимых ресурсов.

АНАЛИЗ РЫНКА И МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ

Маркетинг – один из важнейших бизнес-процессов. Он включает в себя анализ рыночной среды, конкурентов и вашей стратегии продвижения товара (услуги) до конечного потребителя.

Чтобы максимально точно прописать маркетинговый раздел, ответьте на вопросы:

- В каких рыночных условиях будет работать ваша компания?
- Каких конкурентов можно выделить в вашей сфере?
- Какие методы продвижения используют ваши конкуренты и сможете ли вы продвигаться лучше?

• Какие инструменты продвижения вы планируете использовать (возможно, это реклама, прямые продажи, стимулирование сбыта и др.)?

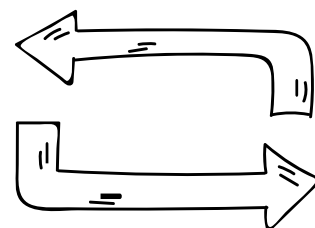
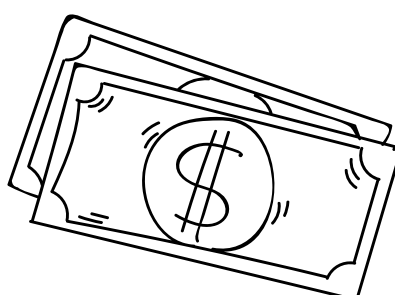
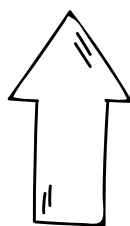
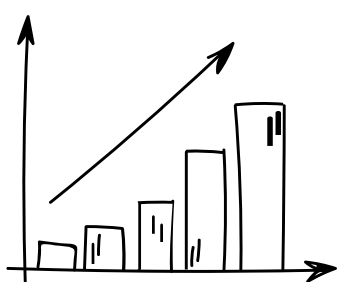
- Почему именно ваш товар (услугу) должен выбрать потребитель при прочих условиях?

Каковы преимущества и недостатки Вашей продукции/услуги относительно конкурентов;

- Конечные потребители; особенности сегмента рынка, на которые ориентируется проект;
- Организация сбыта (описание системы сбыта с указанием фирм, привлекаемых к реализации продукта);

• Обоснование цены на продукцию (метод установления цены, конкурентоспособность цены, возможные скидки, надбавки);

- Есть ли сезонность у вашего бизнеса и если да, то в какое время?
- Программа по организации рекламы, примерный объем затрат.



ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

Этот пункт бизнес-плана не обязателен для компаний, которые не планируют заниматься непосредственно производством. Данный раздел можно пропустить, если ваша компания собирается оказывать услуги или продавать товары, то есть заниматься торговлей.

Если же ваше предприятие планирует заниматься именно производством продукции, то в этом разделе вам нужно будет ответить на следующие вопросы:

- Сколько производственных мощностей вам понадобится для реализации производства (производственной линии)?
- В какой последовательности оборудование будет внедрено и подготовлено к работе?
- Требования к организации производства;
- Состав основного оборудования, его поставщики и условия поставок (аренда, покупка, лизинг);
- Какова предполагаемая динамика увеличения производства с течением времени?
- Как будет осуществляться доставка необходимых материалов к месту производства, и кто будет поставщиком сырья? Здесь необходимо описать вопросы логистики и охарактеризовать ваших поставщиков сырья и материалов, ориентировочные цены.
- Альтернативные источники снабжения сырьем и материалами;
- Стоимость производственных основных фондов;
- Если ваше предприятие располагает какими-либо основными средствами или производственными мощностями, то как они будут состыкованы с вновь установленным оборудованием?
- Годовые затраты на выпуск продукции, переменные и постоянные затраты, себестоимость единицы продукции.
- Форма амортизации (простая, ускоренная), норма амортизационных отчислений.
- Как будет выглядеть весь производственный процесс? Здесь желательно описать программу производства и реализации продукции, технологии производства; привести наглядную схему с пояснениями (ее можно вынести в приложение к бизнес-плану).

✓ ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН

В данном разделе необходимо отразить ваши действия по организации бизнеса, разбитые на конкретные шаги со сроками реализации каждого этапа, ответственным лицом и ожидаемыми результатами.

Лучше всего это сделать в виде таблицы (Наименование этапа /Сроки реализации /Ответственный/ Ожидаемые результаты и примечания).

Здесь напишите, что нужно сделать в первую очередь, что во вторую и т.д.

✓ ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН (БЮДЖЕТ)

В этой части бизнес-плана вы составляете подробную смету, то есть планируете свои затраты до мелочей.

Это тоже лучше всего сделать в виде таблицы. Причем у вас скорее всего будут единовременные затраты и периодические.

К единовременным затратам можно отнести покупку оборудования или помещения, рекламную вывеску и так т.д. В бухгалтерской терминологии такие долгоживущие активы предприятия называются еще основными средствами.

К периодическим затратам можно отнести расходные материалы, сырье, аренду, коммунальные платежи, заработную плату, покупку товара.

Это те расходы, которые вы несете часто, то есть периодически. В бухгалтерской терминологии такие быстро расходуемые активы предприятия называются еще оборотными средствами.

Финансовый план включает также:

- описание системы налогообложения и других условий финансовых расчетов;
- стоимость этапов проекта (основные направления вложений финансовых средств по проекту);
- предложения внешним инвесторам (возможный объем заимствований, предполагаемый процент выплат по займу);
- описание возможного залога, гарантий, поручительств при займе.

✓ ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ (ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНАЯ ЧАСТЬ)

Здесь вы можете рассмотреть несколько вариантов развития событий относительно вашего бизнеса: от пессимистичного до оптимистичного.

Основываясь на предполагаемых финансовых показателях, обобщите весь материал бизнес-плана, взгляните на свой проект комплексно и непредвзято. Что вы видите? Понятен ли он вам? Если бы вы были инвестором и вам предложили вложить деньги в такое предприятие на основе данного бизнес-плана, согласились бы вы?

Если вы положительно ответили на эти вопросы, то у вас довольно большие шансы на успешный исход вашего дела.

ФАНДРАЙЗИНГ, КРАУДФАНДИНГ И КРАУДСОРСИНГ

Краудфандинг (англ. crowdfunding) – это коллективное сотрудничество людей, которые добровольно объединяют деньги или другие ресурсы (в основном через интернет), чтобы поддержать усилия других людей или организаций в каком-либо деле или начинании.

Дословный перевод с английского означает «финансирование толпой» (от «crowd» - толпа и «funding» – финансирование).

Краудфандинг – это младший брат краудсорсинга (англ. crowdsourcing — «использование ресурсов толпой»), который предполагает, что некую задачу решает сразу большое количество людей, которые обмениваются идеями и мнениями, готовят свои варианты решения проблемы. Однако, краудфандинг подразумевает именно финансовую помощь в решении задачи.

Пример краудфандинга: у режиссера есть идея фильма, но нет денег на реализацию этой идеи. На разных специальных площадках в сети он описывает свою идею и предлагает всем желающим помочь ему собрать деньги на реализацию задумки. В качестве подарка тем, кто сделает свой вклад, режиссер может предложить упоминание в титрах фильма, бесплатный диск с фильмом или даже вещи со съемочной площадки.

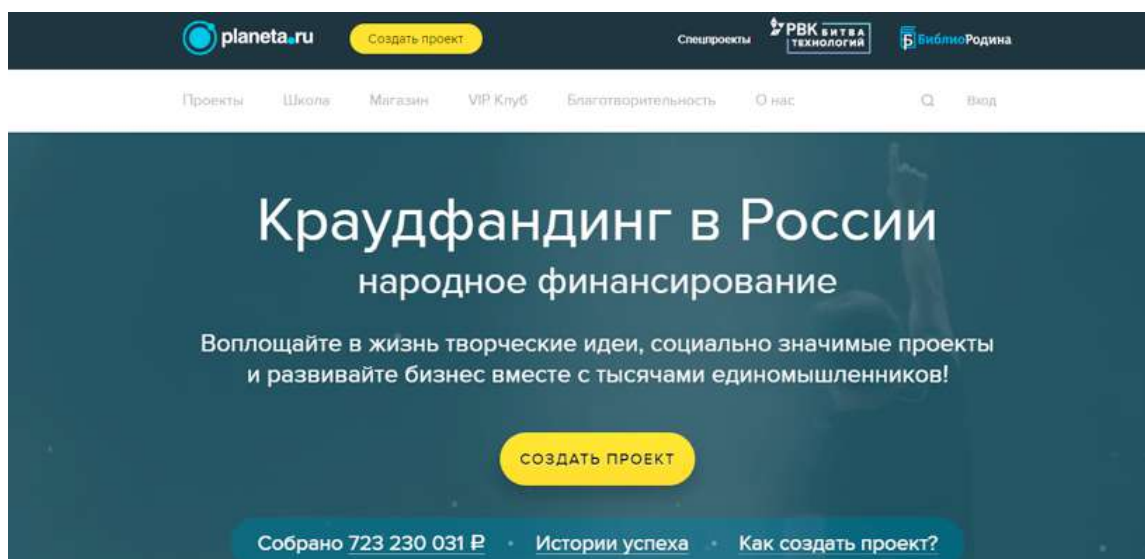
Хотя краудфандинг активно пользуется в различных стартапах, в бизнес-среде более распространен фандрайзинг (англ. fundraising — «привлечение средств»). По сути это тоже самое. Только этим словом называют сбор средств какой-нибудь организацией или компанией на реализацию своего проекта. Краудфандинг же больше используется по отношению к частным лицам или творческим коллективам.



ПОПУЛЯРНЫЕ ПЛОЩАДКИ КРАУДФАНДИНГА

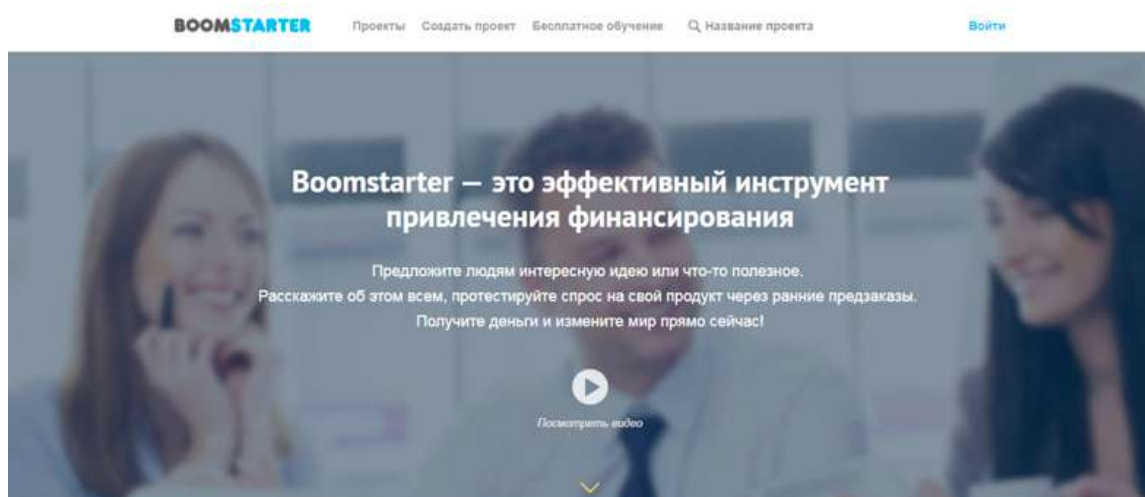
<https://planeta.ru/>

Самая крупная краудфандинговая платформа в России по количеству успешных проектов по общей сумме сборов. Создана 7 июня 2012 года. Помимо краудфандинга платформа занимается пиаром проектов, продакшном, пост-продакшном, логистикой и обучением авторов проектов азам краудфандинга. Кроме краудфандинга на платформе развиваются другие сервисы: онлайн-трансляции, интернет-магазин. «Планета» сотрудничает с «Lipton» в категории «Социальное предпринимательство» (GOODSTARTER). На «Планете» с благотворительных проектов не взимают комиссию за услуги платформы.



<http://boomstarter.ru/>

Краудфандинговая платформа Boomstarter – это аналог зарубежного проекта Kickstarter, была создана 21 августа 2012 года. На «Бумстартере» можно собирать деньги на проект до полного успеха, без срока. К каждому сбору прикрепляется менеджер, который помогает добиться успеха и избежать ошибок. На Boomstarter раздела «Благотворительность» нет, и комиссия взимается со всех успешно завершившихся сборов. Сбор boomstarter.ru с каждого успешного проекта составляет 5%



PR-ПРОДВИЖЕНИЕ СОЦИАЛЬНО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО ПРОЕКТА

Социальный PR имеет самые глобальные цели среди всех разновидностей Public Relations. Но тот, кто пропагандирует своей деятельностью общечеловеческие ценности, одновременно повышает собственную репутацию.

Социальные PR -кампании направлены на формирование определенного отношения к отдельным категориям людей, идеям, событиям, организациям, на вовлечение широкого круга лиц в некую общественную деятельность. Например, социальный PR может призывать горожан к участию в субботнике, организуемом администрацией, к материальной поддержке общественной организации, занимающейся помощью детям-сиротам, к посадке роши по инициативе крупного предприятия и т. п.



Каковы основные функции PR в реализации социально предпринимательского проекта?

ФУНКЦИИ СЛУЖБЫ PR

- Анализ общественного мнения, текущей ситуации
- Разработка стратегии социальной PR-кампании проекта
- Налаживание контактов с лидерами общественного мнения (спикерами по проблеме)
- Создание пула журналистов, которые могли бы регулярно освещать проблему
- Подготовка информационных поводов, пресс-релизов
- Организация социальных акций с привлечением СМИ
- Проведение информационных встреч с прессой (интервью, пресс-конференций)
- Разработка концепции социальной рекламы

В работу по PR-сопровождению социально предпринимательских проектов может также входить проведение информационной кампании в социальных сетях с тем же опросом мнений и рассылкой сообщений, привлекающих пользователей к решению общественно значимой проблемы.

СТРУКТУРА PR-ПРОЕКТА

Проблематизация _____

Исследование объекта и предмета проекта _____

Социальная миссия PR-проекта _____

Задачи PR-проекта _____

Целевая аудитория PR-проекта _____

Технологии реализации PR-проекта _____

Команда PR-проекта _____

План-график PR-проекта _____

Бюджет PR-проекта _____

Медиаплан PR-проекта _____

Оценка эффективности PR-проекта _____

Приложения _____

ЭФФЕКТИВНАЯ КОМАНДА, РЕАЛИЗУЮЩАЯ СОЦИАЛЬНО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ ПРОЕКТ

Участники социально предпринимательского проекта – физические и/или юридические лица, которые непосредственно вовлечены в реализацию проекта, либо чьи интересы могут быть затронуты при осуществлении проекта.

Команда проекта – это совокупность действующих как единое целое участников проекта, которая обеспечивает под руководством проект-менеджера достижение целей проекта.

По степени вовлеченности в проект можно выделить три группы участников:

- основная команда – группа специалистов и организаций, непосредственно работающих над осуществлением проекта в тесном контакте друг с другом;
- расширенная команда – более обширная, чем основная группа, объединяет специалистов и организации, оказывающих содействие членам основной группы, но не участвующих напрямую в осуществлении проекта и достижении его целей;
- заинтересованные стороны – люди и организации, оказывающие влияние на членов основной и расширенной команд и на ход работ по проекту, но не вступающие с ними в прямое сотрудничество.



Менеджер проекта (руководитель проекта) – лицо, ответственное за управление проектом. Менеджер проекта несет ответственность за достижение целей проекта в рамках бюджета, в срок и с заданным уровнем качества. Менеджер проекта обеспечивает ежедневное управление проектом, командой проекта, в разрезе всех основных управленческих функций (управление по срокам, затратам, рискам и др.).

Состав и обязанности команды проекта зависят от масштабов, сложности и других характеристик проекта, однако во всех случаях состав команды должен обеспечить высокий профессиональный уровень выполнения всех возложенных на команду обязанностей.

Команда формируется в зависимости от потребностей проекта, опыта и квалификации, а также от условий и организации проекта.

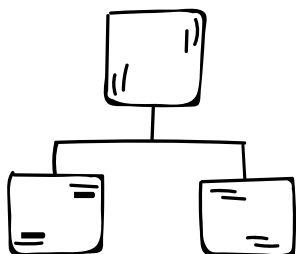
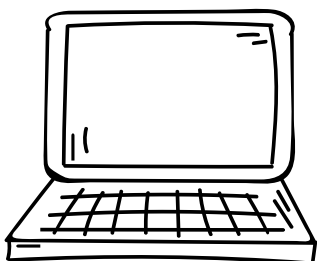
ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В КОМАНДЕ

- достижение целей проекта или целей его определенного этапа;
- решение поставленных задач и получение проектных результатов в заданные сроки и при заданных ограничениях на ресурсы.

Для того чтобы создать эффективную команду, на разных этапах ее существования необходимо осуществить ряд действий:

1. отобрать подходящих сотрудников;
2. отрегулировать численность команды; совместно определить цели и задачи;
3. объяснить, какие выгоды (материальные и нематериальные) получит каждый в результате успешной деятельности команды; договориться о групповых нормах;
4. помочь членам команды лучше узнать друг друга;
5. обучить членов команды; установить систему контроля и поощрять самоконтроль; обеспечить поддержание командного духа;
6. заменять членов команды, которые не захотят или не смогут (даже после обучения) действовать в соответствии со стандартами и согласованными правилами.

 **Каковы характеристики высокоэффективной команды? Почему именно эти характеристики ты считаешь важными?**



Характеристики высокоэффективной команды

общая вовлеченность;
ясное понимание общих целей;
строгое разделение обязанностей;
уверенность в профессионализме друг друга;
гибкость и адаптивность;
деятельность за границами «зоны комфорта»;
открытость;
совершенствование и рост компетентности.



РОЛИ В КОМАНДЕ

Классический подход к распределению ролей между участниками проектной команды был предложен доктором Р.М. Белбином (R. Meredith Belbin). В каждой проектной команде, которая стремится эффективно организовать свою работу, независимо от ее численного состава, должны выполняться следующие 8 ролей:

Председатель (chairman) - выбирает путь, по которому команда движется вперед к общим целям, обеспечивая наилучшее использование ее ресурсов; умеет обнаружить сильные и слабые стороны команды и обеспечить наибольшее применение потенциала каждого участника команды. Можно думать, что таким человеком является, как правило, официальный руководитель проекта; однако, в самоуправляемых командах им может быть любой человек.

Оформитель (shaper) - придает законченную форму действиям команды, направляет внимание и пытается придать определенные рамки групповым обсуждениям и результатам совместной деятельности. Такой человек может иметь официальную должность «архитектора» или «ведущего проектировщика», но главное то, что эта роль «воображаемая». В безнадежном проекте особенно важно иметь единое и четкое представление о проблеме и ее возможном решении. Генератор идей (plant) - выдвигает новые идеи и стратегии, уделяя особое внимание главным проблемам, с которыми сталкивается группа. Вероятно, что для такой роли больше подходит название «провокаатор» - человек, который пытается внедрять в команде радикальные технологии, искать новые решения технических задач.

Критик (monitor-evaluator) - анализирует проблемы с прагматической точки зрения, оценивает идеи и предложения таким образом, чтобы команда могла принять сбалансированные решения. В большинстве случаев такой человек поступает как «скептик», уравнивая оптимистические предложения оформителя и генератора идей. Критик хорошо знает, что новые технологии отнюдь не всегда работают, обещания поставщиков о возможностях новых средств и языков иногда не сбываются и все может пойти не так, как было задумано.

Рабочая пчелка (company worker) - превращает планы и концепции в практические рабочие процедуры, систематически и эффективно выполняет принятые обязательства.

Опора команды (team worker) - поддерживает силу духа в участниках проекта, оказывает им помощь в трудных ситуациях, пытается улучшить взаимоотношения между ними и в целом способствует поднятию командного настроения. Другими словами, такой человек выполняет в команде роль «дипломата».

Добытчик (resource investigator) - обнаруживает и сообщает о новых идеях, разработках и ресурсах, имеющихся за пределами проектной группы, налаживает внешние контакты, которые могут быть полезными для команды, и проводит все последующие переговоры. Командный добытчик имеет много друзей и связей в своей организации, с помощью которых можно выпросить или одолжить необходимые ресурсы. Главное, что добытчик обожает свою деятельность.

Завершающий (completer) - поддерживает в команде настойчивость в достижении цели, активно стремится отыскать работу, которая требует повышенного внимания, и старается, насколько возможно, избавить команду от ошибок, связанных как с деятельностью, так и с бездеятельностью. Такой человек играет доминирующую роль во время тестирования системы на завершающей фазе жизненного цикла проекта, однако его роль на более ранних фазах тоже важна. Команде необходимо время от времени (а еще лучше каждый день) напоминать, что они не делают себе карьеру на всю жизнь, а всего лишь участвуют в проекте с жесткими сроками и промежуточными контрольными точками, которые необходимо достигать вовремя, чтобы не провалить проект.

ИСКУССТВО ПРЕЗЕНТАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО ПРОЕКТА

«Презентация в лифте – elevator pitch»

В последнее время на многих конкурсах предпринимателей большую популярность приобрела так называемая «презентация в лифте». Elevator pitch (elevator speech, элевэйтор питч / спич или презентация в лифте) – это формат презентации или выступления в условиях ограниченного времени, обычно одной минуты (время движения лифта в высотном здании). Особенность презентации в лифте заключается в том, что в течение одной минуты, предприниматель должен объяснить суть своей бизнес-идеи и ее привлекательность для инвестора/спонсора.

История данного формата выступления уходит далеко в середину XX века. Начинаящие предприниматели пытались нарочно выловить вечно занятых потенциальных инвесторов, пока те едут в лифте на верхние этажи небоскреба, чтобы рассказать им про свой проект. Одним из ярких примеров elevator pitch является случай, произошедший с основателями компании Google. В далеком 1998 г., тогда еще начинающие предприниматели Сергей Брин и Ларри Пейдж получили на развитие своей еще несуществующей компании 100 тысяч долларов, потому что успели доходчиво объяснить опаздывающему на встречу Энди Бехтольшайму выгоду вложения в Google.

Особенности презентации в лифте

Зачем это нужно?

Несмотря на то, что сегодня сложно себе представить историю, когда после яркой речи в лифте инвестор сможет сразу же выдать необходимую сумму, формат «elevator pitch» используется для презентации бизнес-проектов. Нужно это затем, чтобы понять, насколько начинающие предприниматели сами осознают главные преимущества и выгоды своего проекта. Формат презентации в лифте хорошо показывает собранность и находчивость начинающего бизнесмена.

Как подготовиться?

Чтобы подготовиться к elevator pitch, воспользуйтесь универсальными советами по представлению проекта для любого выступления перед публикой:

- Выделите достаточно времени (несколько дней или даже неделю). В течение этого времени старайтесь подготовить все тезисы вашего выступления и сформировать его структуру.
- Учтите интерес аудитории. Несомненно, успех вашей речи напрямую зависит от того, как воспримет ее аудитория. Как бы вы красиво ни говорили и какие бы важные вопросы вы ни рассматривали, важно, чтобы слушателям было интересно и понятно, о чем вы говорите.
- Поставьте цель, найдите нерешенную проблему. Важно, чтобы ваша речь непременно была направлена на решение какой-либо задачи, проблемы, на достижение определенной цели или даже миссии.
- Собирайте и записывайте весь материал, который вы сможете найти по вашей тематике. Это поможет ничего не упустить. Заведите блокнот, текстовый файл или заметку в вашем смартфоне или планшете, которые всегда будут под рукой для того, чтобы записать туда свежую мысль.
- Используйте собственные мысли. Истинная подготовка к выступлению заключается в том, что весь собранный материал (мнения, тезисы) нужно пропустить через себя и сформировать собственную позицию.
- Получите резервные знания. Изучите несколько больше материала, чем вам необходимо для выступления. Это поможет вам чувствовать себя уверенно, а также позволит вам с легкостью отвечать на все вопросы и парировать замечания слушателей после или по ходу выступления. Резервные знания – это психологическая подготовка к выступлению. Этим приемом пользуются многие политики, журналисты, экскурсоводы.

Важно поработать над дикцией и интонацией, так как говорить придется, скорее всего, быстрее обычного.

МОЕ ВЫСТУПЛЕНИЕ

- Выучите важные части текста. Выучите начало и концовку выступления, и другие важные места в вашей речи. Постарайтесь хотя бы раз отрепетировать произнесение текста, чтобы понять, какие части вызывают у вас наибольшие трудности.

- Подготовьте хорошее вступление. Именно в начале выступления оратор испытывает наибольшее волнение, а также создает первое впечатление о себе.

- Проработайте над концовкой и выучите ее. Как известно, обычно первые и последние слова выступления запоминаются зрителями лучше всего («эффект края», по Эббингаузу). Именно в финальную часть вашей речи лучше всего внести главные мысли и ключевые выводы.

- Возьмите записи, если это необходимо. Если у вас есть достаточно времени и сил, постарайтесь так подготовиться к выступлению, чтобы вам не потребовались вспомогательные записи. Однако если вы не чувствуете уверенности в себе, лучше иметь перед собой план или ключевые мысли выступления.

Формат презентации в лифте может зависеть от различных сценариев.

Во-первых, важно знать, для кого проводится презентация. Презентация в лифте должна строиться индивидуально. Для инвестора, спонсора, клиента и т.д. есть «свой крючок, на который его нужно зацепить». Кому-то интересна сама идея, ее оригинальность и инновационность, кто-то интересуется только финансовой стороной дела, с кем-то можно говорить неформально, кому-то важен именно официальный тон и т.д.

Во-вторых, формат презентации зависит от того, какие вспомогательные элементы у вас есть. Есть ли у вас с собой готовые образцы продукта вашей будущей организации, которые скажут все за вас? Есть ли у вас дополнительные материалы, подтверждающие ваши слова?

В-третьих, важно, говорите ли вы в одиночку или вас несколько человек. Вдвоем проще воздействовать, но это требует более кропотливой подготовки и слаженности действий.

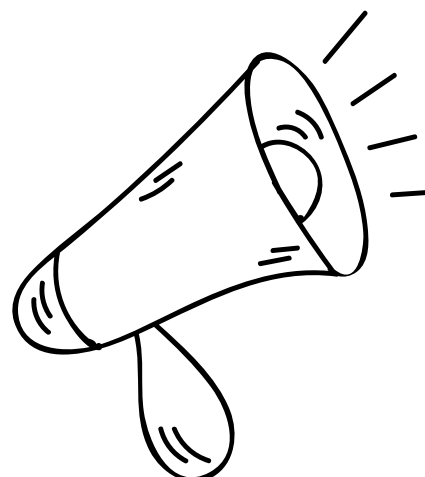
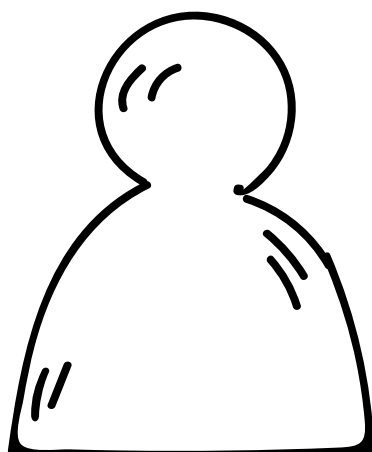
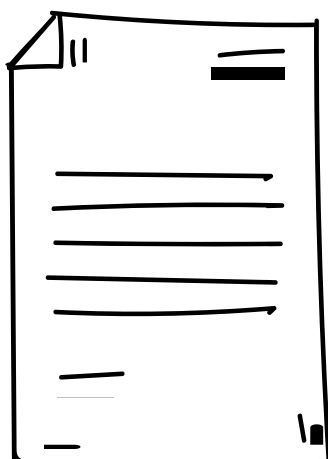
К итогам: правила elevator pitch

- Как можно подробнее узнайте, что интересно слушателю. Говорить нужно то, что хотят услышать.

- Речь должна быть чистой, эмоциональной, без лишних пауз и подбора нужных слов. Говорить нужно быстрее обычного, но не слишком быстро.

- Не нужно говорить о том, что не является ключевым фактором успеха вашего проекта. Если какую-то информацию можно выкинуть – выкидывайте.

- Используйте зрелищные элементы – демонстрацию образцов, метафоры и сравнения.



ИТОГОВАЯ ЗАЩИТА МОЕГО ПРОЕКТА

Название проекта _____

Цели и задачи проекта _____

Бизнес-модель проекта. Комментарии эксперта: _____

Презентация проекта. Сильные и слабые места моей презентации. Комментарии эксперта _____

Варианты продвижения проекта. Комментарии эксперта: _____

Мои собственные мысли по доработке проекта _____

Что мне понравилось в презентациях других участников _____

ПОЛЕЗНЫЕ ССЫЛКИ

openbusiness.ru

Ведущий российский портал готовых бизнес-планов, франшиз и руководств для малого бизнеса. Здесь вы сможете найти полезные руководства о том, как начать свой бизнес практически для любой сферы деятельности, «в алфавитном порядке». Каталог всех доступных франшиз и последние новости ведущих франчайзеров. Благодаря «мастерской планирования», вы сможете грамотно составить бизнес-план для своей идеи и провести все необходимые экономические расчеты: сроки окупаемости проекта, точка безубыточности и т.д.; составить финансовый план. Кроме всего прочего, портал дает возможность получить бесплатную консультацию от экспертов.

moneymakerfactory.ru

Портал о бизнесе - Фабрика Манимейкеров. На данном ресурсе вы найдете огромный перечень примеров удачных бизнес-идей и готовых бизнес-планов, а также каталог франчайзинга, интересные интервью с успешными бизнесменами. Здесь представлено более 1000 видов различного оборудования для малого бизнеса и более 200 проверенных поставщиков. Портал поможет изучить все особенности и возможности ведения предпринимательской деятельности с Китаем. Посетив форум портала вы сможете получить ответы на ваши вопросы от профессиональных бизнес-экспертов.

biznet.ru

Крупнейший российский форум малого бизнеса, на котором вы сможете вступить в обсуждение, поделиться опытом или задать интересующие вас вопросы специалистам в сфере услуг, торговли, промышленного производства, строительства, сельского хозяйства, рекламы, банковской сферы и сферы финансов, франчайзинга и др.

vseidei.biz

Интернет-ресурс, представляющий полный перечень идей для стартапа в Интернете, сфере услуг, торговли, производства, фермерства и идей для быстрого заработка. Кроме того, веб-сайт дает рекомендации по вопросам открытия и ведения бизнеса, по вопросам кредитования.

biznesvbloge.ru

Лучшие идеи частного бизнеса, собранные со всего мира. Портал собрал самые интересные и прибыльные идеи, а также полезную бизнес-литературу и информацию для начинающих предпринимателей. Здесь вы сможете отыскать ответы практически на все вопросы, касающиеся бизнес-деятельности не зависимо от сферы, будь то мода и дизайн, медицина или же тяжелая промышленность

bizidei.ru

Веб-ресурс для помощи малому бизнесу. Портал предлагает огромный перечень идей для малого предпринимательства, для удобства рассортированных по категориям. А также полезные документы для бизнеса, каталог франшиз и готовые бизнес-планы. Кроме того, портал дает возможность совершить покупку или продать уже готовый бизнес или же оборудование. Обсудить интересующие вас вопросы вы сможете на форуме bizidei.ru.

uspeh4u.com/ideasbiz.php

Полезный ресурс для начинающих предпринимателей, собравший всю необходимую информацию об открытии нового предприятия, его развитии и управлении. Ответы на все экономические, финансовые вопросы и по теме налогообложения. Также здесь представлен огромный перечень готовых бизнес-планов и креативных идей для открытия своего дела

ideibiznesa.biz

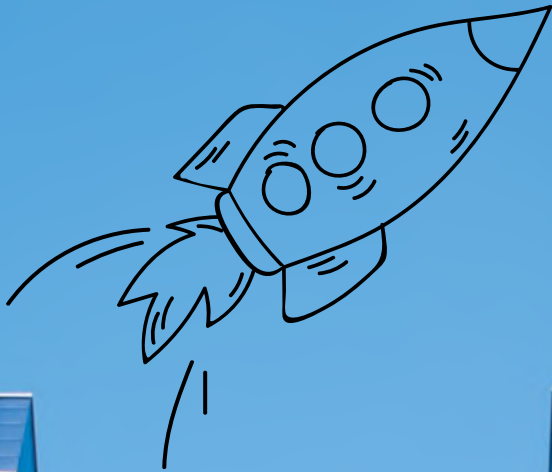
Портал для начинающих предпринимателей. Каталог оригинальных идей для бизнеса с нуля и без вложений, для среднего бизнеса и каталог франшиз. Ценный ресурс для всех, кто еще находится в поиске уникальной идеи

islandbusinessidea.com

Веб-ресурс, посвященный бизнесу и предпринимательству, где можно отыскать не только множество удачных идей для своего дела, но и полезные статьи от экспертов, увлекательные притчи, бизнес-литературу, примеры бизнес-рассылок, предпринимательскую документацию и прочее

bisgid.ru

Еще один российский бизнес-портал, созданный в поддержку малого бизнеса. Наполненный каталогами предпринимательских идей, франшиз, рекомендациями по открытию и ведению прибыльного бизнеса, бизнес-документация и многое другое.





Национальный
исследовательский

**Томский
государственный
университет**



ПАРК
СОЦИОГУМАНИТАРНЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ ТГУ



ШКОЛА ПО ОБУЧЕНИЮ СОЦИАЛЬНО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИМ НАВЫКАМ СТУДЕНТОВ ТГУ «STARTUPSOCIAL»

Рабочая тетрадь

Авторы – составители:

Е.Ю. Ливенцова, Т.Б. Румянцева, М.В. Савельева, С.А. Селиванова, Е.Г. Сырямкина

Дизайн:

У.И. Гилева

Подписано в печать 18.10.2017

Формат А4

Тираж 40