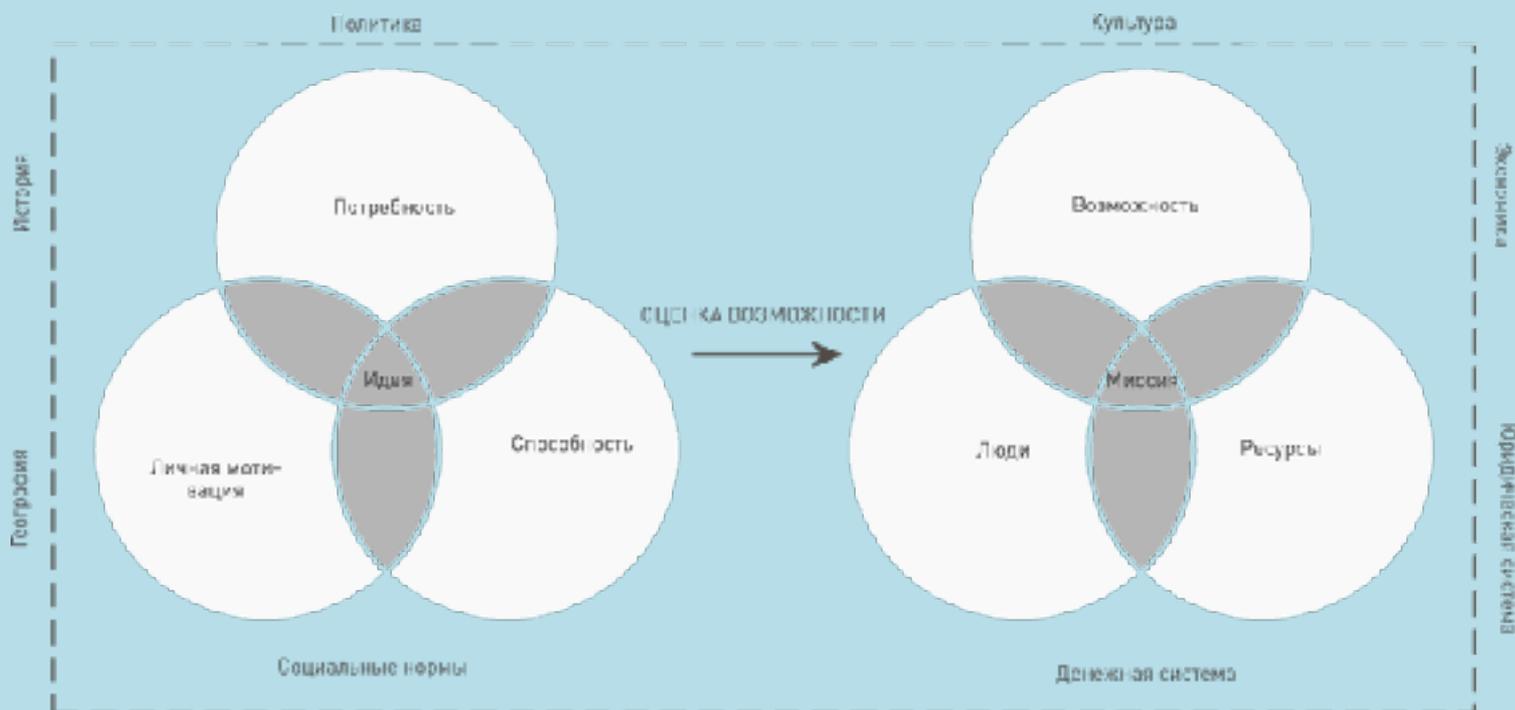
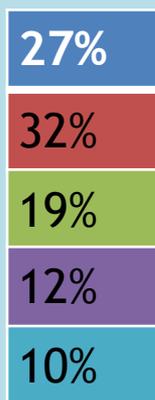


Занятие 3. Бизнес-модели для социального бизнеса

Вебинар по курсу развития социального предпринимательства





- Социально-ориентированные НКО
- Образование
- Сфера услуг
- Социальное обслуживание граждан
- Здравоохранение

Распределение по сферам деятельности



Основные виды социального бизнеса которые запускаются сегодня, можно разделить на несколько популярных бизнес-моделей:

- Благотворительные продажи. Как правило, это магазины товаров или услуг, выручка которых перечисляется в благотворительный фонд.
- Решение проблемы с трудоустройством инвалидов, матерей с детьми до 3 лет, лиц, находящихся в трудной жизненной ситуации, а также профориентации и обучения.
- Создание услуг, которые не может в полном объеме предоставить государство, например услуги патронажа и помощи в специализированной медицинской помощи на дому/в пансионате
- Предоставление уникальных услуг по адаптации, социализации и развитию личности (в том числе и для людей с ограничениями по состоянию здоровья).
- Развитие социальной доступной среды и ориентация на развитие социальных программ и сообществ.

Характеристики различных типов организаций с учетом социальной роли в целях развития компании

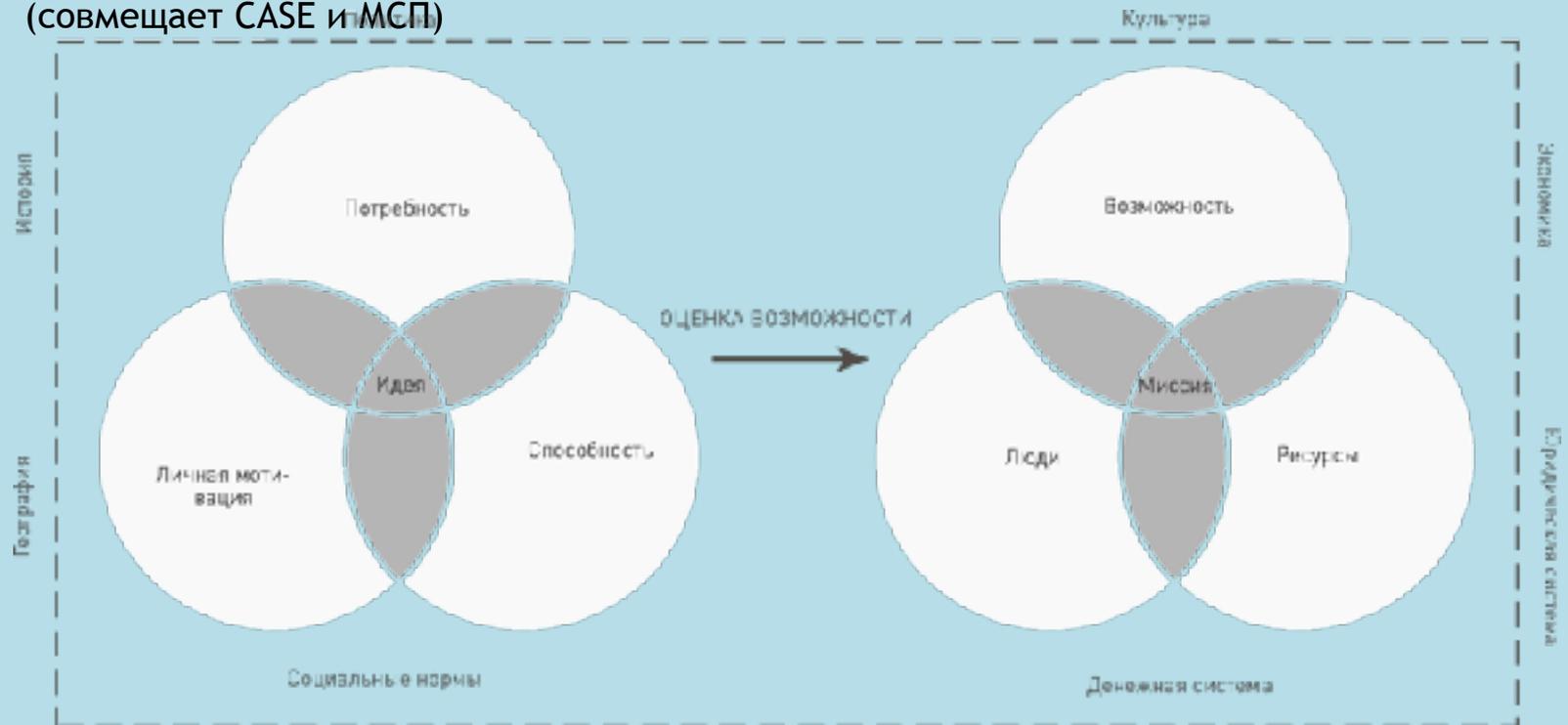
	Абсолютно благотворительная	Гибридная	Абсолютно коммерческая
Мотивы	Потребность приносить пользу обществу	Смешанные мотивы	Преследование собственных интересов
Методы	Следование миссии	Баланс между миссией и рыночными стимулами	Следование рыночным стимулам
Цели	Создание социальной ценности	Создание социальной и экономической ценности	Создание экономической ценности
Использование прибыли	Направление на реализацию миссии некоммерческой Организации (в соответствии с требованиями закона или с политикой организации)	Реинвестирование в мероприятия по выполнению миссии или на покрытие операционных издержек и/или на расширение и развитие бизнеса	Распределение между акционерами и владельцами

Модели социального предпринимательства

Существует две основные модели социального предпринимательства:

- модель, разработанная Гюклу, Дизом и Андерсоном, сотрудниками Center for the Advancement of Social Entrepreneurship (CASE);
- модель социального предпринимательства (МСП), созданная учеными из Гарвардского университета Вей-Скиллерн, Остином, Леонардом и Стивенсоном.

Любые модели лишь примерно отображают происходящее и созданы, чтобы повысить степень управляемости сложными процессами, на рисунке представлена гибридная модель процесса социального предпринимательства, одновременно простая и полная (совмещает CASE и МСП)



Бизнес-модель - основа проектирования процессов работы любого бизнеса



Методика бережливого развития. Lean startup

- **Lean startup** - это концепция «бережливого» (рационального) запуска и развития компаний, которая была сформулирована Эриком Рисом еще в 2011 году и с тех пор используется стартапами по всему миру. В основе методологии lean - максимально аккуратное расходование ресурсов компании - денежных, временных и человеческих. Для этого используется научный подход к внедрению любого нового продукта, услуги или идеи: формулируется гипотеза, проводится ее тестирование, оценка результатов относительно метрик. Лишь в случае успеха идея масштабируется.
- Метод Lean startup – это новый подход к непрерывному созданию инноваций.
- По сути, задача метода Lean startup – помочь предпринимателю избежать риска траты огромных денег и сил ради создания никому ненужного продукта.

Методология «бережливого стартапа» может стать началом новой предпринимательской экономики и катализатором создания продуктов, которые могут изменить жизни миллионов людей.

Примеры бизнеса по Lean Startup

Примеры:

- LPgenerator (конструктор лендингов) создали в начале 2011 года братья Денис и Артем Кабалкины. С самого начала развития сервиса основатели интуитивно следовали некоторым принципам lean startup, а именно - тестировать гипотезы и продукты до того, как начинать масштабные продажи.
- «Партия еды» - сервис по доставке продуктов и поиска рецептов для приготовления ужинов. Каждую неделю подписчики сервиса получают разные наборы продуктов и рецепты пяти разных ужинов. Компания была запущена в августе 2014 года.
- Grusha Market. Основатель проекта Grusha Market - Константин Кривошонок, приложивший руку к работе сетей «Волконский» и Paul. Идея проекта - сделать сеть магазинов у дома со свежими продуктами и доступными ценами. Как только открылся первый магазин Grusha Market (26 марта 2015), основатель компании стал предлагать и тестировать различные дополнительные услуги: кафе при магазине, кулинарные мастер-классы, кейтеринг, выездной эспрессо-бар, работа с партнерами по франшизе и т.д.

MVP (minimum viable product - минимально жизнеспособный продукт)

- Если попытаться дать определение MVP всего одним предложением, то оно будет звучать следующим образом: MVP помогает провести исчерпывающее сфокусированное исследование ваших первых клиентов. Другими словами, не стоит забывать, что MVP – это одновременно и Minimal, и Viable:

Слово «продукт» в структуре понятия MVP также требует краткого пояснения. Под продуктом подразумевается:

- - непосредственно коммерческий продукт
- - услуга
- - бизнес целиком
- - все, что может создавать ценность

Таким образом, MVP – простой и дешевый способ проверить, какие из ваших предположений соответствуют объективной рыночной ситуации, а какие – нет.



Контакты

Александр Алешин

Директор маркетингового агентства OKC.Media

Бизнес-коуч, автор программ обучения и наставничества социальных предпринимателей

alexander@okc.media

+7 926 733 6262