

**Модуль 4.2 Ресурсный  
центр как бизнес и  
социальное  
предпринимательство**

# Что такое продукт , производимый НКО?

Продукт

- **продукт** — это товар или услуга, которую можно **предложить** для рынка, и которая будет **удовлетворять потребности** потребителей.
- результат производства, имеющий **целевое значение** и **качественные свойства**, в связи с которыми он может служить предметом потребления

Продукт

**Материальной** формы (объект, вещь, сооружение) и **нематериальной** формы (услуга)

Все продукты можно расположить в промежутке **от чистых продуктов до чистых услуг**.

Считается, что услуги составляют **существенную часть всех выгод и приобретений**, которыми сопровождается приобретение любого продукта.

# Как мы доходим до создания продуктов

Увидели и скопировали

Собственно  
е  
творчество

Получили от  
других и  
применили

Это надо делать  
само собой

Это мы делаем  
потому, что  
умеем

Это мы будем  
делать, когда  
сможем

Представление о способах  
исполнения целей организации

# Как мы продвигаем продукт (услугу) ? (Обеспечение упругости)

Маркетинговая  
деятельность

Базовая идея  
производимого  
продукта

- Реализуется через множество программ и проектов, реализуемых РЦ

Маркетинговые  
исследования

- Продуктовая политика, ценообразование, политика сбыта, коммуникации, фандрайзинг

Базовая идея  
производимого  
продукта остается  
неизменной

!

Выгоды и польза  
от продукта может  
и должна  
меняться под  
нужны  
бенефициаров

# Типы показателей, характеризующие деятельность ресурсного центра

## Обслуживание

- Количество СО НКО,
- Степень удовлетворенности потребителей
- Количество мероприятий.

## Ассортимент

- Количество консультаций,
- Количество стажировок,
- Количество новых услуг.

## Нормативы

- Соблюдение планов,
- Выдерживание ассортимента (продуктов и клиентов),
- Наличие мониторинга и оценки.

## Учет затрат

- Учетные регистры,
- Раздельный учет,
- Аудит.

## Инфраструктура

- Объем привлеченных ресурсов,
- Развитие собственной базы,
- Повышение квалификации сотрудников.

## Соц.эффекты

- Возможности влияния и энфорсmenta,
- Показатели устойчивости,
- Структурные характеристики центра.

# Виды продуктов деятельности Ресурсных центров

## По подходам к взаимодействию

Экспертны  
е

Процессны  
е

Обучающи  
е

## По функциональным областям

Защита интересов

Реакция на власть

Производство сервисов

Продвижение ценностей

Сетевая деятельность

Человеческий капитал

Автономное развитие

## По форме деятельности

Консультации

Патронаж

Адвокатирование

Обучение,  
тренинги

Экспертиза

Исследования

Дискуссии

Медиация

Творчество

# Классификация продуктов и услуг в зависимости от формы деятельности

- диагностическое консультирование по частным вопросам управления или конкретным функциональным областям для СО НКО
- индивидуальное консультирование СО НКО
- глубокое процессное консультирование с длительной работой вместе с СО НКО
- тренинги по разным аспектам управления (от 5 до 11 дней)
- обучающие семинары (от 1 до 3 дней)
- проведение исследований (социологических, маркетинговых и т.п.)
- выполнение заявок на поиски информации
- деятельность по поиску партнеров и продвижению кооперационных предложений
- исследовательская и методологическая деятельность по программированию развития систем и структур поддержки СО НКО, проведение мониторингов
- фандрайзинг
- специализированная патронажная деятельность (в зоне особой проблемы).

# Классификация продуктов и услуг с точки зрения предмета

- Консультирование и обучение по функционированию СО НКО
- Консультирование и обучение по конкретным функциональным областям и процессам: оценка, проектный менеджмент, социальный маркетинг, логистика, инвестиционное проектирование, персонал, юридические вопросы
- Консультирование, обучение, методическая и исследовательская работа по проблемам поддержки и развития СО НКО
- Консультирование по проблемам регистрации, функционирования и управления сетями и инфраструктурой СО НКО.



# Классификация продуктов и услуг с точки физической формы

- непосредственная консультационная и обучающая деятельность
- аналитические отчеты, записки, концепции
- комплексные методические материалы
- представительство от имени СО НКО в ОИВ, МСУ и специально созданных комиссиях и
- проводимые акции (общественные слушания, рекламные и пропагандистские РЦ, конференции)
- организация клубной работы

# Новые функции ресурсного центра для СОНКО

- Первичная диагностика проблем и «вход» в профессиональные консультационные услуги
- Защита прав производителей социальных услуг и их персонала.
- Обучение руководителей и персонала СОНКО специализированным практико-ориентированным знаниям.
- Формирование и координация системы саморегулирования либо защита их в сфере «сертификации» их услуг и производства.
- Связь с государственными и частными системами финансирования и т.п.
- Делегирование представителей СОНКО для участия в общественных, попечительских и иных советах при органах власти и учреждениях, в том числе автономных учреждениях, многофункциональных центрах

Управленческий консалтинг

Рекрутинг, производственное обучение

Центр Субконтракции и аутсорсинга

Палата саморегулирования (СПП)

Центр фин. поддержки и бюро историй

Новые возможности для ресурсных центров на поле временных взаимодействий органов власти и МСУ с объединениями граждан:

The image contains five empty, rounded rectangular boxes stacked vertically, each outlined in a dark red color. These boxes are positioned below the main text and are intended for the user to provide answers or notes.

# Услуги ресурсных центров поддержки СОНКО

Новые услуги и функции

## Новые темы

Предоставление социальных услуг  
Социальное предпринимательство  
Общественный контроль и независимая оценка  
Государственно-частное партнерство  
Ликвидация административных барьеров

## Старые задачи по-новому

Обмен опытом  
Построение сетей  
Организация взаимодействия с властью и бизнесом  
Лоббирование интересов сектора  
Информирование населения и популяризация НКО

## Новые формы информационно й поддержки

Создание баз данных:  
- механизмов и технологий  
- лучшей практики  
- проектов и услуг  
Ведение Интернет-порталов  
Продвижение в социальных сетях

## Новые услуги

Услуги бухгалтера;  
Управленческий консалтинг;  
Мониторинг, экспертиза, анализ состояния сектора;  
Поддержка проектов;  
Услуги перевода;  
Услуги создания сайтов

## Новые формы

Тематические ресурсные центры поддержки НКО  
Федеральные и региональные Интернет-порталы поддержки НКО  
Федеральные программы повышения квалификации работников и добровольцев

# Характеристика рынка социальных услуг

Уязвимость клиента и неосвязаемость социальных услуг;

Одновременность процессов производства и потребления услуг;

Невозможность для клиента оценить и сравнить «конкурирующие предложения»;

Обманутые надежды клиента из-за невозможности оценить услугу до момента ее получения;

Парадокс: наличие гарантий на услуги является более предпочтительным чем качество;

Подозрительность клиента априори.

Модель РЦ «полного цикла» по предоставлению услуг для  
СОНКО, вовлеченных в производство социальных услуг или в  
деятельность по развитию качества и доступности  
государственных услуг в социальной сфере



# Схема SWOT - анализа

S  
Strength

W  
Weaknesses

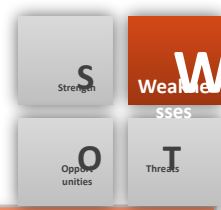
O  
Opportunities

T  
Threats

## Сильные стороны бизнеса

1. Имидж организации “по проблемам общественных организаций”
2. Недостаток оборотных средств для возможного развития.
3. Несоответствие технических возможностей рыночному и кадровому потенциалу
3. Отсутствие удобного помещения, достаточного для всех видов деятельности
4. Частичное несовпадение клиента РЦ и потребителя его услуг.
5. Недостаток информации/рекламы о работе РУ как современной социально-предпринимательской организации
6. Недостаток штатных сотрудников
7. Прямая зависимость от внешних факторов воздействия - и как следствие, узкая специализация постоянной деятельности РЦ.
8. Неоптимальные информационные потоки и информационные системы внутри организации
9. Распыление функций маркетинга по отдельным работникам
10. Недостаточное использование потенциала представительств

# Схема SWOT - анализа



## Слабые стороны бизнеса

1. Имидж профессиональной организации.
2. Высокий профессиональный уровень персонала
3. Наличие стратегических партнеров
4. Удобное местоположение
5. Большая клиентская база
6. Ориентация на современные формы поддержки СО НКО и гибкость в выборе направлений деятельности.
8. Специализация на обобщение опыта, полученного при поддержке СО НКО, проведение исследований
9. Передовое программное обеспечение и МТБ и наличие собственных баз данных
10. Опыт руководителя
11. Выживание организации даже в условиях жесткого форс-мажора
12. Отработанные процедуры работы с клиентами
13. Наличие небольшого штата и постоянно привлекаемых экспертов, позволяющее гибко подходить к процессам ценообразования.
14. Заинтересованность Администрации региона в существовании РЦ.



# Схема SWOT - анализа

## Возможности для бизнеса

1. Снижение числа консалтинговых компаний из-за проблем, связанных с НПА СО НКО

2. Увеличение проблем у СО НКО, ставящих их в ситуацию необходимости стороннего консультирования и как следствие - возможность расширения вида услуг, оказываемых РЦ.

3. Большое количество потенциальных клиентов ( кол-во СО НКО)

4. Ориентация государственной политики на развитие инфраструктуры поддержки СО НКО.

5. Развитие и становление сети информационного обмена между РЦ

6. Заинтересованность международных донорских программ в реализации региональных проектов, для которых потребуются местные

**Какие сильные стороны бизнеса могут реализовать эти возможности**

Проведение исследований и гибкость в планировании деятельности

Наличие партнеров и представительств

Заинтересованность Администрации

Высококвалифицированный персонал

Наличие собственных баз данных

Опыт руководителя.  
Имидж фирмы

**Как преодолеть слабости бизнеса через использование возможностей**

Реализация кадровых и рыночных возможностей при участии в реализации международных донорских и федеральных программ

Уменьшение числа конкурирующих организаций на рынке СО НКО уменьшат потребности в коммерческой рекламе

Увеличение проблем у СО НКО ведет к увеличению количества посетителей в РЦ и представительств и появлению у них четко сформулированных запросов

# Схема SWOT - анализа

## Угрозы для бизнеса

1. Отсутствие ясного видения перспектив и четкой стратегии развития НКО в стране

2. Уменьшение платежеспособного спроса на услуги, оказываемые организацией

3. Недобросовестные конкуренты

4. Невостребованность части системообразующих услуг

5. Изменение региональной государственной политики, направленной на поддержку НКО

6. Частичное изменение нормативно-правовой базы НКО, требующее

Какие сильные стороны бизнеса можно использовать для нейтрализации угроз

Опыт выживания (т.е. управление изменениями)

Гибкость в процессе ценообразования и небольшой штат

Большая клиентская база

Удобное местоположение

Отработанные процедуры работы с клиентами

Как минимизировать слабости, чтобы избежать угроз

Любое увеличение технического оснащение или иной базы только при наличии достаточного объема новых «продаж»

Использование потенциала представительств для формирования разумной муниципальной политики и Программ в СО НКО и участие в их реализации

# Управление доходами и расходами

- Эффективная ценовая стратегия
- Понижение издержек
- Выявление недобросовестных контрагентов
- Повышение объема
- Понижение накладных расходов

# Достигаемые результаты

- Институциональный
- Экономический
- Организационный
- Финансовый
- Профессиональный
- Человеческий