

## Социальная проблема

*Проблема определяется различием между реальной ситуацией и теми социальными нормами, которые приняты в обществе, организации или социальной группе.*

Не стоит путать понятия проблемы и проблемной ситуации.

**Проблемная ситуация** – это набор определенных обстоятельств, который приводит к возникновению проблем для различных групп людей.

При этом одна и та же ситуация может порождать различные проблемы у разных целевых групп. Отсутствие центров времяпрепровождения для детей с ограниченными возможностями здоровья для самих детей означает отсутствие возможностей для общения, полезного и интересного досуга, для одного из родителей - это ограниченные возможности для трудоустройства, получения дополнительного дохода, решения каких-либо вопросов, требующих посещения организаций, учреждений. В зависимости от понимания проблемы будут зависеть и пути их решения в разрабатываемом проекте.

Важно обратить внимание при разработке идеи, на то, что отсутствие каких-либо социальных благ (проблемная ситуация) может и не являться социальной проблемой для конкретных людей, для этого необходима выраженная потребность в данных социальных услугах у целевой группы. К примеру, отсутствие условий для занятия творчеством может и не являться проблемой, если нет целевой группы заинтересованной в регулярных занятиях или эта группа слишком мала.

*Таким образом, для дальнейшей работы над идеей важно не только понимание проблемной ситуации, но и какие именно проблемы и у каких групп людей возникают в этой ситуации.*

## Описание социальной проблемы

После того, как стала видна разница между проблемой и проблемной ситуацией, можно приступать к описанию проблемы для вашего социального проекта. Для начала вернемся к ситуации. Какую проблемную ситуацию вы считаете важной настолько, что готовы приложить собственные силы, чтобы ее решить?

Теперь подумайте, **кто испытывает неудобства** от нее, кого она затрагивает.

Затем ответьте на вопрос, **в чем сущность проблемы** этих групп людей? Чего они в результате лишаются? Или, может, получают слишком много?

И, наконец, определите, **с какого масштаба проблемой вы планируете работать**. Это может быть и микрорайон, и целая страна. Главное – вы должны быть уверены, что можете повлиять на проблему в том масштабе, который закладываете.

Описание  
проблемной  
ситуации

Кого затрагивает  
эта проблемная  
ситуация?

Какие проблемы  
испытывают эти  
люди?

Какую территорию  
затрагивает про-  
блемная ситуация?

### Формулировка проблемы

Чтобы грамотно сформулировать проблему, соедините части ее описание в одно предложение. Обычно для этого используют существительное. Логика построения довольно проста: что за проблема? у кого она? и где?

Проблема

Группа людей

Территория

+

+

## Целевые группы.

*Социальный проект в первую очередь решает или смягчает социальные проблемы конкретных групп людей. Такие группы людей называются целевыми группами проекта.*

**Целевая группа** – относительно однородная отдельная группа людей, объединенная несколькими общими признаками. Представители целевой группы схожи в своем поведении и реакции на различное воздействие.

В социальном проектировании принято разделять целевую группу и клиентов. Под целевой группой понимается та группа людей, которая получает услугу, на которую направлено социальное воздействие, и изменения в которой важны как результат проекта.

Клиентами являются те, кто данные услуги оплачивает. В каких-то случаях это может совпадать - получатель сам оплачивает услугу, в каких-то оплачивает услугу один человек, получает другой.



### Кейс выпускника Школы

#### Детская футбольная школа «Юниор», Омск.

Руководитель – Константин Шелегов.

*«Нашей целевой группой, без сомнения, являются ребяташки от 3 до 7 лет. Мы специализируемся именно на них, ведь с такой возрастной группой в Омске не работает ни одно бюджетное учреждение или футбольный спортивный клуб. Наши маленькие футболисты не должны иметь противопоказаний к занятиям спортом, обычно они активны и подвижны или, совсем наоборот, могут быть немного замкнуты, с чем им помогает справиться коллективный вид спорта. Основные наши клиенты – это папы ребяташек, реже мамы, бывает, что малышей к нам приводят бабушки и дедушки или даже старшие братья».*

Общие признаки целевой группы определяются несколькими критериями. Для определения границ своих целевых групп попробуйте ответить на несколько вопросов:

- Где проживают, географическое расположение?
- Пол и возраст?
- Какое образование?
- Какой уровень дохода?
- Какой социальный и семейный статус?
- Состояние здоровья?
- Какая профессия, место работы, род деятельности?
- Какие интересы, привычки, ценности, убеждения?

Перечень вопросов может быть дополнен или сокращен в зависимости от особенностей группы.

**Описание целевой группы**

<b>Описание основной целевой группы</b>	<b>Критерии описания</b>
<b>Целевые группы, затрагиваемые проблемой</b>	

## Цели и задачи

**Социальный эффект проекта** – отсроченный результат решения той социальной проблемы, которая лежит в основе проекта. Социальный эффект может затрагивать не только саму целевую группу, но и причастные группы людей. Оценивая социальный эффект рассматриваются не только непосредственные результаты достигнутые проектом, но и дальнейшие изменения инициированные проектом, вновь создаваемые возможности для целевой группы дополняющие основной результат.

**Цель проекта** – программируемый результат по решению социальной проблемы. В отличие от социального эффекта она непосредственно связана с решением конкретной проблемы определенной целевой группы.

Проблема	Целевая группа	Цель проекта	Социальный эффект
Увеличение количества детей, имеющих отклонения в формировании опорно-двигательного аппарата	Семьи, имеющие детей в возрасте от 3 до 7 лет, имеющие отклонения в формировании опорно-двигательного аппарата, посещающие детские дошкольные учреждения	Улучшить состояние опорно-двигательного аппарата у 30% детей, в 10 частных детских центрах г. Омска	Снятие ограничений для занятий физически активными видами деятельности, снижение тревожности родителей и близких родственников о состоянии здоровья ребенка, появление новых возможностей для активного семейного отдыха.

**Задача** – это действия, которые необходимо совершить для достижения цели.

**Цель** отвечает на вопрос «Что хочу?»

**Задача** на вопрос «Что нужно сделать?»

Работа с целями и задачами предусматривает несколько этапов и инструментов для работы.

### 1. Постановка цели.

При постановке цели используется смарт технология SMART (**C.M.A.P.T., smart**) – система и методика постановки целей, целеполагания в проектном управлении и маркетинге. Термин происходит от английского «smart» – «умный», (хитрый, смекалистый).

**Смарт содержит в себе 5 критериев** постановки целей: specific - конкретная; measurable - цель измеримая; achievable - цель достижимая; realistic - цель реалистичная, прагматичная; timed - цель определенная по времени (time-bound – ограниченная во времени).

При постановке цели необходимо использовать SMART принцип:

Буква	Значение	Пояснение
<b>S</b>	<b>Specific</b> (Конкретность)	<b>Объясняется, что именно необходимо достигнуть.</b> <i>Например, «увеличить количество мест в детском дошкольном учреждении».</i>
<b>M</b>	<b>Measurable</b> (Измеримость)	<b>Объясняется в чем будет измеряться результат.</b> <i>«Увеличить количество мест в детском дошкольном учреждении на 25%»</i>
<b>A</b>	<b>Attainable</b> (Достижимость)	<b>Объясняется за счет чего планируется достигнуть цели. И возможно ли ее достигнуть вообще?</b> <i>Например, «увеличить количество мест в детском дошкольном учреждении на 25%, за счет открытия дополнительной группы»</i>
<b>R</b>	<b>Realistic</b> (Реалистичность)	<b>Определяется, имеются ли условия для достижения цели.</b> <i>Например, «увеличить количество мест в детском дошкольном учреждении на 25% за счет открытия дополнительной группы в новом арендуемом помещении»</i>
<b>T</b>	<b>Time-bound</b> (Ограниченность во времени)	<b>Определение времени достижения цели.</b> <i>Например, «увеличить количество мест в детском дошкольном учреждении на 25%, за счет открытия дополнительной группы к 1 сентября 2014»</i>

**Цель социально-предпринимательского проекта**

**Социальный эффект от реализации проекта**

## 2. Определение задач.

Если поставленная цель не обрастает набором задач, вряд ли она может быть достигнута. Для дальнейшей работы над целью проекта может быть использовано построение дерева целей. Дерево целей - это перечень задач, созданный по принципу иерархии и имеющий чёткую структуру. Здесь работает следующий принцип: после постановки цели определяется 1 уровень задач – что должно быть сделано для достижения цели, на 2 уровне определяется перечень задач для решения задач 1 уровня и т.д. Количество уровней зависит от особенностей проекта.

**ОРГАНИЗАЦИЯ**

**ПРОЕКТ**

**НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА**

**АВТОР ПРОЕКТА**

Место \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ Дата

## Раздел 1. Резюме

### 1.1. Краткое описание социальной проблемы и проекта социального предприятия

---

---

---

---

### 1.2. Краткая характеристика автора проекта

---

---

---

### 1.3. Финансовый анализ проекта

#### 1.3.1. Стоимость проекта

#### 1.3.2. Прибыль от реализации проекта

#### 1.3.3. Срок окупаемости



## Раздел 2. SWOT - анализ

<b>Сила</b>	<b>Слабость</b>
<b>Возможности</b>	<b>Опасности</b>

## **Раздел 3. Описание рыночных условий для реализации социальной услуги**

### **3.1. Описание сферы деятельности предприятия**

---

---

---

---

### **3.2. Описание социальной проблемы, на решение которой направлен проект**

---

---

---

---

### **3.3. Описание целевых групп (кто является клиентами для данных услуг или продукции)**

---

---

---

---

---

---

### **3.4. Описание социальной услуги и её конкурентных преимуществ**

---

---

---

---

---

---

---

### 3.5. Цена продажи

№	перечень услуг\продукции	ед. изм	цена

### 3.6. Прогноз объёма продаж (количество услуг)

Товар\услуга	1 мес	2 мес	3 мес	4 мес	5 мес	6 мес	7 мес	8 мес	9 мес	10 мес	11 мес	12 мес	год
<b>Итого:</b>													

### Прогноз объёма продаж (стоимость услуг)

Товар\услуга	1 мес	2 мес	3 мес	4 мес	5 мес	6 мес	7 мес	8 мес	9 мес	10 мес	11 мес	12 мес	год
<b>Итого:</b>													

### 3.7. Средства продвижения социальной услуги

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### 3.8. Бюджет маркетинга

Средства продвижения	1 мес	2 мес	3 мес	4 мес	5 мес	6 мес	7 мес	8 мес	9 мес	10 мес	11 мес	12 мес	год
<b>Итого:</b>													

## Раздел 4. Производство социальной услуги

### 4.1. Процесс производства социальной услуги

---

---

---

### 4.2. Единоразовые затраты

№	Перечень затрат	Стоимость
1		
2		
3		
4		
5		
6		
<b>Итого:</b>		

### 4.3. Потребность в сырье и расходных материалах

Сырьё и материалы	Цена за единицу	Требуемое кол-во в месяц	Общие затраты в месяц	Затраты в год	Поставщики
<b>Итого:</b>					

**Потребность в сырье и материалах с учетом прогноза объема продаж**

Потр-сть в сырье	1 мес	2 мес	3 мес	4 мес	5 мес	6 мес	7 мес	8 мес	9 мес	10 мес	11 мес	12 мес	год

**4.4. Фонд оплаты труда производственных сотрудников**

Сотрудники	Кол-во сотрудников	Зарплата в месяц на 1 сотрудника	Отчисления от заработной платы	Общая сумма в месяц на 1 сотрудника	Общие затраты в год
<b>Итого:</b>					

### Фонд оплаты труда производственных сотрудников с учетом прогноза объема продаж

Фонд оплаты труда	1 мес	2 мес	3 мес	4 мес	5 мес	6 мес	7 мес	8 мес	9 мес	10 мес	11 мес	12 мес	год
<b>Итого:</b>													

### 4.5. Производственные накладные расходы

Вид затрат	Затраты в месяц	Затраты в год
аренда производственных площадей		
стоимость производственного оборудования		
стоимость техобслуживания и ремонта		
транспортные расходы		
стоимость обслуживания:		
водоснабжение		
электроэнергия		
отопление		
др. коммунальные услуги		
прочие накладные расходы		
<b>Итого:</b>		

## 4.6. Административные накладные расходы

Вид затрат	Затраты в месяц	Затраты в год
бюджет маркетинга		
заработная плата АУП		
оплата услуг связи		
канцелярские товары		
охрана		
прочие накладные расходы		
<b>Итого:</b>		

## Раздел 5. План организации и менеджмента

### 5.1. Юридическая форма проекта

---

---

---

---

---

### 5.2. Организационная структура

### 5.3. Опыт руководителя и его квалификация

---

---

---

---

---



### 5.4. Партнеры проекта

---



---



---

### 5.5. Предоперационная деятельность

Вид деятельности	Ответственный	Время (месяц\неделя)							
		1	2	3	4	5	6	7	8

## Раздел 6. Финансовый план

### 6.1. Стоимость проекта

	Итого	Собствен- ные средства	Заёмные средства	прочие
<b>Основные фонды</b>				
оборудование				
транспортные средства				
прочие				
<b>Итого основные фонды</b>				
<b>Предоперационные расходы</b>				
<b>Итого предоперационные расходы</b>				
<b>Оборотные средства (за 1 месяц)</b>				
запас сырья				
арендная плата				
заработная плата				
прочие				
<b>Итого оборотные средства</b>				
<b>Общая потребность в ресурсах</b>				
<b>Соотношение в %</b>				

**6.2. Отчёт о прибылях / убытках**

Статьи	Сумма
<b>Объем продаж (прогноз объема продаж)</b>	
прямые затраты на производственную зарплату,	
прямые затраты на сырье (расходные материалы)	
производственные накладные расходы	
<b>Валовая прибыль от реализации</b>	
расходы на реализацию (бюджет маркетинга)	
расходы по управлению в том числе:	
заработная плата АУП	
расходы на связь	
прочие административные расходы	
<b>Операционная прибыль</b>	
прочие операционные расходы (проценты по кредиту, налоги, входящие в состав затрат и пр.)	
<b>Прибыль / убыток до уплаты налогов</b>	
налог (на прибыль, УСН, ЕНВД, патент)	
<b>Чистая прибыль / убыток</b>	

### 6.4. Срок окупаемости проекта

---

---

---

---

---

### 6.5. Оценка рисков

Виды рисков	Мероприятия по снижению рисков







## РАБОЧАЯ ТЕТРАДЬ

по акселерационной программе  
«Школа руководителей ресурсных центров»

Сессия 2,3

«Основы социального проектирования.  
Управление ресурсными центрами»

Составитель:  
Сербина И.В.  
Наконечный С.Л.

дизайнер - верстальщик  
Ешков В.Б.

Отпечатано полиграфией ООО «Инновационные  
социальные технологии»

Адрес: 644043, г. Омск. ул. Чапаева 111, каб. 102,  
тел. 90-46-12  
тираж 35 экз.  
2019г.