

Стратегические решения для эко-организаций Украины

По материалам собраний
«Еко-спільноти»

Микита Жук А.К.А. Middleware

E-mail: antidote.mail@gmail.com

Skypeld: middle.ware

<http://www.facebook.com/middle.ware>

<http://twitter.com/middlewarez/>

<http://www.youtube.com/user/middlewarez>

<http://vkontakte.ru/middleware>

[2011]

Копать!!!

Положив
на валенки
цветные заплаты,
из ворот,
из железного зёва,
снова
шли,
ухватясь за лопаты,
все,
кто мобилизован!



Вышли
за лес,
вместе
взялись!!

Я ли,
вы ли,
откопали,
вырыли!!!

Ключевые компетенции для эко-организаций

0. МЕТА-уровень

Глобальные знания, часто кажется, что они "не относятся к делу", но они важны и часто невежество в этих вопросах ведет к заикливанию на старых решениях и отсутствию идей.

Системный анализ

для выхода за рамки постоянной рутинной деятельности, построения широких стратегий, понимания своей роли в более большой и сложной системе.

Знания о социальном генезисе\Антропология\и тп.

для адекватного понимания процессов в обществе, исторически и объективно происходящих, прежде чем начинать "агитацию" за что-либо.

1. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ уровень

Общие знания для стратегической организации всей деятельности. От общей цели к мелким деталям.

Менеджмент\Стратегический, проектный и персональный

для осознанного и масштабного построения и управления процессами деятельности, для обеспечения предсказуемости, измеримости, результативности и эффективности работы групп и отдельного человека.

Управление персоналом\Коучинг\Командообразование

для осознанного решения вопросов с отношениями между людьми, кадровые вопросы и для применения гибких передовых техник образования устойчивых усиливающих групп людей - проектных команд.

Социология\Массовая Психология\Маркетинг

для адекватного продвижения своих идей как Инфопродукта в массы, для исследования ожиданий людей, их ценностей, прогнозирования реакции на свои действия - и нахождение сильных сторон у своего Инфопродукта в соответствии с этим.

Конкуренция\Конкурентная разведка\Инновации

для выявления последних тенденций и находок в быстро меняющемся мире, для защиты своих инноваций-находок от оппонентов

Право\Лоббирование\Гражданские кампании

для юридич. обоснования деятельности + для работы в юр. поле, когда для этого полготовлена почва.

Дипломатия (Партнерские отношения)

для грамотного и быстрого налаживания партнерских отношений на принципах взаимной выгоды, ориентируясь на готовые шаблоны и решения и подгоняя их под свою ситуацию.

Дипломатия (Government relations, Politics)

для продвижения своего Инфопродукта в сфере политики, влияния на политиков \ или защиты от попыток политиков присвоить экологию в своих корыстных целях.

Public relations

для создания и поддержки понятного и приятного для большинства образа эко-движения(-ий)

Научные исследования

для обеспечения глубокой научности и рациональной обоснованности своих идей и продвигаемого Инфопродукта.

Public narrative

для донесения своих целей людям через экспрессивное выражение своих чувств, ценностей и успехов, которые вместе вдохновляют присоединиться и действовать сообща.

2. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ уровень

(производим условный Инфопродукт - который получают люди и который ценится как то, что позитивно изменит жизнь всех в лучшую сторону!)

Креатив\Копирайтинг

для обеспечения качественного креативного наполнения Инфопродукта и сопутствующих ему материалов (рекламных текстов, плакатов\постеров\билбордов, видеороликов и тп)

Дизайн\Макетирование\Рисование

для графической поддержки Инфопродукта

Публичные презентации\Умение "продавать" идею

для промо-акций или для публичных выступлений с целью ознакомления людей с Инфопродуктом.

Умение модерации

для внутреннего и внешнего общения, когда требуется создание интенсивного брейншторма или состояния привлекательного ток-шоу

Журналистика

для поддержки Инфопродукта в СМИ

Работа в соцсетях + digital marketing

для продвижения Инфопродукта в социальных медиа

Фотография\обработка

ПРИМЕЧАНИЕ:

в тексте предполагается, что первичная цель любой эко-организации - разработать, произвести и продвигать в общество некий Инфопродукт, который позволит людям изменить свою жизнь в лучшую сторону, на основе гармонии с природой и принципах всеобщей пользы. Это могут быть реальный продукт на рынке\разработки в области науки\теоретическо-практические знания\ и тп. Инфо\протестные акции, лоббирование законов и практические улучшения жизни своими руками - это лишь средства, и прямые следствия из какой-то Идеи, т.е. Идея и есть Инфопродукт.

КЛЮЧЕВЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ: РАССТАВИМ

акценты

0. МЕТА-уровень

Глобальные знания, часто кажется, что они "не относятся к делу", но они важны и часто невежество в этих вопросах ведет к заикливанию на старых решениях и отсутствию идей.

Системный анализ

для выхода за рамки постоянной рутинной деятельности, построения широких стратегий, понимания своей роли в более большой и сложной системе.

Знания о социальном генезисе\Антропология\и тп.

для адекватного понимания процессов в обществе, исторически и объективно происходящих, прежде чем начинать "агитацию" за что-либо.

1. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ уровень

Общие знания для стратегической организации всей деятельности. От общей цели к мелким деталям.

Менеджмент\Стратегический, проектный и персональный

для осознанного и масштабного построения и управления п[роектами] и деятельности, для обеспечения предсказуемости, измеримости, результативности и эффективности работы групп и отдельного человека.

Управление персоналом\Коучинг\Команда\Образование

для осознанного решения вопросов с отношениями между людьми, кадровые вопросы и для применения гибких передовых техник образования устойчивых усиливающих групп людей - проектных команд.

Социология\Массовая Психология\Маркетинг

для адекватного продвижения своих идей как Инфопродукта в массовом сознании, для исследования ожиданий людей, их ценностей, прогнозирования реакции на свои действия - и нахождения сильных сторон у своего Инфопродукта в соответствии с этим.

Конкуренция\Конкурентная разведка\Информационные технологии

для выявления последних тенденций и находок в быстро меняющемся мире, для защиты своих инноваций-находок от оппонентов

Право\Лоббирование\Гражданские кампании

для юридич. обоснования деятельности + для работы в юр. поле, когда для этого полготовлена почва.

Дипломатия (Партнерские отношения)

для грамотного и быстрого налаживания партнерских отношений в сферах взаимной выгоды, ориентируясь на готовые шаблоны и решения и подгоняя их под свою ситуацию.

Дипломатия (Government relations, Politics)

для продвижения своего Инфопродукта в сфере политики, влияния на политиков \ или защиты от попыток политиков присвоить экологию в своих корыстных целях.

Public relations

для создания и поддержки понятного и приятного для большинства образа эко-движения(-ий)

Научные исследования

для обеспечения глубокой научности и рациональной обоснованности своих идей и продвигаемого Инфопродукта.

Public narrative

для донесения своих целей людям через экспрессивное выражение своих чувств, ценностей и успехов, которые вместе вдохновляют присоединиться и действовать сообща.

2. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ уровень

(производим условный Инфопродукт - который получают люди и который ценится как то, что позитивно изменит жизнь всех в лучшую сторону!)

Креатив\Копирайтинг

для обеспечения качественного креативного наполнения Инфопродукта и сопутствующих ему материалов (рекламных текстов \ плакатов\постеров\билбордов, видеороликов и тп)

Дизайн\Макетирование\Рисование

для графической под[готовки] Инфопродукта

Публичные презентации\Умение "продавать" идею

для промо-акций или для публичных выступлений с целью ознакомления людей с Инфопродуктом.

Умение модерации

для внутреннего и внешнего общения, когда требуется создание интенсивного брейншторма или состояния привлекательного ток-шоу

Журналистика

для поддержки Инфопродукта в СМИ

Работа в соцсетях + digital marketing

для продвижения Инфопродукта в социальных медиа

Фотография\обработка

ПРИМЕЧАНИЕ:

в тексте предполагается, что первичная цель любой эко-организации - разработать, произвести и продвигать в общество некий Инфопродукт, который позволит людям изменить свою жизнь в лучшую сторону, на основе гармонии с природой и принципах всеобщей пользы. Это могут быть реальный продукт на рынке\разработки в области науки\теоретическо-практические знания\ и тп. Инфо\протестные акции, лоббирование законов и практические улучшения жизни своими руками - это лишь средства, и прямые следствия из какой-то Идеи, т.е. Идея и есть Инфопродукт.

Компетенции: порядок рассмотрения

“ГОЛОВА” =
Менеджмент:
стратегический

“СЕРДЦЕ” =
Управление персоналом,
Коучинг,
Командообразование

“СЕРДЦЕ” =
Public relations,
Public narrative,
+ Маркетинг, Социология...

“РУКИ” =
Менеджмент:
тактический, проектный

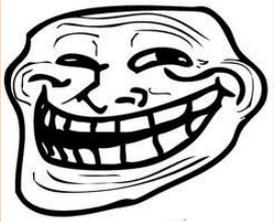
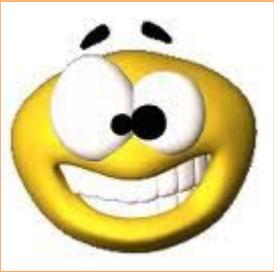
“РУКИ” =
Менеджмент:
операционный +
персональный

“ЖИВОТ” =
Бухгалтерия,
Фандрайзинг,
Финансирование

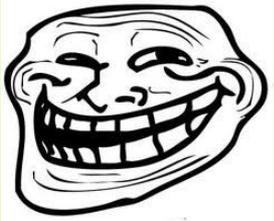
“НОГИ” = Социальная база (волонтеры,
симпатизирующие...)



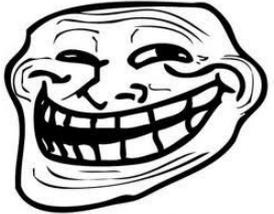
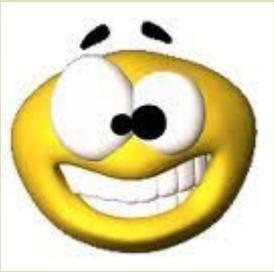
Компетенции: стратегический менеджмент

	<p>Что имеем «внутри» организаций? (в сознании)</p>	<p>Жизнь только текущим моментом</p>
	<p>Что видно снаружи? (в действиях)</p>	<p>Неэффективная кул-ра стратегического управления</p>
	<p>Что в итоге?</p>	<p>Плохое проникновение инноваций</p>

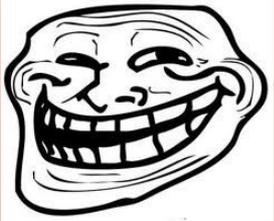
Компетенции: Управление персоналом, Коучинг, Командообразование

	Что имеем «внутри» организаций? (в сознании)	Неумение находить общий язык, формировать команды, заранее предотвращать конфликты
	Что видно снаружи? (в действиях)	Распад и разрозненность в действиях, хрупкость в коалициях
	Что в итоге?	Отток людей, кадровый дефицит, перенапряжение «старичков»

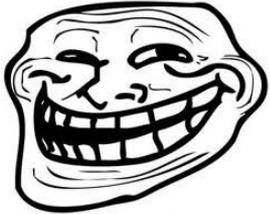
Компетенции: Public relations, Public narrative, + Маркетинг, Социология...

	<p>Что имеем «внутри» организаций? (в сознании)</p>	<p>Пренебрежение инструментами завоевания внимания людей (маркетинг, хороший PR...)</p>
	<p>Что видно снаружи? (в действиях)</p>	<p>Психологическая (на уровне ценностей!) отстраненность активистов от общей массы народа, недоверие народа.</p>
	<p>Что в итоге?</p>	<p>Отсутствие поддержки снизу:</p> <ul style="list-style-type: none">• Ресурсной (краудсорсинг)• Волонтерской (краудстаффинг)• Финансовой (краудфандинг)

Компетенции: Менеджмент: тактический, проектный

	<p>Что имеем «внутри» организаций? (в сознании)</p>	<p>Неумение вести проекты, низкая квалификация</p>
	<p>Что видно снаружи? (в действиях)</p>	<p>Реактивный, а не проактивный хар-р деятельности</p>
	<p>Что в итоге?</p>	<p>Неудачи или недостаточная эффективность проектов для серьезных изменений в реальности.</p>

Компетенции: Менеджмент: операционный + персональный

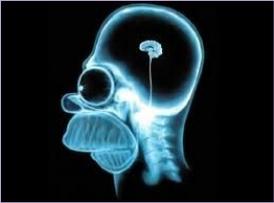
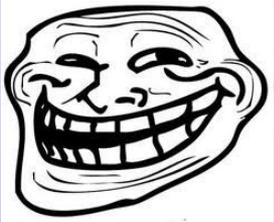
	<p>Что имеем «внутри» организаций? (в сознании)</p>	<p>Неумение организовать свое личное время \ информационные ресурсы \ жизнь</p>
	<p>Что видно снаружи? (в действиях)</p>	<p>В делах больше расчет на аврал, чем на планы и методики</p>
	<p>Что в итоге?</p>	<p>Потеря сил и времени</p>

Компетенции: Бухгалтерия, Фандрайзинг, Финансирование

	Что имеем «внутри» организаций? (в сознании)	Плохой финансовый менеджмент (непрозрачный, негибкий – для того, чтобы стать «массовым», «общественным»)
	Что видно снаружи? (в действиях)	Зависимость от <u>посторонних</u> сил (фонды, гранты, доноры, бизнесы....)
	Что в итоге?	Потеря суверенитета

От имени кого и для кого???

Социальная база (волонтеры, симпатизирующие...)

	<p>Что имеем «внутри» (в сознании)</p>	<p>Низкое качество организационной культуры соц.базы (социума в целом)</p>
	<p>Что видно снаружи? (в действиях)</p>	<p>Пренебрежение соц.базой со стороны орг-ций, и при этом – завышенные ожидания от людей (!)</p>
	<p>Что в итоге?</p>	<p>Разочарование потенциальных сторонников в орг-циях</p>

