

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ РАБОТ**

по дисциплине «Социальное предпринимательство и некоммерческая
деятельность»
для студентов очной формы обучения

Ставрополь, 2026

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

1. Понятие и сущность социального предпринимательства и некоммерческой деятельности
2. Организационно-правовые основы, экономические и социальные предпосылки создания социально-ориентированных предприятий и некоммерческих организаций. Порядок создания и регистрации социально-ориентированного предприятия и некоммерческих предприятий
3. Менеджмент в социальном предпринимательстве. Факторы внутренней и внешней среды предприятия
4. Организация работы маркетинговых служб, использование инструментов маркетинга в продвижении продукции социально-ориентированных предприятий и некоммерческих организаций
5. Экономика социально-ориентированного предприятия и некоммерческой организации. Учет и налогообложение деятельности социально-ориентированного и некоммерческого предприятия. Источники финансирования социального предпринимательства и некоммерческой деятельности
6. Проектная деятельность в социальном предпринимательстве и некоммерческой деятельности

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Введение

Социальное предпринимательство и некоммерческая деятельность является недостаточно изученным феноменом. Считается, что возникновение социальных инноваций и внимание к ним связано с новыми вызовами и проблемами, возникшими в XXI веке.

Необходимость развития социального предпринимательства и некоммерческого сектора в России продиктована наличием в стране большого числа социальных проблем, с решением которых государство не справляется. Такими проблемами являются низкий уровень жизни, безработица, социальная напряженность ряд других. Причинами, приведшими к возникновению практики социального предпринимательства, выступают низкая эффективность действующих методов решения социальных проблем, расширение социальных потребностей населения, увеличение количества граждан, нуждающихся в социальной поддержке. Общество все больше и больше нуждается в новых формах социально направленной деятельности, одной из которых является социальное предпринимательство, поэтому значимость изучения и распространения практики социального предпринимательства очень высока.

Курс «Социальное предпринимательство и некоммерческая деятельность» дает базовые знания в области изучения нового вида предпринимательской деятельности – социального предпринимательства и некоммерческого сектора. В предлагаемых методических указаниях рассматривается сущность и специфика социального предпринимательства, как формы бизнеса; происходит ознакомление с практикой развития социального предпринимательства и некоммерческого сектора в России и за рубежом; осуществляется формирование комплексных знаний о сущности организации предпринимательской и некоммерческой деятельности, связанной с решением или смягчением социальных проблем; изучаются основы управленческой деятельности в сфере социального предпринимательства и некоммерческого сектора, основы маркетинговой деятельности в сфере социального предпринимательства и некоммерческой деятельности; происходит выявление источников финансирования в сфере социального предпринимательства и НКО, овладение навыками разработки и реализации бизнес-идей в сфере социального предпринимательства и некоммерческой деятельности.

Материал курса обеспечивает знание общих принципов организации социальноориентированной предпринимательской и некоммерческой деятельности.

Цель освоения дисциплины заключается в формировании набора профессиональных компетенций магистра в сфере социального предпринимательства и некоммерческой деятельности.

Задачи дисциплины:

- изучение понятия и сущности социального предпринимательства и некоммерческой деятельности;
- формирование представления о сущности организационно-правовых основ, экономических и социальных предпосылок создания социально-ориентированных предприятий и некоммерческих организаций, порядка создания и регистрации социальноориентированного предприятия и некоммерческих предприятий.;
- изучение сущности менеджмента в социальном предпринимательстве, исследовании факторов внутренней и внешней среды предприятия;
- формирование комплексных знаний об организации работы маркетинговых служб, использование инструментов маркетинга в продвижении продукции социальноориентированных предприятий и некоммерческих организаций;
- изучение основ экономики социально-ориентированного предприятия и некоммерческой организации, учета и налогообложения деятельности социальноориентированного и некоммерческого предприятия, источников финансирования социального предпринимательства и некоммерческой деятельности;
- овладение навыками разработки и реализации бизнес-идей в сфере социального предпринимательства и некоммерческих проектов.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.

Знать: сущность проектной деятельности;

Уметь: определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;

Владеть: навыками разработки проектов и оценки их эффективности.

Задачи методических указаний по выполнению практических работ по дисциплине «Социальное предпринимательство и некоммерческая деятельность»:

- изучение понятия и сущности социального предпринимательства и некоммерческой деятельности,

- изучение организационно-правовых основ, экономических и социальных предпосылок создания социально-ориентированных предприятий и некоммерческих организаций, порядка создания и регистрации социально-ориентированного и некоммерческого предприятий, менеджмента в социальном предпринимательстве,

- изучение факторов внутренней и внешней среды предприятия, организации работы маркетинговых служб,

- изучение сущности использования инструментов маркетинга в продвижении продукции социально-ориентированных предприятий и некоммерческих организаций,

- изучение сущности экономики социально-ориентированного предприятия и некоммерческой организации, учета и налогообложения деятельности социальноориентированного и некоммерческого предприятия,

- изучение источников финансирования социального предпринимательства и некоммерческой деятельности,

- изучение сущности проектной деятельности в социальном предпринимательстве и некоммерческой деятельности.

Проведение практических занятий предполагает активную, целенаправленную работу обучающихся

Цель практического занятия – усвоение важнейших вопросов курса и выступление каждого студента на каждом практическом занятии. На практическом занятии студенты должны уметь объяснить понимание ими вопросов темы. Для этого при подготовке к практическому занятию студент должен внимательно изучить литературу и методические рекомендации, подготовиться и ответить на любой вопрос темы практического занятия, продолжить выступление предыдущего выступающего. Студент может использовать основные нормативные акты и конспекты изученной литературы. Каждый студент должен по указанию преподавателя отрецензировать сообщение, сделанное предыдущим выступающим.

Текущая аттестация качества усвоения магистрантами полученных в процессе обучения знаний

Текущая аттестация работы студентов осуществляется в процессе проведения практических занятий на протяжении семестра путем оценки устных ответов, а также разработки проектного задания.

Если студент не выполнил проектное задание, а также не проявлял активности на практических занятиях, то его работа в течение семестра оценивается как неудовлетворительная. Если студент пропускает занятия по уважительной причине (по болезни, график свободного посещения), то он выполняет задания самостоятельно во внеаудиторное время. При этом тесты могут быть заменены разбором проблемных ситуаций по названным темам. Предполагается также промежуточная аттестация в форме выполнения письменной работы в виде доклада, социально-ориентированной бизнес-идеи или бизнес-проекта.

Итоговой формой контроля по дисциплине выступает зачет, который проводится в 3 семестре.

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

Практическое занятие 1. Понятие и сущность социального предпринимательства и некоммерческой деятельности

Цели: расширить и закрепить знания по вопросам темы практического занятия, представить и обсудить сущность социального предпринимательства и некоммерческой деятельности.

Задачи: проведение анализа отличия социального предпринимательства от традиционного, выявление отраслевых особенностей социального предпринимательства и некоммерческого сектора.

Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы практического занятия, формируемые компетенции или их части: в процессе изучения данной темы студенты должны: знать отличия социального предпринимательства от традиционного, отраслевые особенности социального предпринимательства и некоммерческой деятельности.

В процессе изучения данной темы формируются следующие компетенции: УК-

2

Актуальность темы. Учитывая специфику направлений деятельности социального предпринимательства и некоммерческого сектора, важным элементом является проведение исследований основных социальных проблем развития общества, выявление наиболее актуальных из них, дающих возможности участия частного бизнеса и НКО с целью решения или смягчения социальных проблем.

Теоретическая часть

Что такое социальное предпринимательство? Используя тактику правительства, гражданского общества и частного сектора, социальное предпринимательство стремится решать социальные проблемы путем совместной выработки и повсеместного внедрения новых решений.

Социальные предприниматели рассматривают социальные проблемы как возможность добиться положительных перемен. Они нацелены на достижение этих перемен путем разработки инновационных и в то же время практических решений – новых товаров, услуг или процессов, которые в корне меняют и улучшают существующее положение вещей. Подобные решения не только приносят пользу большему числу людей, но также обеспечивают устойчивое финансирование. Другими словами, стремясь создавать социальные ценности, социальные предприниматели одновременно создают финансовую базу для реинвестирования в свои предприятия, тем самым расширяя их, чтобы помогать большему количеству людей.

Точно так же, как обычное предпринимательство необходимо для экономики, социальное предпринимательство необходимо для общества. Решая социальные проблемы и добиваясь масштабных устойчивых результатов, социальное предпринимательство делает общество более справедливым. Предлагая инновационные решения для неудовлетворенных потребностей общества, социальные предприниматели стимулируют устойчивое развитие человеческого потенциала и экономики.

Чем социальное предпринимательство отличается от обычного?

Социальное предпринимательство отличается от традиционного во многих отношениях. Отличить традиционного предпринимателя от социального можно прежде всего по цели, которую он перед собой ставит. Если традиционный предприниматель хочет предложить товар, услугу или процесс, чтобы потребитель платил деньги, социальный предприниматель стремится создать товар, услугу или процесс, которые пойдут на пользу обществу. Проще говоря, традиционный предприниматель создает коммерческие ценности, а социальный предприниматель – социальные ценности.

Более того, поскольку социальные предприниматели борются с такими проблемами, как предупреждение и лечение ВИЧ/СПИДа, результаты их успешной деятельности приносят больше пользы. Если успех делового начинания приносит больше денег инвесторам, то успех в

социальном предпринимательстве может означать спасение жизней и, по большому счету, сделать лучше мир, в котором мы живем.

Работа социальных предпринимателей также отличается от работы организаций гражданского общества. Хотя деятельность филантропов, активистов и неправительственных организаций (НПО) тоже приводит к созданию социальных ценностей, они это делают по-другому.

Филантропы и активисты создают социальные ценности, используя свое влияние, будь то финансовые вклады, политическое влияние или общественное давление. НПО для создания социальных ценностей используют товары, услуги или процессы в рамках существующего положения вещей. А социальные предприниматели выходят за эти рамки: они создают социальные ценности, предлагая инновационные решения, которые устанавливают новый, более совершенный порядок вещей. И вместо финансирования за счет пожертвований социальные предприниматели реинвестируют прибыль в свои предприятия.

Например, молодой предприниматель из Колумбии Камило Хименес заметил, что в Латинской Америке менее 20 % ежедневных бытовых отходов подвергаются переработке. Для того, чтобы стимулировать переработку и помогать малообеспеченным людям, Хименес разработал сеть интерактивных терминалов Escorpuntos, которые дают людям стимулы для переработки отходов, вознаграждая их призами в обмен на мусор. Владельцы терминалов Escorpuntos зарабатывают тем, что продают переработанные материалы и могут реинвестировать вырученные деньги в свою сеть, покупая новые терминалы.

Чтобы узнать, есть ли у вас необходимые качества для того, чтобы стать социальным предпринимателем, ответьте на следующие вопросы.

Можете ли Вы стать социальным предпринимателем?

1. Насколько вы наблюдательны? Можете ли вы увидеть возможность для перемен там, где другие видят лишь трудноразрешимую социальную проблему?
2. Насколько вы решительны? Готовы ли вы посвятить свою жизнь реализации этой возможности для перемен?
3. Получится ли из вас новатор? Способны ли вы разработать новые и в то же время практичные решения для данной социальной проблемы?
4. Хватит ли у вас смелости? Сможете ли вы выдержать трудности и риск неоднократных неудач?
5. Ориентированы ли вы на результат? Сумеете ли вы очертить для себя конкретный результат, используя имеющиеся данные для улучшения своего подхода и эффективности своих действий?

Посредством произведения анализа актуальных на сегодняшний день видов деятельности можно выделить следующие модели социального предпринимательства:

Благотворительные продажи. Обычно сюда относятся магазины услуг или товарной продукции. Как правило, их выручка перечисляется напрямую в благотворительный фонд. Яркими примерами подобных структур являются следующие магазины: «БлагоБутик», «Спасибо», галерея искусства «Белая лошадь» и так далее.

Решение вопроса с трудоустройством матерей с детьми до трех лет, инвалидов, а также индивидов, которые пребывают в тяжелой жизненной ситуации. К примеру, в магазине «Наивно? Очень!» формирование сувениров осуществляется людьми с психическими расстройствами, а ресторан «В темноте» принимает на работу исключительно незрячих людей.

Дополнительные направления. Как выяснилось, характеризующие социальное предпринимательство виды деятельности не имеют четких рамок. Поэтому в литературе, как правило, даются лишь приблизительные модели (направления) соответствующей деятельности. Однако в минимальной степени им уступают следующие пункты:

Организации социального предпринимательства по созданию услуг, которые не представляются в полном объеме со стороны государства. Ярким примером данной ситуации может послужить детский сад «Василек», расположенный в Москве.

Предоставление услуг уникальной направленности, к примеру, служба такси «Инватакси» реализует транспортную услугу исключительно в отношении инвалидов.

Социально ориентированное предпринимательство, направленное на развитие территории и местного социума. К примеру, музей «Коломенская пастила», размещающий экспонаты исчезнувшего вкуса, и формирование городского бренда вокруг пастилы, а также проект доставки экологически чистой продукции LavkaLavka, реализованный для поддержки сельских производителей, проживающих в Подмосковье.

Субъекты социального предпринимательства занимаются организацией и продвижением деятельности, которой соответствуют следующие признаки:

1. Социальное воздействие. Иными словами, деятельность структуры, так или иначе, направляется на смягчение в отношении актуальных проблем социального характера.

2. Социальное предпринимательство определяется таким признаком, как инновационность. Таким образом, в процессе собственной деятельности компания должна использовать новые уникальные методики работы.

3. Признак финансовой устойчивости. Иными словами, предприятие обязано разрешать проблемы социального плана за счет доходов, которые оно получает от своей же экономической деятельности.

4. И, наконец, социальное предпринимательство в России носит масштабируемый характер. То есть структура, так или иначе, имеет возможность передать ранее полученные навыки иным предприятиям, рынкам и даже другим странам.

Вопросы для обсуждения

1. Социальные проблемы развития общества и роль в них предпринимательских структур.
2. Социальные предпосылки создания социально-ориентированных предприятий
3. Понятие и сущность социального предпринимательства.
4. Понятие и сущность некоммерческой деятельности.
5. Принципы социального предпринимательства.
6. Принципы деятельности некоммерческой организации
7. Отличие традиционного предпринимательства от социального.
8. Институциональные основы социального предпринимательства.
9. Институциональные основы некоммерческой деятельности
10. История развития социального предпринимательства в России и за рубежом.

Задания

1. Формирование проектной идеи в сфере социального предпринимательства или некоммерческого сектора.

Литература: 1,2,3,4,5,6

Практическое занятие 2. Организационно-правовые основы, экономические и социальные предпосылки создания социально-ориентированных предприятий и некоммерческих организаций. Порядок создания и регистрации социально-ориентированного предприятия и некоммерческих предприятий.

Цели: раскрыть сущность процесса организации деятельности социальноориентированного предприятия, раскрыть содержание процедуры создания и регистрации социально-ориентированного и некоммерческого предприятия.

Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы практического занятия, формируемые компетенции или их части: в процессе изучения дисциплины студенты должны: изучить предпосылки создания социальноориентированного предприятия, знать этапы открытия юридического лица и индивидуального предпринимателя, порядок лицензирования отдельных видов деятельности, уметь выбирать средства и виды поиска

и представления экономической информации, юридическую ответственность социального предпринимателя, виды проверок, контролирующие органы.

В процессе изучения данной темы формируются следующие компетенции: УК-

2.

Актуальность темы. Основой выбора оптимальной организационно-правовой формы ведения социального бизнеса и некоммерческой деятельности выступают различные предпосылки: социальные, экономические и правовые.

Теоретическая часть

Большинство развитых стран Западной Европы и Америки в вопросах социального обеспечения граждан руководствуются принципами теории «государства всеобщего благоденствия». Согласно данным принципам, именно государство должно обеспечивать социальные гарантии населения путем регулирования экономики и финансирования крупных социальных проектов. При этом именно органам государственной власти отводится определяющая роль в выборе конкретных путей осуществления социальной поддержки населения.

Мировой финансовый кризис, начавшийся в 2008 г., положил начало тенденции снижения государственных расходов, в том числе и на социальную сферу. Стал очевидным тот факт, что государственная власть не может справиться с массой социальных проблем только своими силами.

Возникла естественная, продиктованная объективными факторами, необходимость пересмотра роли корпоративного сектора в решении задач по социальному обеспечению населения. В данном случае идет речь о социальном бизнесе, как о широком понятии, включающем в себя различные частные структуры.

Целями таких структур являются: оказание благоприятного воздействия на общество в целом; решение острых социальных проблем; ведение предпринимательской деятельности с учетом общественных интересов.

1. Социальное предпринимательство –коммерческая деятельность, направленная на решение или смягчение социальных проблем. Такая деятельность отличается от благотворительности условиями самоокупаемости и финансовой устойчивости.

2. Устойчивое, или социально ответственное инвестирование. Целями инвестирования здесь выступают увеличение доходности, скорректированное с учетом риска, позитивное воздействие на социальную среду путем распределения капитала и включения своих ценностей в процесс инвестирования.

3. Организации, руководствующиеся в ходе своей деятельности принципами корпоративной социальной ответственности. Такие компании возлагают на себя дополнительную ответственность за влияние своей деятельности на общество и окружающую среду.

На настоящем этапе развития социального бизнеса сложилась определенная обеспечивающая инфраструктура. К ее элементам можно отнести: законодательное регулирование деятельности социальных предпринимателей; меры государственной поддержки социально ориентированных коммерческих проектов; социальные биржи и объединения социальных инвесторов (к примеру, «Глобальная сеть социальных инвесторов», «Бразильская биржа социальных и экологических инвестиций» и «Южно-Африканская биржа социальных инвестиций»); образовательные программы для будущих социальных предпринимателей.

Социально ориентированный бизнес, как феномен современной экономики, возник под влиянием различных факторов.

Во-первых, таким фактором служит тенденция отхода от традиционной благотворительности в пользу социально ответственного инвестирования. Связано это с естественным желанием инвестора получить прибыль от своих вложений, а также с возможным отсутствием прозрачности в отчетах об использовании средств благотворительными фондами.

Во-вторых, пониманием бизнес-структурами всех выгод от социальных вложений и ведения социальной предпринимательской деятельности. К положительным моментам относится

повышение репутации, признание успехов на социальном поприще от государственных и общественных структур.

В-третьих, осознание предпринимателями своих достаточно широких возможностей в деле решения социальных проблем. Предприниматели представляют собой наиболее активную часть гражданского общества, обладают ресурсами и возможностью их привлечения для своих целей. При этом предпосылкой для создания именно социально ориентированного бизнеса могут быть не только альтруистические взгляды предпринимателя, но и возможность получения прибыли на новом сегменте рынка.

Важнейшим условием формирования социально ориентированного бизнеса как явления в современной экономике, можно назвать благоприятную внешнюю среду. При этом важно, чтобы дружественной была как среда прямого воздействия, так и макросреда. Отечественные эксперты называют инновационность одним из ключевых параметров социального предпринимательства.

Таким образом, потребителю зачастую предлагается уникальный товар или услуга. В данном случае также минимизируется влияние конкурентов. Социальные предприниматели открывают новые рынки труда, привлекают трудовые ресурсы из категорий людей с ограниченной трудоспособностью (данное условие характерно как для отечественного, так и для зарубежного социального предпринимательства).

Из факторов косвенного воздействия наиболее важными являются: стабильная экономическая ситуация в стране; развитое инвестиционное законодательство; проработанные механизмы государственной поддержки социально ориентированного бизнеса. При условии благоприятствующего отношения государства и должного внимания общественных структур, социально ориентированный бизнес сможет развиваться и выполнять свои цели и задачи, способствуя, в конечном итоге, повышению благосостояния общества. Практика европейских стран доказывает важность наличия благоприятной внешней среды для успешной реализации социальных бизнес-идей.

Одной из основных тенденций развития социального бизнеса в развитых странах является масштабная поддержки данного сектора исполнительными и законодательными органами власти. Правительства стран Запада осознают всю полноту и важность решения социальных проблем. Но также для них становится очевидной невозможность решения таких проблем за государственный счет. На самом высоком уровне власти в таких странах признается необходимость разработки систем государственно-частного партнерства, целью которых будет являться своеобразное разделение ответственности за достойное социальное обеспечение граждан. При этом можно отметить три основные тенденции: во-первых, законодательное закрепление особого статуса социально ориентированной предпринимательской деятельности и активная государственная поддержка; во-вторых, выбор социально ориентированных предприятий в качестве поставщиков социальных услуг населению; в-третьих, развитие социально ответственного инвестирования в различных формах.

Законодательное закрепление особого статуса социально ориентированной коммерческой деятельности является важным шагом к достижению взаимопонимания между субъектами социального бизнеса и органами власти. Бизнес получает признание своей роли в решении наболевших проблем, а государство, в свою очередь, привлекает потенциальных социальных предпринимателей. В качестве успешного примера реализации таких планов можно привести опыт Великобритании. В январе 2013 г. в этой стране вступил в силу Закон о социальных благах. Он предполагает более широкое включение частного сектора в процесс оказания социальных услуг населению.

Аутсорсинг социальных услуг вкупе с повышенным вниманием к продукции социальных предпринимателей при проведении государственных тендеров позволяет создать уникальную на данный момент систему поддержки социально ориентированных инициатив корпоративного сектора. Помимо этого, в Великобритании действует государственная программа обучения, направленная на повышение возможностей участников для успешного старта социально ориентированного предприятия. Активно развивается инфраструктура социального бизнеса. Инвестиционный банк “Big Society Capital” специализируется на финансировании социально

ориентированных бизнес-проектов. Миссия банка подразумевает повышение возможностей социальных предприятий, благотворительных и волонтерских организаций для решения социальных проблем и «увеличение общественных инвестиций». Интерес крупных инвесторов, как элемент благоприятной внешней среды функционирования социального бизнеса, свидетельствует об успешности мероприятий по развитию государственно-частного партнерства.

Успешные примеры функционирования социально ориентированных коммерческих структур можно найти и в других европейских странах. В Италии получили распространение «социальные кооперативы», организаци и поставщики социальных услуг, либо предприятия с преобладающим числом сотрудников из социально незащищенных слоев населения. Практика законодательного утверждения статуса социальных кооперативов нашла применение и в Польше. По «Закону о социальных кооперативах» такую организацию могут создать слабо защищенные в социальном плане категории граждан (безработные, освобождённые из заключения, беженцы, инвалиды).

При этом принципами функционирования таких сообществ являются предпринимательская активность, добровольность и открытость членства и сотрудничество между кооперативами. На начальном этапе деятельности, закон предполагает оказание определенной финансовой поддержки, как от местных властей, так и от Европейского социального фонда. Для стран Европы характерно законодательное закрепление статуса социального бизнеса в той или иной его форме. Позитивные моменты безусловны: бизнес чувствует поддержку власти и действует более смело; законодательные инициативы привлекают внимание общественных структур; потенциальные потребители социальных услуг также имеют возможность получить их в необходимом объеме без возможных бюрократических процедур. Но возможны и негативные факторы: закон ставит социальных предпринимателей в жесткие рамки, несоответствие которым будет означать невозможность получения государственной поддержки; отсутствие четких определений «социального эффекта» или «социальной пользы» ведет к возможной неопределенности целей социального бизнеса; потенциальные потребители социальных услуг могут почувствовать себя «брошенными» со стороны государства.

Для того чтобы избежать таких негативных тенденций необходимо широкое привлечение к обсуждению законодательных инициатив общественных структур. Их планомерная работа совместно с органами государственной власти и представителями бизнеса позволит добиться качественного прогресса в обсуждении актуальных вопросов. Примером такого сотрудничества может служить Великобритания, где согласно упомянутому выше закону, власти обязаны проводить соцопросы населения и привлекать экспертов по общественному мнению в ходе своей деятельности.

В целом, опыт европейских стран показывает важность государственных инициатив в области развития социально ориентированного бизнеса. Отдельный интерес представляет взаимосвязь различных аспектов социального бизнеса. Необходимо выделить первичную роль социальных предпринимательских инициатив. Выражаются они в двух формах: в форме социального предпринимательства в чистом виде и в форме корпоративной социальной ответственности. Эти два явления развивались параллельно. Социальное предпринимательство представляет собой коммерческую деятельность, направленную на решение социальных проблем. При этом достигается оптимальное соотношение экономической выгоды от такой деятельности и социального полезного эффекта. Директор Центра развития социального предпринимательства Университета Дьюка, Грегори Диз, выделяет ряд характерных особенностей, определяющих социальное предпринимательство: принятие на себя миссии создания и поддержания социальной ценности; выявление и использование новых возможностей для реализации выбранной миссии; осуществление непрерывного процесса инноваций, адаптации и обучения; решительность действий, не ограничиваемая располагаемыми на данный момент ресурсами; высокая ответственность предпринимателя за результаты своей деятельности –как перед непосредственными клиентами, так и перед обществом.

Социальный эффект может быть достигнут различными путями, например созданием рабочих мест для недостаточно защищенных в социальном плане групп населения или оказанием

социальных услуг гражданам. Социальное предпринимательство получило свое развитие в процессе изменения системы ценностей представителей корпоративного сектора. Вследствие роста масштабов явления, все большего внимания со стороны общественных и государственных структур, становится очевидным важный факт: показатели прибыли более не имеют абсолютного приоритета перед показателями социальной и экологической эффективности.

Корпоративная социальная ответственность представляет собой систему учета интересов общества в ходе ведения предпринимательской деятельности. Она подразумевает расширение обязательств хозяйствующего субъекта за рамки, предусмотренные законодательством. Принципы корпоративной социальной ответственности подразумевают учет интересов местных сообществ и прочую деятельность, направленную на благо общества, например благотворительность или волонтерские программы. В настоящее время все большее число компаний, в том числе и отечественных, руководствуется такими принципами. Такая деятельность идет на пользу и самой компании, как минимум, оказывая благотворное влияние на ее репутацию. Но существуют и спорные моменты. Некоторые компании могут попытаться скрыть негативный эффект от своей деятельности, прикрываясь принципами корпоративной социальной ответственности. В качестве примера можно привести скандал вокруг табачной компании “British American Tobacco Plc”, которая осуществляла программы по профилактике ВИЧ/СПИД в Африке, одновременно умалчивая о последних исследованиях Всемирной организации здравоохранения в области никотиновой зависимости.

Тем не менее, необходимо признать, что соответствие деятельности компании принципам корпоративной социальной ответственности несет благоприятный эффект как для нее самой, так и для общества и служит особым «сигналом» для инвесторов, желающих осуществить вложения средств в «ответственный» бизнес. Объективные различия между двумя вышеописанными категориями состоят в путях достижения социальной эффективности.

Социальное предпринимательство пытается решить проблемы, стоящие перед обществом, напрямую, посредством активной коммерческой деятельности, соответствующей определенным критериям. Компании, осуществляющие деятельность в соответствии с принципами корпоративной социальной ответственности, действуют с меньшим риском, вкладывая в социальные программы свободные средства. Но при этом и эффект от вложения таких средств будет менее значительным. Доказательством такого деления служит тот факт, что в сфере социального предпринимательства функционируют в основном малые предприятия, в тоже время практически каждая крупная корпорация считает своим долгом реализовать одну или несколько благотворительных программ. Тем не менее, рамки данных понятий могут быть весьма широкими. В случае с крупным бизнесом масштабы социальных программ будут зависеть от различных факторов (желаний и возможностей по осуществлению, возможной коммерческой выгоды, вероятного социального эффекта).

Динамично развивающейся категорией социального бизнеса является социально ответственное, или устойчивое инвестирование. Задача устойчивого инвестирования – обеспечивать учет социальных и экологических факторов, а также оценивать и рассчитывать, насколько конкретная деятельность не только обеспечивает прибыльность, но и способствует поддержанию социальной справедливости и баланса в окружающей среде.

Очевидным становится превалирование факторов устойчивого развития над факторами прибыли. Фондовые биржи наряду с инвесторами также реагируют на новые тенденции. В настоящее время используются более ста индексов устойчивого развития, которые помогают инвесторам принимать решения о вложении своих средств.

Наиболее известными являются индексы Dow Jones Sustainability Index, Johannesburg Stock Exchange Socially Responsible Index, семейство индексов FTSE4Good.

Благодаря их применению, инвестор может исключить неподходящие компании (изготовители оружия, табачные компании и т.д.) и выявить соответствующие критериям деятельности по защите окружающей среды, социальной политики, соблюдению прав человека. Становится очевидным важный факт: корпоративный сектор экономики способен оказывать позитивное влияние на развитие общества. Именно бизнес, обладая необходимыми финансовыми

ресурсами, мобильностью в их использовании, возможностью привлечения данных ресурсов и инновационностью предпринимательских подходов, может решать острые социальные проблемы в обществе. Пример стран Западной Европы наглядно показывает, чего может добиться частный сектор. Несомненно, речь идет не о подмене функций государства в вопросах социального обеспечения граждан.

Но современная ситуация характеризуется тем, что государство самостоятельно не может обеспечить социальными благами всех нуждающихся. Корпоративный сектор, при должной поддержке со стороны государственной власти, способен выполнять ряд социальных задач. По сути, социальный бизнес представляет собой новую ступень развития государственно-частного партнерства.

Основополагающим критерием сотрудничества в данном случае будет являться достижение показателей социальной эффективности в той или иной области. Выгоду от такой кооперации получают все заинтересованные стороны. Государство сможет разделить часть ответственности за социальное обеспечение с бизнесом. Бизнес, в свою очередь, получит доступ к новым сегментам рынка, существенную поддержку государства, возможность реализовать свою социальную миссию. Для общества плюсы будут заключаться в расширении спектра оказываемых социальных услуг и в конечном итоге к росту благосостояния и социальной устойчивости.

По виду или назначению предпринимательскую деятельность можно подразделить на производственную, коммерческую, финансовую, консультативную и др. Все эти виды могут функционировать раздельно или вместе.

По формам собственности имущество предприятия можно разделить на:

- частные,
- государственные,
- муниципальные,
- а также находящиеся в собственности общественных объединений (организаций).

По количеству собственников предпринимательская деятельность может быть индивидуальной и коллективной. При индивидуальном предпринимательстве собственность принадлежит одному физическому лицу. Под коллективной собственностью понимают собственность, принадлежащую одновременно нескольким субъектам предпринимательства с определением долей каждого из них - долевая собственность или без определения долей - совместная собственность.

Формы предпринимательства в свою очередь можно подразделить на организационно-правовые и организационно-экономические. В числе организационно-правовых форм – товарищества, общества, кооперативы.

Товарищество - объединение лиц, созданное для осуществления предпринимательской деятельности. Товарищества создаются в том случае, когда в организации предприятия решают принять участие два или более партнера. Важным преимуществом товарищества является возможность привлечения дополнительного капитала. Недостатками данной формы предпринимательской деятельности является то, что каждый из участников несет равную материальную ответственность независимо от размеров его вклада.

Участники товарищества подразделяются на две группы: полные товарищи - товарищество с неограниченной ответственностью и коммандитные товарищи - товарищество с ограниченной ответственностью.

Общества создаются по соглашению не менее двух граждан либо юридических лиц путем объединения их вкладов (как в денежной, так и в натуральной форме) в целях осуществления хозяйственной деятельности. Участники общества с ограниченной ответственностью не отвечают по его обязательствам. Они несут ответственность только в пределах стоимости внесенных ими вкладов. В отличие от них участники общества с дополнительной ответственностью несут ответственность всем своим имуществом.

Наиболее распространенными являются акционерные общества, их отличие состоит в том, что им предоставлено право привлекать необходимые средства путем выпуска ценных

бумаг–акций. При этом участники акционерного общества несут ответственность за результаты его деятельности в пределах стоимости принадлежащих им акций.

Предприятие, созданное группой лиц для совместной производственной или иной хозяйственной деятельности, называется кооперативным. Обязательным в кооперативе является личное трудовое и иное участие его членов в деятельности кооператива, а также объединение его участниками имущественных паевых взносов.

К основным организационно-экономическим формам предпринимательства можно отнести: концерны, ассоциации, консорциумы, синдикаты, картели, финансовопромышленные группы.

Под концерном понимается многоотраслевое акционерное общество, контролирующее предприятия через систему участия. Концерн приобретает контрольный пакет акций различных компаний, являющихся по отношению к нему дочерними.

Следующей формой является ассоциация – это более мягкая форма добровольного объединения экономически самостоятельных предприятий, организаций, которые одновременно могут входить в другие образования. Основной целью создания ассоциаций являются совместные решения научно-технических, производственных, экономических, социальных и других задач.

Далее, под консорциумом понимается объединение предпринимателей, создающих общее дело, с целью совместного проведения крупной финансовой операции (например, осуществление значительных инвестиций в крупный промышленный проект). Такое объединение предпринимателей имеет возможность вложить средства в крупный проект, при этом значительно уменьшается риск, возникающий при крупных вложениях, так как ответственность раскладывается на множество участников.

Синдикатом является объединение сбыта продукции предпринимателями одной отрасли с целью устранения излишней конкуренции между ними.

Картель, в свою очередь, это соглашение между предприятиями одной отрасли о ценах на продукцию, услуги, о разделе рынков сбыта, долях в общем объеме производства и др.

Все эти формы и методы могут использоваться и используются для реализации бизнес идей. Современное общество все острее нуждается в социально ответственном бизнесе. Предприниматели, не только те, которые занимаются развитием социального бизнеса, но и предприниматели, в классическом понимании этого слова, в свою очередь, уже подошли к той точке, когда они готовы работать не только в пользу себя, но и в пользу общества. Это тенденция хорошо видна в зарубежных странах, где большинство бизнесменов занимаются либо волонтерством, либо различными видами благотворительности. Так же велик и процент людей, занимающихся социально-ориентированным бизнесом, например, таким как, клининговые компании, анимационные агентства и т.д. Не стоит забывать и о частных учреждениях, предоставляющих различные социальные услуги, существующих и успешно функционирующих на Западе, в частности, в США. В России данный вид предпринимательства еще недостаточно развит, однако существует уже немалое количество социально-ориентированных предприятий, функционирующих на территории РФ и радостно, что их число постоянно увеличивается.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что бизнес начинает осознавать свою ответственность перед обществом и становится социально ответственным. Социальное предпринимательство, как современный социально-экономический феномен может принимать различные формы и использовать разнообразные методы реализации предпринимательской деятельности, которые очень плотно переплетены с предпринимательством, в классической форме его проявления.

Чаще всего социальные предприниматели регистрируются как общество с ограниченной ответственностью, некоммерческая организация, индивидуальный предприниматель.

Универсальной формой собственности, с помощью которой можно начать ведение практического любого вида бизнеса, является ООО.

Стандартные действия при самостоятельной регистрации включают следующее:

1. Создание названия фирмы и выбор ее месторасположения.

2. Определение основных моментов, связанных с числом лиц, которые будут выступать в качестве учредителей, размером Уставного капитала.
3. Выбор подходящего вида деятельности и способа налогообложения.
4. Подготовка бумаг, в соответствии со всеми требованиями и правилами.
5. Подача готового пакета документов в орган, занимающийся регистрацией организаций.

Таким образом, придерживаясь первоначальных правил, можно достаточно легко понять, как самому зарегистрировать ООО. Многие решаются на создание собственного бизнеса, имея при этом официальное место работы.

Открытие ООО при наличии постоянного места работы не запрещено законом, главное, чтобы занимаемая должность или профессия не попадали в список тех должностей, которыми нельзя заниматься одновременно с осуществлением предпринимательской деятельности. В основном процедура регистрации будет общей. При этом необходимо понимать, что такой способ хоть и является менее затратным в плане денег, но при этом может занимать достаточно большое количество времени у тех, кто сталкивается с процедурой регистрации впервые.

Все бумаги, для регистрации бизнеса, стандартно подаются в налоговый орган. В настоящее время, во многих субъектах страны открылись специальные многофункциональные центры (МФЦ), принимающие необходимые документы и напрямую работающие с налоговой инспекцией. Размер пакета документов будет зависеть от числа лиц, которые будут являться участниками общества. Если один учредитель, то собираются следующие бумаги: Решение. Грамотно составленный Устав. Заявление по форме налоговой. Квиток об оплате пошлины.

Регистрация ООО с двумя учредителями требует следующих документов: Устав. Заявление. Подтверждение оплаты пошлины. Протокол и договор о создании. Копии паспортов участников. Если потребуется подтверждение юридического адреса, то в налоговой могут затребовать гарантийное письмо, арендный договор или иной документ, подтверждающий право владения помещением.

В целом процедура регистрации ООО состоит из следующих этапов:

Выбор наименования. Название ООО должно звучать на национальном языке РФ, при этом, законом не запрещается использование иностранных названий, как дополнительных. Например, в Уставе прописывается сокращенное и полное название, которое звучит как на русском, так и иностранном языке. Ограничение закон накладывает на определенные слова, которые не могут использоваться в названии. Например, это такие слова, как Россия, РФ, Москва, названия ведомств и пр.

Выбор вида деятельности. Создание любой организации подразумевает ведение деятельности, которая должна быть также зарегистрирована в налоговом органе. Виды деятельности занесены в специальный классификатор – ОКВЭД. По желанию может быть выбрано несколько кодов, но один из них будет основным, по нему компания должна вести не меньше 50 % от всего рабочего процесса. Уставной капитал. Уставной капитал, который по закону уже много лет остается равным 10 000 рублей, требуется внести в течение четырех месяцев, с момента получения свидетельств о регистрации. Определение юридического адреса. В качестве такого может использоваться арендованное помещение или находящееся в собственности, домашний или покупной адрес (например, его можно арендовать в специализированной компании). Чаще всего происходит регистрация ООО на домашний адрес учредителя. Прямого запрета на использование такого адреса в законе нет, но бывают случаи, когда заявители при регистрации получают отказы в налоговой службе.

Подготовка Устава. Данный документ является одним из главных, именно он регулирует всю деятельность ООО. Все условия Устава должны соответствовать положениям законов. В настоящее время вводится возможность использования типового Устава, если фирма выберет его, то предоставлять в налоговый орган такой Устав не придется, просто в документах указывается, что в качестве устава используется типовая форма.

Оплата государственной пошлины. Ее размер составляет 4 000 рублей и оплачивается пошлина по реквизитам. Получить такие реквизиты для оплаты можно в самой инспекции или

скачать с ее официального сайта. Оплата производится через любое отделение банка или терминалы, которые довольно часто стоят в самой налоговой.

Каждый шаг требует внимания и точных знаний, так как если неверно будут составлены документы, или что-то будет упущено, налоговый орган откажет в регистрации.

Документы для открытия ООО. В качестве необходимых документов выступают: Налоговая форма Р11001. Все подготовленные внутренние документы. Протокол и договор о создании. Квиток об оплате государственной пошлины. Указание на выбор систем налогообложения. Документы, подтверждающие наличие адреса для регистрации по нему фирмы. Если документы подаются учредителем лично, то заверять налоговую форму у нотариуса не нужно, главное, при себе иметь паспорт. Если все делается через доверенное лицо, то заверять подпись на документах необходимо в нотариальной конторе.

При подготовке формы Р11001, заполняются только необходимые листы. Пустые листы не прикладываются и не сшиваются. Подается заявление и все требуемые документы по местонахождению создаваемой организации в территориальный налоговый орган. Приняв документы, регистратор вернет заявителю расписку, в которой будет содержаться указание на дату, когда необходимо прийти за регистрационными бумагами. К основным требованиям по заполнению заявления относятся: Все вносимые сведения об участниках ООО должны соответствовать личным данным, прописанным в их паспортах. В некоторых полях для заполнения формы, допускается сокращать слова. Например, такие как улица, проспект и пр. Вносить коды видов деятельности следует в виде четырех цифр. Если учредителями являются несколько лиц, то на каждого заполняется отдельный лист «Н». Если, создавая ООО, принимается решение работать по УСН, то сведения о таком решении подаются в отдельном заявлении, не позднее месяца, с момента регистрации. Если указанный период будет упущен, то регистрационный орган автоматически поставит работу общества на ОСН. Перейти на УСН можно будет только в новом налоговом периоде.

Регистрация через Госуслуги и МФЦ. Провести регистрацию фирмы можно и онлайн путем, через портал Госуслуг. Для этого потребуется пройти авторизацию и получить специальный ключ для входа. Процедура представляет собой следующее: В разделе «услуги» необходимо выбрать подходящее отделение налоговой службы. Заполняются все необходимые данные о создаваемой фирме. Все документы загружаются в виде сканов. Можно выбрать подходящий способ подачи документов. Для работы на портале обязательно наличие личного кабинета и действующего авторизованного аккаунта. Подача бумаг через МФЦ мало чем отличается от стандартного обращения в налоговый орган. Все предоставленные документы для регистрации в любом случае будут передаваться для дальнейшей проверки в налоговую. Специалист МФЦ выдаст заявителю документ, подтверждающий получение бумаг. В ней же будет указана информация о том, когда можно получить все бумаги о регистрации. Общий срок регистрации организации составляет три рабочих дня. Такой срок может увеличиться в случае обращения и подачи бумаг в МФЦ. Если все документы будут поданы в соответствии с требованиями и регистрация пройдет успешно, заявитель сможет получить свидетельства о регистрации и о постановке на учет. Все полученные документы обязательно проверяются на наличие ошибок и опечаток.

Получение регистрационных документов в соответствующем органе не означает, что процедура создания ООО закончилась. Учредителям потребуется совершить следующий ряд действий: Заказать печать. Получить выписку с кодами статистики. Провести процедуру по открытию расчетного счета и внесения на него УК. Счет может быть открыт в любом банковском учреждении, по выбору учредителей. При отдельных видах деятельности получить лицензию. Изготовить фирменные бланки. Еще одной необходимой процедурой является постановка на учет в пенсионном фонде и фонде социального страхования. По правилам, уведомлять фонды должна налоговая инспекция, но если этого не произошло, всю процедуру необходимо провести самостоятельно. Стоимость создания ООО Создание любого бизнеса, независимо от его правовой формы, требует вложения денежных средств.

Наименее затратным способом является самостоятельная регистрация организации. Затратами при создании ООО в таком случае будут являться: Уплата государственного налога за регистрацию в размере 4 000 рублей. Обращение за услугами к нотариусу – от 600 до 1 000 рублей. Заказ изготовления печати – около 1 000 рублей. Накладные расходы, например, проезд, ксерокопии, бумага – до 500 рублей. Таким образом, средняя стоимость самостоятельной регистрации ООО составляет около 6 000 рублей. Определить точную сумму невозможно, так как создание каждой организации является индивидуальным случаем. Если создание ООО будет доверено специализированным компаниям, предоставляющим услуги в данной сфере, то в плане расходов это может обойтись в ценовом диапазоне от 10 до 20 тысяч рублей. Такой подход существенно экономит время, но потребует дополнительных затрат.

Стоит отметить, что не только открытие ООО требует денежных вложений, но и его закрытие. Так, для проведения процедуры по закрытию организации, потребуется как минимум 10 – 15 тысяч рублей, и это без привлечения специализированных компаний, которые могут запросить за свои услуги от 20 до 40 тысяч рублей. Как вариант, готовый бизнес можно продать или сдать в аренду.

Выбор системы налогообложения является очень важным моментом. С этим желательно определиться до того, как физическое лицо будет обращаться с основным пакетом документов в Налоговую инспекцию, чтобы не отправлять повторных уведомлений.

В настоящее время существует несколько основных систем, которые определяют выплату налогов ИП:

Упрощенная – самая простая и удобная для малого бизнеса, так как заменяет три налога. Можно выбрать варианты «доходы» или «доходы минус расходы», которые имеют разные процентные ставки.

Налог на вмененный доход – еще один удобный вариант, который предполагает выплату фиксированной суммы, которую определяет государство исходя из планируемой доходности в различных сферах деятельности.

Общая – наиболее сложная и дорогая система, на которую автоматически переходят все предприниматели, не подавшие в установленный законом срок уведомление о переходе на другие налоговые режимы.

Патентная – также предполагает выплату фиксированного налога, исходя из сферы, в которой работает ИП.

Сельскохозяйственный налог – подходит для тех предпринимателей, доход которых от сельского хозяйства превышает семьдесят процентов от общей прибыли.

Государством установлены определенные сроки на переход в более выгодные системы, поэтому с их выбором стоит определиться заранее, чтобы в перспективе не пришлось определенный период времени работать на системе общего налогообложения.

Вопросы для обсуждения

1. Организационно-правовые основы социального предпринимательства.
2. Организационно-правовые основы некоммерческой деятельности
3. Экономические предпосылки создания социально-ориентированных предприятий.
4. Правовые основы создания социально-ориентированного предприятия.
5. Правовые основы создания некоммерческих предприятий.
6. Организационно-правовые формы социального предпринимательства.
7. Процедура регистрации социально-ориентированного предприятия в форме юридического лица
8. Процедура регистрации некоммерческой организации.
9. Процедура регистрации индивидуального предпринимателя.
10. Процедура регистрации СОНКО.
11. Порядок лицензирования отдельных видов деятельности.
12. Выбор средств и видов поиска и представления экономической информации.
13. Юридическая ответственность социального предпринимателя.

14. Виды проверок, контролирующие органы.

Задания

1. Определите организационно-правовую форму будущего проекта. Выбор обоснуйте.

Литература: 1,2,3,4,5

Практическое занятие 3. Менеджмент в социальном предпринимательстве. Факторы внутренней и внешней среды предприятия

Цели: расширить и закрепить знания по вопросам организации менеджмента социально-ориентированного и некоммерческого предприятия.

Задачи: рассмотреть процесс формирования системы менеджмента на малом предприятии, выбора организационной структуры управления, планирование деятельности социального предпринимателя, формирования системы социально-трудовых отношений на предприятии.

Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы практического занятия, формируемые компетенции или их части: в процессе изучения дисциплины студенты должны: понимать сущность менеджмента в деятельности социально-ориентированного предприятия.

В процессе изучения данной темы формируются следующие компетенции: УК-

2.

Актуальность темы. Изучение особенностей менеджмента в социальном предпринимательстве и некоммерческом секторе является неотъемлемой частью всей системы организации деятельности социально-ориентированных предприятий. Именно от организации деятельности социально-ориентированного предприятия зависит его успешность. **Теоретическая часть**

Менеджмент предприятия непосредственно соотносится с формами организации хозяйственной деятельности, размерами фирмы, особенностями сферы бизнеса. Чаще всего в малых и в части средних предприятий управления основным выполняет владелец, то в корпорациях его осуществляет менеджер-профессионал.

Для обеспечения дееспособности системы управления нужно выбрать в соответствии с масштабами и специфики деятельности фирмы организационную структуру управления. Именно она приводит согласованность действий управленцев, разграничивает их права и обязанности, определяет ответственность за принятые решения.

Отдельные группы управленцев могут нести ответственность за определенные направления деятельности. В рамках этих групп личный успех определяется умением работать на стыке различных функциональных процессов, со специалистами разных профилей. Это означает, что предпринимательское управление должно межфункциональная характер.

Как общемировое явление менеджмент объединяет общие черты с региональными и национальными особенностями. Согласно таким разделением различают три основных модели: американскую, западноевропейскую и японскую. Определим характерные черты каждой из этих моделей.

Американская - направлена на личный успех в достижении результатов предпринимательской деятельности, подвержена риску, практицизма.

Западноевропейская - ценится умение использовать институциональные основы построения системы управления, индивидуализм, ограниченный определенными структурными звеньями.

Японский - опирается на индивидуальный успех, основанный на коллективных усилиях, постоянных нововведениях.

Следует обратить внимание на различие менеджера и предпринимателя. Если предприниматель берет на себя риск, связанный с организацией нового дела или разработкой новой идеи, технологии, продукции или нового вида услуг, то менеджер прежде всего решает,

будет ли достигнут запланированный результат. Он определяет, что необходимо для достижения успеха, путь является наиболее оптимальным для реализации предпринимательской идеи.

Искусство управления в предпринимательстве находит свое проявление в творческом отношении к делу, способности менеджера к анализу, оценке, принятию эффективных решений. Умение достигать поставленных целей зависит от знаний конкретных форм воздействия руководителя на объект управления.

Таким образом, менеджмент в социальном предпринимательстве имеет сложный, многоплановый характер, связанный с выполнением отдельными менеджерами определенных обязанностей по управлению. Эти определенные сферы и направления сосредоточения усилий менеджеров на выполнении поставленной цели или предотвращении определенной непредсказуемой ситуации называются функции управления.

фирм. Она может быть построена по вертикальному или горизонтальному принципу. В отдельных случаях встречается одновременное использование обоих принципов организации структуры управления. Так, в крупных компаниях используют вертикальный принцип построения организационной структуры. Такая структура управления предусматривает выделение уровней управления, на каждом из которых управленцы имеют определенные полномочия.

Высший уровень управления TOP - решает вопросы стратегического менеджмента - управление финансами, выбора рынков сбыта, развития предприятия.

Средний уровень управления MIDDLE - решает вопросы оперативного (текущего) управления в соответствии с функциями менеджмента.

Нижний уровень управления LOWER - менеджеры находятся в непосредственном контакте с работниками-исполнителями, решают конкретные вопросы.

Более высокий уровень управления разрабатывает долгосрочные планы, формулирует задачи для среднего уровня. Значительное место в институциональном уровне управления занимает адаптация фирмы к изменениям рыночной среды, управление отношениями между предприятием и внешней средой. Высшее руководящее звено может быть представлена президентом, генеральным директором, другими членами правления.

Руководители среднего звена координируют и контролируют работу младших управленцев. Они определяют проблемы производственного, организационного, финансового характера, разрабатывают творческие предложения, готовят информацию для управленческих решений, принимаемых менеджерами высшего звена. Это - руководители отдельных подразделений, служб, отделов предприятия.

Нижний уровень управления подчинен среднему. К управленцам нижнего уровня относятся производственные мастера, бригадиры, руководители групп. Это узкоспециализированные профессиональные менеджеры, которые выполняют четко регламентированные обязанности по производству, сбыту, маркетингу, управлению материальным снабжением и тому подобное. Они ответственны за рациональное использование выделенных им материальных ресурсов, рабочих, оборудования.

Такое построение организационной структуры обеспечивает четкость управления, использует преимущества узкой, углубленной специализации менеджеров. Однако в то же время она затрудняет определение вклада каждого менеджера в общий результат предпринимательства, его ответственности за принятые решения.

На малых и средних предприятиях управления имеет несколько иную организационную структуру. Менеджеры таких компаний в большей степени сталкиваются с проблемами нестабильной внешней среды, с непредсказуемыми результатами деятельности. Поэтому в малом и среднем бизнесе допускается выполнение менеджерами одновременно нескольких функций управления, взаимозаменяемость отдельных руководителей.

Построение организационной структуры управления в этой группе предприятий зависит от организационно-правовой формы предпринимательской деятельности, отношений между собственниками и управленцами. В этих условиях от предпринимательских способностей менеджеров, их умение работать как одна слаженная команда зависит эффективность управления.

Поэтому организационная структура управления в малом и среднем предпринимательстве строится по горизонтальному принципу.

Характерной чертой горизонтальной структуры управления является сосредоточение усилий всех без исключения менеджеров на решении конкретной задачи, на успеху фирмы как единой системы. Это означает, что в малом и среднем предпринимательстве может не существовать строгого разграничения между управленцами по уровню их полномочий и ответственности. Лишь несколько менеджеров высшего звена имеют в распоряжении финансовые и трудовые ресурсы. Другие работают совместно над решением кардинальных вопросов. Благодаря этому становится возможным достижение таких преимуществ:

- ~ снижение затрат на управление;
- ~ сокращение производственного цикла;
- ~ повышение степени реагирования на требования потребителей и рыночные потребности.

Вопросы для обсуждения

1. Организация менеджмента в деятельности социально-ориентированных и некоммерческих предприятий.
2. Лидерство и власть, стили управления в социально-ориентированных и некоммерческих предприятиях.
3. Процесс принятия управленческих решений в деятельности социальноориентированных и некоммерческих предприятий.
4. Особенности управления персоналом в деятельности социальноориентированных и некоммерческих предприятий.
5. Оценка эффективности управления деятельностью социально-ориентированного и некоммерческого предприятия.
6. Формирование системы менеджмента на малом предприятии
7. Планирование деятельности социального предпринимателя.
8. Формирование системы социально-трудовых отношений на предприятии.
9. Выбор организационной структуры управления.
10. Планирование деятельности социального предпринимателя.
11. Формирование системы социально-трудовых отношений на предприятии.
12. Организационно-управленческие решения в социальном предпринимательстве

Задания

1. Составить организационную структуру социального или некоммерческого предприятия, определить цели и задачи всех подразделений организации.

Литература: 1,2,3,4,5,6

Практическое занятие 4. Организация работы маркетинговых служб, использование инструментов маркетинга в продвижении продукции социально-ориентированных предприятий и некоммерческих организаций

Цели: расширить и закрепить знания по вопросам использования инструментов маркетинга в продвижении продукции социально-ориентированных и некоммерческих предприятий.

Задачи: рассмотреть комплекс маркетинга, особенности традиционного и партизанского маркетинга.

Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы практического занятия, формируемые компетенции или их части: в процессе изучения дисциплины студенты должны: сущность маркетинга-микс, товара и товарной политики в

социальном предпринимательстве, цены и ценовой политики в социальном предпринимательстве, политики товародвижения в социальном предпринимательстве, системы ФОССТИС в социальном предпринимательстве, партизанского маркетинга

В процессе изучения данной темы формируются следующие компетенции: УК-

2.

Актуальность темы. Место и роль маркетинга в социальном предпринимательстве и некоммерческом секторе определяется возможностью использования факторов внешней среды и внутренних возможностей для повышения эффективности деятельности социально-ориентированного предприятия.

Теоретическая часть

Социальное предпринимательство - это относительно недавно возникший сектор экономики. Социальное предпринимательство может содержать в себе прибыль и не прибыль направления, в любом случае оно развивается по своим законам. Это новая идеология, созданная в первую очередь не ради выгоды, в которой деньги - не цель, а средство достижения цели. Сегодняшний бизнесмен вкладывает деньги во все, что рентабельно, социальный предприниматель руководим социальной идеей, но вместе с тем, назвать предпринимательством то, что не приносит прибыль - сложно. Поэтому остро встает вопрос маркетинга. Несмотря на особый целевой сегмент потребителя конечного продукта, у такого типа предпринимателя остро встает вопрос маркетинга.

Маркетинг в социальном предпринимательстве должен иметь своей целью не просто анализ рынка, внутренней и внешней среды бизнеса. Он должен дать возможность быстро масштабироваться. Социальный и экономический эффект должны быть измерены, тенденция роста спрогнозирована. Следует отметить, что важен не сам факт удачного стартапа, а живучесть проекта социального предпринимателя, в виду чего первостепенной становится не уникальность идеи, а возможность её масштабирования в региональном срезе. Чтобы культивировать социальное предпринимательство, необходимо найти целевую аудиторию и разграничить для неё категории «социальный работник», «предприниматель», «социальный предприниматель». Для того чтобы идея заработала целесообразен стартовый капитал, привлеченные средства (оптимально в натуральном выражении с последующей трансформацией в денежный эквивалент), организационно-правовая форма (преимущественно в виде общества с ограниченной ответственностью), четкое видение конечного продукта и целевая аудитория. Маркетинг в социальном предпринимательстве сложен, поскольку он призван сочетать продвижение социальной идеи, которая в будущем все-таки должна стать окупаемой, иначе потеряется эффект бизнеса. Поэтому важно оценить емкость рынка, размер рынка, прогноз развития рынка и особое внимание уделить планированию в непростых кризисных макроэкономических условиях.

Для обеспечения эффективности проводимых маркетинговых мероприятий необходима разработка маркетинговой стратегии. На потребительских рынках разработка и реализация стратегии маркетинга требует от любой компании гибкости, способности понимать и приспосабливаться, а так же, в отдельных случаях влиять на действия рыночных механизмов при помощи специальных маркетинговых методов.

В стратегии классического маркетинга выделяют следующие этапы:

- отражают долгосрочные планы компании на потребительских рынках;
- проводят детальный анализ структуры рассматриваемых рынков;
- прогнозируют тенденции развития рынка;
- описывают принципы ценообразования и конкурентные преимущества;
- выбирают и обосновывают эффективное позиционирование компании на рынке.

Вопросы для обсуждения

1. Понятие и сущность, комплекс маркетинга социально-ориентированных и некоммерческих предприятий.

2. Жизненный цикл товаров.

3. Товарная, ценовая, сбытовая политика и политика товародвижения социальноориентированных и некоммерческих предприятий.

4. Особенности продвижения продукции социально-ориентированных и некоммерческих предприятий.
5. Партизанский маркетинг – как технология продвижения продукции социальноориентированных и некоммерческих предприятий.
6. Политика товародвижения в социальном предпринимательстве.
7. Система ФОССТИС в социальном предпринимательстве.
8. Принятие управленческих решений в области маркетинговой деятельности социально-ориентированных предприятий

Задания

1. Определить товар (услугу) социально-ориентированного или некоммерческого предприятия, определить запросы целевой аудитории, сформулировать ценность для клиента.
2. Определить инструменты продвижения продукции (услуг) социальноориентированного предприятия.
3. Определить наиболее эффективные рекламные инструменты продукции (услуг) социально-ориентированного предприятия.
4. Определить специфику партизанского маркетинга, составить таблицу его особенностей

Литература: 1,2,3,4,5,6.

Практическое занятие 5. Экономика социально-ориентированного предприятия и некоммерческой организации. Учет и налогообложение деятельности социальноориентированного и некоммерческого предприятия. Источники финансирования социального предпринимательства и некоммерческой деятельности

Цель – анализ показателей эффективности социально-ориентированного предприятия, режимов налогообложения и источников финансирования социальных предпринимателей и некоммерческих организаций.

Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы практического занятия, формируемые компетенции или их части:

В процессе изучения дисциплины студенты должны: знать показатели эффективности использования трудовых ресурсов социально-ориентированного предприятия, показатели эффективности использования основных средств социально-ориентированного предприятия, показатели эффективности использования оборотных активов социальноориентированного и некоммерческого предприятия, финансовые показатели результатов деятельности социально-ориентированного и некоммерческого предприятия, принятие управленческих решений в области экономической деятельности особенности управления финансами социального предпринимателя и некоммерческой организации.

В процессе изучения данной темы формируются следующие компетенции: УК-

2.

Актуальность темы. Грамотно проведенный анализ финансовых показателей деятельности социально-ориентированных и некоммерческих предприятий способствует более качественному планированию дальнейшей его деятельности. Источники финансирования социально-ориентированных предприятий гораздо более обширны, чем у обычного коммерческого предприятия, исходя из этого, и управление финансами социальноориентированных предприятий имеет определенные особенности.

Теоретическая часть

Любая деятельность имеет определенный результат, который человек всегда стремиться оценить. С развитием производства, а особенно его промышленного масштаба, эта оценка, стремление «получать больше взамен на меньшее или, по крайней мере, столько же» спровоцировала появление концепции эффективности производства - как отдельной серьезной составляющей изучения экономики организации.

Нужно различать понятия «эффект» и «эффективность».

Эффект - абсолютный показатель результата какого-либо действия или деятельности. Он может быть как положительным, так и отрицательным.

Эффективность - относительный показатель результативности и может быть только положительной величиной.

Эффективность производства представляет собой комплексное отражение конечных результатов использования всех ресурсов производства за определенный промежуток времени. Оценка экономической эффективности производится путем сопоставления результатов производства с затратами.

Эффективность деятельности предприятия выражается в достигнутых финансовых результатах. Для оценки эффективности производства будут использоваться следующие показатели:

1) Выручка от реализации продукции характеризует завершение производственного цикла предприятия: $V = Ц * Q$

где Ц - цена единицы продукции; Q - Годовой выпуск продукции.

2) Чистая прибыль характеризует экономический результат в абсолютных значениях и способность предприятия наращивать собственный капитал: $ЧП = БП - Нпр$ где БП - балансовая прибыль (прибыль от реализации продукции); Нпр - налог на прибыль предприятия - 20% .

3) Общая рентабельность характеризует величину балансовой прибыли на 1 рубль основных и оборотных средств: $Р_{общ} = БП / (Фосн + Фоб) * 100\%$ где БП - балансовая прибыль; Фосн - стоимость основных средств; Фоб - стоимость оборотных средств.

4) Расчетная рентабельность характеризует величину чистой прибыли на 1 рубль основных и оборотных средств: $Р_{расч} = ЧП / (Фосн + Фоб) * 100\%$ где ЧП - чистая прибыль; Фосн - стоимость основных средств; Фоб - стоимость оборотных средств.

5) Рентабельность продаж характеризует величину прибыли от продажи продукции на 1 рубль выручки $Р_{пр} = Пр / V * 100\%$ где Пр - прибыль от продаж; V - выручка.

6) Фондоотдача показывает, сколько продукции в стоимостном выражении произведено в данном периоде на 1 рубль стоимости основных производственных фондов: $Фо = ВП / Фср.г.$ где ВП - объем выпуска продукции; Фср.г. - среднегодовая стоимость основных производственных фондов.

7) Фондоемкость характеризует стоимость основных средств производственных фондов, приходящихся на 1 рубль произведенной продукции: $Фе = Фср.г. / ВП$

8) Фондовооруженность показывает, сколько основных средств приходится на одного работника: $Фв = Фср.г. / Ч$ где Ч - среднесписочная численность работающих.

9) Коэффициент оборачиваемости оборотных средств характеризует объем реализованной продукции на 1 рубль, вложенный в оборотные средства: $Коб = РП / Фоб$ где РП - объем выручки от реализации продукции; Фоб - сумма оборотных средств.

10) Продолжительность одного оборота характеризует число дней, за которое оборотные средства проходят все стадии кругооборота: $T = 366 / Коб$

11). Выработка (среднегодовая) характеризует количество продукции, произведенной в единицу рабочего времени: $Вср.г. = ВП / Ч$ где ВП - объем произведенной продукции; Ч - среднесписочная численность рабочих.

12). Трудоемкость характеризует затраты рабочего времени на единицу произведенной продукции $t = (Ч * Тэф) / ВП$ где Ч - численность рабочих; Тэф - эффективный фонд времени.

13). Уровень затрат на 1 рубль продукции показывает себестоимость одного рубля обезличенной продукции: $УЗ = С / РП$ где УЗ - уровень затрат; С - себестоимость; РП - объем выручки от реализации продукции.

Эффективность деятельности предприятия находит конкретное количественное выражение во взаимосвязанной системе показателей, характеризующих эффективность использования основных элементов производственного процесса. Система показателей

экономической эффективности деятельности предприятия должна соответствовать следующим принципам:

~ обеспечивать взаимосвязь критерия и системы конкретных показателей эффективности производства;

~ определять уровень эффективности использования всех видов, применяемых в производстве ресурсов;

~ обеспечивать измерение эффективности производства на разных уровнях управления;

~ стимулировать мобилизацию внутрипроизводственных резервов повышения эффективности производства.

Показатели эффективности производства

Показатель	Формула
Общая рентабельность %	чистая прибыль : активы x 100%
Расчетная рентабельность %	прибыль от продаж : себестоимость x 100%
Рентабельность продаж %	прибыль от продаж : выручка x 100 %
Фондоотдача руб./руб	выручка : основные фонды
Фондоемкость руб./руб.	основные фонды : выручка
Рентабельность основных фондов, %	чистая прибыль : основные фонды
Фондоемкость единицы продукции руб./ед.	основные фонды : объем производства продукции в единицах
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	выручка : оборотные средства
Продолжительность одного оборота оборотных средств	366 дней : коэффициент оборачиваемости
Рентабельность оборотных средств %	чистая прибыль : оборотные средства
Материалоемкость единицы продукции руб./ед.	затраты сырья и материалов : объем производства продукции в единицах
Производительность труда тыс.руб./чел.	выручка : среднесписочная численность персонала
Трудоемкость чел.час./ед.	общий фонд рабочего времени : объем производства продукции в единицах
Зарплатоемкость продукции Руб./ед.	совокупный фонд оплаты труда : объем производства продукции в единицах
Уровень затрат на 1 рубль товарной продукции рублей	затраты : выручка

В современном обществе роль некоммерческих организаций, которые занимаются предоставлением социально значимых для населения услуг постоянно возрастает. Обусловлено это тем, что государство, обладая огромными человеческими, финансовыми и политическими ресурсами, не всегда имеет возможность сбалансированно распределять их в рамках предоставления социальных услуг. Такие обязательства могут брать на себя социально ориентированные некоммерческие организации.

Федеральный закон от 12.01.1996 №7-ФЗ «О некоммерческих организациях» даёт полноценное определение данного термина. Под некоммерческой организацией признаётся организация, которая не занимается извлечением прибыли в качестве основной цели своей деятельности и не может распространять эту прибыль между всеми участниками. [1] Важно отметить тот факт, что некоммерческие организации (далее НКО) формируется во многом для того чтобы оказывать населению «социальные услуги». Тем самым они вносят огромный вклад

в решение многих экологических проблем, занимаются защитой гражданских прав и свобод, проводят мероприятия по помощи малоимущим и инвалидам. На основании этого можно сказать, что вносится весомый вклад в развитие гражданского общества в Российской Федерации.

На законодательном уровне особенностью социально ориентированных НКО является то, что не все они будут согласно законодательству таковыми. В пункте 2.1 статьи 3 №7-ФЗ ключевым, на наш взгляд, критерием отнесения НКО к социально ориентированным будет направленность деятельности на решение многих социальных проблем, развития гражданского общества в РФ. Присутствие статуса социально ориентированной организации позволяет каждой из некоммерческих организаций заниматься получением льгот, и в частности льготирования по уплате налогов. В некоторых случаях будет учитываться это как и проведение специальной поддержки со стороны органов государственного управления. Об этом указывается в пункте 3 статьи 31.1 Закона №7-ФЗ.

Важно отметить то, что для качественной работы и выполнения всех своих целей, НКО должна обладать стабильной финансовой основой. Основным гарантом и стимулом для проведения деятельности таких организаций будет получение финансовой поддержки в форме грантов от государства или пожертвований со стороны неравнодушных граждан. При этом, проведя анализ нормативной базы было установлено, что понятие «грант» вообще отсутствует в Российском законодательстве. Для того чтобы иметь представление о том, что из себя представляет это определение, условимся, что грант – это безвозмездная субсидия, которая предоставляется некоммерческим организациям. Законодатель кроме этого наделяет некоммерческие организации правом проводить соответствующую деятельность тогда, когда это прописано в уставе и служит механизмом достижения целей. Изначально формируется представление о том, что грант вообще не может и не должен облагаться налогом на прибыль организаций. Но, в рассматриваемом случае, законодатель занимается постепенным уменьшением перечня социально значимых видов деятельности, на которые получают средства, не включённые в рамки налоговой базы.

В отражённом выше тезисе имеется несколько ключевых проблемы и сложностей. Так, если НКО получает грант для того чтобы полностью реализовать проект по социальной поддержке ветеранов и вдов ветеранов Великой отечественной войны, то данные средства должны включаться в налоговую базу. Кроме этого, на основании анализа статьи 252 НК РФ нужно отметить, что получаемый доход для вычисления налогооблагаемой базы будет понижаться на размер экономически обоснованных расходов, связанных с получением. Но с практической стороны это приводит к тому, что органы будут трактовать получение гранта или благотворительную поддержку в лице пожертвования. Всё это приводит к тому, что затраты, связанные с оформлением заявки на получение гранта и написанием проекта не могут относить к экономически обоснованным расходам. При этом уменьшение налогооблагаемой базы не будет происходить вовсе. На основании этого можно сделать вывод о том, что грант не может быть включён в налоговую базу налога на прибыль, и кроме этого, никакой вычет по рассматриваемому налогу не предусматривается.

Не решённым остаётся вопрос о том, как и где нужно заниматься размещением средств и пожертвований на депозитных счетах в банке. Имеется позиция о том, что данное применение средств полностью входит в противоречие с деятельностью, прописанной в уставе и включающейся в состав налогооблагаемой базы. Но есть и несколько иное мнение на счёт данной проблемы – в соответствии с ним если проценты по размещённым на депозитах целевым поступлениям или благотворительным взносам будут расходоваться для того чтобы выполнять все уставные цели, то данное пассивное размещение свободных средств будет признаваться целевым и в состав налогооблагаемой базы не включается.

Коммерческие организации чаще всего используют собственные или заемные средства для финансирования своей деятельности. Однако и для них в системе социального предпринимательства предусмотрены новые формы и источники финансирования.

Некоммерческие же организации в России, пройдя за 20 лет стадию первичного становления, пока все же не сформировали полноправный третий сектор российской экономики.

Можно выделить несколько основных факторов, которыми объясняется незрелость этого сектора в нашей стране:

- 1) пожертвования еще не стали неотъемлемой частью жизни российского общества и не являются привычным явлением ни для граждан, ни для бизнеса;
- 2) законодательство не поощряет налоговыми льготами коммерческую деятельность некоммерческих организаций, осуществляемую в целях выполнения миссии организации;
- 3) не являясь заметной частью экономики, НКО не стали влиятельным участником диалога с властью по вопросам законодательного и административного регулирования их деятельности;
- 4) российские НКО не привыкли рассматривать и анализировать свою деятельность с экономической точки зрения, то есть не как организаций, выполняющих социальную миссию, но как организаций, имеющих доходы и расходы, оценивая каждую свою программу с точки зрения экономической эффективности и возможной базы финансирования.

Российские НКО с разной степенью успешности используют следующие инструменты для привлечения финансирования:

- 1) традиционный, в том числе интернет-фандрайзинг;
- 2) проектный фандрайзинг, или целевое финансирование программ донорами, определяющими основные цели и параметры программ и контролирующими их реализацию;
- 3) государственные гранты;
- 4) коммерческая деятельность, соответствующая уставным целям НКО, в том числе осуществляемая дочерними хозяйственными обществами;
- 5) эндаумент (целевой капитал) – целевой фонд финансирования организации, создаваемый, как правило, за счет разовых частных и бизнес-пожертвований; 6) коммерческие займы.

Оценивая трудности применения вышеперечисленных инструментов, прежде всего следует упомянуть замкнутый круг взаимного влияния постоянной нехватки финансирования и невозможности привлечения высококвалифицированных кадров для управленческого и экономического штата российских НКО.

В России пока очень слабо представлен интернет-фандрайзинг, который при сборе пожертвований физических лиц является одним из самых мощных инструментов, поскольку позволяет представителям среднего класса, не тратя лишнего времени и не отрываясь от работы, пожертвовать деньги на цели, которые они считают важными.

Государственные гранты являются стабильным источником финансирования, но они не должны и не могут быть единственным источником доходной части бюджета НКО.

Коммерческая деятельность в рамках выполнения миссии организации, в том числе с помощью дочерних коммерческих организаций, – инструмент, который абсолютно недостаточно используется российскими НКО. А причина та же – недостаточная бизнесквалификация представителей российских НКО. Этот инструмент дает возможность некоммерческим организациям учреждать и дочерние социальные предприятия, связанные с основной миссией НКО. Такая практика, в частности, очень распространена в США и Великобритании.

Проектный фандрайзинг для зарубежных некоммерческих организаций является основным источником финансирования. Но НКО, вступая в конкуренцию за средства доноров, должны представить им четкое описание программы, бюджета, доказать свою способность вести постоянный прозрачный учет расходов по проекту и предложить показатели оценки собственной эффективности при осуществлении данной программы. Многие российские НКО, к сожалению, пока к этому не готовы.

Эндаументы как инструмент финансирования деятельности некоммерческих организаций интересны с точки зрения возможности покрытия непроектных расходов, но применяются они в России все еще редко (в основном для финансирования вузов), и позитивной юридической и налоговой практики применения данного инструмента пока явно недостаточно.

Некоммерческие организации, социальные предприятия, коммерческие организации – каждый из этих видов экономической и социальной активности полезен обществу и не может

быть исключен из его жизни без потерь. Некоммерческие организации незаменимы, когда речь идет о срочной помощи при природных или гуманитарных катастрофах, сборе средств, необходимых для срочной медицинской помощи, для реализации волонтерских проектов.

Коммерческие предприятия – основа любой современной экономики. Они выполняют не только экономическую, но и социальную миссию, создавая рабочие места, формируя конкурентную среду, стимулируя инновации.

Социальные предприятия также появились не случайно, и рост их числа является ответом на накопленные обществом трудноразрешимые социальные проблемы. В рамках решения этих проблем предприниматели получают возможность создавать необходимые людям товары и услуги, повышать уровень их жизни.

Государство показывает свою заинтересованность в развитии третьего сектора, постепенно наращивая объем выделяемых грантов, расширяя и уточняя законодательство, касающееся социально ориентированных НКО (СО НКО). Оценить же плюсы своей работы российские НКО могут, не только четко отслеживая ее результаты и получая моральное удовлетворение от той деятельности, ради которой они пренебрегли другими сферами, но и становясь с каждым годом все более влиятельной общественной силой и пользуясь ее преимуществами. НКО способны найти наиболее эффективную стратегию взаимодействия с государством, рассматривая его в качестве одного из бизнес-партнеров: в конечном итоге государственным структурам, предоставляющим гранты, нужна такая же четкость финансовых проектных показателей, а также показателей эффективности реализации программы, как и негосударственным донорам.

Почему не стоит спешить с тем, чтобы закрыть НКО и открыть вместо нее коммерческую организацию с тем же названием?

Руководителям НКО нужно четко отдавать себе отчет в собственных целях и задачах: НКО создаются с целью реализации конкретной социальной миссии. Большая часть организационно-правовых форм, в которых могут действовать НКО, дает им право на осуществление коммерческой деятельности, связанной с выполнением миссии организации. Ликвидация НКО и создание вместо нее коммерческой фирмы не позволит достичь социальной цели организации, ведь основная цель коммерческой организации – извлечение прибыли. Добиться одновременно и финансовой стабильности, и реализации социальной миссии некоммерческим организациям трудно, но возможно, основывая и развивая дочерние социальные и коммерческие предприятия, прибыль которых должна направляться на уставную деятельность НКО.

Для каких организаций такой шаг может быть оправданным?

Переход из некоммерческого сектора в коммерческий способны выдержать только организации, которые в рамках реализации своей социальной миссии могут предложить рынку инновационные товары и услуги по привлекательным ценам, организации, которые готовы к рыночной конкуренции, но не хотят отказываться от своей социальной миссии. Именно такие организации называются социальными предприятиями.

Что предпочтительнее: отдельное предпринимательское направление в рамках НКО или новая коммерческая организация?

Осуществление коммерческой деятельности возможно как в рамках выделенного направления в структуре НКО, так и в форме дочерней коммерческой организации. В первом случае, однако, необходимо обеспечить четкое разделение доходов, расходов и активов по видам деятельности во избежание налоговых претензий и для обеспечения достаточной прозрачности деятельности НКО.

Можно ли вообще говорить о некоммерческих организациях как о классе, или нужно отдельно говорить об НКО разных организационно-правовых форм? Всем ли НКО полезно заниматься социальным предпринимательством?

Об НКО можно и нужно говорить как о формирующемся третьем секторе экономики. НКО могут объединяться не только по принципу выбранной организационно-правовой формы, но и по направлениям решаемых социальных проблем, по регионам, добиваясь общих целей и решая общие проблемы.

Социальное предпринимательство как вид деятельности может стать важным и эффективным с финансовой точки зрения направлением деятельности для тех НКО, которые в соответствии с законодательством имеют право на осуществление предпринимательской деятельности, а также на учреждение коммерческих хозяйственных обществ.

Фонд «Наше будущее» оказывает поддержку начинающим социальным предприятиям, созданным в том числе в форме некоммерческих организаций, как в рамках Всероссийского конкурса проектов в сфере социального предпринимательства, так и через региональные центры консалтинга и аутсорсинга. Проекты, выбранные в рамках конкурса и отвечающие критериям социального предпринимательства, получают долгосрочные беспроцентные займы. Центры консалтинга и аутсорсинга помогают оформить идею в бизнес-концепцию, разработать бизнес-план, предлагают по доступным ценам юридический и бухгалтерский консалтинг и аутсорсинг.

Многие руководители НКО сомневаются, этично ли их организации заниматься предпринимательской деятельностью. Почему возникает такой вопрос?

Дискуссии по поводу этичности коммерческой деятельности для НКО, а также ее возможного объема и влияния на выполнение организацией своей социальной миссии до сих пор не прекращаются среди деятелей этого сектора и экспертов, хотя и в США, и в странах Западной Европы это направление активно развивается в течение столетия. В России же восприятие этих вопросов осложняется пережитками советских взглядов и этических установок, а также недоброй памятью о криминальных схемах, существовавших в начале рыночных реформ, когда некоторые некоммерческие организации, имевшие налоговые льготы, активно использовались криминальными структурами.

Законодательство допускает, а актуальные экономические реалии вынуждают некоммерческие организации применять бизнес-подход к своей деятельности, а также – в дополнение к традиционным – искать новые источники финансирования, в том числе и от коммерческой деятельности. Если структура НКО и ее дочерних предприятий выстроена четко и прозрачно, а расходование средств не допускает двусмысленностей, если деятельность НКО полезна обществу и делает жизнь людей лучше, общество не может не одобрить такую деятельность.

Вопросы для обсуждения

1. Показатели эффективности использования трудовых ресурсов социальноориентированного предприятия.
2. Показатели эффективности использования основных средств социальноориентированного предприятия.
3. Показатели эффективности использования оборотных активов социальноориентированного предприятия.
4. Основные экономические показатели деятельности социально-ориентированных и некоммерческих предприятий.
5. Показатели эффективности использования ресурсов социальноориентированных и некоммерческих предприятий.
6. Классификация налогов. Порядок взимания федеральных и местных налогов..
7. Формы ведения бухгалтерского учета и налогообложения предпринимательской деятельности
8. Собственные источники финансирования в социальном предпринимательстве.
9. Заемные средства в деятельности социально-ориентированных предприятий
10. Выручка как источник развития социально-ориентированного предприятия.
11. Принятие управленческих решений в области финансовой деятельности социально-ориентированных предприятий

Задания

1. Рассчитайте экономическую эффективность проекта, определите точку безубыточности проекта. Определите налоги, которые организация должна будет уплачивать в рамках своей деятельности.

Литература: 1,2,3,4,5,6

Практическое занятие 6. Проектная деятельность в социальном предпринимательстве и некоммерческой деятельности

Цели: расширить и закрепить знания по организации и осуществлению проектной деятельности в социальном предпринимательстве и некоммерческой деятельности.

Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы практического занятия, формируемые компетенции или их части: в процессе изучения дисциплины студенты должны знать понятие и сущность проектов в социальном предпринимательстве и некоммерческом секторе, типы и цели проектов в социальном предпринимательстве и некоммерческом секторе, этапы разработки проекта, участников проекта и их роли.

В процессе изучения данной темы формируются следующие компетенции: Ук-2.

Актуальность темы. Проектный подход является на сегодняшний день одним из наиболее популярным как в некоммерческом секторе, так и в деятельности социальноориентированных предприятий.

Теоретическая часть

Под термином управление проектами понимается сравнительно небольшой круг предметов технологического характера. Однако такое толкование существенно сужает проблему и не позволяет решать важные практические вопросы. Проектный бизнес используется как родовой термин для обозначения деловой деятельности, основанной на проектно-ориентированном подходе. Сюда относятся системная интеграция, кино- и видеосъемка, разработка программного обеспечения, страховая деятельность, организация выставок и т. д.

«Проективизация» бизнеса

В современном бизнесе существует ряд глобальных тенденций, позволяющих говорить о его «проективизации», т. е. возрастании доли и значения деятельности, связанной с осуществлением проектов. Важнейшими среди них являются:

- ~ переход от регулирования и концентрации к координации и распределенности;
- ~ сокращение жизненного цикла изделий и услуг, в особенности сроков разработки и запуска;
- ~ персонализация спроса и предложения, продуктов и услуг.

В целом можно говорить об изменении парадигмы (основной модели) бизнеса: его начинают рассматривать как совокупность взаимосвязанных проектов. Проектный подход позволяет адекватно отразить и другую особенность современного бизнеса, когда основным стратегическим конкурентным преимуществом становится гибкое поведение в изменчивой внешней среде. В подобных условиях неизбежен отход от жестких организационных структур и управленческих технологий.

Сейчас принято говорить о кризисе традиционных ERP-систем. Однако правильнее было бы констатировать кризис общих моделей организации и управления бизнесом, для поддержания которых подобные системы и создавались. Применительно к проектному бизнесу проблема приобретает особо острый характер в силу некоторых его особенностей. Особенности проектного бизнеса:

- ~ интеллектуалоемкий характер предметной области большинства проектов;
- ~ малая доля в проектах хозяйственной деятельности, связанной с материальными активами;
- ~ сильная зависимость успеха проектов от внешних условий, прежде всего поведения заказчика;
- ~ повышенные риски, включая риск нарушения сроков и бюджета, прекращения либо приостановки проекта, неудачного внедрения;
- ~ повышенные требования к качеству, имеющие конструктивный, т. е. объективно проверяемый характер;
- ~ высокая степень индивидуализации «под клиента» и важное значение организации «плотной» работы с ним;

- ~ высокая вероятность появления новых, ранее не выполнявшихся работ, для которых методология, технология и система управления создаются «на лету»;
- ~ высокие требования к квалификации менеджеров и исполнителей, их высокая стоимость;
- ~ критическая важность корпоративной офисной системы, поддерживающей коммуникации и базу знаний;
- ~ особый характер бюджетирования, планирования, контроля и учета;
- ~ большая неравномерность поступления заказов, затрудняющая управление людскими ресурсами;
- ~ географическая удаленность клиента;
- ~ наличие нескольких исполнителей и их географическая распределенность.

Следует отметить первостепенную важность для проектного бизнеса проблемы людских ресурсов (как менеджеров, так и специалистов) во всех ее аспектах.

Управление проектной деятельностью

Система управления проектной деятельностью должна удовлетворять следующим базовым требованиям:

- ~ ориентация на поддержку принятия решений, прежде всего связанных с использованием ресурсов и освоением новых изделий и услуг;
- ~ эффективная система управления людскими ресурсами;
- ~ гибкая система планирования и учета, допускающая регулярную реструктуризацию проектов в соответствии с изменениями условий и достигнутых результатов;
- ~ развитая офисная система (коммуникации, базы знаний, бэк-офис);
- ~ эффективная поддержка распределенной деятельности;
- ~ мониторинг и поддержка отношений с клиентами и партнерами.

Рассмотрим концептуальные практически направленные подходы к проектному способу ведения бизнеса.

«Проективизация» современного бизнеса ставит вопрос о модернизации традиционного управления проектами.

Примеры

Классическое стратегическое планирование и классическое управление проектами имеют много общего в методологии, которая носит «инвентаризационный» характер и заключается в детальном расписывании мероприятий и работ на много лет вперед. Сейчас классическое стратегическое планирование переживает серьезный кризис. Главная причина этого состоит в недостаточном учете фундаментального фактора « изменчивости внешней среды. Стратегические планы всегда составлялись в предположении стационарного характера внешней среды с некоторой регулярной тенденцией. Вопрос стоял только о точности прогнозирования отклонений. Однако теперь на первое место выходит задача создания адаптивных механизмов стратегического уровня, т. е. механизмов раннего выявления возможностей/угроз и их использования/нейтрализации. Соответственно изменяется проектный подход и к инвестиционному анализу « постепенный отказ от гладких моделей в пользу моделей с переменной структурой.

Внедрение интегрированных ERP-систем является хорошим примером проекта, который не вполне укладывается в традиционные рамки проектного подхода. Действительно, до начала работ зачастую неизвестно, что вообще предстоит сделать в области рационализации бизнес-процессов и организационных изменений. Поэтому детальное планирование ведется только для следующего этапа по результатам предыдущего с учетом изменяющихся реалий внешней и внутренней среды. Таким образом, можно говорить о проектах, в значительной степени адаптивных по своему существу.

Проекты развития электронного бизнеса представляют собой крайние примеры проектов, реализуемых в условиях максимальной неопределенности внешней среды.

Примечательно, что даже предлагаемые технологии торговли не могут быть точно оценены в смысле их привлекательности для потенциальных клиентов. Другими словами, проекты создания систем электронного бизнеса являются тотально адаптивными, когда решения о структуре и составе проекта приходится пересматривать по нескольку раз в год. Ко всему прочему сюда добавляется фактор гонки в условиях жесткой конкуренции и страха опоздать.

Проект как инструмент создания продуктов

Это наиболее распространенный вид проектов. На заказ создается некоторый отчуждаемый продукт, который заказчик использует по своему усмотрению. Примерами таких продуктов могут служить программы, конструкторские решения, здания и т. д. Традиционно особое внимание уделялось технологии проектирования, а следовательно, системам типа CASE, CAD и т. д.

Примеры

Софтверная фирма, работающая в России, за последний год увеличила штат с 50 до 250 человек в связи с ростом числа разработок на заказ. Чтобы повысить производительность, фирма приобрела интегрированную CASE-технологии компании Rational. По расчетам, это должно было сократить сроки создания программного обеспечения вдвое. На самом деле цикл выполнения заказа существенно не изменился. Более того, пришлось нанимать и обучать дополнительных сотрудников «менеджеров и бизнес-аналитиков, а также привлекать сторонние организации. При этом существенно возросли затраты на сопровождение, а в силу географической распределенности офисов фирмы, групп разработчиков и клиентов возникли проблемы коммуникаций.

АвтоВАЗ в течение десятков лет вкладывал миллионы долларов в автоматизацию конструкторских и технологических работ.

Крупный российский производитель ракетной техники считает, что если бы ему дали 50 млн. долл. на приобретение интегрированной системы CAD/CAM типа той, что есть у корпорации «Боинг», то он быстро стал бы мировым лидером в своем сегменте.

Проект как рыночный продукт

Проект можно рассматривать как самостоятельный рыночный продукт, представляющий собой организационно-технологический комплекс. Фактически речь идет о том, что для заказчика разрабатывается весь комплекс вопросов, связанных с реализацией проекта.

Примеры

Телекоммуникационная компания в Бостоне (США) получила заказ на развертывание региональной интегрированной системы передачи данных стоимостью около 300 млн. долл. Данная компания обратилась к специализированной консультационной фирме, чтобы та разработала организационную структуру, технологию и процедуры управления работами, ресурсами и качеством, учета, составления графика работ и т. д. Более того, консультационная фирма отобразила свои разработки в некоторой автоматизированной системе поддержки проектной деятельности, а после запуска проекта взялась за его сопровождение.

Крупное российское министерство приняло решение о модернизации своей информационной инфраструктуры. Была разработана техническая архитектура, тщательно продуманы этапы проекта, выделены деньги, подобраны исполнители. Но довольно скоро выяснилось, что программа неуправляема. Оказалось, что практически невозможно в разумные сроки провести скоординированное изменение планов работ и технических решений, а также поменять состав исполнителей. Объем проектной документации, поступающей в головную организацию, рос по экспоненте. Самое страшное, однако, было то, что никто не мог в точности оценить объем проделанной работы и степень приближения к желаемому результату. При этом формальные отчеты о проделанной работе поступали регулярно.

Проект как инструмент ведения бизнеса

Если под проектом понимать форму ведения бизнеса в торговле и сфере услуг, то сделка оформляется как проект, к которому применимы соответствующие методы управления и учета.

Примеры

Быстро растущая транснациональная компания ведет следующую деятельность:

~ разработка и реализация программ продвижения уже существующих и новых продуктов типа брэнд-нейм;

~ упаковка и поставка 300 тыс. наименований товаров более чем от 3500 производителей; разработка и изготовление товаров по заказным спецификациям.

Клиенты предъявляют очень жесткие требования к соблюдению плановых сроков, в силу чего компания должна быть в состоянии прогнозировать и четко отслеживать процессы изготовления и доставки товаров в заданные контрольные сроки. При этом существенную проблему составляет управление стоимостью, т. е. оценка экономической эффективности каждого отдельного заказа и контроль затрат по каждой сделке, включая стоимость закупки, изготовления, фрахта и перевозки.

В ходе выбора новой ERP-системы руководство поняло, что основную деятельность компании наиболее адекватно можно представить в виде совокупности параллельных, взаимосвязанных проектов. На этот выбор существенно повлияло наличие в системе развитого модуля управления проектами, который в сочетании с модулями финансов, управления производством и логистики позволил отслеживать стоимость и ход выполнения каждого заказа.

Крупнейшая страховая компания использует современную систему управления проектами для их оформления в виде как отдельных сделок (включая сделки с физическими лицами), так и целых программ страхования. В результате достигается возможность интегрального управления бизнесом, включая планирование и контроль конкретных мероприятий, оценку затрат и доходов по программам, продуктам, сделкам, бизнесединицам, целевым сегментам и агентам.

Крупная российская дистрибьюторская фирма поставляет на рынок одежду и обувь мирового класса. Обновление коллекции ведется каждый сезон. Заказ на изготовление и поставку товаров готовится и размещается на один год вперед. У фирмы имеется обширная сеть региональных партнеров, участвующих в формировании заказа. Большое внимание компания уделяет проведению маркетинговых мероприятий. В процессе внедрения новой ERP-системы фирма ставила задачу выявить проектную структуру своей деятельности с помощью таких признаков декомпозиции, как товарная группа, сезонность и партнеры. Например, для каждой товарной группы выделяются проекты подготовки и исполнения консолидированных заказов с последующей разбивкой по сезонам и партнерам.

Интеграция методологий и стандартизация

В настоящее время имеется множество специализированных методологий, разработанных усилиями ведущих консультационных и компьютерных фирм. Однако «проективизация» и «электронизация» бизнеса остро ставят задачу интеграции этих методологий.

Примеры

Бурное развитие э-бизнеса заставляет по-новому взглянуть на методологические вопросы в силу следующих обстоятельств:

~ изменение существа рассматриваемых задач;

~ необходимость интеграции специальных методологий в связи с комплексным характером проблем;

~ необходимость создания «новой компетенции» за счет слияния разнородных компетенций, воплощенных в «компьютерных» и «консультационных» методологиях.

Существуют методологии, естественно тяготеющие друг к другу. Так, например, методология CALS является основой для построения модели жизненного цикла изделия.

В то же время она представляет собой платформу для построения тотальной системы качества TQM. К этим методологиям тесно примыкают модели потоков работ workflow, формальные средства моделирования бизнес-процессов, методы построения корпоративных хранилищ данных. В рамках названных методологий разрабатываются различного рода стандарты. И все это имеет самое непосредственное отношение к проектной деятельности.

Вопросы для обсуждения

1. Понятие и сущность проектов.
2. Типы и цели проектов.

3. Определение проекта в социальном предпринимательстве и некоммерческой деятельности.
4. Виды и цели социально-ориентированных проектов.
5. Этапы разработки социально-ориентированного проекта.
6. Участники проекта и их роли.
7. Команда проекта
8. Грантовая и фондовая поддержка проектов.
9. Краудсорсинг и краудфандинг как источник финансирования проекта.
10. Маркетинг социально-ориентированного проекта.
11. Оценка эффективности проекта.
12. Этапы разработки проекта.
13. Участники проекта и их роли.

Задание:

1. Разработать социальный проект, бизнес-идею или бизнес-проект, ориентированный на решение или смягчение определенной социальной проблемы.

Литература: 1,2,3,4,5,6.

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

- [illegible]

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

