

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

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ РАБОТ**

по дисциплине «Социальное предпринимательство и некоммерческая
деятельность»
для студентов направления подготовки 38.04.02 Менеджмент
направленность (профиль) Стратегический менеджмент и маркетинг

Ставрополь, 2026

Методические указания содержат задания к практическим занятиям, требования и методику их выполнения по дисциплине по дисциплине «Социальное предпринимательство и некоммерческая деятельность» для студентов направления подготовки 38.04.02 Менеджмент направленность (профиль) Стратегический менеджмент и маркетинг

Составители: к.э.н., доцент Н.А.Ларионова

Рецензент: к. э. н., доцент Шацкая Е.Ю.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
Практическое занятие 1. Понятие и сущность социального предпринимательства и некоммерческой деятельности	6
Практическое занятие 2. Организационно-правовые основы и экономические предпосылки создания социально-ориентированных предприятий и некоммерческих организаций.	8
Практическое занятие 3. Менеджмент в социальном предпринимательстве. Факторы внутренней и внешней среды предприятия	18
Практическое занятие 4. Использование инструментов маркетинга в продвижении продукции социально-ориентированных предприятий и некоммерческих организаций.	21
Практическое занятие 5 Экономика социально-ориентированного предприятия и некоммерческой организации.	22
Практическое занятие 6 Виды расходов и доходов СП и НКО	30
Практическое занятие 7 Цены и ценообразование в социальном предпринимательстве	33
Практическое занятие 8 Проектная деятельность в социальном предпринимательстве и некоммерческой деятельности	40
Практическое занятие 9. Источники финансирования социального предпринимательства и некоммерческой деятельности	44
Рекомендуемая литература	49

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.

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 социально-ориентированной предпринимательской и некоммерческой деятельности.

Цель освоения дисциплины заключается в формировании набора обще профессиональных компетенций магистра по направлению подготовки 38.04.01 Экономика, (направленность (профиль): «Экономика окружающей среды и пищевой промышленности») 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 социально-ориентированного 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 социально-ориентированных предприятий и некоммерческих организаций;
- изучение основ экономики социально-ориентированного предприятия и некоммерческой организации, учета и налогообложения деятельности социально-ориентированного 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:

ОПК-4 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.

Знать: сущность проектной деятельности;

Уметь: сформулировать цель проекта, определять круг задач в рамках поставленной цели, выбирать оптимальные способы их решения, разрабатывать план действий, находить способы решения для поставленных задач, управлять проектом;

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 социально-ориентированного 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 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 во 2 семестре.

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:
ОПК-4

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 reinvestируют 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 Ecoruntos, которые дают людям стимулы для переработки отходов, вознаграждая их призами в обмен на мусор. Владелец терминалов Ecoruntos зарабатывает тем, что продает переработанные материалы и может reinvestировать 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 и экономические предпосылки создания социально-ориентированных предприятий и некоммерческих организаций.

Цели: раскрыть сущность процесса организации деятельности социально-ориентированного 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 социально-ориентированного 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: ОПК-4.

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», организации 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, финансово-промышленные 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 потребуются 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: ОПК-4.

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 межфункциональным 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 функциями 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 социально-ориентированных и некоммерческих предприятий.
4. Особенности управления персоналом в деятельности социально-ориентированных 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. 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: ОПК-4.

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 социально-ориентированных и некоммерческих предприятий.
4. Особенности продвижения продукции социально-ориентированных и некоммерческих предприятий.
5. Партизанский маркетинг – как технология продвижения продукции социально-ориентированных 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) социально-ориентированного 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.

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 социально-ориентированного 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: ОПК-4.

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 социально-ориентированных предприятий имеет определенные особенности.

Теоретическая часть

Любая деятельность имеет определенный результат, который человек всегда стремится 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:

$$B = \Pi * Q$$

где Π - цена единицы продукции;

Q - Годовой выпуск продукции.

2) Чистая прибыль характеризует экономический результат в абсолютных значениях и способность предприятия наращивать собственный капитал:

$$\text{ЧП} = \text{БП} - \text{Нпр}$$

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:

$$\text{Робщ} = \text{БП} / (\text{Фосн} + \text{Фоб}) * 100\%$$

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:

$$\text{Ррасч} = \text{ЧП} / (\text{Фосн} + \text{Фоб}) * 100\%$$

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

$$\text{Рпр} = \text{Пр} / \text{В} * 100\%$$

где Пр - прибыль от продаж;

В - выручка.

6) Фондоотдача показывает, сколько продукции в стоимостном выражении произведено в данном периоде на 1 рубль стоимости основных производственных фондов:

$$\text{Фо} = \text{ВП} / \text{Фср.г.}$$

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:

$$\text{Фе} = \text{Фср.г.} / \text{ВП}$$

8) Фондовооруженность показывает, сколько основных средств приходится на одного работника:

$$\text{Фв} = \text{Фср.г.} / \text{Ч}$$

где Ч - среднесписочная численность работающих.

9) Коэффициент оборачиваемости оборотных средств характеризует объем реализованной продукции на 1 рубль, вложенный в оборотные средства:

$$\text{Коб} = \text{РП} / \text{Фоб}$$

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:

$$\text{T} = 366 / \text{Коб}$$

11). Выработка (среднегодовая) характеризует количество продукции, произведенной в единицу рабочего времени:

$$\text{Вср.г.} = \text{ВП} / \text{Ч}$$

где ВП - объем произведенной продукции;

Ч - среднесписочная численность рабочих.

12). Трудоемкость характеризует затраты рабочего времени на единицу произведенной продукции

$$\text{t} = (\text{Ч} * \text{Тэф}) / \text{ВП}$$

где Ч - численность рабочих;

Тэф - эффективный фонд времени.

13). Уровень затрат на 1 рубль продукции показывает себестоимость одного рубля обезличенной продукции:

$$УЗ = C/РП$$

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	Единица измерения	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	руб./руб.	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	руб./руб.	чистая прибыль : оборотные средства
Материалоемкость единицы продукции	руб./ед.	затраты сырья и материалов : объем производства продукции в единицах
Выработка	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 бизнес-квалификация 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 социально-ориентированного предприятия.
2. Показатели эффективности использования основных средств социально-ориентированного предприятия.
3. Показатели эффективности использования оборотных активов социально-ориентированного предприятия.
4. Основные экономические показатели деятельности социально-ориентированных и некоммерческих предприятий.
5. Показатели эффективности использования ресурсов социально-ориентированных 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 Виды расходов и доходов СП и НКО

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 расходов и доходов социального предпринимательства от традиционного, отраслевые особенности социального предпринимательства и некоммерческой деятельности.

В процессе изучения данной темы формируются следующие компетенции:
ОПК-4

Теоретическая часть

Организуя основную деятельность и деятельность, приносящую доходы, некоммерческая организация осуществляет определенные затраты материальных, трудовых и информационных ресурсов. Некоммерческая организация использует основные факторы производства: материальные, трудовые, информационные ресурсы.

Независимо от характера деятельности организации расходы – это денежная оценка затрат, целесообразных для производства товаров или общественных благ, произведенных в течение определенного времени и имеющих документальное подтверждение.

Существует определенное сходство и в структуре расходов коммерческой и некоммерческой организации. Для любой организации будут характерны расходы на оплату труда сотрудников некоммерческой организации и на уплату обязательных

страховых взносов в государственные внебюджетные фонды. Расходы на приобретение материально-вещественных факторов производства будут присутствовать в структуре расходов некоммерческой организации, как и в структуре расходов коммерческой организации.

Материально-вещественный состав расходов некоммерческой организации включает:

- расходы на оплату труда сотрудников некоммерческой организации;
- обязательные страховые взносы в государственные внебюджетные фонды;
- расходы на оплату коммунальных услуг;
- административные расходы;
- хозяйственные расходы;
- целевые расходы;
- расходы на создание резервов;
- прочие расходы, в том числе:
 - консультационные расходы,
 - расходы на оплату услуг Интернета, телефонной связи,
 - расходы на проведение общественных собраний, съездов,
 - издательские расходы,
 - расходы на аренду и содержание помещения,
 - почтовые расходы, канцелярские расходы, расходы на копировальные работы для нужд офиса,
 - расходы по проведению обязательного аудита,
 - расходы на ремонт, осуществляемый подрядным способом.

Некоторые НКО для расширения уставной деятельности принимают участие в реализации социальных, благотворительных и иных программ, финансируемых за счет внебюджетных источников, а также и в бюджетных программах, финансируемых за счет средств бюджетов публично правовых образований и государственных внебюджетных фондов. В этом случае расходы на уставную деятельность можно подразделить на программные и общие расходы, а именно:

- расходы на организацию основной уставной деятельности, финансируемой за счет средств учредителей, участников и членов;
- расходы на организацию уставной деятельности, реализуемой за счет участия в различных программах.

С точки зрения источников финансирования расходы делятся:

- на расходы, финансируемые за счет взносов учредителей или участников;
- расходы, финансируемые за счет грантов физических лиц;
- расходы, финансируемые за счет бюджетных программ;
- расходы, финансируемые за счет различных организаций (как коммерческих, так и некоммерческих).

Классифицируют расходы некоммерческой организации также с точки зрения их общего или специфичного характера. Какие бы цели ни ставила перед собой некоммерческая организация, она должна расходовать полученные средства на выплату заработной платы сотрудникам, организующим ее деятельность, обязательные страховые взносы в государственные внебюджетные фонды, служебные командировки сотрудников, содержание помещений, автотранспорта, компьютерной техники и другого имущества. Такие расходы можно назвать общими, или административными расходами.

К общим (административным расходам) некоммерческой организации относятся:

- заработная плата административно-хозяйственного персонала, страховые взносы в государственные внебюджетные фонды;
- расходы по аренде и хозяйственному содержанию помещений, в которых находится административно-хозяйственный персонал;
- абонентская плата за стационарный телефон, мобильную связь и Интернет;
- почтово-телеграфные расходы;

- командировочные и представительские расходы;
- расходы на проведение обязательного аудита;
- амортизационные отчисления;
- плата за коммунальные услуги, расходы на ремонт и др.

В Российской Федерации негосударственные некоммерческие организации могут самостоятельно устанавливать объемы административных расходов, поэтому их размах колеблется от 5 до 85% от общего объема расходов.

В то же время некоммерческая организация должна осуществлять расходы, связанные с реализацией ее уставной деятельности. Такими расходами для некоммерческой организации, например, в области социального обеспечения, являются расходы на приготовление и доставку бесплатных обедов или расходы на содержание приютов для бездомных. Если некоммерческая организация занимается предоставлением различной социальной помощи, то к таким расходам будут относиться расходы на выплату денежных пособий, расходы на предоставление услуг в натуральной форме, например, обеспечение детей из многодетных или малообеспеченных семей одеждой или продуктами питания, или канцелярскими товарами, предоставление консультаций семьям, переживающим кризис, и т.д. Такие расходы можно назвать целевыми. Есть еще одно деление таких расходов. Целевые расходы можно отнести к прямым, а административные – к косвенным.

Так же, как и оценка доходов, оценка расходов некоммерческих организаций определяется в целях бухгалтерского учета и налогообложения.

Таким образом, расходы, связанные с производством и реализацией, включают:

- расходы, связанные с изготовлением (производством), хранением и доставкой товаров, выполнением работ, оказанием услуг, приобретением и (или) реализацией товаров (работ, услуг, имущественных прав);
- расходы на содержание и эксплуатацию, ремонт и техническое обслуживание основных средств и иного имущества, а также на поддержание их в исправном (актуальном) состоянии;
- расходы на освоение природных ресурсов;
- расходы на научные исследования и опытно-конструкторские разработки;
- расходы на обязательное и добровольное страхование;
- прочие расходы, связанные с производством и (или) реализацией.

Расходы, связанные с производством и (или) реализацией, подразделяются:

- на материальные расходы;
- расходы на оплату труда;
- суммы начисленной амортизации;
- прочие расходы.

Некоммерческая организация вправе заниматься деятельностью приносящей доход, в рамках своей уставной деятельности, с целью пополнения имущества организации и проведения некоммерческих мероприятий. В большинстве случаев Устав позволяет НКО вести деятельность, приносящую доход (коммерческую деятельность), продавать товары или оказывать платные услуги. Вследствие этой деятельности в НКО появляется выручка, в связи с чем требуется рассчитывать доход и прибыль в некоммерческой организации.

Прибыль социально-ориентированные некоммерческие организации воспринимают не как цель, а как средство для достижения нужного эффекта. Прибыль не может расходоваться на коммерческие цели

Началом формирования прибыли является получение выручки от реализации продукции (работ, услуг). Установив цену на продукцию и услуги, предприятия социальные предприятия реализуют их потребителю, получая при этом денежную выручку, однако это не означает получение прибыли. Для определения финансового результата деятельности предприятия за определенный (отчетный) период его деятельности необходимо сопоставить выручку, полученную от реализации продукции (работ, услуг), с затратами на ее производство (себестоимостью). Прибыль от продажи товаров (услуг) —

это превышение выручки от реализации товаров (услуг) над затратами организации — является положительным финансовым результатом от продажи товаров (услуг).

Убыток от продажи товаров (услуг) — превышение расходов организации над выручкой от реализации товаров (услуг) — является отрицательным финансовым результатом от продажи товаров (услуг).

НКО не запрещено делать вложения. Из чего следует:

- Некоммерческая организация имеет право размещать свободные средства, например, открыть депозит в банке. Полученные проценты будут доходом НКО;
- НКО может стать учредителем коммерческой организации, произвести вклад в уставной капитал и получать дивиденды.

Соответственно сама НКО не ведет недоступную коммерческую деятельность, она производит вложение в коммерческую структуру, получая только доход от своих вложений. Вложения не могут быть единственной деятельностью НКО, они являются всего лишь инструментом для пополнения средств, которые необходимы для достижения некоммерческих целей организации.

Практические задания

Задача 1. Определить фактический и плановый уровень затрат на 1 руб. произведенной продукции, а также его изменение по сравнению с отчетным годом, если производится 17000 изделий в год, себестоимость изделия 540 руб., планом на предстоящий год предусмотрено увеличить выпуск продукции на 10% и снизить ее себестоимость на 5%. Цена изделия 600 руб.

Задача 2. На социальном предприятии планируется повысить производительность труда на 10% за счет совершенствования технологии, а заработную плату – на 3%. Удельный вес заработной платы в структуре себестоимости продукции составляет 30%. Рассчитать, как это отразится на затратах продукции.

Задача 3. Определить полную себестоимость изделия, если расход материала на единицу изделия – 40 кг, цена 1 тонны – 1500 руб., отходы – 2 кг – реализуются по цене 2000 руб. за тонну. Основная заработная плата производственных рабочих на одно изделие – 20 руб., дополнительная – 10% от основной, начисления на заработную плату – 26%. Расходы по содержанию и эксплуатации оборудования 120 руб. на одно изделие. Цеховые расходы – 30% от затрат на основную заработную плату, общехозяйственные расходы – 50% от цеховых затрат. Внепроизводственные затраты – 100% от общехозяйственных расходов.

Задача 4. Предприятие планирует произвести в текущем году 250 тыс. изделий. Удельные переменные издержки – 250 руб., постоянные издержки – 150 тыс. руб. Какую цену необходимо установить, чтобы по итогам года получить прибыль в размере 500 тыс. руб.?

Литература 1,2,3,4,5

Практическое занятие 7 Цены и ценообразование в социальном предпринимательстве

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 ценообразование социального предпринимательства, отраслевые особенности социального предпринимательства и некоммерческой деятельности.

В процессе изучения данной темы формируются следующие компетенции:
ОПК-4

Теоретическая часть

Цена – это одна из важнейших экономических категорий, это общественная ценность, представленная в денежном эквиваленте.

Цена представляет собой определенную денежную сумму, за которую продавец готов продать товар, а покупатель готов его приобрести.

Ценообразование – это процесс, посредством которого происходит формирование цены на товар или на услугу. Выделяют два способа ценообразования:

- 1) централизованное ценообразование означает формирование цен государством, базирующееся на издержках производства и издержках обращения;
- 2) рыночное ценообразование означает формирование цен, которое основано на взаимодействии спроса и предложения.

Функциями цены являются только те внешние проявления свойств, которые характерны для любой цены независимо от ее вида.

Цены выполняют следующие функции:

- 1) учетная функция, которая представляет собой денежное выражение стоимости. Цена показывает, сколько стоит удовлетворение определенной потребности в конкретной продукции.;
- 2) стимулирующая функция, которая заключается в том, что цена поощрительно воздействует на производителя посредством содержащейся в ней прибыли. Цены могут поощрять увеличение или, наоборот, препятствовать уменьшению производства и потребления определенных видов товаров;
- 3) распределительная функция, которая состоит в том, что посредством цен происходит распределение и перераспределение чистого национального дохода;
- 4) функция установления баланса между спросом и предложением, которая состоит в том, что посредством цен связываются между собой спрос и предложение (производство и потребление);
- 5) функция рационального размещения производства, которая состоит в том, что посредством ценового механизма производитель получает информацию о том, в какой отрасли или секторе экономики он может получить более высокую прибыль, и соответственно происходит передвижение капиталов между секторами экономики и в рамках одного сектора туда, где более высокая норма прибыли.

Классификация цен по различным признакам отражает их подразделение на отдельные виды.

Виды цен в зависимости от сфер торговли: на цены накладывает отпечаток вид торговли товарами и услугами, посредством которого реализуются товары, масштабы торговых операций и характер реализуемого товара. По этим признакам цены делятся на оптовые, розничные, закупочные и тарифы.

Оптовыми называют цены, по которым продукция реализуется крупными партиями, в условиях так называемой оптовой торговли. Система оптовых цен применяется в торговле-сбытовых операциях между предприятиями, а также при реализации продукции через специализированные магазины и сбытовые конторы оптовой торговли, на торговых биржах и в любых других торговых организациях, продающих товары оптом, в значительном количестве.

Обычно по оптовым ценам предприятия – производители реализуют продукцию либо друг другу, либо торговым посредникам. Чаще всего необходимость в оптовой продаже возникает, когда производство продукции локализовано в ограниченном количестве пунктов, а сфера потребления имеет обширный радиус.

Розничными принято называть цены, по которым товары продаются в так называемой розничной торговой сети, то есть в условиях их продажи индивидуальным покупателям, при относительно небольшом объеме каждой продажи. Посредством торговли по розничным ценам чаще всего обслуживаются конечные потребители, домашние хозяйства, граждане.

Розничная цена обычно выше оптовой на величину торговой надбавки, за счет которой компенсируются издержки обращения в розничной торговле, и создается прибыль организаций и учреждений розничной торговли.

Закупочные цены – это цены государственных закупок продукции у предприятий, организаций, населения.

Определенной спецификой обладают цены на услуги, представляющие, как уже было упомянуто, виды деятельности, при которых не создается продукт в его материально-вещественной форме, но изменяется качество имеющегося продукта. Чаще всего производство услуги совпадает с началом ее потребления. Специфичность услуг как вида деятельности накладывает отпечаток на формирование цен на услуги, именуемых тарифами (расценками). При установлении тарифов на услуги учитывается не только объем работ, но и временной фактор, существенную роль играет качество. Типичными примерами тарифов являются уровень оплаты коммунальных и бытовых услуг, плата за телефон, за пользование радио и телевидением.

Договорные цены – это цены, величина которых определена предваряющим акт купли – продажи соглашением, документально зафиксированным контрактом между продавцами и покупателями. В современной практике делового сотрудничества принято выделять в договорах специальный раздел, в котором оговаривается уровень цен. В ряде случаев в договоре фиксируется не абсолютная величина цен, а диапазон цен (в пределах от и до), верхний или нижний уровень (не выше или не ниже) либо их связь с государственными, рыночными, мировыми ценами. Оговаривается также допустимость изменения закрепленных контрактом цен вследствие, скажем, инфляции, возникновения форс-мажорных обстоятельств, принятия новых законов.

Свободные рыночные цены, которые освобождены от непосредственного ценового вмешательства государственных органов, формируются под воздействием конъюнктуры рынка, законов спроса и предложения и носят название равновесных цен, то есть таких цен, при которых объем спроса равен объему предложения товаров на рынке.

В процессе проектирования новых видов изделий и объектов для производства вновь осваиваемой продукции, товаров, услуг, материалов, полуфабрикатов, энергии используются проектные цены. С учетом их приближенного, ориентировочного характера часто определяется предельный уровень таких новых цен в виде лимитных цен.

В процессе определения ценовой стратегии социальные предприятия должны учитываться и анализироваться все факторы, которые смогут повлиять на цены. Как правило, фирма не имеет возможности контролировать эти факторы. Часть из этих факторов вызывает снижение цен, часть – способствует их повышению.

Потребительский фактор оказывает существенное влияние на ценовые решения фирмы. Соотношения между ценами и количеством товаров, приобретенных по этим ценам, устанавливаются в силу двух причин:

- 1) действия закона спроса и закона предложения и ценовой эластичности;
- 2) разнородности воздействия цены на покупателей различных категорий.

Степень финансового благополучия социального предприятия во многом зависит от умения выбирать и реализовать на практике ту или иную модель ценообразования. Своевременный анализ стоимости товаров или услуг дает возможность спрогнозировать, нужно ли предприятию увеличивать производственные мощности или следует минимизировать масштабы бизнеса. Изучение цен позволяет не только оптимизировать расходы коммерческой структуры, но и оценить перспективу переориентации на альтернативную сферу деятельности в целях исключения риска банкротства.

Фиксируя конкретные цифры в прайс-листе, маркетологи социальных предприятий стремятся достичь тех результатов, которые были намечены руководством компании. В 90 % случаях управленцы ставят следующий набор целей:

1. максимизация дохода (устойчивая динамика роста финансовых показателей на протяжении нескольких лет, предприятия ставят промежуточную задачу по увеличению маржи за счет увеличения цен и активно привлекают дополнительные инвестиции в бизнес);

2. удержание ниши на рынке (коммерческая структура занимает доминирующее положение среди конкурентов, а чтобы не утратить его, пытается минимизировать производственные расходы и не допускать чрезмерного удорожания/удешевления цен);

3. обеспечение сбыта (компания вынуждена снижать стоимость реализуемых товаров, поскольку работает в условиях жесткой конкуренции).

Некоторые владельцы начинающих социальных предприятий пытаются в короткие сроки завоевать лидерство на рынке. Такую претенциозную цель часто намечают те, кто может предложить потребителю продукты из категории «новинок».

Грамотно корректируя цены на товары, компания вправе рассчитывать на стабильный доход и удовлетворение растущего спроса потребителя в качественных изделиях. Цена – это итоговый показатель работы всех подразделений предприятия, поэтому при ее определении важно учитывать фактор рентабельности бизнеса. Однако решение вопроса: «Сколько будет стоить товар» также зависит от специфики тех целей, которые наметила компания. Если социально-ориентированная коммерческая структура торгует эксклюзивом или новинкой, которой не обладают конкуренты, но которая востребована целевой аудиторией, то размер денежного эквивалента товара будет максимальным, несмотря на то, что это бизнес в социальной сфере. В таких условиях сверхприбыль в течение короткого отрезка времени гарантирована.

Средний уровень цен практикуется в ситуациях, когда социальный предприниматель стремится доказать потребителю, что их товар стоит дешевле, чем на рынке. Такая тактика увеличивает клиентскую базу, что приводит к росту объемов продаж и улучшению показателей рентабельности бизнеса на несколько месяцев вперед.

Когда социальный предприниматель ставит задачу по привлечению максимального количества потребителей из определенных слоев населения, она использует дискриминационные цены. Например, школьникам, студентам и пенсионерам предоставляется возможность приобрести билеты по сниженной стоимости. Такая тактика в разы увеличивает объемы продаж.

Льготные цены устанавливаются для продвижения наиболее востребованных категорий товаров. Размер их денежного эквивалента в некоторых случаях может

снижаться до уровня себестоимости. Удешевляя цены вдвое, коммерческая структура увеличивает товарооборот, что положительно отражается на рентабельности бизнеса.

В предпринимательской практике распространены случаи, когда компания предоставляет существенные скидки потребителю, но на определенных условиях. Так, например, помимо традиционных скидок, маркетологи повсеместно рекомендуют владельцам компаний привлекать внимание покупателей неокругленными ценами. Цифры «499», «999», «3599» психологически воздействуют на потребителя. Он воспринимает товар как «более дешевый», чем у других, поскольку визуально воспринимается только первая цифра. К тому же, при покупке клиент получает сдачу на кассе (даже рубль считается приятной мелочью). Отпечатанные на цветной бумаге ценники, которые оканчиваются на «9», действительно, способствуют увеличению объема продаж.

При отсутствии понятных и экономически обоснованных механизмов, посредством которых компания устанавливает величину денежного эквивалента на реализуемый товар, успешное развитие бизнеса невозможно. Используя различные методы ценообразования, можно максимально точно спрогнозировать, по какой стоимости нужно продавать продукт. Рассмотрим их подробнее.

1. Метод рентабельности инвестиций. В основе указанного механизма ценообразования заложен фактор «платности» финансовых ресурсов. Метод рентабельности инвестиций позволяет просчитать все расходы, связанные с изготовлением продукта, а также определить тот объем производства, который окупится с минимальными рисками для инвесторов. В наценке на себестоимость товара предусмотрен процент прибыли на капитал, привлеченный со стороны третьих лиц. Метод рентабельности инвестиций активно практикуется на предприятиях с широким ассортиментом товара. Он максимально эффективен, когда руководство компании запланировало выпуск нового продукта, но не может определиться с объемами производства.

Например, предприятие запланировало изготовление изделий в объеме 55 000 штук. Себестоимость одного изделия составляет 32 рубля. Величина постоянных затрат (аренда помещений, зарплата персонала, налоги и прочее) достигает 750 000 рублей. Компания получила кредит на развитие бизнеса в размере 900 000 рублей (под 18 % годовых). Рассчитаем минимальную цену изделия, которая гарантирует коммерческой структуре безубыточность:

- 1) $750\,000 / 55\,000 = 13,6$ руб. (постоянные затраты на изготовление 1 изделия);
- 2) $32 + 13,6 = 45,6$ руб. (суммарные расходы);
- 3) $(900\,000 \times 0,18) / 55\,000 = 2,9$ руб./изделие;
- 4) $32 + 13,6 + 2,9 = 48,5$ руб.

Для обеспечения рентабельности предприятию следует реализовывать товар не ниже 48,5 руб.

2. Метод полных издержек, смысл которого заключается в анализе итоговых показателей полных затрат и ожидаемой прибыли. В расчетах при определении стоимости продукции используется формула:

$P = C (1 + R/100)$, где:

P – цена;

C – полные издержки на единицу товара;

R – величина рентабельности бизнеса.

Механизм ценообразования активно используют предприятия с широким ассортиментом изделий, а также компании, инвестирующие капитал в производство товаров-новинок.

При помощи метода полных издержек рассчитаем стоимость продукции предприятия, изготавливающего антисептические средства.

Условия:

- затраты (постоянные) – 700 000 руб.;
- затраты (переменные) – 200 000 руб.;

- количественный план – 9000 шт.;
- ожидаемая прибыль – 1 300 000 руб.

Размер полных издержек компании составляет:

$$700\,000 + 200\,000 = 900\,000 \text{ руб.};$$

Размер затрат, которые расходуются на производство 1 изделия:

$$900\,000/9000 = 100 \text{ руб.}$$

Рентабельность бизнеса составляет:

$$(1\,300\,000/900\,000) \times 100 = 140 \%;$$

Стоимость продукции по методу полных издержек определяется следующим образом:

$$100 \times (1 + 140/100) = 240 \text{ руб.}$$

3. Метод нового ценового параметра, который относится к категории «классических» и предусматривает взимание денег за услуги, которые ранее предоставлялись бесплатно.

Известно, что многие оптово-розничные торговые предприятия предлагают посетителям бонусные карты. Крупнейший участник рынка электронной коммерции – фирма Amazon решила предоставлять опцию «накопления баллов» на возмездной основе. Компания создала бонусную программу «Прайм» и стала рекомендовать клиентам воспользоваться ее преимуществами за 99 долларов в год. Владельцы бонусной карты Amazon получали возможность бесплатной доставки продукции, а также им предоставлялся безвозмездный доступ к огромному количеству книг и сериалов.

4. Метод «Единый тариф», смысл которого сводится к следующему: потребитель платит фиксированную сумму (в час/месяц/год), чтобы получить право неограниченного пользования услугой или товаром в течение определенного отрезка времени.

В Японии владельцы пунктов общественного питания привлекают клиентов тем, что за 20 долларов они могут на протяжении целого часа сколько угодно пить и есть. «Гастрономическое удовольствие» на 2 часа стоит 30 долларов, а на 3 часа – 40 долларов. Услуги баров и кафе, работающих по единому тарифу, пользуются повышенным спросом у студентов.

Рассмотрим также стратегии ценообразования. Каждая компания стремится к тому, чтобы установленная стоимость на реализуемые товары в максимальной степени соотносилась с поставленными целями коммерческой структуры, суть которых сводится к увеличению прибыли и упрочнению позиций на рынке сбыта.

Выбор стратегии определяет категория товара. Если компания предлагает потребителю новинку, то необязательно ее цена будет высокой. В коммерции возникали случаи, когда покупатель игнорировал продукт, который только-только поступил на рынок. Товар может дорожать по мере его апробирования. Но эксклюзивные изделия не могут стоить дешево, поэтому определить, сколько должен стоить новый продукт, чтобы улучшить рентабельность бизнеса, достаточно трудно.

Существуют два основных стратегии ценообразования: «проникновение на рынок» и «снятие сливок». Рассмотрим каждую из них.

1. Стратегия «Проникновение на рынок» предполагает, что изначально компания торгует товаром по заниженной цене. Коммерческой структуре удастся завоевать собственную нишу на рынке, увеличить «клиентскую базу» и расширить объемы производства. После достижения указанных целей предприятие пересматривает «ценовую политику», увеличивая цифры в «прайс-листе». «Проникновение на рынок» – это стратегия, которая позволяет достигать рентабельности бизнеса в долгосрочной перспективе. Удорожание товара не препятствует расширению производства и повышению экономических показателей предприятия.

2. Стратегия «Снятие сливок», в рамках которой коммерческая структура уже на начальном этапе развития бизнеса реализует продукт по завышенной цене. В таких условиях прибыль предприятия существенно больше общих затрат, поэтому денежные средства активно инвестируются в производство. По мере освоения рынка и увеличения количества изготавливаемого товара происходит снижение цены. Продукт становится доступным для массового потребителя. Стратегия «снятия сливок» позволяет добиться оптимальной рентабельности в короткие сроки. Но, заработав колоссальную прибыль, предприятие впоследствии вынуждено осваивать новые сегменты рынка.

Чтобы «ценовая политика» компании способствовала развитию бизнеса, необходимо:

- 1) определить цель предпринимательской деятельности;
- 2) изучить уровень спроса на товар;
- 3) проанализировать стоимость товаров у конкурентов;
- 4) проанализировать издержки.

В сфере коммерции активно практикуются следующие механизмы ценообразования:

- обеспечение безубыточности (компания планирует продавать продукт по стоимости, которая увеличивает рентабельность бизнеса и минимизирует финансовые риски);

- издержки + прибыль (компания просчитывает производственные расходы, которые компенсируются за счет наценки, эквивалентной размеру ожидаемого дохода);

- эксклюзивность (уникальность) товара (компания прогнозирует, что потребитель будет сопоставлять категории «ценности» продукта и его реальной стоимости, а затем анализировать их у конкурирующих фирм, чтобы определить выгоду для себя).

При определении денежного эквивалента товара необходимо учитывать налоговое бремя. Рассчитывая стоимость продукта или услуги важно помнить о льготных режимах взимания платежей в бюджет и материальной поддержки государства, если предприятие профилируется на изготовлении изделий, которые жизненно необходимы социально незащищенным слоям населения.

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ

1 Рассмотрим пример модели ценообразования. Социальному предприятию необходимо проанализировать риск снижения цены товара на рубль при условии, что количественный план составлял 15 000 изделий, реализуемых по 18 рублей. Размер общих затрат достигал 150 000 рублей (с учетом «постоянных» – 25 000 рублей). Чувствительность величины спроса к изменению цены на продукт – 1,65.

Рассчитаем выручку от реализации товара до его удешевления:

$$18 \times 15\,000 = 270\,000 \text{ руб.}$$

Рассчитаем прибыль от реализации товара до его удешевления:

$$270\,000 - 150\,000 = 80\,000 \text{ руб.}$$

Рассчитаем количество реализуемого товара после его удешевления;

$$15\,000 \times (1,65 \times 1/18) + 15\,000 = 16\,375 \text{ шт.}$$

Рассчитаем выручку от реализации товара после его удешевления:

$$17 \times 16\,375 = 278\,375 \text{ руб.}$$

Размер расходов на изготовление и продажу товара после его удешевления:

- постоянные затраты – 25 000 руб.;

- переменные затраты $(150\,000 - 25\,000)/15\,000 \times 16\,375 = 136\,458$ руб.

Размер общих затрат после удешевления товара:

$$25\,000 + 136\,458 = 161\,458 \text{ руб.}$$

Рассчитаем прибыль от реализации товара после его удешевления:

$$278\,375 - 161\,458 = 116\,917 \text{ руб.}$$

При снижении стоимости продукции размер упущенной выгоды для компании составил 116 917 рублей.

2. При помощи метода полных издержек рассчитайте стоимость продукции предприятия, изготавливающего реабилитационные средства.

Условия:

- затраты (постоянные) – 5 000 000 руб.;
- затраты (переменные) – 1 600 000 руб.;
- количественный план – 12 000 шт.;

ожидаемая прибыль – 1 900 000 руб.

3. Социальному предприятию необходимо проанализировать риск снижения цены товара на рубль при условии, что количественный план составлял 30 000 изделий, реализуемых по 36 рублей. Размер общих затрат достигал 300 000 рублей (с учетом «постоянных» – 50 000 рублей). Чувствительность величины спроса к изменению цены на продукт – 1,15

4. Предприятие по изготовлению медицинских масок запланировало изготовление изделий в объеме 550 000 штук. Себестоимость одного изделия составляет 6 рублей. Величина постоянных затрат (аренда помещений, зарплата персонала, налоги и прочее) достигает 3 500 000 рублей. Компания получила кредит на развитие бизнеса в размере 9 000 000 рублей (под 18 % годовых). Рассчитайте минимальную цену изделия, которая гарантирует социальному предприятию безубыточность.

Практическое занятие 8. 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: ОПК-4.

Актуальность темы. Проектный подход является на сегодняшний день одним из наиболее популярным как в некоммерческом секторе, так и в деятельности социально-ориентированных 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 несколько раз в год. Ко всему прочему сюда добавляется фактор гонки в условиях жестокой 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, бизнес-единицам, 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.

Практическое занятие 9. Источники финансирования социального предпринимательства и некоммерческой деятельности

Цель – исследование 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 финансовые показатели результатов деятельности социально-ориентированного и некоммерческого предприятия

В процессе изучения данной темы формируются следующие компетенции:
ОПК-4

Теоретическая часть

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 относиться 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 бизнес-квалификация 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 использовали 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 социально-ориентированного предприятия.
2. Показатели эффективности использования основных средств социально-ориентированного предприятия.
3. Показатели эффективности использования оборотных активов социально-ориентированного предприятия.
4. Основные экономические показатели деятельности социально-ориентированных и некоммерческих предприятий.
5. Показатели эффективности использования ресурсов социально-ориентированных 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..

Литература: 1,2,3,4,5,6

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. 1. Астахова Е.А., Калюгина С.Н., Ларионова Н.А., Мухорьянова О.А. Экономическая деятельность субъектов социального предпринимательства и НКО: учебно-методическое пособие / Е.А. Астахова, Н.А. Ларионова, О.А. Мухорьянова. -: Ставрополь: Издательско-информационный центр «Фабула». 2020.- 258 с.

2. Борнштейн, Дэвид Как изменить мир: Социальное предпринимательство и сила новых идей / Дэвид Борнштейн. –М. : Альпина Паблишер, 2019. – 504 с. – ISBN 978-5-9614-1741-8. –Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт].

3. Инновационное предпринимательство в России: тренды, инструменты и потенциал развития : монография / О.Е. Акимова, С.К. Волков, И.В. Митрофанова, Н.П. Иванов, В.С. Фомичев. - Москва|Берлин : Директ-Медиа, 2019. - 127 с. : ил., табл. - Библиогр.: с. 113-123. - ISBN 978-5-4475-9925-6, экземпляров неограниченно

4. Исследование возможностей совершенствования механизма планирования и управления экономическими системами в условиях глобализации бизнеса : монография / Н. А. Дубинина, М. В. Шендо, Е. П. Карлина [и др.]. - Исследование возможностей совершенствования механизма планирования и управления экономическими системами в условиях глобализации бизнеса, Весь срок охраны авторского права. - Электрон. дан. (1 файл). - Саратов : Вузовское образование, 2021. - 126 с. - электронный. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 978-5-4487-0798-8, экземпляров неограниченно

5. Кикал, Джилл. Социальное предпринимательство: миссия – сделать мир лучше Электронный ресурс / Джилл Кикал, Томас Лайонс ; пер. П. Миронов. - Социальное предпринимательство: миссия – сделать мир лучше, 2020-02-28. - Москва : Альпина Паблишер, 2019. - 304 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 978-5-9614-4458-2, экземпляров неограниченно

Интернет-ресурсы:

6. <http://biblioclub.ru> (Сайт ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)
7. <http://lab-sp.ru/> (Лаборатория социального предпринимательства)
8. <http://www.nb-forum.ru> (Интернет-издание. «Новый бизнес. Социальное предпринимательство»).
9. <http://www.economicus.ru/nfpr/pe.php> (Образовательный портал «Economicus.ru»)
10. <http://www.consultant.ru/> (Официальный сайт компании «Консультант-Плюс»).
11. <http://www.garant.ru/> (Сайт информационно-правового портала «Гарант»).
12. <http://fcior.edu.ru/> (Сайт федерального центра информационно-образовательных ресурсов).

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

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ
ОБУЧАЮЩИХСЯ**

по дисциплине «Социальное предпринимательство и некоммерческая
деятельность»

для студентов направления подготовки 38.04.02 Менеджмент
направленность (профиль) Стратегический менеджмент и маркетинг

Ставрополь, 2026

Методические указания разработаны в соответствии с рабочей программой дисциплины «Социальное предпринимательство и некоммерческая деятельность» для студентов направления подготовки 38.04.02 Менеджмент направленность (профиль) Стратегический менеджмент и маркетинг.

Составитель: к.э.н., доцент Ларионова Н.А..

Рецензент: д.э.н., профессор, академик РАСН
Парахина В. Н.

Содержание

1. Общая характеристика самостоятельной работы
2. План-график выполнения СРС по дисциплине
3. Методические рекомендации к написанию письменной работы
4. Методические рекомендации по самотестированию, подготовке к тестированию
4. Рекомендуемая литература

Общая характеристика самостоятельной работы

Цель освоения дисциплины: формирование набора обще профессиональных компетенций у обучающегося по направлению по дисциплине «Социальное предпринимательство и некоммерческая деятельность» для студентов направления подготовки 38.04.02 Менеджмент направленность (профиль) Стратегический менеджмент и маркетинг

. Задачами дисциплины является:

- 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 социально-ориентированного 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 социально-ориентированных предприятий и некоммерческих организаций;
- изучение основ экономики социально-ориентированного предприятия и некоммерческой организации, учета и налогообложения деятельности социально-ориентированного и некоммерческого предприятия, источников финансирования социального предпринимательства и некоммерческой деятельности;
- овладение навыками разработки и реализации бизнес-идей в сфере социального предпринимательства и некоммерческих проектов.

Дисциплина относится к факультативным дисциплинам, её освоение происходит во 3 семестре.

Основой для изучения дисциплины «Социальное предпринимательство и некоммерческая деятельность» являются знания, полученные в рамках изучения экономических дисциплин на предыдущем уровне обучения.

Компетенции, сформированные в ходе изучения дисциплины «Социальное предпринимательство и некоммерческая деятельность» могут быть востребованы при изучении таких дисциплин, как «Теория и история некоммерческого сектора», «Теории организации и стратегии менеджмента в некоммерческом секторе», «Законодательство о некоммерческих организациях».

В результате изучения дисциплины студент должен получить следующие результаты:

Применяя основы процессной деятельности в организации способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности бизнес-моделей социальных и некоммерческих организаций

Анализируя современные потребности экономики разрабатывает проекты создания инновационных направлений деятельности моделей социальных и некоммерческих организаций.

Знать сущность проектной деятельности.

Уметь формулировать цель проекта, определять круг задач в рамках поставленной цели, выбирать оптимальные способы их решения, разрабатывать план действий, находить способы решения для поставленных задач, управлять проектом.

Владеть навыками разработки проектов и оценки их эффективности.

2. План-график выполнения самостоятельной работы

Код реализуемой компетенции	Вид деятельности студентов	Средства и технологии оценки
-----------------------------	----------------------------	------------------------------

ОПК-4 ИД-1 ОПК-4 ИД-2	Письменная работа	Защита бизнес-идеи
ОПК-4 ИД-1 ОПК-4 ИД-2	Подготовка к лекции	Собеседование
ОПК-4 ИД-1 ОПК-4 ИД-2	Подготовка к практическому занятию	Собеседование
ОПК-4 ИД-1 ОПК-4 ИД-2	Самостоятельное изучение литературы	Собеседование

Работа с литературой

Для успешного освоения дисциплины, необходимо самостоятельно детально изучить представленные темы по рекомендуемым источникам информации:

№ п/п	Темы для самостоятельного изучения	Рекомендуемые источники информации (№ источника)			
		Основна я	Дополни -тельная	Методи -ческая	Интернет -ресурсы
1	Понятие и сущность социального предпринимательства и некоммерческой деятельности.	1,2	1,2,3,4	1,2	1,2,3,4,5,6
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.	1,2	1,2,3,4	1,2	1,2,3,4,5,6
3	Менеджмент в социальном предпринимательстве. Факторы внутренней и внешней среды предприятия.	1,2	1,2,3,4	1,2	1,2,3,4,5,6
4	Использование инструментов маркетинга в продвижении продукции социально-ориентированных предприятий и некоммерческих организаций.	1,2	1,2,3,4	1,2	1,2,3,4,5,6
5	Экономика социально-ориентированного предприятия и некоммерческой организации.	1,2	1,2,3,4	1,2	1,2,3,4,5,6
6	Виды расходов и доходов СП и НКО	1,2	1,2,3,4	1,2	1,2,3,4,5,6
7	Цены и ценообразование в социальном предпринимательстве	1,2	1,2,3,4	1,2	1,2,3,4,5,6
8	Проектная деятельность в социальном предпринимательстве и некоммерческой деятельности.	1,2	1,2,3,4	1,2	1,2,3,4,5,6
9	Источники финансирования социального предпринимательства и некоммерческой деятельности.	1,2	1,2,3,4	1,2	1,2,3,4,5,6

2. Описание шкалы оценивания

Рейтинговая оценка знаний студента не предусмотрена

Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация проводится в форме **зачета**.

Процедура зачета как отдельное контрольное мероприятие не проводится, оценивание знаний обучающегося происходит по результатам текущего контроля.

Зачет выставляется по результатам работы в семестре, при сдаче всех заданий, предусмотренных текущим контролем успеваемости.

Критерии оценки

1. Критерии оценивания компетенций

Оценка «зачтено» выставляется студенту, если он способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла, использует полученные знания для решения задач профессиональной деятельности в сфере проектного управления: выстраивает этапы работы над проектом с учетом последовательности их реализации, определяет этапы жизненного цикла проекта, определяет проблему, на решение которой направлен проект, грамотно формулирует цель проекта, определяет исполнителей проекта, проектирует решение конкретных задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений, качественно решает конкретные задачи (исследования, проекта, деятельности) за установленное время, оценивает риски и результаты проекта, публично представляет результаты проекта, вступает в обсуждение хода и результатов проекта. Оценка «зачтено» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; он исчерпывающе, последовательно, четко и логично излагает материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний; использует в ответе дополнительный материал; все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено на достаточно высоком уровне; анализирует полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий. Компетенция ОПК-4 освоена на высоком уровне.

Оценка «не зачтено» выставляется студенту, если он не способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла, не использует полученные знания для решения задач профессиональной деятельности в сфере проектного управления: не выстраивает этапы работы над проектом с учетом последовательности их реализации, не определяет этапы жизненного цикла проекта, не определяет проблему, на решение которой направлен проект, не формулирует цель проекта, определяет исполнителей проекта, не проектирует решение конкретных задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений, не решает конкретные задачи (исследования, проекта, деятельности) за установленное время, не оценивает риски и результаты проекта, публично представляет результаты проекта, не вступает в обсуждение хода и результатов проекта. Зачет не выставляется студенту, если он не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, компетенция ОПК-4 не сформирована, большинство предусмотренных программой учебных заданий не выполнено, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному.

Процедура выставления зачета проводится на последнем практическом занятии; оценивание знаний обучающегося происходит по результатам защиты практических работ и оценки знаний студента. Перед зачетом студенту необходимо полностью выполнить практические задания, оформить лекционный материал. При наличии задолженностей по текущей аттестации по данной дисциплине студент к сдаче зачета не допускается. Текущая аттестация студентов проводится преподавателями, ведущими практические занятия по дисциплине, в следующих формах: собеседование и защита практических работ.

Основанием для снижения оценки являются: выполнение задания не в полном объеме; несвоевременность предоставления выполненных работ, слабое знание тем и основной терминологии; пассивность участия в групповой работе; отсутствие умения применить теоретические знания для решения практических задач.

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя: беседу с преподавателем на темы изучаемой дисциплины.

Предлагаемые студенту задания позволяют проверить компетенции: ОПК-4.

Для подготовки к данному оценочному мероприятию необходимо изучить лекционный материал, материалы практических занятий, а также вопросы, выносимые на самостоятельное изучение.

При подготовке к испытанию студенту предоставляется право пользоваться своими конспектами.

При проверке задания, оцениваются полнота раскрытия проблемы, использование различных источников информации, четкость изложения ответа.

3. Методические рекомендации к написанию письменной работы

Перечень тем письменных работ (социальный проект, бизнес-идея или бизнес-проект в сфере социального предпринимательства)

1. Разработка социального проекта, бизнес-идеи (бизнес-проекта) социального предпринимательства в конкретной сфере (здравоохранение, образование и дошкольное воспитание, культура, национальные традиции, реабилитация и развитие карьеры лиц с ограниченными возможностями здоровья, социализация трудных подростков, адаптация мигрантов, развитие самозанятости на селе, помощь людям, попавшим в трудную жизненную ситуацию, производство социальных товаров и услуг, производство продукции социального назначения, трудоустройство незащищенных групп населения, производство экологических товаров и т.п.).

Критерии оценки

2. Критерии оценивания компетенций

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла, использует полученные знания для решения задач профессиональной деятельности в сфере проектного управления: выстраивает этапы работы над проектом с учетом последовательности их реализации, определяет этапы жизненного цикла проекта, определяет проблему, на решение которой направлен проект, грамотно формулирует цель проекта, определяет исполнителей проекта, проектирует решение конкретных задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений, качественно решает конкретные задачи (исследования, проекта, деятельности) за установленное время, оценивает риски и результаты проекта, публично представляет результаты проекта, вступает в обсуждение хода и результатов проекта. Оценка «отлично» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; он исчерпывающе, последовательно, четко и логично излагает материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний; использует в ответе дополнительный материал; все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено на высоком уровне; анализирует полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий. Компетенция ОПК-4 освоена на высоком уровне.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он способен управлять проектом на

всех этапах его жизненного цикла, использует полученные знания для решения задач профессиональной деятельности в сфере проектного управления: выстраивает этапы работы над проектом с учетом последовательности их реализации, определяет этапы жизненного цикла проекта, определяет проблему, на решение которой направлен проект, грамотно формулирует цель проекта, определяет исполнителей проекта, проектирует решение конкретных задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений, качественно решает конкретные задачи (исследования, проекта, деятельности) за установленное время, оценивает риски и результаты проекта, публично представляет результаты проекта, вступает в обсуждение хода и результатов проекта на среднем уровне. Оценка «хорошо» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено на достаточном уровне, с незначительными пробелами; он последовательно излагает материал, испытывая незначительные трудности; справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, допуская неточности; все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено на среднем уровне; проявляет самостоятельность при выполнении заданий. Компетенция ОПК-4 освоена на среднем уровне.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла, использует полученные знания для решения задач профессиональной деятельности в сфере проектного управления: выстраивает этапы работы над проектом с учетом последовательности их реализации, определяет этапы жизненного цикла проекта, определяет проблему, на решение которой направлен проект, грамотно формулирует цель проекта, определяет исполнителей проекта, проектирует решение конкретных задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений, качественно решает конкретные задачи (исследования, проекта, деятельности) за установленное время, оценивает риски и результаты проекта, публично представляет результаты проекта, вступает в обсуждение хода и результатов проекта, допуская ошибки; все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено на низком уровне. Компетенция ОПК-4 освоена на минимальном уровне.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла, не использует полученные знания для решения задач профессиональной деятельности в сфере проектного управления: не выстраивает этапы работы над проектом с учетом последовательности их реализации, не определяет этапы жизненного цикла проекта, не определяет проблему, на решение которой направлен проект, не формулирует цель проекта, определяет исполнителей проекта, не проектирует решение конкретных задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений, не решает конкретные задачи (исследования, проекта, деятельности) за установленное время, не оценивает риски и результаты проекта, публично представляет результаты проекта, не вступает в обсуждение хода и результатов проекта. Зачет не выставляется студенту, если он не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, компетенция ОПК-4 не сформирована, большинство предусмотренных программой учебных заданий не выполнено, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному.

2. Описание шкалы оценивания

Рейтинговая оценка знаний студента не предусмотрена

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя: написание реферата по одной из предложенных тем и выступление с ним перед

студенческой аудиторией.

Предлагаемые студенту задания позволяют проверить компетенции: ОПК-4.

Для подготовки к данному оценочному мероприятию необходимо изучить работы отечественных и зарубежных ученых по данной проблематике, просмотреть последние аналитические отчеты и справочники, а также повторить лекционный материал, материалы практических занятий, а также вопросы, выносимые на самостоятельное изучение.

При подготовке к ответу студенту предоставляется право пользоваться своей работой и конспектами.

При проверке задания, оцениваются полнота раскрытия проблемы, использование различных источников информации.

Методические рекомендации по изучению теоретического материала

Работа с книгой

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги.

Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил.

Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу.

Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода).

При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа.

Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем.

Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались.

Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента.

Различают два вида чтения; первичное и вторичное. *Первичное* - это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах. После него не должно остаться ни одного непонятого слова. Содержание не всегда может быть понятно после первичного чтения.

Задача *вторичного* чтения полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым).

Правила самостоятельной работы с литературой

Как уже отмечалось, самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания. Основные советы здесь можно свести к следующим:

- Составить перечень книг, с которыми Вам следует познакомиться;
- Сам такой перечень должен быть систематизированным.
- Обязательно выписывать все выходные данные по каждой книге (при написании курсовых и дипломных работ это позволит очень сэкономить время).

• Разобраться для себя, какие книги (или какие главы книг) следует прочитать более внимательно, а какие – просто просмотреть.

• При составлении перечней литературы следует посоветоваться с преподавателями и научными руководителями (или даже с более подготовленными и эрудированными сокурсниками), которые помогут Вам лучше сориентироваться, на что стоит обратить большее внимание, а на что вообще не стоит тратить время...

• Естественно, все прочитанные книги, учебники и статьи следует конспектировать, но это не означает, что надо конспектировать «все подряд»: можно выписывать кратко основные идеи автора и иногда приводить наиболее яркие и показательные цитаты (с указанием страниц).

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Выделяют четыре основные установки в чтении научного текста:

1. информационно-поисковый (задача – найти, выделить искомую информацию)
2. усваивающая (усилия читателя направлены на то, чтобы как можно полнее осознать и запомнить как сами сведения излагаемые автором, так и всю логику его рассуждений)
3. аналитико-критическая (читатель стремится критически осмыслить материал, проанализировав его, определив свое отношение к нему)
4. творческая (создает у читателя готовность в том или ином виде – как отправной пункт для своих рассуждений, как образ для действия по аналогии и т.п. – использовать суждения автора, ход его мыслей, результат наблюдения, разработанную методику, дополнить их, подвергнуть новой проверке).

Основные виды систематизированной записи прочитанного:

1. Аннотирование – предельно краткое связное описание просмотренной или прочитанной книги (статьи), ее содержания, источников, характера и назначения;
2. Планирование – краткая логическая организация текста, раскрывающая содержание и структуру изучаемого материала;
3. Тезирование – лаконичное воспроизведение основных утверждений автора без привлечения фактического материала;
4. Цитирование – дословное выписывание из текста выдержек, извлечений, наиболее существенно отражающих ту или иную мысль автора;
5. Конспектирование – краткое и последовательное изложение содержания прочитанного.

Конспект – сложный способ изложения содержания книги или статьи в логической последовательности. Конспект аккумулирует в себе предыдущие виды записи, позволяет всесторонне охватить содержание книги, статьи. Поэтому умение составлять план, тезисы, делать выписки и другие записи определяет и технологию составления конспекта.

Методические указания по составлению конспекта

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;
2. Выделите главное, составьте план;
3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли.

В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля.

Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

4. Методические рекомендации по самотестированию, подготовке к тестированию

Тестовые задания включены в ФОСы по дисциплине для оценки знаний студентов.

Примерные тесты по дисциплине

1.	4	Какую цель преследует социальное предпринимательство? 1Получение социального эффекта 2Решение социально значимых задач 3Расширение и масштабирование деятельности 4Все ответы верны
2.	б	3. Социальное предпринимательство – это.... а) бизнес с социальной ответственностью; б) предпринимательская деятельность, направленная на достижение общественно полезных целей, способствующая решению социальных проблем граждан и общества; в) использование методов венчурного бизнеса для разработки, финансирования и внедрения инновационных решений социальных, культурных или экологических проблем; г) разновидность благотворительности
3.	2 Фонд "Наше будущее" сотрудничает с нефтяной компанией "ЛУКОЙЛ", которая на площадках минимаркетов своих АЗС выставляет продукцию социальных предпринимателей. Например, товары для дачи, игрушки для детей, что-то в дорогу. Эта инициатива - часть проекта популяризации соцпредпринимательства "Больше, чем покупка". Только в прошлом году в	Где можно купить продукцию социальных предпринимателей, которых поддерживает Фонд "Наше будущее"? 1В библиотеках 2На заправках 3В киосках 4В театрах

	рамках проекта было реализовано товаров на более чем 150 миллионов рублей.	
4.	а)	По направлению деятельности социальные проекты подразделяются на следующие типы: а) образовательные, культурные; б) квази- проекты; в) технические; г) научные;
5.	а)	Социальное проектирование- это ... а) процесс создания прототипа, прообраза социальных объектов, социальных качеств, социальных процессов и отношений; б) форма опережающего отражения действительности; в) предвидение тенденций и перспектив возможного развития социальных систем, объектов, общественных явлений, процессов; г) форма регулирования социальных процессов в обществе, связанных с жизнедеятельностью населения;
6.	Г)	Цель, которую преследует коммерческая организация, осуществляющая социальные инвестиции а) повышение национального дохода; б) повышение уровня (качества) жизни; в) получение прибыли; г) повышение уровня и качества жизни посредством удовлетворения материальных, духовных и социальных потребностей.
7.	А)	Основной показатель эффективности социального инвестирования, который характеризует степень удовлетворенности населения качеством жизни а) социальный эффект; б) социальная эффективность; в) социально-экономическая эффективность; г) экономическая эффективность.
8.	А)	Виды проявления госрегулирования социальной сферы а) налоговые льготы, юридическая поддержка; б) политика нормирования д) тарифная политика; е) таможенное регулирование.
9.	Б)	Социальная ответственность – это ... а) правило; б) этический принцип; в) закон, обязательный для исполнения; г) норматив

10.	А)	Субъект социального предпринимательства обеспечивает занятость следующим социальным категориям: а) инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья; г) выпускники детских домов в возрасте тридцати лет; д) одинокие люди; е) дети;
11.	Б)	Конкретные количественные показатели, являющиеся примером социальной эффективности а) возникновение дополнительных услуг; в) уменьшение безработицы; д) рост доходов госбюджета; е) снижение преступности.
12.	Б)	Форма финансовой помощи, выделяемой компанией на реализацию долгосрочных и совместных партнерских социальных программ, направленных на повышение уровня жизни различных слоев общества а) корпоративный фонд; б) социальные инвестиции; в) спонсорство; г) денежные гранты; д) социально значимый маркетинг
13.	1	Присущ ли риск социальному предпринимательству? + Да, риск – это неотъемлемая составляющая предпринимательства - Да, но лишь в условиях инфляции - Нет -Да, но лишь в условиях кризисов
14.	2	Отметьте социально-экономическое мероприятие, которое не может позитивно отразиться на социальной сфере общества: развитие частной инициативы 1разгосударствление экономики 2неконтролируемый рост потребительских цен 3ликвидация командно-административной системы управления экономикой 4создание жизнеспособных рыночных структур
15.	4	Отметьте, что из ниже перечисленного не отражает социальную эффективность плана социального развития: 1 рациональное использование свободного времени 2 совершенствование социальной структуры трудового коллектива 3 рост благосостояния членов коллектива 4 рост производительности труда
16.		Предприниматель решил запустить стартап в сфере социального предпринимательства. Он очень детально проработал решение социальной проблемы (помощь в трудоустройстве выпускников детских домов в возрасте до 23 лет), однако так увлекся планированием социальных результатов, что не предусмотрел, каким образом предприятие будет получать доход. Что вы порекомендуете предпринимателю?
17.		Определите задачи социального проекта «Турагентство по организации программ детского межрегионального обмена».
18.		Каков социальный эффект проекта «Ярмарка обмена ненужными вещами» (Бесплатная ярмарка обмена ненужными вещами. Все желающие могут принести на фримаркет то, что пригодится другим участникам акции: хорошие и чистые вещи, ставшие не по размеру или не по

		вкусу, прочитанные книги, аксессуары, исправную домашнюю утварь и т.д.)
19.		Сформулируйте, какие ресурсы необходимы для реализации проекта «Социально-ответственное» граффити» (привлечение лиссабонскими райтерами местных пенсионеров к стрит-арту на постоянной основе).
20.		Можно ли считать проект «Сервис для поиска квалифицированных надомных сиделок престарелым» социально-предпринимательским?
21.		В чем заключается социально-предпринимательский характер проекта «Шапки мира»? Суть проекта: Андрей Попов из Суздаля придумал необычный проект под названием «Шапки мира». Он продает вязаные головные уборы мастериц из деревень.

5. Рекомендуемая литература

Основная литература:

1. Астахова Е.А., Калюгина С.Н., Ларионова Н.А., Мухорьянова О.А. Экономическая деятельность субъектов социального предпринимательства и НКО: учебно-методическое пособие / Е.А. Астахова, Н.А. Ларионова, О.А. Мухорьянова. -: Ставрополь: Издательско-информационный центр «Фабула». 2020.- 258 с.

2. Романенко, Е. В. Инновационная экономика и технологическое предпринимательство Электронный ресурс / Романенко Е. В. : методические указания. - Омск : СибАДИ, 2020. - 52 с., экземпляров неограничено

Дополнительная литература:

1. Борнштейн, Дэвид Как изменить мир: Социальное предпринимательство и сила новых идей / Дэвид Борнштейн. –М. : Альпина Паблишер, 2019. – 504 с. – ISBN 978-5-9614-1741-8. –Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт].

2. Инновационное предпринимательство в России: тренды, инструменты и потенциал развития : монография / О.Е. Акимова, С.К. Волков, И.В. Митрофанова, Н.П. Иванов, В.С. Фомичев. - Москва|Берлин : Директ-Медиа, 2019. - 127 с. : ил., табл. - Библиогр.: с. 113-123. - ISBN 978-5-4475-9925-6, экземпляров неограниченно

3. Исследование возможностей совершенствования механизма планирования и управления экономическими системами в условиях глобализации бизнеса : монография / Н. А. Дубинина, М. В. Шендо, Е. П. Карлина [и др.]. - Исследование возможностей совершенствования механизма планирования и управления экономическими системами в условиях глобализации бизнеса, Весь срок охраны авторского права. - Электрон. дан. (1 файл). - Саратов : Вузовское образование, 2021. - 126 с. - электронный. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 978-5-4487-0798-8, экземпляров неограниченно

1. 4. Кикал, Джилл. Социальное предпринимательство: миссия – сделать мир лучше Электронный ресурс / Джилл Кикал, Томас Лайонс ; пер. П. Миронов. - Социальное предпринимательство: миссия – сделать мир лучше, 2020-02-28. - Москва : Альпина Паблишер, 2019. - 304 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 978-5-9614-4458-2, экземпляров неограниченно

Интернет-ресурсы:

1. <http://biblioclub.ru> (Сайт ЭБС «Университетская библиотека онлайн»)
2. <http://lab-sp.ru/> (Лаборатория социального предпринимательства)
3. <http://www.nb-forum.ru> (Интернет-издание. «Новый бизнес. Социальное предпринимательство»).
4. <http://www.economicus.ru/nfprk/pe.php> (Образовательный портал «Economicus.ru»)
5. <http://www.consultant.ru/> (Официальный сайт компании «Консультант- Плюс»).
6. <http://www.garant.ru/> (Сайт информационно-правового портала «Гарант»).
7. <http://fcior.edu.ru/> (Сайт федерального центра информационно-образовательных ресурсов).