

Министерство науки и высшего образования РФ
ФГБОУ ВО «Ульяновский государственный университет»

Институт экономики и бизнеса

Рожкова Е.В.

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ
СТУДЕНТОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО»**

Ульяновск 2019

Методические указания для самостоятельной работы студентов по дисциплине «Социальное предпринимательство» / составитель: Е.В.Рожкова.- Ульяновск: УлГУ, 2019.

Настоящие методические указания предназначены для студентов экономических направлений и специальностей всех форм обучения, изучающих дисциплину «Социальное предпринимательство». В работе приведены литература по дисциплине, основные темы курса и вопросы в рамках каждой темы, рекомендации по изучению теоретического материала, контрольные вопросы для самоконтроля и тесты для самостоятельной работы.

Студентам заочной формы обучения следует использовать данные методические указания при самостоятельном изучении дисциплины. Студентам очной формы обучения они будут полезны при подготовке к практическим занятиям и к зачету по данной дисциплине.

Рекомендованы к использованию ученым советом

Института экономики и бизнеса УлГУ

Протокол № от « _____ 2019г.

1.ЛИТЕРАТУРА ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Основы социального предпринимательства : учебное пособие для вузов / Е. М. Белый [и др.] ; под редакцией Е. М. Белого. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 178 с. — (Высшее образование). — ISBN 978– 5– 534– 11579– 6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/445670> (дата обращения: 25.09.2019).

2.МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

Тема 1. Теоретические основы социального предпринимательства.

Основные вопросы темы:

1. Определение социального предпринимательства.
2. Признаки и уникальные особенности социального предпринимательства.
3. Моделирование процесса социального предпринимательства.
4. Тенденции активизации развития социального предпринимательства

Рекомендации по изучению темы

Вопрос 1 темы следует изучить по учебнику [1], с.9-12.

Вопрос 2 изложен в учебнике на с.12-16.

Для самостоятельного изучения вопроса 3 следует обратиться к учебнику, с.16-19.

Вопрос 4 изложен в учебнике на с.20-22.

Контрольные вопросы:

1. Какие характерные черты присущи предпринимательской деятельности?
2. Дайте определение социального предпринимательства. Чем обусловлено многообразие подходов к определению данного феномена?
3. В чем принципиальное различие социального предприятия и социального предпринимательства?
4. Охарактеризуйте сферы деятельности социальных предприятий. Приведите примеры деятельности в каждой сфере.
5. Раскройте основополагающие признаки социального предпринимательства, отличающие его от иных видов бизнеса.
6. Каковы мотивационные предпосылки создания социального предприятия?
7. Дайте характеристику основным типам социальных предпринимателей. Приведите примеры.
8. Для чего необходимо моделирование социального предпринимательства и что оно предполагает?
9. Охарактеризуйте известные Вам модели социального предпринимательства и

выявите сходства и различия в них.

10. Что гласит теория экономики «Дна пирамиды» К.Прахалада? Каковы возможности ее практического использования?
11. Охарактеризуйте основные тенденции, определяющие высокую значимость социального предпринимательства в современных условиях. Все ли они имеют позитивный характер? Обоснуйте ответ
12. Приведите примеры законодательной поддержки инициатив социального предпринимательства за рубежом. Каковы правовые позиции социальных предпринимателей в России?

Тесты для самостоятельной работы

ответьте на тестовые вопросы

1. Согласно современному российскому законодательству, социальное предпринимательство – это:

- а) совокупность людей, объединенных общей целью, с распределением между ними функций, полномочий и ответственности
- б) способ достижения долгосрочных целей коммерческой организации
- в) деятельность хозяйствующих субъектов, направленная на достижение общественно полезных целей, способствующих решению социальных проблем граждан
- г) систематическое получение прибыли от продажи товаров и услуг

2. Критерий отнесения субъектов малого и среднего предпринимательства к социальным предприятиям, согласно российскому законодательству:

- а) Обеспечивать занятость социально уязвимых групп граждан;
- б) Обеспечивать доступ производимых социально уязвимыми группами граждан товаров (работ, услуг) к рынку сбыта;
- в) Осуществлять деятельность, направленную на производство ориентированных на социально уязвимые группы граждан товаров (работы, услуги), направленные на создание им равных с другими гражданами возможностей участия в жизни общества
- г) все вышеперечисленное - верно

3. В сферы деятельности социальных предприятий НЕ входит:

- а) деятельность в области образования
- б) содействие охране окружающей среды
- в) издание книг, связанных с культурой

г) нет правильного ответа

4. В сферы деятельности социальных предприятий НЕ входит:

- а) обеспечение культурно-просветительской деятельности
- б) предоставление услуг в сфере физической культуры
- в) деятельность по охране окружающей среды
- г) нет правильного ответа

5. Исследователем в области социального предпринимательства НЕ является:

- а) К. Альдерфер
- б) Гр. Диз
- в) Б. Дрейтон
- г) Ч. Лидбитер

6. Признаками социального предпринимательства НЕ является:

- а) отсутствие устойчивого коммерческого эффекта
- б) преобладание социальной миссии над коммерческим интересом
- в) наличие устойчивого коммерческого эффекта
- г) преобладание коммерческого интереса над социальной миссией

7. Доход социального предпринимателя должен формироваться преимущественно:

- а) от получения благотворительных взносов
- б) от продажи производимых товаров и услуг
- в) от получения грантов
- г) от продажи имущества

8. Сфера социального предпринимательства – это:

- а) исключительно благотворительность
- б) исключительно бизнес
- в) сектор на стыке благотворительности и бизнеса
- г) все ответы неверны

9. С точки зрения мотивационных предпосылок создание социального предприятия, важное значение имеет:

- а) опыт

- б) контент
- в) верно а) и б)
- г) неверно а) и б)

10.С точки зрения мотивационных предпосылок создание социального предприятия, контент означает:

- а) убеждения
- б) столкновение с социальными проблемами
- в) уверенность в собственных возможностях
- г) все ответы неверны

11.По классификации Ш.Захры, типом социального предпринимателя, который «ломает» существующее социальное равновесие, является:

- а) социальный инженер
- б) социальный созидатель
- в) социальный мастер
- г) все ответы неверны

12.По классификации Ш.Захры, типом социального предпринимателя, который решает небольшие социальные проблемы «на месте», является:

- а) социальный инженер
- б) социальный созидатель
- в) социальный мастер
- г) все ответы неверны

13.Моделирование процесса социального предпринимательства, по сути, есть:

- а) оценка эффективности деятельности
- б) получение разрешений на ведение деятельности
- в) формализация потока деятельности
- г) все ответы неверны

14.Модель социального предпринимательства Д.Тиммонса предполагает, что социальный предприниматель поддерживает баланс между:

- а) возможностями и ресурсами
- б) командой и возможностями

- в) ресурсами и командой
- г) возможностями, ресурсами и командой

15. Модель социального предпринимательства PCDO, помимо элементов «люди» и «возможность», включает элемент:

- а) «делка»
- б) «контекст»
- в) «контекст» и «опыт»
- г) «контекст» и «делка»

16. Согласно модели социального предпринимательства Дж. Кикала и Т. Лайонса, личная мотивация предпринимателя, наличие существующих активов и социальной потребности ведет к:

- а) созданию идеи
- б) достижению миссии
- в) анализу результатов
- г) все ответы верны

17. Согласно модели социального предпринимательства Дж. Кикала и Т. Лайонса, основные этапы осуществляются:

- а) во внешней среде, включающей экономику и политику
- б) во внешней среде, включающей географию и историю
- в) во внешней среде, включающей юридическую и денежную системы
- г) все ответы верны

18. В теории экономики «Дна пирамиды» К. Прахалада утверждается, что основу «экономической пирамиды» составляют:

- а) наиболее богатые люди (доход свыше 2 тыс. долларов в день)
- б) средний класс (доход около 150 долларов в день)
- в) бедные люди (доход менее 2 долларов в день)
- г) верно а) и б)

19. Актуализация социального предпринимательства, согласно Д. Борнштейну, вызвана:

- а) ростом уровня образования населения
- б) ростом благосостояния населения

- в) ростом свободного времени
- г) все ответы верны

20. К тенденциям, определяющим высокую значимость социального предпринимательства, НЕ относится:

- а) рост неравенства между социальными группами
- б) наличие устойчивых социальных проблем
- в) дестабилизация социально-экономической ситуации
- г) отсутствие в обществе социальных проблем

21. Потребность в гетерогенизации социальных услуг означает их:

- а) индивидуализацию
- б) стандартизацию
- в) удешевление
- г) исчезновение

22. В настоящее время в сфере социального предпринимательства фиксируется:

- а) отсутствие конкуренции за государственные источники финансирования
- б) сокращение конкуренции за государственные источники финансирования
- в) рост конкуренции за государственные источники финансирования
- г) полное отсутствие государственных источников финансирования

Тема 2. Нормативно – правовое обеспечение социального предпринимательства.

Основные вопросы темы:

1. Основные правовые акты в сфере социального предпринимательства.
2. Организационно- правовые формы социальных предприятий.
3. Особенности налогообложения социальных предприятий.

Рекомендации по изучению темы

Вопрос 1 изложен на с.24-27 учебника.

Основные аспекты вопроса 2 рассматриваются на с.27-33 учебника.

На с.33-37 учебника можно ознакомиться с материалом по вопросу 3.

Контрольные вопросы:

1. По каким признакам хозяйствующий субъект можно отнести к социальному

- предприятию?
2. Перечислите основные используемые на практике организационно – правовые формы социальных предприятий.
 3. Сформулируйте основные преимущества и недостатки индивидуального предпринимательства как правовой формы организации социального бизнеса.
 4. В чем состоит принципиальное отличие коммерческих и некоммерческих организаций?
 5. Назовите основные организационно – правовые формы некоммерческих организаций, реализующих социальные проекты.
 6. Чем неудобна для социальных предпринимателей общая система налогообложения?
 7. Какие специальные налоговые режимы могут использоваться социальными предприятиями?
 8. В чем заключается упрощенная система налогообложения? Охарактеризуйте её преимущества и недостатки.
 9. Объясните суть единого налога на вмененный доход. В чем состоят преимущества и недостатки этого специального налогового режима?
 10. Дайте характеристику патентной системе налогообложения.

Тесты для самостоятельной работы:

ответьте на тестовые вопросы

1. Напишите, какой законодательный акт определяет налогообложение социальных предприятий
2. Укажите, какой законодательный акт определяет возможные организационно-правовые формы предпринимательских структур...
3. Когда впервые в российских официальных документах появился термин «социальное предпринимательство»
 - а) 1991г.
 - б) 2000г.
 - в) 2011г.
 - г) 2018г.
4. Укажите верное утверждение:

Социальные предприятия – это

- а) организации социальной защиты населения;
- б) субъекты малого и среднего бизнеса;
- в) любые хозяйствующие субъекты, действующие в социальной сфере;
- г) пенсионные фонды.

5. В каком законодательном акте РФ впервые был введен в оборот термин «социально ориентированные некоммерческие организации»?

- а) в Гражданском кодексе РФ;
- б) в Федеральном законе «О некоммерческих организациях»;
- в) в Федеральном законе «Об общественных объединениях»;
- г) в Федеральном законе «Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации»

6. В какой правовой форме не может быть создано социальное предприятие?

- а) некоммерческая организация;
- б) коммерческая организация;
- в) индивидуальный предприниматель;
- г) казенное учреждение.

7. Какая из нижеприведенных организационно-правовых форм некоммерческих организаций часто используется для реализации социальных проектов?

- а) адвокатская палата;
- б) автономная некоммерческая организация;
- в) государственная корпорация;
- г) публично – правовая компания.

8. Какая из нижеприведенных организационно-правовых форм не является некоммерческой организацией?

- а) благотворительный фонд;
- б) общество с ограниченной ответственностью;
- в) автономная некоммерческая организация;
- г) ассоциация.

9. Какие из перечисленных особенностей являются верными для фонда как организационно-правовой формы?

- а) фонд является некоммерческой организацией;
- б) фонд не предполагает членства;
- в) если фонд ликвидируется, то оставшееся имущество распределяется между учредителями;
- г) имущественную деятельность фонда контролирует попечительский совет

10. Какие из перечисленных особенностей являются верными для автономной некоммерческой организации (АНО) как организационно-правовой формы?

- а) АНО является некоммерческой организацией;
- б) АНО не предполагает членства;
- в) учредители АНО отвечают по долгам этой организации;
- г) АНО не может осуществлять предпринимательскую деятельность.

11. Если гражданин занимается социальным предпринимательством без образования юридического лица, то такая организационно-правовая форма называется

12. Какие из нижеперечисленных налогов должен уплачивать социальный предприниматель, если он работает без образования юридического лица?

- а) налог на доходы физических лиц;
- б) налог на прибыль;
- в) налог на добавленную стоимость;
- г) налог на имущество физических лиц.

13. Если социальное предприятие применяют упрощенную систему налогообложения и принимает к учету только доходы, то единый налог составляет:

- а) 6%;
- б) 13%;
- в) 15%;
- г) 20%.

14. Если социальное предприятие применяют упрощенную систему налогообложения и принимает к учету доходы, уменьшенные на величину расходов, то единый налог составляет:

- а) 6%;
- б) 13%;
- в) 15%;
- г) 20%.

15. Укажите величину ставки налога на вмененный доход, установленную Налоговым кодексом РФ.....

16. Разрешение на использование социальным предприятием налогового режима «Единый налог на вмененный доход» действует:

- а) на всей территории РФ;
- б) только в том субъекте РФ, где организация осуществляет свою деятельность;
- в) только в том муниципальном образовании, где организация осуществляет свою деятельность;
- г) по решению налогового органа.

17. Как налоговый режим может использоваться только индивидуальными предприятиями?

- а) общая система налогообложения;
- б) патентная система налогообложения;
- в) единый налог на вмененный доход;
- г) упрощенная система налогообложения.

18. Какой налог должно уплачивать социальное предприятие, работающее по упрощенной системе налогообложения?

- а) налог на прибыль;
- б) единый налог;
- в) налог на доходы физических лиц;
- г) налог на имущество.

Тема 3. Поиск бизнес-идей и бизнес-модели социального предпринимательства.

Основные вопросы темы:

1. Поиск бизнес-идей и анализ бизнес-возможностей.
2. Социальные инновации
3. Бизнес – модели в социальном предпринимательстве

Рекомендации по изучению темы

Первый вопрос изложен на с.39-42 учебника

Вопросу 2 посвящен параграф 3.2. учебника (с.42-47)

Материал по вопросу 3 можно найти на страницах 47-53 учебника.

Контрольные вопросы:

1. Охарактеризуйте основные источники бизнес – идей.
2. Что означает понятие «бизнес – возможность»?
3. От каких факторов зависит возможность реализации бизнес – идеи?
4. Каким образом можно оценить бизнес – возможность реализации какой – то социальной идеи?
5. Почему для реализации бизнес – идеи важна финансовая устойчивость социального предприятия?
6. Перечислите основные типы социальных инноваций.
7. Каковы, по вашему мнению, основные особенности социальных инноваций?
8. Какие виды классификаций социальных инноваций вы знаете?
9. Охарактеризуйте связь социальных инноваций с бизнес – идеями и возможностями их реализации в социальном предпринимательстве.
10. Какие задачи призвана решать бизнес – модель предприятия?
11. В чем заключаются специфические особенности бизнес – модели социальных предприятий?
12. А.Остервальдер и И.Пинье разработали широко используемый шаблон бизнес – модели. Охарактеризуйте основные элементы этого шаблона.

Тесты для самостоятельной работы:

ответьте на тестовые вопросы

- 1.Замысел, который может быть использован как прообраз бизнеса, на основе которого может быть создано новое предприятие – это:
- а) бизнес – план;
 - б) бизнес – идея;
 - в) бизнес – возможность;
 - г) проект

2. Факторами, обеспечивающими возможность реализации социальной бизнес – идеи, по вашему мнению являются:

- а) социальная ценность и коммерческая эффективность идеи;
- б) интерес предпринимателя к этой идее;
- в) наличие у социального предприятия доступа к необходимому объему финансовых ресурсов;
- г) присутствие данной идеи в банке социальных бизнес – идей.

3. Совокупность благоприятных рыночных условий, которые способствуют реализации данной бизнес – идеи – это.....(бизнес – возможность)

4. Потенциал социальной ценности бизнес – идеи (по Дж.Кикалу и Т.Лайонсу) определяет:

- а) бизнес – возможность реализации данной идеи;
- б) социальный эффект от реализации данной идеи;
- в) социально-экономическую эффективность реализации данной идеи;
- г) объем ресурсов, необходимых для реализации данной идеи.

5. Рыночный потенциал бизнес – идеи (по Дж.Кикалу и Т.Лайонсу) определяет:

- а) социальный эффект от реализации данной идеи;
- б) бизнес – возможность реализации данной идеи;
- в) объем ресурсов, необходимых для реализации данной идеи.
- г) будущие рыночные возможности продукта или услуги.

6. Потенциал конкурентного преимущества бизнес – идеи (по Дж.Кикалу и Т.Лайонсу) определяет:

- а) объем ресурсов, необходимых для реализации данной идеи;
- б) социальный эффект от реализации данной идеи;
- в) возможности данного социального проекта в условиях конкурентного рынка;
- г) бизнес – возможность реализации данной бизнес – идеи.

7. Термин «инновации» ввел:

- а) Й. Шумпетер;
- б) М. Юнус;
- в) Дж. Мулган;

г) Дж. Кикал и Т. Лайонс.

8. Какие из следующих условий характерны, по вашему мнению для социальных инноваций?

- а) новизна;
- б) наличие социальной потребности;
- в) возможность одновременной реализации на многих предприятиях;
- г) минимальное количество ресурсов, необходимых для реализации.

9. Если инновация реализуется многократно и тиражируется на большом числе объектов, она называется:

- а) единичной;
- б) диффузной;
- в) радикальной;
- г) модификационной.

10. Если социальная инновация приводит к существенному изменению социальных услуг, процессов и социальных институтов, она называется:

- а) единичной;
- б) диффузной;
- в) радикальной;
- г) модификационной.

11. Сервисные инновации приводят к:

- а) изменению форм управления социальным бизнесом;
- б) изменению социальных технологий;
- в) к созданию новых социальных услуг;
- г) к использованию принципиально новых источников трудовых ресурсов.

12. К основным элементам бизнес – модели следует отнести:

- а) способ создания ценности;
- б) методику оценки экономической эффективности бизнеса;
- в) метод ведения бизнеса;
- г) механизм распределения полученной прибыли.

13. Сколько блоков содержит формализованный шаблон бизнес – модели, предложенный

А. Остервальдером и И. Пинье?

- а) 5
- б) 10
- в) 9
- г) 7.

14. Бизнес – модель социального предпринимательства «Платформа» предполагает, что:

- а) социальный предприниматель выступает посредником между благополучателем и потребителем;
- б) социальный предприниматель приобретает продукцию у благополучателя;
- в) социальный предприниматель создает условия для трудовой деятельности определенных групп населения;
- г) социальный предприниматель решает какую-то конкретную задачу ликвидации социального дефицита.

15. Бизнес – модель социального предпринимательства «Доступ к рынку» предполагает, что:

- а) социальный предприниматель выступает посредником между благополучателем и потребителем;
- б) социальный предприниматель приобретает продукцию у благополучателя;
- в) социальный предприниматель создает условия для трудовой деятельности определенных групп населения;
- г) социальный предприниматель решает какую-то конкретную задачу ликвидации социального дефицита.

16. Бизнес – модель социального предпринимательства «Занятость» предполагает, что:

- а) социальный предприниматель выступает посредником между благополучателем и потребителем;
- б) социальный предприниматель приобретает продукцию у благополучателя;
- в) социальный предприниматель создает условия для трудовой деятельности определенных групп населения;
- г) социальный предприниматель решает какую-то конкретную задачу ликвидации социального дефицита.

17. Бизнес – модель социального предпринимательства «Доступ к товару/ услуге» предполагает, что:

- а) социальный предприниматель выступает посредником между благополучателем и потребителем;
- б) социальный предприниматель приобретает продукцию у благополучателя;
- в) социальный предприниматель создает условия для трудовой деятельности определенных групп населения;
- г) социальный предприниматель решает какую-то конкретную задачу ликвидации социального дефицита.

Тема 4. Бизнес-планирование в социальном предпринимательстве.

Основные вопросы темы:

1. Необходимость планирования в социальном предпринимательстве
2. Типы бизнес-планов и процесс их разработки
3. Упрощенная версия бизнес-плана
4. Развернутая версия бизнес-плана

Рекомендации по изучению темы

Вопрос 1 рассмотрен на с.55-58 учебника.

Вопрос 2 изложен на с.58-60 учебника.

Вопросу 3 посвящен параграф 4.3 учебника (с.60-73)

Наконец, вопрос 4 рекомендуем изучать по учебнику, с.73-81.

Контрольные вопросы:

1. Какие основные признаки присущи планированию?
2. Каковы основные причины, побуждающие современных предпринимателей заниматься бизнес-планированием?
3. Какие существуют основные типы бизнес-планов? В чем их отличие?
4. В чем заключается процесс разработки бизнес-плана?
5. Почему социальному предпринимателю стоит разрабатывать бизнес-план самостоятельно?
6. Из каких частей состоит упрощенная версия бизнес-плана?
7. Что понимают под бизнес-операцией в бизнес-планировании?
8. В какой последовательности осуществляется расчет показателей бизнес-операции?
9. В чем заключается отличие переменных затрат от постоянных?

10. Какие показатели отражают эффективность бизнес-операции?
11. Какие стандарты разработки бизнес-планов широко известны в настоящее время?
12. Какова типовая структура бизнес-плана инвестиционного проекта?

Тесты для самостоятельной работы:

ответьте на тестовые вопросы

1. Бизнес-план представляет собой:
 - а) всестороннее описание бизнеса и среды, в которой он действует, а также системы управления, в которой он нуждается для достижения поставленных целей;
 - б) описание технологического процесса создания нового продукта или услуги;
 - в) описание результатов кабинетных исследований рынка и возможностей для нового бизнеса;
 - г) заявку на получение кредита в банке.

2. К основным причинам, побуждающих современных предпринимателей заниматься бизнес-планированием не относят:
 - а) желание объективно взглянуть на бизнес со всех его сторон;
 - б) возможность оперативно контролировать и управлять созданным бизнесом;
 - в) доведение идей бизнеса до всех стейкхолдеров;
 - г) лень инициаторов бизнес-идеи.

3. К общим признакам всех видов планов не относится:
 - а) направленность на достижение определенных целей;
 - б) упорядоченность процесса планирования;
 - в) директивность в реализации всех видов планов;
 - г) обработка информации как основа планирования.

4. Современная экономическая ситуация вынуждает бизнес особенно внимательно относиться к планированию, так как
 - а) существуют требования законодательства о разработке планов организаций;
 - б) недооценка планирования предпринимательской деятельности приводит к значительным экономическим потерям, а иногда и всего бизнеса целиком;
 - в) планы необходимы при заключении контрактов со стейкхолдерами;
 - г) конкуренты осуществляют свою деятельность на основе планирования.

5. Утверждение – «прежде чем действовать, мы должны знать, чего хотим и что можем» принадлежит:

- а) Владимиру Базарову,
- б) Анри Файоллю,
- в) Генри Форду,
- г) Павлу Анненкову.

6. Бизнес-план, который предприниматель пишет сам для себя, является:

- а) внутренним неформальным бизнес-планом, все содержание которого можно уместить на нескольких страницах;
- б) внутренним частично формальным бизнес-планом, в котором описательная часть выполняется в свободной, а расчетная в строго регламентированной форме;
- в) публичным бизнес-планом, разрабатываемым по общепринятым структуре, содержанию и оформлению;
- г) простым копированием уже имеющихся бизнес-планов в сети Интернет.

7. Какой из вариантов разработки бизнес-планов для внешних пользователей не применяется на практике:

- а) разработка бизнес-плана осуществляется самостоятельно;
- б) разработка бизнес-плана поручается консалтинговой компании;
- в) разработка бизнес-плана осуществляется совместно с консалтинговой компанией;
- г) разработка бизнес-плана осуществляется сотрудниками налоговой инспекции.

8. Основной целью разработки бизнес-плана для внешних пользователей является:

- а) выбор оптимальной системы налогообложения,
- б) продажа собственной бизнес-идеи инвесторам,
- в) заключение выгодных контрактов с контрагентами,
- г) получение государственной поддержки для бизнеса.

9. Первым этапом в разработке бизнес-плана является:

- а) сбор и анализ информации для всех разделов бизнес-плана,
- б) установление общей структуры бизнес-плана,
- в) определение цели подготовки бизнес-плана,
- г) экспертиза бизнес-плана.

10. Экспертиза бизнес-плана может потребоваться в случае, если...

- а) недостаточно информации для разработки бизнес-плана,
- б) структура бизнес-плана специфична и четко не определена,
- в) бизнес-план разрабатывается предпринимателем самостоятельно, без участия консалтинговой компании,
- г) бизнес-план содержит конфиденциальную информацию.

11. Упрощенная версия бизнес-плана включает в себя следующие части:

- а) рыночную и инвестиционную;
- б) свободную и нормативную;
 - в) описательную и финансовую;
- г) простую и сложную.

12. График реализации бизнес-плана необходим для того чтобы:

- а) контролировать весь ход сложного многоступенчатого процесса начала предпринимательской деятельности;
 - б) свободно манипулировать договоренностями с участниками бизнес-процесса;
 - в) зарегистрировать организацию в качестве налогоплательщика;
 - г) определить необходимый объем инвестиций.

13. Основным признаком, по которому затраты относят к стартовым затратам является:

- а) возможность отсрочки платежа;
- б) неопределенность с величиной затрат;
- в) распределение затрат на весь жизненный цикл бизнес-проекта;
- г) возможность начать работу.

14. Затраты, связанные с производством и реализацией продукции (работ или услуг) являются:

- а) текущими (операционными) затратами;
- б) временными затратами;
- в) технологическими затратами;
- г) информационными затратами.

15. Под бизнес-операцией в бизнес-плане следует понимать:

- а) предпринимательскую деятельность в первый месяц работы;

- б) предпринимательскую деятельность в течении реализации бизнес-проекта;
- в) предпринимательскую деятельность в течении определенного времени, позволяющего определить ее результативность;
- г) предпринимательскую деятельность в течении поступления внешних инвестиций.

16. Величина затрат на оплату труда складывается:

- а) из затрат на выплату заработной платы работникам социального предприятия;
- б) из затрат на выплату заработной платы работникам социального предприятия и затрат на уплату обязательных страховых взносов;
- в) из затрат на уплату обязательных страховых взносов;
- г) из затрат на выплату дивидендов собственникам социального предприятия.

17. Постоянные затраты – это те затраты, которые _____ объемов производства в натуральных измерителях

- а) изменяются частично при изменении
- б) изменяются полностью при изменении
- в) не изменяются при изменении
- г) непосредственно связаны с ростом.

18. К основным фондам социального предприятия относятся:

- а) сырье и материалы для изготовления продукции;
- б) бумага и канцелярские товары для работы офиса;
- в) учредительные документы и договоры с поставщиками;
- г) оборудование, компьютеры, мебель, автомобиль.

19. К затратам на капитал в расчете бизнес-операции относятся:

- а) затраты, связанные с оплатой процентов по кредиты или займу;
- б) затраты, связанные с оформлением кредита или займа;
- в) затраты на погашение кредита или займа;
- г) затраты на исследования кредитного рынка.

20. Выручка от реализации товаров (работ, услуг) определяется как:

- а) сумма всех затрат на производство товаров (работ ,услуг);
- б) произведение количества продаваемых товаров (работ, услуг) на их цену;
- в) произведение количества закупаемых товаров (работ, услуг) на их цену;

г) разность между ценой и текущими затратами.

21. Точка безубыточности – это

- а) максимально возможный объем продаж при отсутствии конкуренции на рынке;
- б) средний за год объем продаж;
- в) минимально необходимый объем продаж, при котором предприятие не будет терпеть убытки;
- г) минимально необходимый объем продаж, при котором предприятие не будет платить налоги.

22. Прогноз бюджета движения денежных средств показывает:

- а) превышает ли фактическая выручка от реализации ее запланированное значение;
- б) превышает ли рентабельность собственного бизнеса среднеотраслевую рентабельность;
- в) превышает ли рентабельность собственного бизнеса ставку банковского процента;
- г) превышает ли приток денежных средств от бизнеса отток средств на его продвижение.

23. Структура бизнес плана социального инвестиционного проекта:

- а) является стандартной для всех социальных проектов и не подлежит изменению;
- б) формируется для каждого проекта индивидуально, в зависимости от идеи (замысла) проекта, его масштаба, сложности реализации и прочее;
- в) меняется с изменением законодательства, регулирующего социальную сферу экономики;
- г) для проектов в конкретной отрасли экономики имеет свои стандарты.

24. Назначение раздела «Анализ рынка» в бизнес-плане – это:

- а) раскрыть бизнес-идею и показать, какие преимущества получают производители и потребители от ее реализации.
- б) показать, что продукция или услуги имеют рынок сбыта и определить возможный объема продаж в течение всего периода планирования;
- в) показать организационно-правовые аспекты нового бизнеса;
- г) показать финансовые результаты деятельности предприятия от реализации бизнес-идеи.

25. План денежных расходов и поступлений отражается в разделе бизнес-плана:

- а) Финансовый план;

- б) Организационный план;
- в) План производства;
- г) Маркетинговый план.

26. Расчеты себестоимости выпускаемой продукции (услуг) выполняются в разделе бизнес-плана:

- а) Финансовый план;
- б) Организационный план;
- в) План производства;
- г) Маркетинговый план.

27. Ключевыми вопросами раздела «Инвестиционный план» в бизнес-плане являются:

- а) налогообложение, прогнозируемая прибыль;
- б) стоимость проекта, источники финансирования, оценка эффективности инвестиций;
- в) будущие отношения с инвестором, потенциальные обязательства инвестора в соответствии с законодательством;
- г) организационная структура предприятия.

28. Назначение раздела «Организационный план» в бизнес-плане – это:

- а) показать профессионализм основного персонала, которые отвечают за реализацию бизнес-плана.
- б) показать, что продукция или услуги имеют рынок сбыта и определить возможный объема продаж в течение всего периода планирования;
- в) показать организационно-правовые аспекты нового бизнеса;
- г) показать финансовые результаты деятельности предприятия от реализации бизнес-идеи.

29. Раздел, который свидетельствует о качестве составления бизнес-плана и повышает доверие инвесторов к документу – это ...

- а) Резюме;
- б) Финансовый план;
- в) Потенциальные риски;
- г) Инвестиционный план.

Тема 5. Финансирование социальных предприятий.

Основные вопросы темы:

1. Фандрайзинг в социальном предпринимательстве
2. Источники финансирования социальных предприятий: гранты, благотворительность и спонсорство, государственные субсидии, займы, венчурное финансирование, краудфандинг.

Рекомендации по изучению темы

Материал по обоим вопросам данной темы можно найти в главе 5 учебника, на с. 83-101

Контрольные вопросы:

1. В чем состоит принципиальное отличие операционного фандрайзинга от проектного?
2. Охарактеризуйте основные этапы фанрайзинговой кампании.
3. В чем состоят достоинства и недостатки гранта как источника финансирования социальных проектов?
4. Какие организации могут предоставлять гранты социальным предпринимателям?
5. Чем отличается благотворительность от спонсорства?
6. Каковы основные особенности долевого государственного субсидирования?
7. Охарактеризуйте основные особенности социальных облигаций как источника финансирования социальных проектов.
8. В чем заключается концепция венчурной филантропии?
9. Бизнес-ангелы – кто они?
10. Как можно охарактеризовать понятие «краудфандинговая платформа»?
11. Какие цели могут преследовать доноры, выделяя личные средства на финансирование проектов в рамках краудфандинга?
12. Почему краудфандинг часто называют «народным финансированием»?

Тесты для самостоятельной работы:

ответьте на тестовые вопросы

1. Процесс привлечения и аккумуляции денежных средств и других ресурсов для реализации социальных проектов – это

2. Если целью фандрайзинга является привлечение денежных средств для текущей деятельности социального предприятия, то такой фандрайзинг называется:

- а) социальный;
- б) проектный;
- в) операционный;
- г) внутренний.

3. Если к процессу поиска средств для реализации социального проекта привлечены специализированные консалтинговые фирмы, то такой фандрайзинг называется:

- а) социальный;
- б) проектный;
- в) внешний;
- г) внутренний.

4. Мониторинг процесса фандрайзинга производится на этапе:

- а) планирования фандрайзинговой кампании;
- б) анализа и оценки конечных результатов фандрайзинговой кампании;
- в) на этапе контроля за ходом процесса фандрайзинга;
- г) на всех этапах фандрайзинговой кампании.

5. По формуле «Объем привлеченных средств / Расходы на проведение фандрайзинга» определяется...

6. По формуле «Прибыль / Объем привлеченных средств» определяется...

7. Какой из следующих источников финансирования социальных предприятий не является внешним:

- а) прибыль социального предприятия;
- б) полученный социальным предприятием грант;
- в) государственная субсидия;
- г) кредит банка.

8. Целевые средства, выделяемые на конкурсной основе социальному предприятию, на реализацию конкретного проекта – это

9. Укажите верные утверждения:

- а) благотворительность – это добровольная деятельность по передаче по безвозмездной передаче или имущества;
- б) спонсорство - это добровольная деятельность по передаче по безвозмездной передаче или имущества;
- в) благотворительность строится на взаимовыгодных началах и выгоден как благотворителю, так и стороне, получающей помощь;
- г) спонсор получает от спонсируемой стороны услуг в сфере рекламы или PR-деятельности.

10. Долевое субсидирование – это:

- а) субсидия выделяется государством в равных долях нескольким социальным предприятиям;
- б) государство финансирует проект долями, по мере его реализации;
- в) государство выделяет субсидию только в том случае, если деньги на проект выделяет также какой-либо спонсор;
- г) государство выделяет субсидию только в том случае, когда социальное предприятие также участвует в финансировании проекта.

11. Социальные облигации могут быть выпущены:

- а) социальным предприятием;
- б) благотворительным фондом;
- в) любой некоммерческой организацией;
- г) органами государственного или муниципального управления.

12. Бизнес-ангелами могут быть:

- а) социальные предприятия;
- б) физические лица;
- в) венчурные фонды;
- г) любые частные компании.

13. Добровольное сотрудничество людей, которые объединяют свои ресурсы, чтобы поддержать проекты других людей или организаций – это:

- а) венчурная филантропия;

- б) краудфандинг;
- в) ассоциация;
- г) фандрайзинг.

Тема 6. Кадровая политика в социальном предпринимательстве

Основные вопросы темы:

1. Особенности и задачи управления персоналом на социальных предприятиях
2. Формирование и развитие команды стартапа
3. Подбор персонала социального предприятия
4. Адаптация и обучение персонала
5. Мотивация персонала социального предприятия
6. Волонтеры как кадровый ресурс социального предпринимательства

Рекомендации по изучению темы

Вопрос 1 кратко изложен на с.103-106 учебника

Также чрезвычайно лаконично второй вопрос рассматривается на с.106-108

На с.108-111 приведен материал по вопросу 3 данной темы

Особенности адаптации и обучения персонала обсуждаются на с.111-113 учебника

Основные аспекты мотивации персонала (вопрос 5) достаточно подробно проанализированы на с.113-115.

Базовый материал по вопросу волонтерства можно почерпнуть из параграфа 6.6. учебника на страницах 115-117.

Контрольные вопросы:

1. Какие особенности характерны для управления персоналом на социальных предприятиях?
2. Обоснуйте необходимость формирования команды для реализации социального стартапа.
3. Охарактеризуйте основные этапы приема персонала на социальные предприятия.
4. С какой целью проводится структурированное интервью с кандидатом на вакантную должность?
5. Каковы цели процесса адаптации нового сотрудника?
6. Какие виды адаптации нового сотрудника вы знаете?
7. Сформулируйте основные принципы мотивации персонала социального

предприятия.

8. Какие виды мотивации персонала вы знаете? Кратко охарактеризуйте каждый из них.
9. Какие, по вашему мнению, мотивационные факторы могут подвигнуть человека на волонтерскую деятельность?
10. Какие позитивные и негативные моменты нужно учитывать, привлекая волонтеров к работе на социальном предприятии?

Тесты для самостоятельной работы:

ответьте на тестовые вопросы

1. Какие особенности обычно свойственны малым предприятиям?
 - а) один работник может занимать несколько должностей;
 - б) отсутствуют штатные сотрудники;
 - в) обычно отсутствует многоуровневая организационная структура;
 - г) высокий уровень социальной защищенности сотрудников.

2. Какие из нижеперечисленных особенностей характерны для малых предприятий?
 - а) руководство предприятия тесно взаимодействует с персоналом.
 - б) малое предприятие самостоятельно готовит работников для себя;
 - в) высокий уровень формализации производственного процесса;
 - г) высокая информированность персонала о деятельности предприятия.

3. Какие особенности, перечисленные ниже, характерны именно для социальных предприятий?
 - а) для работы часто привлекаются волонтеры;
 - б) высокий уровень материальной заинтересованности;
 - в) на предприятии работают исключительно лица, нуждающиеся в социальной защите;
 - г) на предприятии имеют место особые, нематериальные источники мотивации персонала.

4. Какие функции из нижеперечисленных следует отнести к задачам системы управления персоналом социального предприятия?
 - а) формирование и развитие команды стартапа по созданию социального предприятия;
 - б) финансирование стартапа;
 - в) организация работы волонтеров;
 - г) тиражирование социального бизнеса;

5.Какая из перечисленных задач не относится к деятельности службы персонала социального предприятия?

- а) организация фандрайзинговой кампании;
- б) разработка системы мотивации сотрудников;
- в) создание системы адаптации сотрудников;
- г) подбор новых сотрудников.

6. Группа специалистов, работающих над реализацией социального проекта – это....

7. Управление командой проекта (согласно РМВОК) включает следующие процессы:

- а) формирование проектной команды;
- б) развитие проектной команды;
- в) управление проектной командой;
- г) расформирование проектной команды.

8. Руководство к своду знаний по управлению проектами (РМВОК) рекомендует следующие критерии при подборе членов команды:

- а) знания;
- б) молодой возраст;
- в) навыки;
- г) наличие рекомендаций.

9. Этап согласования целей, задач и ответственности членов команды - ...

10.Каковы основные цели развития команды проекта?

- а) повышение её конкурентоспособности на рынке труда;
- б) повышение качества командной работы;
- в) увеличение уровня оплаты труда;
- г) минимизация количества конфликтов в коллективе.

11. Каковы особенности подбора персонала на социальное предприятие?

- а) зачастую работник, принимаемый на работу, должен быть универсалом;

- б) социальный предприниматель нередко сам принимает участие в отборе персонала;
- в) на работу принимаются исключительно лица из социально незащищенных групп населения;
- г) на социальные предприятия в основном принимаются работники, не имеющие профессиональных навыков.

12. Заявка на поиск персонала включает:

- а) описание социального предприятия;
- б) величину средней зарплаты на предприятии;
- в) должностные обязанности сотрудника;
- г) требования к уровню образования сотрудника.

13. Использование реферальных программ – это:

- а) метод поиска работников через средства массовой информации;
- б) метод поиска работников через специализированные кадровые агентства;
- в) поиск работников на основе личных рекомендаций;
- г) метод открытого поиска.

14. Метод открытого поиска работников предполагает:

- а) использование личных рекомендаций;
- б) поиск специалистов в компаниях – конкурентах;
- в) использование специализированных периодических изданий;
- г) использование услуг кадровых агентств.

15. Мотивы, побудившие кандидата трудоустроиться именно на данное предприятие, выявляются:

- а) из заявления кандидата;
- б) в ходе структурированного интервью;
- в) во время первичного собеседования;
- г) службой безопасности предприятия.

16. Целями процесса адаптации нового сотрудника являются:

- а) сокращение текучести кадров;
- б) определение будущей зарплаты сотрудника;

- в) снижение повышенной психологической нагрузки при работе сотрудника на новом месте;
- г) проведение профессионального обучения сотрудника.

17. Адаптация, связанная с необходимостью приспособления к особенностям нового коллектива – это:

- а) социальная адаптация;
- б) профессиональная адаптация;
- в) производственная адаптация;
- г) организационная адаптация.

18. Адаптация, связанная с освоением работником своих трудовых обязанностей – это:

- а) социальная адаптация;
- б) профессиональная адаптация;
- в) производственная адаптация;
- г) организационная адаптация.

19. Адаптация, связанная с изучением новым работником основных бизнес – процессов – это:

- а) социальная адаптация;
- б) профессиональная адаптация;
- в) производственная адаптация;
- г) организационная адаптация.

20. Адаптация, предполагающая изучение работником своих прав и обязанностей в структуре предприятия – это:

- а) социальная адаптация;
- б) профессиональная адаптация;
- в) производственная адаптация;
- г) организационная адаптация.

21. Система условий и факторов, стимулирующих внутреннюю энергию и активность персонала на рабочем месте – это... (мотивация персонала)

22. Мотивация, реализуемая через систему оплаты труда – это:

- а) материальная мотивация;
- б) моральная мотивация;
- в) административная мотивация.

23. Мотивация, которая базируется на нравственных ценностях работника – это:

- а) материальная мотивация;
- б) моральная мотивация;
- в) административная мотивация.

24. Мотивация, основанная на требованиях администрации социального предприятия в рамках трудового договора – это:

- а) материальная мотивация;
- б) моральная мотивация;
- в) административная мотивация.

25. Гибкий график работы и возможность удаленной работы – это инструменты:

- а) материальной мотивации;
- б) моральной мотивации;
- в) административной мотивации.

26. Социальный пакет работника (медицинское страхование, субсидия на аренду жилья и др.) – это инструмент:

- а) материальной мотивации;
- б) моральной мотивации;
- в) административной мотивации.

27. Добровольная деятельность, в форме безвозмездного выполнения работ или оказания услуг в интересах благополучателей – это... .

28. К основным мотивационным факторам волонтерской деятельности относятся;

- а) желание заработать деньги в период учебы;
- б) желание способствовать ликвидации социальных дефицитов в обществе;
- в) желание трудоустроиться в дальнейшем в штат социального предприятия;
- г) личные нравственные установки.

29.Первый период волонтерского движения с 1922 по 1992 г.г. связан:

- а) с деятельностью комсомольских организаций;
- б) с деятельностью тимуровских команд;
- в) с созданием общественных благотворительных организаций.

30.Неорганизованное волонтерство осуществляется:

- а) в рамках государственных или частных предприятий;
- б) самостоятельно в форме помощи знакомым людям;
- в) на базе некоммерческих организаций.

31. Организованное волонтерство осуществляется:

- а) в рамках государственных или частных предприятий;
- б) самостоятельно в форме помощи знакомым людям;
- в) на базе некоммерческих организаций.

Тема 7. Управление продажами в социальном предпринимательстве.

Основные вопросы темы:

1. Аналитическая база в управлении продажами в социальном предпринимательстве
2. Анализ конкуренции и формирование конкурентных преимуществ в социальном предпринимательстве
3. Маркетинг в социальном предпринимательстве.

Рекомендации по изучению темы

На с.119-131 можно ознакомиться с основными вопросами, связанными с управлением продажами (вопрос 1).

Вопрос 2 изложен на с.131-140 учебника.

Краткое рассмотрение маркетинговых аспектов социального предпринимательства можно найти на с.140-151 учебника.

Контрольные вопросы:

1. Приведите примеры социальных результатов деятельности социальных организаций.
2. Какие коммерческие результаты, выраженные в натуральных единицах, измерения Вы знаете?
3. Какими отклонениями оценивается динамика показателей?
4. Для каких целей используют структурный анализ в продажах?

5. Опишите сущность и алгоритм проведения ABC-анализа продаж.
6. Перечислите основные нестратегические барьеры входа на рынок.
7. Каким образом состояние инфраструктуры влияет на деятельность социального предприятия?
8. Опишите пять сил конкуренции на социально-ориентированных рынках.
9. Сущность и алгоритм проведения SWOT-анализа.
10. Какие существуют уровни канал распределения?
11. Какие уровни каналов распределения будут чаще использоваться в социальном маркетинге?
12. Проведите сравнительный анализ преимуществ и недостатков различных коммуникационных каналов.

Тесты для самостоятельной работы:

ответьте на тестовые вопросы

1. Примером стоимостного социального результата деятельности социальной организации является:
 - а) снижение уровня подростковой преступности
 - б) число граждан с ограниченными физическими возможностями, трудоустроенными на социальные предприятия
 - в) объем привлеченных средств социальной организацией.

2. Динамика социальных результатов оценивается посредством:
 - а) абсолютного и относительного отклонений;
 - б) средних величин;
 - в) темпа прироста.

3. Целью ABC - анализа продаж социальной организации является:
 - а) оценка уровня прибыли;
 - б) ранжирование доли продаж отдельных видов товаров в общем объеме продаж;
 - в) изучение динамики доходов от продажи товаров.

4. Прибыль социальной организации - это финансовый результат деятельности, характеризующийся:
 - а) превышением расходов над доходами;
 - б) превышением доходов над расходами;

в) равенством доходов и расходов.

5. Примером социального результата, выраженного в натуральных единицах измерения, является:

- а) снижение уровня подростковой преступности до 5 чел на 1 тыс. жителей областного центра;
- б) объем привлеченных средств социальной организацией;
- в) доход социальной организации.

6. К социально-экономическим барьерам в социальном предпринимательстве относятся:

- а) стратегические преграды;
- б) емкость рынка или рыночной ниши;
- в) сложившейся уровень цены на конкурирующие товары.

7. К административным барьерам в социальном предпринимательстве относятся:

- а) лицензирование отдельных видов социально-ориентированной деятельности;
- б) емкость рынка или рыночной ниши;
- в) сложившейся уровень цены на конкурирующие товары.

8. К социально-экономическим барьерам в социальном предпринимательстве относятся:

- а) лицензирование отдельных видов социально-ориентированной деятельности;
- б) сложившейся уровень цены на конкурирующие товары;
- в) уровень первоначального капитала необходимого для организации социального предприятия.

9. К стратегическим барьерам в социальном предпринимательстве относятся:

- а) лицензирование отдельных видов социально-ориентированной деятельности;
- б) емкость рынка или рыночной ниши;
- в) сложившейся уровень цены на конкурирующие товары.

10. Основной целью проведения SWOT - анализа является:

- а) мониторинг сильных и слабых сторон социальной организации, возможностей и угроз для нее со стороны внешней среды
- б) оценка уровня конкуренции на рынке, анализ сильных сторон социальной организации;

в) анализ сильных и слабых сторон социальной организации;

11. Комплекс маркетинга в социальном предпринимательстве включает в себя следующие элементы:

- а) продукт (product), цена (price), место/локация (place) и продвижение (promotion);
- б) продукт (product), место/локация (place) и продвижение (promotion);
- в) цена (price), место/локация (place), система платежей (payment) и продвижение (promotion).

12. Какие факторы будут влиять на устанавливаемый уровень цены социальным предприятием:

- а) уровень расходов у социальной компании;
- б) уровень цен у конкурентов;
- в) уровни расходов социальной компании и цен у конкурентов.

13. По уровню распределения продукции в маркетинге существуют следующие каналы:

- а) каналы нулевого, первого и второго уровней;
- б) каналы нулевого, первого, второго и третьего уровней;
- в) каналы первого, второго, третьего и четвертого уровней.

14. Какие параметры необходимо учитывать социальным предпринимателем при выборе коммуникационного канала для рекламы?

- а) охват аудитории, стоимость размещения рекламы, возможность обратной связи с получателем рекламы и соответствие сообщения и коммуникационного канала;
- б) охват аудитории, стоимость размещения рекламы и соответствие сообщения и коммуникационного канала;
- в) охват аудитории, возможность обратной связи с получателем рекламы.

15. Перечислите основные преимущества ТВ в качестве коммуникационного канала:

- а) незначительная по охвату аудитория, невысокая стоимость в пересчете на одного получателя, возможности для демонстрации товара – визуализация, звуковое сопровождение и т.д.;

- б) массовая по охвату аудитория, невысокая стоимость в пересчете на одного получателя, возможности для демонстрации товара – визуализация, звуковое сопровождение и т.д.;
- в) массовая аудитория, невысокая стоимость в пересчете на одного получателя, отсутствие возможностей для визуальной демонстрации товара.

Тема 8. Управление развитием социального предприятия.

Основные вопросы темы:

1. Расширение социального бизнеса: основные сведения.
2. Масштабирование социального бизнеса.
3. Тиражирование социального бизнеса.

Рекомендации по изучению темы

Первый вопрос данной темы следует изучить по материалу, изложенному на с.153-154 учебника [1].

С феноменами и особенностями масштабирования и тиражирования социального бизнеса можно ознакомиться в параграфах 8.2 и 8.3 учебника, с.154-166.

Контрольные вопросы:

1. В чем заключается принципиальное различие стратегии масштабирования и стратегии тиражирования социального бизнеса?
2. Какие подходы к масштабированию социального бизнеса вам известны?
3. Какие мощности необходимо расширять и совершенствовать для масштабирования социального бизнеса?
4. Какие существуют формы тиражирования социального бизнеса?
5. Охарактеризуйте основную идею франчайзинга.
6. Дайте определения основным терминам франчайзинга – франчайзер, франчайзи, франшиза, роялти.
7. В чем состоят плюсы и минусы франчайзинга по сравнению с другими формами расширения бизнеса?
8. Что общего между коммерческим и социальным франчайзингом?
9. В чем состоят различия коммерческого и социального франчайзинга?
10. Какие варианты социальных франшиз вы знаете?
11. Какие риски связаны с реализацией инструментария социального франчайзинга?
12. Какие условия должны иметь место для реализации социальной франшизы?

Тесты для самостоятельной работы:

ответьте на тестовые вопросы

1. Необходимыми условиями развития социального бизнеса являются:

- а) желание персонала социального предприятия;
- б) наличие необходимых ресурсов для развития;
- в) наличие запроса на расширения бизнеса со стороны потребителей;
- г) безубыточность расширения бизнеса.

2. Увеличение масштабов деятельности социального предприятия в рамках одного юридического лица – это...

3. Применение апробированной социальной бизнес – модели другими организациями – это...

4. Какой из приведенных вариантов относится к тиражированию социального бизнеса:

- а) увеличение объема выпуска продукции социальным предприятием;
- б) открытие филиала организации;
- в) передача социальной бизнес – модели другой организации, расположенной в другом регионе;
- г) наращивание социальным предприятием собственных мощностей.

5. Какие из приведенных вариантов относится к масштабированию социального бизнеса:

- а) увеличение объема выпуска продукции социальным предприятием;
- б) открытие филиала организации;
- в) передача социальной бизнес – модели другой организации, расположенной в другом регионе;
- г) наращивание социальным предприятием собственных мощностей.

6. Укажите подходы к расширению социального бизнеса:

- а) наращивание собственных мощностей;
- б) создание филиальной сети;
- в) создание партнерских структур;
- г) реализация договора франчайзинга.

7. Какие факторы оказывают влияние на результаты масштабирования социального бизнеса (согласно Дж. Кикалу и Т. Лайонсу):

- а) миссия социального предприятия;
- б) бизнес – модель;
- в) отношение стейкхолдеров;
- г) отношение персонала.

8. Обособленное подразделение юридического лица, расположенное вне места его нахождения и осуществляющее все его функции или их часть – это... (филиал)

9. Какие проблемы могут возникнуть при создании филиальной сети социального предприятия:

- а) филиал создаст конкуренцию головному предприятию;
- б) непригодность для филиала бизнес – модели, используемой головным предприятием;
- в) логистические проблемы;
- г) проблемы с рекламой.

10. Наиболее распространенными схемами системы удаленных продаж являются:

- а) формирование филиальной сети;
- б) формирование сети региональных представителей;
- в) заключение договора франчайзинга;
- г) создание дистрибьютерской сети.

11. Система удаленных продаж – это:

- а) вариант масштабирования бизнеса;
- б) вариант тиражирования бизнеса;
- в) разновидность франчайзинга.

12. Укажите подходы к тиражированию социального бизнеса:

- а) распространение концепции бизнеса;
- б) создание филиальной сети;
- в) наращивание собственных мощностей;
- г) социальный франчайзинг.

13. Распространение концепции бизнеса предполагает:

- а) передача социального проекта в широкий доступ;
- б) использование социального франчайзинга;
- в) создание филиальной сети;
- г) создание партнерских структур.

14. Создание партнерских структур в рамках тиражирования социального бизнеса предполагает:

- а) создание филиальной сети;
- б) использование социального франчайзинга;
- в) создание дистрибьютерской сети;
- г) поиск организации – партнера, которая будет реализовывать данный социальный проект.

15. Комплекс передаваемых прав, который является объектом договора коммерческой концессии – это

16. Какие проблемы может создать франчайзинг для правообладателя:

- а) влияние на репутацию недобросовестное поведение кого-то из франчайзи;
- б) сложность сохранения конфиденциальности информации;
- в) не позволяет создать региональную сеть;
- г) приходится дополнительно мотивировать франчайзи.

17. Принципиальные отличия социального франчайзинга от коммерческого:

- а) социальный франчайзинг не предполагает наличие франчайзера;
- б) социальный франчайзинг не регламентируется договором коммерческой концессии;
- в) в основе социального франчайзинга лежит не получаемая прибыль, а социальный эффект;
- г) договор социального франчайзинга может не предусматривать обязательства платить роялти.

Тема 9. Оценка эффективности деятельности и инвестиционной привлекательности социального предприятия.

Основные вопросы темы:

1. Основные понятия и определения..
2. Измерение социального результата проекта.

3. Оценка социально-экономической эффективности социального проекта.

Рекомендации по изучению темы

Вопрос 1 рекомендуется изучить по параграфу 9.1. учебника (с.168-170).

Вопрос 2 достаточно подробно изложен в параграфе 9.2 учебника (с.170-173).

Вопросы, связанные с оценкой социально-экономической эффективности социального проекта, изложены на с.173-178 учебника.

Контрольные вопросы:

1. В чем отличия непосредственного и социального результатов проекта?
2. Охарактеризуйте основные виды социальных эффектов.
3. В чем состоит основное отличие социально – экономической эффективности от коммерческой?
4. Какие требования предъявляются к показателям, используемым для измерения социальных результатов?
5. Укажите основные показатели социальных результатов для различных бизнес – моделей социального предпринимательства.
6. Охарактеризуйте два основных подхода к оценке социального эффекта. В чем их различия?
7. В каких ситуациях для оценки социально – экономической эффективности проекта используется анализ «затраты – результативность»?
8. Чем объясняется популярность метода оценки социального возврата на инвестиции SROI?
9. Каковы ограничения в использовании метода SROI?
10. Сформулируйте базовые принципы метода SROI.

Тесты для самостоятельной работы:

ответьте на тестовые вопросы

1. Объем предоставленных продуктов, услуг в интересах благополучателей – это:

- а) социальный эффект;
- б) социальный результат;
- в) непосредственный результат;
- г) социальное влияние.

2. Изменение состояния благополучателей, связанное с предоставлением им социальных продуктов – это:

- а) социальный эффект;
- б) социальный результат;
- в) непосредственный результат;
- г) социальное влияние.

3. Соотношение полученных социальных результатов и затрат на реализацию социального проекта – это:

- а) социальная эффективность;
- б) социально – экономическая эффективность;
- в) коммерческая эффективность;
- г) бюджетная эффективность

4. Результативность использования государственных или муниципальных средств при реализации социального проекта – это:

- а) социальная эффективность;
- б) социально – экономическая эффективность;
- в) коммерческая эффективность;
- г) бюджетная эффективность.

5. Соотношение рыночной стоимости генерируемых проектом результатов и стоимости затраченных на их получение ресурсов – это:

- а) социальная эффективность;
- б) социально – экономическая эффективность;
- в) коммерческая эффективность;
- г) бюджетная эффективность.

6. Для бизнес- модели «Благотворительность» показателем социального результата может являться:

- а) выручка от реализации товаров и услуг социального назначения за отчетный период;
- б) интегральный объем товаров и услуг, переданных благополучателям за отчетный период;
- в) число поставщиков продукции социальному предприятию за отчетный период;
- г) общий объем торговых операций, осуществленных на данной площадке за отчетный период.

7. Для бизнес- модели «Платформа» показателем социального результата может являться:

- а) выручка от реализации товаров и услуг социального назначения за отчетный период;
- б) интегральный объем товаров и услуг, переданных благополучателям за отчетный период;
- в) число поставщиков продукции социальному предприятию за отчетный период;
- г) общий объем торговых операций, осуществленных на данной площадке за отчетный период.

8. Для бизнес- модели «Доступ к товару/ услуге» показателем социального результата может являться:

- а) выручка от реализации товаров и услуг социального назначения за отчетный период;
- б) интегральный объем товаров и услуг, переданных благополучателям за отчетный период;
- в) число поставщиков продукции социальному предприятию за отчетный период;
- г) общий объем торговых операций, осуществленных на данной площадке за отчетный период.

9. К показателям социального результата обычно предъявляют следующие требования:

- а) простота;
- б) информативность;
- в) универсальность;
- г) надежность.

10. Требование надежности показателя социального результата означает:

- а) показатель должен максимально отражать существо полученного результата;
- б) показатель соответствует задачам исследования;
- в) показатель максимально отражает существо полученного результата;
- г) при повторном измерении данного показателя оценки должны максимально воспроизводиться.

11. Оценка результатов социального проекта путем анализа «затраты – результативность» проводится в случае:

- а) когда выразить затраты на проект в денежной форме невозможно;
- б) когда выразить социальные результаты в денежной форме невозможно;
- в) когда возможно монетизировать социальные результаты проекта.

12. Оценка результатов социального проекта путем анализа «затраты – выгоды» проводится в случае:

- а) когда выразить затраты на проект в денежной форме невозможно;
- б) когда выразить социальные результаты в денежной форме невозможно;
- в) когда возможно монетизировать социальные результаты проекта.

13. Укажите верные для метода SROI утверждения:

- а) метод является универсальным;
- б) метод может использоваться только в некоторых областях социальной сферы;
- в) метод предоставляет информацию об эффективности для каждого стейкхолдера, участвующего в проекте;
- г) метод практически не требует ресурсов.

14. Укажите базовые принципы метода SROI:

- а) вовлечение в проведение оценки всего персонала социального предприятия;
- б) вовлечение в проведение оценки всех стейкхолдеров;
- в) ориентация на потребителя;
- г) учет результатов только собственного проекта.

15. Метод SROI используется для:

- а) оценки величины затрат на социальный проект;
- б) оценки коммерческой эффективности социального проекта;
- в) оценки социальных результатов проекта;
- г) оценки социально – экономической эффективности социального проекта.