

**НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ТОМСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПАРК СОЦИОГУМАНИТАРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ТГУ**

Е.Ю. Ливенцова, Т.Б. Румянцева, Е.Г. Сырямкина

**ОСНОВЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ БИЗНЕСА
В СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ**

Учебное пособие



**Издательский Дом Томского государственного университета
2016**

УДК 005.511:334.012.32

ББК 65.291.231.1

Л 55

Рецензент:

А.С. Макаров, директор ОГОУСПО «Губернаторский колледж социально-культурных технологий и инноваций»

Ливенцова Е.Ю., Румянцева Т.Б., Сырямкина Е.Г.

Л 55 Основы проектирования бизнеса в социальной сфере: учебное пособие. – Томск : Издательский Дом Томского государственного университета, 2016. – 36 с.

В учебном пособии изложены основные шаги по разработке бизнес-проектов в социальной сфере.

Для студентов, магистрантов и аспирантов, занимающихся проектированием бизнеса в социальной сфере.

Учебное пособие подготовлено в рамках поддержанного РГНФ научного проекта № 16-13-70006 и издано при поддержке Томского государственного университета.

УДК 005.511:334.012.32

ББК 65.291.231.1

© Е.Ю. Ливенцова., Т.Б. Румянцева., Е.Г. Сырямкина, 2016

© Томский государственный университет, 2016

ВВЕДЕНИЕ

Основываясь на весомом опыте подготовки специалистов в социально-гуманитарной сфере и учитывая общемировые тенденции, Томский государственный университет стал уделять большое внимание проблеме развития деловой активности студентов разных направлений подготовки именно в социальной сфере, что способствует развитию у учащихся коммуникабельности, системного мышления; формированию их активной жизненной и профессиональной позиции; умению эффективно взаимодействовать в команде; обучению основным принципам построения профессиональной карьеры и навыкам поведения на рынке труда.

Социальное предпринимательство (или бизнес в социальной сфере) – это принципиально новый вид бизнеса. В отличие от традиционного, социальный бизнес извлекает прибыль, решая социальные проблемы и помогая обществу функционировать более эффективно. Он принимает вызовы общества, комбинируя деловые ноу-хау со стремлением повысить качество жизни, и фокусируется не на самом себе, а на окружающем мире. В то же время предпринимателя в социальной сфере характеризует одна особенность. Выбирая не классическое, а социальное предпринимательство, человек имеет для этого внутренние причины: он нацелен, прежде всего, на социальную проблему, которую хочет решить; лучше других знает специфику области, в которой существует данная проблема, и стремится к достижению успеха, несмотря на препятствия.

Потенциал субъекта социального предпринимательства возможно раз-

вить в определенных условиях, тем более у студенческой молодежи, которая креативна, способна генерировать новые идеи, творчески подходить к их реализации, самостоятельна и нацелена на социально одобряемую эффективную деятельность.

Приобретая комплексное понимание таких видов деятельности, как проектирование и предпринимательство, вне зависимости от выбранной специальности и наличия стартового капитала студенты образовательных учреждений высшего образования вполне могут стать социальными предпринимателями, являясь носителями идеологии выбранного направления.

Данное пособие подготовлено специалистами Парка СГТ ТГУ и призвано помочь студентам пройти все основные шаги от инициирования идеи для бизнеса в социальной сфере до ее реализации.

Шаг 1. Что такое социальное предпринимательство?

Социальное предпринимательство как практическая деятельность, интегрирующая процесс получения экономической и социальной выгоды, стало активно себя проявлять во второй половине XX века. В качестве примера можно привести такую широко известную организацию, как Банк «Грамин», основанный в 1976 г. профессором Мухаммадом Юнусом для искоренения бедности и поддержки бедных женщин в Бангладеш (<http://www.grameen-info.org>). За свою деятельность Мухаммад Юнус стал в 2006 г. лауреатом Нобелевской премии мира. Также типичным представителем глобальной организации социального предпринимательства, поддерживающей социально-предпринимательские инициативы по всему миру, является фонд «Ашока», основанный Биллом Драйтоном в 1981 г. (<http://www.ashoka.org>).

Термин «социальное предпринимательство» начал использоваться в литературе по социальным изменениям в 60–70-е гг. прошлого века, а широкое распространение получил в 1980–90-х гг. В российском законодательстве само понятие «социальное предпринимательство» пока отсутствует.

В общепринятом смысле *социальное предпринимательство рассматривается как новый способ социально-экономической деятельности, в котором соединяется социальное назначение организации с предпринимательским новаторством и достижением устойчивой самоокупаемости.*

Уже само определение указывает на несколько основополагающих черт социального предпринимательства:

первенство социальной миссии над коммерцией, что означает – проект предназначен для решения реальной социальной проблемы либо существенного уменьшения ее остроты; при этом социальный эффект является не побочным продуктом деятельности, как в предпринимательстве, а прямым целенаправленным результатом;

существование устойчивого коммерческого эффекта, обеспечивающего самоокупаемость и конкурентоспособность проекта (наилучшей гарантией этого служит получение дохода преимущественно от продажи товаров и услуг, а не грантов и благотворительности, которые в качестве дополнительных финансовых ресурсов, однако, не исключены);

инновационная модель (сама идея проекта должна быть новой, интересной, креативной). Отдельно стоит упомянуть такое качество этой инновационной модели, как способность к тиражированию – возможности решить с ее применением сходную социальную проблему в другом городе, регионе.



Главное отличие социального предпринимательства от традиционного заключается в прямом действии по реализации социальной программы. Если в качестве показателя эффективности деятельности традиционного предпринимателя выступают финансовые результаты, то в противоположность этому результат работы социальных предпринимателей имеет двойственный смысл. Прибыль является не единственной целью. Прибыль реинвестируется в осуществление социальной миссии. Для традиционного предпринимателя основополагающим является коммерческая успешность его идей, для социального предпринимателя же основополагающим является успешность инициированных им социальных инноваций, те социальные изменения, которые были вызваны его деятельностью.

Основное отличие социального предприятия от обычных благотворительных фондов заключается в том, что социальный предприниматель не просто выделяет денежные средства в какой-либо фонд и не имеет четкого представления, на какие цели использованы эти деньги, и фактически не может оценить социальные последствия своего вклада, а создает организацию, non-profit или forprofit (некоммерческую или коммерческую), цель которой – самостоятельно сотворить социальную ценность и на более поздних этапах развития даже функционировать на собственные средства, быть самокупаемой.

К основным видам деятельности социальных предприятий можно отнести:

- а) производство товаров:
 - социально значимых (реабилитационное оборудование, детские площадки);
 - общего пользования (мебель, одежда, народные промыслы, продукты питания);
- б) предоставление социально значимых услуг и работ, в том числе для отдельных категорий граждан:
 - консультирование (социально-психологическое-педагогическое, юридическое);
 - обучение и повышение квалификации (проведение тренингов и семинаров, развитие творческих способностей);
 - бытовые услуги (ремонт обуви, парикмахерские, прачечные, копировальные услуги и т.п.);
 - медико-социальная помощь (социальное обслуживание населения, услуги на дому и т.п.);
 - развитие экологического туризма;
 - услуги в сфере культуры (театральные спектакли, художественное оформление и т.п.);
 - развитие сельскохозяйственной деятельности;
 - трудоустройство безработных.

Основные потребители услуг и товаров – это частные лица и юридические лица:

Частные лица:

- люди, попавшие в сложную жизненную ситуацию;
- отдельные группы граждан (нуждающиеся в реабилитации, пожилые, молодежь, безработные).

Юридические лица:

- коммерческие организации (заинтересованные в найме сотрудников, покупающие товары, произведенные социальными предприятиями);
- некоммерческие организации;
- государство, в том числе муниципальные образования.

Как выбрать идею для бизнеса в социальной сфере?

Именно с поиска и выбора идеи начинается бизнес, и от того, какая идея выбрана, зависит и успех всего дела. В случае с социальным предпринимательством, бизнес-идея должна быть ориентирована на решение или смягчение остроты какой-либо социальной проблемы.

Чтобы выбрать бизнес-идею, необходимо отталкиваться от таких факторов:

- личные увлечения (если выбранное дело будет интересным и увлекательным, оно обречено на успех);
- уровень конкуренции в выбранной сфере;
- размер капиталовложений.

Перед окончательным выбором бизнес-идеи стоит нарисовать в воображении концепцию идеального бизнеса. **И переходить ко второму шагу: написанию бизнес-плана!**



Шаг 2. Как составить бизнес-план?

Как известно, любой бизнес или проект начинается с бизнес-идеи. Но сама по себе она не несет большой ценности, так как большинство людей рожают десятки идей каждый день. Нужен план – как вашу идею воплотить в жизнь. Иными словами, если не иметь хорошего плана по достижению цели, вряд ли она станет чем-то большим для вас, чем просто мечтой даже через много лет.

У любого термина есть множество определений. Наиболее краткое и отражающее основной смысл понятия «бизнес-план» такое:

Бизнес-план – это документ или, по-другому, руководство, которое описывает идею проекта, бизнес-процессы и механизмы их реализации с целью достижения целей, заявленных автором документа (бизнес-плана).

Бизнес-план – вещь относительно простая. Он отвечает всего лишь на 3 вопроса: что вы хотите, как этого добиться и что для этого нужно. Структура бизнес-плана, как правило, состоит из следующих разделов:

РЕЗЮМЕ

Цель данного раздела – произвести положительное впечатление на инвесторов и дать общую характеристику бизнес-плана в целом. Резюме не должно быть длинным, его оптимальный объем от 2 до 4 страниц.

Здесь должно быть только самое главное:

- направление деятельности компании;
- целевые рынки сбыта и место компании на них;
- рентабельность и срок возврата инвестиций;
- персонал и ответственные лица;
- планируемые количественные и качественные показатели в результате работы по периодам.

Резюме стоит писать в самом конце, когда основная часть бизнес-плана уже написана. Как вы заметили, резюме содержит «выжимку» из разделов вашего бизнес-плана.





ОПИСАНИЕ ТОВАРА ИЛИ УСЛУГИ

Описание товара или услуги
Опишите здесь товары и услуги, которые планирует реализовывать ваша компания. Для этого проведите предварительную работу, в которую войдет:

- описание основных товаров (услуг) компании и второстепенных;
 - фотосъемка вашей продукции;
 - определение портрета вашего идеального потребителя;
 - проведение анализа рынка на предмет наличия схожих товаров или услуг на вашем целевом рынке;
 - планирование организации сервиса (если того требует специфика вашей компании);
 - описание модели ценообразования.
- Сможете ли вы конкурировать с уже имеющимися компаниями вашего сегмента.

АНАЛИЗ РЫНКА И МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ

Маркетинг – один из важнейших бизнес-процессов. Он включает в себя анализ рыночной среды, конкурентов и вашей стратегии продвижения товара (услуги) до конечного потребителя.

Чтобы максимально точно прописать маркетинговый раздел, ответьте на вопросы:

- В каких рыночных условиях будет работать ваша компания?
- Каких конкурентов можно выделить в вашей сфере?
- Какие методы продвижения используют ваши конкуренты и сможете ли вы продвигаться лучше?
- Какие инструменты продвижения вы планируете использовать (возможно, это реклама, прямые продажи, стимулирование сбыта и др.)?
- Почему именно ваш товар (услугу) должен выбрать потребитель при прочих условиях?
- Есть ли сезонность у вашего бизнеса и если да, то в какое время?



ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

Этот пункт бизнес-плана не обязателен для компаний, которые не планируют заниматься непосредственно производством. Данный раздел можно пропустить, если ваша компания собирается оказывать услуги или продавать товары, то есть заниматься торговлей.

Если же ваше предприятие планирует заниматься именно производством продукции, то в этом разделе вам нужно будет ответить на следующие вопросы:

- Сколько производственных мощностей вам понадобится для реализации производства (производственной линии)?
- В какой последовательности оборудование будет внедрено и подготовлено к работе?
- Какова предполагаемая динамика увеличения производства с течением времени?
- Как будет осуществляться доставка необходимых материалов к месту производства и кто будет поставщиком сырья? Здесь необходимо описать вопросы логистики и охарактеризовать ваших поставщиков.
- Если ваше предприятие располагает

эт какими-либо основными средствами или производственными мощностями, то как они будут состыкованы с вновь установленным оборудованием?

- Как будет выглядеть весь производственный процесс? Здесь желательно привести наглядную схему с пояснениями (ее можно вынести в приложение к бизнес-плану).

ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН

В данном разделе необходимо отразить ваши действия по организации бизнеса, разбитые на конкретные шаги со сроками реализации каждого этапа, ответственным лицом и ожидаемыми результатами. Лучше всего это сделать в виде таблицы (Наименование этапа /Сроки реализации /Ответственный/ Ожидаемые результаты и примечания). Здесь напишите, что нужно сделать в первую очередь, что во вторую и т.д.

ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН (БЮДЖЕТ)

В этой части бизнес-плана вы составляете подробную смету, то есть планируете свои затраты до мелочей.

Это тоже лучше всего сделать в виде таблицы. Причем у вас скорее всего будут единовременные затраты и периодические.

К единовременным затратам можно отнести покупку оборудования или помещения, рекламную вывеску и так т.д. В бухгалтерской терминологии такие долгоживущие активы предприятия называются еще основными средствами.

К периодическим затратам можно отнести расходные материалы, сырье, аренду, коммунальные платежи, заработную плату, покупку товара.

Это те расходы, которые вы несете часто, то есть периодически. В бухгалтерской терминологии такие быстро расходуемые активы предприятия называются еще оборотными средствами.

ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ (ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНАЯ ЧАСТЬ)

Здесь вы можете рассмотреть несколько вариантов развития событий относительно вашего бизнеса: от пессимистичного до оптимистичного.

Основываясь на предполагаемых финансовых показателях, обобщите весь материал бизнес-плана, взгляните на свой проект комплексно и непредвзято. Что вы видите? Понятен ли он вам? Если бы вы были инвестором и вам предложили вложить деньги в такое предприятие на основе данного бизнес-плана, согласились бы вы?

Если вы положительно ответили на эти вопросы, то у вас довольно большие шансы на успешный исход вашего дела.

Теперь, следуя этому плану, начинайте действовать!

Контрольные вопросы:

1. Что такое бизнес-план, для каких целей он составляется?
2. Когда нужно составлять резюме бизнес-плана?
3. Что входит в предварительную работу для описания вашего товара или услуги?
4. Что такое маркетинговая стратегия?
5. В чем разница между единовременными и периодическими затратами?

Шаг 3. Команда проекта



Что такое команда проекта?

TEAM – КОМАНДА
T – Together (вместе)
E – Everyone (каждый)
A – Achieves (достигает)
M – More (большего)

Команда проекта – это совокупность действующих как единое целое участников проекта, которая обеспечивает под руководством проект-менеджера достижение целей проекта.

Состав и обязанности команды проекта зависят от масштабов, сложности и других характеристик проекта, однако во всех случаях состав команды должен обеспечить высокий профессиональный уровень выполнения всех возложенных на команду обязанностей.

Команда формируется в зависимости от потребностей проекта, опыта и квалификации, а также от условий и организации проекта.

Основные результаты деятельности в команде:

- достижение целей проекта или целей его определенного этапа;
- решение поставленных задач и получение проектных результатов в заданные сроки и при заданных ограничениях на ресурсы.

Для того чтобы создать эффективную команду, на разных этапах ее существования необходимо осуществить ряд действий:

- отобрать подходящих сотрудников;
- отрегулировать численность команды;

- совместно определить цели и задачи;
- объяснить, какие выгоды (материальные и нематериальные) получит каждый в результате успешной деятельности команды;
- договориться о групповых нормах;
- помочь членам команды лучше узнать друг друга;
- обучить членов команды;
- установить систему контроля и поощрять самоконтроль;
- обеспечить поддержание командного духа;
- заменять членов команды, которые не хотят или не смогут (даже после обучения) действовать в соответствии со стандартами и согласованными правилами.

Характеристики высокоэффективной команды:

- общая вовлеченность;
- ясное понимание общих целей;
- строгое разделение обязанностей;
- уверенность в профессионализме друг друга;
- гибкость и адаптивность;
- деятельность за пределами «зоны комфорта»;
- открытость;
- совершенствование и рост компетентности.

Контрольные вопросы:

1. Перечислите основные качества и компетенции, которые необходимо развивать у членов проектной команды.
2. Какие качества и компетенции необходимо развивать у руководителей команд?
3. Предложите свою технологию отбора людей в проектную команду.



Шаг 4. Выбор правовой структуры и регистрация



ОСНОВНЫЕ ВИДЫ И ХАРАКТЕРИСТИКИ ОРГАНИЗАЦИЙ

Обычно все юридические лица делятся на две основные группы: коммерческие и некоммерческие организации, и в основе этого деления лежит главная цель их создания. В первом случае – в отношении коммерческих организаций – главной целью создания юридического лица является стабильное извлечение прибыли с её последующим распределением между участниками.

Некоммерческие же организации создаются совсем для других целей, и, прежде всего, не имеют своей целью извлечение и дальнейшее распределение полученной прибыли между участниками. Ведение некоммерческими организациями предпринимательской деятельности по закону возможно в том случае, если эта деятельность

отвечает целям создания организации и направлена на достижение этих целей.

КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Хозяйственные общества могут создаваться в организационно-правовой форме акционерного общества или общества с ограниченной ответственностью.

ООО – это организационно-правовая форма коммерческих организаций, имеющая ряд отличительных особенностей, благодаря которым считается наиболее привлекательной для осуществления предпринимательской деятельности.

ООО признается учрежденное одним или несколькими лицами общество, уставный капитал которого разделен на доли. Участники ООО не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им долей. Согласно действующему законодательству ООО может быть учреждено одним лицом или может состоять из одного лица, в том числе при создании его в результате реорганизации. Как и все юридические лица, ООО имеет в своей собственности обособленное имущество, учитываемое на самостоятельном балансе, и может от своего имени осуществлять имущественные и личные неимущественные права, нести обязанности и быть ответчиком в суде.

Число участников ООО не должно превышать 50 человек. В противном случае оно подлежит преобразованию в акционерное общество или в производственный кооператив. Единственным учредительным документом ООО является устав. Размер и номинальная стоимость доли каждого участника общества определяется договором об учреждении общества.

Уставный капитал общества с ограниченной ответственностью складывается из общей стоимости вкладов его участников, и размер уставного капитала общества должен быть не менее 10 000 рублей. Созданным ООО считается с момента его государственной регистрации. Процедура государственной регистрации ООО осуществляется в порядке, установленном Федеральным законом «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей».

ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ (ООО)

1. Выбор кодов ОКВЭД

Коды общероссийского классификатора видов экономической деятельности необходимо вписать в заявление на регистрацию ООО. Коды ОКВЭД указывают на вид деятельности вашей организации. Лучше всего сразу указать несколько кодов; первый код в перечне должен соответствовать основному профилю ООО.

Законодательство не устанавливает штрафы за то, что форма ОКВЭД в учредительных документах организации не соответствует ее реальному виду экономической деятельности. Вы можете выбрать для вашей компании, кроме основного, несколько дополнительных видов деятельности. Их количество не ограничено, но не рекомендуется выбирать более 30. При этом в любой момент можно внести изменения в зарегистрированный список кодов. Но помните, что некоторые основные и дополнительные виды деятельности требуют лицензирования.

2. Выбор юридического адреса

В качестве юридического адреса может быть использован адрес постоянной регистрации одного из учредителей ООО или лица, имеющего право действовать от имени юридического лица без доверенности.

3. Выбор наименования

Общество должно иметь полное и вправе иметь сокращенное фирменное наименование на русском языке. Общество вправе иметь также полное и (или) сокращенное фирменное наименование на языках народов Российской Федерации и (или) иностранных языках. Полное фирменное наименование общества на

русском языке должно содержать полное наименование общества и слова «с ограниченной ответственностью». Сокращенное фирменное наименование общества на русском языке должно содержать полное или сокращенное наименование общества и слова «с ограниченной ответственностью» или аббревиатуру ООО.

4. Уставный капитал

Регистрация ООО невозможна без формирования уставного капитала; его минимальный размер 10 000 рублей. Оплата долей в уставном капитале общества может осуществляться деньгами, ценными бумагами, другими вещами или имущественными правами либо иными имеющими денежную оценку правами. Средства из уставного капитала можно использовать для покрытия расходов организации, однако он должен быть восполнен к концу каждого финансового года.

5. Решение об учреждении ООО, или протокол общего собрания учредителей

Протокол составляется в том случае, если у ООО более одного учредителя. В качестве председателя или секретаря в протоколе можно указать учредителя, который будет впоследствии выполнять функции генерального директора. Копии этих документов потребуются также для открытия расчетного счета компании.

6. Подготовка устава

Устав регулирует взаимоотношения учредителей. Образцы уставных документов можно найти в Интернете.

7. Договор об учреждении общества

Этот документ необходимо подписать при учреждении общества несколькими участниками. Его копия также потребуется для открытия счета.

8. Заявление о государственной регистрации юридического лица при создании

Заявление составляется по форме Р11001. Подлинность подписи заявителя в заявлении необходимо нотариально засвидетельствовать. Свидетельствование подлинности подписи заявителя на документах не требуется только в том случае, если документы подаются лично заявителем, то есть вами непосредственно, в регистрирующий орган или путем подачи документов через многофункциональный центр. В случае подачи документов через представителя заверение документов в нотариальном порядке (подписи заявителя) необходимо как в отношении заявления, так и в отношении доверенности на представление интересов в регистрирующем органе.

9. Оплата госпошлины

Величина государственной пошлины за регистрацию ООО 4000 рублей.

10. Уведомление о переходе на упрощенную систему налогообложения (УСН) в случае выбора данного режима налогообложения

Упрощенная система налогообложения позволяет значительно облегчить процесс расчета и уплаты налогов.

11. Подача документов

Регистрация ООО производится в налоговой службе. Потребуется следующий пакет документов:

- Заявление о государственной регистрации ООО.
- Устав общества – 2 экз.
- Решение об учреждении общества (для ООО с одним учредителем).
- Протокол общего собрания учредителей и договор об учреждении общества (если у ООО более одного учредителя).
- Квитанция об оплате госпошлины (4 000

рублей).

- Гарантийное письмо от собственника помещения, на адрес которого регистрируется организация.
- Уведомление о переходе на УСН (в случае выбора данной системы налогообложения).

Государственная регистрация осуществляется в срок не более чем три рабочих дня.

Плюсы ООО как формы организации бизнеса

- Участники ООО отвечают по своим обязательствам только в пределах уставного капитала.
- Участники ООО могут выйти из дела без согласия других участников или общества, если это предусмотрено уставом общества, а при необходимости – продать бизнес.
- Сумма страховых взносов в Пенсионный фонд зависит от прибыли организации.

ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ (ИП)

Гражданин вправе заниматься предпринимательской деятельностью без образования юридического лица с момента государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя (ГК РФ ст. 23).

ИП – одна из наиболее предпочтительных форм организации для начинающих бизнесменов. Эта форма позволяет обойтись без уставного капитала, не требует ведения бухгалтерского учета и наличия юридического адреса. Что не менее важно, любой предприниматель может выполнить регистрацию ИП самостоятельно. Для этого необходимо:

1. Выбрать коды ОКВЭД

Коды общероссийского классификатора видов экономической деятельности необходимо вписать в заявление на регистрацию. Коды ОКВЭД указывают



на выбранный вид деятельности. Лучше всего сразу указать несколько кодов; первый код в списке должен соответствовать основной деятельности будущего предпринимателя.

2. Заполнить заявление о государственной регистрации физического лица в качестве ИП

Заявление подается по форме Р21001.

3. Оплата госпошлины за регистрацию ИП

В настоящее время величина госпошлины за регистрацию ИП составляет 800 рублей.

4. Подготовить уведомление о переходе на упрощенную систему налогообложения (в случае выбора данной системы)

Для регистрации ИП необходимо подать в налоговую службу следующий пакет документов:

- Заявление по форме Р21001 подается в одном экземпляре.
- Копия российского паспорта.
- Квитанция об оплате госпошлины (величина госпошлины за регистрацию ИП составляет 800 рублей).
- Уведомление о переходе на УСН (если решено использовать эту систему)

Регистрация индивидуального предпринимателя осуществляется в течение 3 рабочих дней. По ее завершении вы получаете:

- свидетельство о гос. регистрации физического лица в качестве ИП;
- уведомление о постановке на учет физического лица в налоговом органе в качестве ИП;
- свидетельство о постановке на учет физического лица в налоговом органе (если не выдавалось раньше). В нем указывается идентификационный номер налогоплательщика ИНН;

– лист записи ЕГРИП.

НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ (НКО)

Основные и самые распространенные виды НКО:

Автономные некоммерческие организации (АНО)

Сегодня они являются одной из самых распространенных форм НКО. Учреждаются без членства гражданами и (или) юридическими лицами с целью оказания услуг в различных областях: образование, здравоохранение, наука, культура и т.д.

Некоммерческие партнерства (НП)

Создаются на основе членства и учреждаются физическими и (или) юридическими лицами с целью содействия членам организации в осуществлении деятельности, направленной на достижение различных культурных, социальных, образовательных, научных и прочих целей. НП существуют за счет членских взносов и также могут осуществлять предпринимательскую деятельность, направленную на достижение поставленных целей, без дальнейшего распределения прибыли между учредителями.

Фонды

Это организации, не имеющие членства, которые учреждаются физическими и

(или) юридическими лицами. Учреждение осуществляется за счет добровольных имущественных взносов. Цели создания фондов могут быть самые разные: благотворительные, культурные, образовательные и т.п. Фонды имеют право участвовать в предпринимательской деятельности (непосредственно или посредством создаваемых хозяйственных обществ).

Ассоциации и союзы

Эти организации подразумевают объединение юридических лиц.

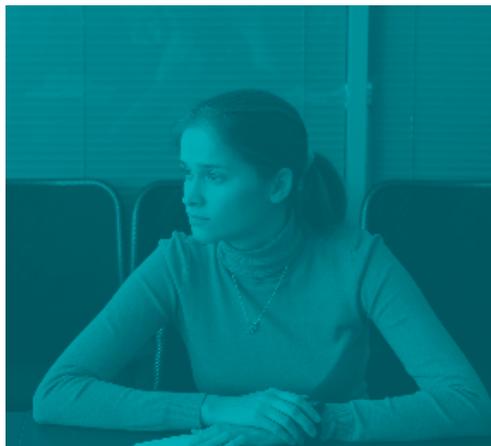
Общественные объединения

Это добровольные и самоуправляемые НКО, которые создаются по личной инициативе граждан. Общественные объединения могут быть разных видов, и закон устанавливает следующие:

- общественную организацию,
- общественное движение,
- общественный фонд,
- общественное учреждение,
- политическая партия и др.

Контрольные вопросы:

1. В чем разница между коммерческими и некоммерческими организациями?
2. В чем заключаются преимущества создания ООО?
3. Кто должен устанавливать коды общероссийского классификатора видов экономической деятельности?
4. Почему для начинающих бизнесменов выгоднее регистрироваться в качестве ИП?



Шаг 5. Презентация проекта



«ПРЕЗЕНТАЦИЯ В ЛИФТЕ – ELEVATOR PITCH»

В последнее время на многих конкурсах предпринимателей большую популярность приобрела так называемая «презентация в лифте». Elevator pitch (elevator speech, элевэйтор питч / спич или презентация в лифте) – это формат презентации или выступления в условиях ограниченного времени, обычно одной минуты (время движения лифта в высотном здании). Особенность презентации в лифте заключается в том, что в течение одной минуты, предприниматель должен объяснить суть своей бизнес-идеи и ее привлекательность для инвестора/спонсора.

История данного формата выступления уходит далеко в середину XX века. Начинающие предприниматели пытались нарочно выловить вечно занятых потенциальных инвесторов, пока те едут в лифте на верхние этажи небоскреба, чтобы рассказать им про свой проект. Одним из ярких примеров elevator pitch является случай, произошедший с основателями компании Google. В далеком 1998 г., тогда еще начинающие предприниматели Сергей Брин и Ларри Пейдж получили на развитие своей еще несуществующей компании 100 тысяч долларов, потому что успели доходчиво объяснить опаздывающему на встречу Энди Бехтольшайму выгодность вложения в Google.

ОСОБЕННОСТИ ПРЕЗЕНТАЦИИ В ЛИФТЕ

Зачем это нужно? Несмотря на то, что сегодня сложно себе представить историю, когда после яркой речи в лифте инвестор сможет сразу же выдать необходимую сумму, формат «elevator pitch» используется для презентации бизнес-проектов. Нужно это затем, чтобы понять, насколько начинающие предприниматели сами осознают главные преимущества и выгоды своего проекта. Формат презентации в лифте хорошо показывает собранность и находчивость начинающего бизнесмена.

Как подготовиться? Чтобы подготовиться к elevator pitch, воспользуйтесь универсальными советами по представлению проекта для любого выступления перед публикой:

- **Выделите достаточно времени (несколько дней или даже неделю).** В течение этого времени старайтесь подготовить все тезисы вашего выступления и сформировать его структуру.

- **Учтите интерес аудитории.** Несомненно, успех вашей речи напрямую зависит от того, как воспримет ее аудитория. Как бы вы красиво ни говорили и какие бы важные вопросы вы ни рассматривали, важно, чтобы слушателям было интересно и понятно, о чем вы говорите.

- **Поставьте цель, найдите нерешенную проблему.** Важно, чтобы ваша речь непременно была направлена на решение какой-либо задачи, проблемы, на достижение определенной цели или даже миссии.

- **Собирайте и записывайте весь материал,** который вы сможете найти по вашей тематике. Это поможет ничего не упустить. Заведите блокнот, текстовый файл или заметку в вашем смартфоне или планшете, которые всегда будут под рукой для того, чтобы записать туда свежую мысль.

- **Используйте собственные мысли.** Истинная подготовка к выступлению заключается в том, что весь собранный материал (мнения, тезисы) нужно пропустить через себя и сформировать собственную позицию.

- **Получите резервные знания.** Изучите несколько больше материала, чем вам необходимо для выступления. Это поможет вам чувствовать себя уверенно, а также позволит вам с легкостью отвечать на все вопросы и парировать замечания слушателей после или по ходу выступления. *Резервные знания – это психологическая подготовка к выступлению. Этим приемом пользуются многие политики, журналисты, экскурсоводы.*

Важно поработать над дикцией и интонацией, так как говорить придется, скорее всего, быстрее обычного.

ФОРМАТ

Формат презентации в лифте может зависеть от различных сценариев.

Во-первых, важно знать, для кого проводится презентация. Презентация в лифте должна строиться индивидуально. Для инвестора, спонсора, клиента и т.д. есть «свой крючок, на который его нужно зацепить». Кому-то интересна сама идея, ее оригинальность и инновационность,

кто-то интересуется только финансовой стороной дела, с кем-то можно говорить неформально, кому-то важен именно официальный тон и т.д.

Во-вторых, формат презентации зависит от того, какие вспомогательные элементы у вас есть. Есть ли у вас с собой готовые образцы продукта вашей будущей организации, которые скажут все за вас? Есть ли у вас дополнительные материалы, подтверждающие ваши слова?

В-третьих, важно, говорите ли вы в одиночку или вас несколько человек. Вдвоем проще воздействовать, но это требует более кропотливой подготовки и слаженности действий.

К итогам: правила elevator pitch

- Как можно подробнее узнайте, что интересно слушателю. Говорить нужно то, что хотя бы услышать.
- Речь должна быть чистой, эмоциональной, без лишних пауз и подбора нужных слов.
- Говорить нужно быстрее обычного, но не слишком быстро.
- Не нужно говорить о том, что не является ключевым фактором успеха вашего проекта. Если какую-то информацию можно выкинуть – выкидывайте.
- Используйте зрелищные элементы – демонстрацию образцов, метафоры и сравнения.

ЗАДАНИЕ:

1. Подготовьте презентацию своего бизнес-проекта, следуя формату «elevator pitch».
2. Презентуйте свой проект перед знакомыми и попросите дать обратную связь на ваше выступление.

ПРАВИЛА ПОДГОТОВКИ САМОГО ВЫСТУПЛЕНИЯ

- Выучите важные части текста. Выучите начало и концовку выступления и другие важные места в вашей речи. Постарайтесь хотя бы раз отрепетировать произнесение текста, чтобы понять, какие части вызывают у вас наибольшие трудности.
- Подготовьте хорошее выступление. Именно в начале выступления оратор испытывает наибольшее волнение, а также создает первое впечатление о себе.
- Проработайте над концовкой и выучите ее. Как известно, обычно первые и последние слова выступления запоминаются зрителями лучше всего («эффект края», по Эббингаузу). Именно в финальную часть вашей речи лучше всего внести главные мысли и ключевые выводы.
- Возьмите записи, если это необходимо. Если у вас есть достаточно времени и сил, постарайтесь так подготовиться к выступлению, чтобы вам не потребовались вспомогательные записи. Однако если вы не чувствуете уверенности в себе, лучше иметь перед собой план или ключевые мысли выступления.

Как добиться успеха? Советы начинающему социальному предпринимателю



ПРОТЕСТИРУЙТЕ НИШУ. Вы должны основываться не на собственных догадках, а на реальной реакции людей на ваш продукт или услугу.

СОБЕРИТЕ ВЫСОКОЭФФЕКТИВНУЮ КОМАНДУ. Самое главное в любом проекте – это люди. Найдите первоклассную команду, которая будет уметь: и создавать, и продвигать, и управлять. Нужно выделить навыки, которые в первую очередь нужны вашему проекту, часть обязанностей взять на себя (но только то, что вы умеете делать действительно хорошо), для части взять помощников, а основную часть отдать на аутсорсинг профессионалам.

ДОВЕРЯЙТЕ КОМАНДЕ. Если вы начали создавать свой бизнес и привлекли к его созданию профессиональных исполнителей – им следует доверять в рамках их компетенций.

ДЕЛЕГИРУЙТЕ ПОЛНОМОЧИЯ. Для начинающего предпринимателя это может стать проблемой, а таких много. Нужно уметь делегировать свои обязанности подчиненным вместе с ответственностью, иначе основатель будет перегружен, а исполнители будут сидеть без дела.

ОБРАЩАЙТЕСЬ ЗА ПОМОЩЬЮ. Не нужно стесняться или бояться конкуренции в обращении к специалистам или к опытным предпринимателям во время планирования, запуска и развития проекта.

НАЙДИТЕ ХОРОШЕГО МЕНТОРА ДЛЯ СВОЕГО ПРОЕКТА. *Менторство (наставничество) – это эффективный и популярный способ передачи профессиональных знаний и умений от более опытного предпринимателя или специалиста (ментора) менее опытному (протее). Менторы готовы делиться своим опытом и осуществляют эту деятельность на безвозмездной основе.*

НАЧИНАЙТЕ МОЛОДЫМ. Свой бизнес можно начать в любом возрасте. Однако с возрастом шансы начать свой бизнес будут падать по объективным ряду причин.

НЕ СДАВАЙТЕСЬ. Наступит тот момент, когда будет так тяжело, что вам захочется все оставить. Знайте, это только начало! Нужно двигаться вперед, объединив все имеющиеся ресурсы.

ВСЕ ОФОРМЛЯЙТЕ ДОКУМЕНТАЛЬНО. Все договоренности с партнерами, инвесторами и клиентами нужно оформлять документально и относиться к этому серьезно.

ОПРЕДЕЛИТЕ СТРАТЕГИЮ И ТАКТИКУ. У вас должен быть план развития на ближайшие 3 года. Причем и стратегия и тактические идеи. Не путайте с бизнес-планом. Еще есть такая элементарная, но очень полезная штука – дерево целей. Смысл метода в том, что есть одна большая цель (ствол) и много маленьких, которые нужно достигнуть перед тем, как будет достигнута основная (веточки). Другими словами, можно захотеть построить миллиардную компанию, но на пути от желания к миллиарду нужно будет добиться еще многих более мелких целей.

СОЗДАЙТЕ САЙТ ИЛИ СТРАНИЦУ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ. Вам понадобится распространение информации о вашем проекте. В современном мире Интернет – один из наиболее эффективных методов, чтобы заявить о себе. Следите за качественным наполнением сайта или страницы. Как говорила Маргарет Тэтчер, «первое впечатление можно произвести всего один раз».

УПРАВЛЯЙТЕ СВОИМ ВРЕМЕНЕМ. Во-первых, планируйте свою работу: на день, на неделю, на месяц, на год, на 3 года и на 5 лет. Во-вторых, разделите все дела на группы по срочности и важности, чтобы ваше время не уходило на текучку, а шло на решение важных задач. В-третьих, старайтесь делегировать.

ДЕРЖИТЕ СВОЕ СЛОВО. Для начала очень осторожно и взвешенно давайте обещания. Бизнес в социальной сфере вести сложнее: вы всегда будете ориентированы на целевую группу и вам нельзя ее подвести.

СТАРТУЙТЕ ПРЯМО СЕЙЧАС! Большинство проектов так и остается в головах своих создателей. Вам ничего не мешает. Для начала выделите час времени и начните, дальше будет легче.



Технологии развития проектных навыков и социально-предпринимательских компетенций молодежи, которые предлагает Парк социогуманитарных технологий ТГУ

Парк СГТ ТГУ – структурное подразделение научного управления Томского государственного университета, целью которого является организация среды развития проектной, предпринимательской и инновационной деятельности университетской молодежи.

Студенческие команды с первых курсов обучения включаются в программы Парка СГТ, обладая личной и профессиональной заинтересованностью, поскольку многие из них рассматривают свои проекты как собственное дело после выпуска из университета.



Парк социогуманитарных технологий строит свою работу в трех взаимосвязанных направлениях:

«от идеи - к проекту»: создание банка студенческих идей и проектов; «выращивание» идей до проекта; информирование о конкурсах социальных проектов, консультирование (индивидуальное, групповое, он-лайн) по социальному проектированию. Результат по данному направлению – доведение идей до успешной реализации социогуманитарного проекта.

«от проекта – к технологии»: проведение проектных семинаров и мастерских томскими предпринимателями и приглашенными специалистами по разработанной программе; информирование о конкурсах и программах; консультации по оформлению проектной деятельности в технологии.

«от технологии – к социальному предпринимательству»: сопровождение (тьюторское, менторское, экспертное) команд с бизнес-идеями и бизнес-проектами до предпринимательства в социальной сфере.

Конкурсы и выставки

ЕЖЕГОДНЫЙ КОНКУРС КРЕАТИВНЫХ СТУДЕНЧЕСКИХ ИДЕЙ СОЦИАЛЬНОй НАПРАВЛЕННОСТИ «ТОМСК СТУДЕНЧЕСКИЙ»

Конкурс проводится при поддержке управления молодежной политики администрации Города Томска

У тебя есть интересная идея?

Хочешь сделать пространство своего университета и студенческого Томска комфортным и привлекательным?

**ПОДАЙ ЗАЯВКУ
НА КОНКУРС
КРЕАТИВНЫХ ИДЕЙ
«ТОМСК СТУДЕНЧЕСКИЙ»**

Срок подачи заявок:
до 1 ноября



Подробности на сайте
Парка социально-гуманитарных
технологий ТГУ
www.parksgt.tsu.ru
https://vk.com/park_sgt
Тел.: 529 155

Цель конкурса – выявление креативных идей студентов и старших школьников, направленных на решение социально значимых проблем студенческого Томска.



СОЦИАЛЬНЫЙ ИНВЕСТИЦИОННЫЙ КОНКУРС ДЛЯ УЧАЩЕЙСЯ МОЛОДЕЖИ ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ «ВАЖНОЕ ДЕЛО»

Парк социогуманитарных технологий ТГУ
при поддержке Управления молодежной политики Администрации Города Томска

СОЦИАЛЬНЫЙ ИНВЕСТИЦИОННЫЙ КОНКУРС ДЛЯ УЧАЩЕЙСЯ МОЛОДЕЖИ ТОМСКА «ВАЖНОЕ ДЕЛО»

'15

Ты реализуешь социальные проекты? Делаешь Важное дело, приносящее социальную пользу? У тебя появилась новая возможность для продвижения и развития своего проекта и команды!

Заполни заявку в одну из номинаций
ДО 16 ДЕКАБРЯ

Пройти отборочный этап
ДО 20 ДЕКАБРЯ

Защити свой проект перед представителями бизнес-сообщества
24 ДЕКАБРЯ

- «Академик»: проекты социальной направленности студенческих команд томских вузов
- «Профессионал»: проекты социальной направленности студентов томских техникумов и ПУ
- «Школьник»: проекты социальной направленности томских школьных команд

Для участия в Конкурсе необходимо до 16 декабря 2015 прислать заявку на электронную почту park_tsu@gmail.ru с пометкой «Важное дело»

Вопросы можно задать по тел. 8(3822)529-155, ежедневно с 10.00 до 16.00

Цель конкурса – поддержка проектов с социальной направленности учащейся молодежи через механизмы социального инвестирования.

Номинации конкурса определены по целевым группам участников:

- **«Академик»:** проекты социальной направленности студенческих команд томских вузов.
- **«Профессионал»:** проекты социальной направленности студентов томских техникумов и профессиональных училищ.
- **«Школьник»:** проекты социальной направленности школьных команд Томской области.



СОЦИАЛЬНАЯ ИНВЕСТИЦИОННАЯ ВЫСТАВКА ДЛЯ УЧАЩЕЙСЯ МОЛОДЕЖИ ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ «ВАЖНОЕ ДЕЛО»

Выставка проводится на базе ТГУ по итогам одноименного Конкурса. Проектные команды имеют возможность продемонстрировать свои проекты перед представителями бизнеса и власти города и области.



ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ СЕМИНАРЫ И МАСТЕР-КЛАССЫ ПО РАЗВИТИЮ КРЕАТИВНОГО МЫШЛЕНИЯ, ОСНОВАМ СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ, НАВЫКАМ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ И ДР.



политику администрации г. ордена Г. Омска

**Конкурс креативных идей
«Томск студенческий»**

23 октября в 18:30
Парк социогуманитарных технологий ТГУ
приглашает потенциальных участников

на образовательный семинар
по социальному проектированию
«5 ШАГОВ К КРЕАТИВНОМУ ПРОЕКТУ»

пр. Ленина, 34а,
Новое здание НБ ТГУ,
офис 64

Парк социогуманитарных технологий ТГУ
www.parksgt.tsu.ru
https://vk.com/park_sgt
Тел.: 609 152



«КРУГЛЫЕ СТОЛЫ» С УЧАСТИЕМ ЭКСПЕРТОВ ИЗ МЕСТНОГО СООБЩЕСТВА «ПОДДЕРЖКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ ПРОЕКТОВ УНИВЕРСИТЕТСКОЙ МОЛОДЕЖИ»



АВТОБУСНЫЕ ЭКСКУРСИИ ДЛЯ МОЛОДЕЖИ «ПЕРВЫЙ РАЗ – В БИЗНЕС-КЛАСС!», НАПРАВЛЕННЫЕ НА ЗНАКОМСТВО УЧАСТНИКОВ С ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯМИ ГОРОДА И ОРГАНИЗАЦИЯМИ ИНФРАСТРУКТУРЫ ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА



ЦЕНТР ПОДДЕРЖКИ
МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

Центр поддержки
малого и среднего
бизнеса

Первый раз – в БИЗНЕС-КЛАСС

Мечтаешь стать предпринимателем? Приглашаем к участию в майских мероприятиях:

1. Тематических автобусных экскурсий для молодежи «Первый раз – в бизнес-класс» (с 23 по 27 мая) с посещениями организаций инфраструктуры поддержки предпринимательства в действующих предприятиях малого и среднего бизнеса.
- До 18 мая принимаются заявки от школьников и студентов города, имеющих подпринимательскую идею или проект. Форма заявки на сайте dabkz.ru по 2. Ссылка мотивирующей видеороликов-интервью о предпринимательской деятельности молодежи.
- До 30 мая принимаются заявки на участие от школьников и студентов (и их наставников), которые готовы присоединиться к проекту бизнес-проекта.

Дополнительно информацию о проекте можно получить по почте trou_srlp@mail.ru, а также по телефону 8 953 920 09 90

Let's do it! БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИИ И ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ФИНАНСЫ

Долгожданная новость! В рамках проекта «Первый раз – в бизнес-класс» с 23 по 27 мая в рамках проекта «Первый раз – в бизнес-класс» для молодежи организованы автобусные экскурсии в действующие предприятия малого и среднего бизнеса. Для участия в проекте необходимо подать заявку до 18 мая. Заявки принимаются от школьников и студентов города, имеющих подпринимательскую идею или проект. Форма заявки на сайте dabkz.ru по 2. Ссылка мотивирующей видеороликов-интервью о предпринимательской деятельности молодежи. До 30 мая принимаются заявки на участие от школьников и студентов (и их наставников), которые готовы присоединиться к проекту бизнес-проекта. Дополнительно информацию о проекте можно получить по почте trou_srlp@mail.ru, а также по телефону 8 953 920 09 90



ШКОЛА ПО ОБУЧЕНИЮ МОЛОДЕЖИ СОЦИАЛЬНО-ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИМ НАВЫКАМ

*Студент ТГУ! Есть идеи для бизнеса в социальной сфере?
Парк социогуманитарных технологий ТГУ приглашает тебя*

В ОСЕННЮЮ ШКОЛУ

по обучению

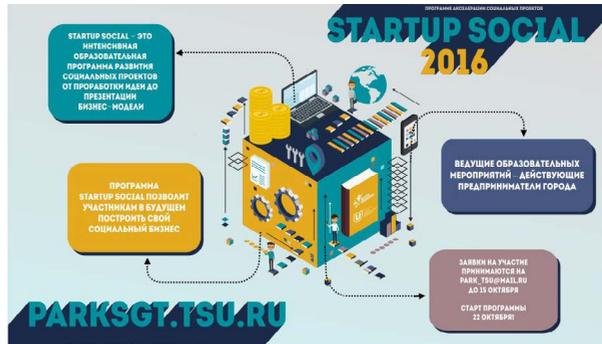
**СОЦИАЛЬНО-ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИМ
НАВЫКАМ**

Старт Школы 24.09.16!

ПОДРОБНОСТИ НА САЙТЕ PARKSGT.TSU.RU



ПРОГРАММА РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНО-ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ ПРОЕКТОВ МОЛОДЕЖИ «STARTUPSOCIAL» С ЭЛЕМЕНТАМИ МЕНТОРИНГА



В программе ведущими мастер-классов и менторами выступают действующие предприниматели города.

Ежегодно к участию в мероприятиях Парка СГТ приглашается учащаяся молодежь Томского государственного университета, города Томска и Томской области.

ЛИТЕРАТУРА

1. Анищенко А.В. Индивидуальный предприниматель: регистрация, учет и отчетность, налогообложение. СПб, 2011. 320 с.
2. Баталина М., Московская А., Тарадина Л. Обзор опыта и концепций социального предпринимательства с учетом возможностей его применения в современной России (материал представляет собой первый этап работы по исследованию социального предпринимательства, выполненной специалистами ГУ-ВШЭ по заказу Регионального общественного фонда «Наше будущее»). URL: <https://www.hse.ru/data/378/039/1237/soc-pred.pdf>
3. Берд П. Бизнес-план: пошаговое руководство. М., 2007. 304 с.
4. Галажинский Э.В. Третья роль университетов, или роль вузов в региональном развитии / под ред. Е.Г. Сырямкиной // Социально-гуманитарные молодежные проекты университетов — местному сообществу: материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (25–26 октября 2012 г.). Томск: Изд-во Том. ун-та, 2013. С. 54-59.
5. Горемыкин В.А. Бизнес-план: методика разработки 45 реальных образцов бизнес-планов. М., 2011. 864 с.
6. Двадцать шесть советов начинающим стартаперам от старого предпринимателя. URL: <http://seclgroup.ru/article-26-startup-advice.html>
7. Как составить бизнес-план. URL: <http://hiterbober.ru/beginners/kak-sostavit-biznes-plan.html>
8. Кикал Дж., Лайонс Т. Социальное предпринимательство: Миссия – сделать мир лучше: пер. с англ. М.: АЛЬПИНА ПАБЛИШЕР, 2014. 304 с.
9. Лосев В.А. Как составить бизнес-план: практическое руководство с примерами готовых бизнес-планов. М., 2011. 208 с.
10. Начни с бизнес-плана. URL: <http://mb.admin.tomsk.ru/content/nachni-s-biznes-plana>
11. Общество с ограниченной ответственностью. URL: <http://www.reghelp.ru/ooo.shtml>
12. Ораторское искусство. Презентация в лифте «elevator pitch». URL: https://4brain.ru/oratorskoe-iskusstvo/_elevator-pitch.php
13. Регистрируем предприятие. Малый и средний бизнес города Томска

URL: <http://mb.admin.tomsk.ru/node/1454>

14. Селин М.А. Социальное предпринимательство: тенденции, проблемы и перспективы распространения в современной России. URL: <http://www.mentoring.kom20.ru/biblioteka/stati/socialnoe-predprinimatelstvo-tendencii-problemy-i-perspektivy-rasprostraneniya-v-sovremennoj-rossii.html>

15. Современный индивидуальный предприниматель: правовая основа деятельности, ведение учета, уплата налогов. // Библиотечка «Российской газеты». ФГУ «Редакция «Российской газеты». М., 2007. С. 3.

16. Создание предприятия. Рекомендации информационной службы поддержки предпринимательства города Москвы. URL: <http://www.mbm.ru/government-support/beginner/legal-support/preparing-documents-ooo/>

17. Сырямкина Е.Г., Румянцева Т.Б., Ливенцова Е.Ю. Практика развития надпрофессиональных компетенций студентов в современном университете // Образование и наука. 2016. №7. С.117-135.

18. Сырямкина Е.Г., Румянцева Т.Б., Ливенцова Е.Ю. Особенности развития предпринимательских компетенций студенческой молодежи для реализации инноваций в социальной сфере // ИННОВАЦИИ 2016. № 7 (213). С. 96.

19. Шумпетер Й. Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1982. 455 с.

20. Liventsova E., Rummyantsevaa T., Syriamkina E. Development of social and entrepreneurial skills of students of engineering and technical specialties in the modern university // MATEC Web of Conferences 79, 01018 (2016). URL: http://www.matec-conferences.org/articles/matecconf/pdf/2016/42/matecconf_imet2016_01018.pdf

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
Шаг 1. Что такое социальное предпринимательство?	4
Шаг 2. Как составить бизнес-план?	7
Шаг 3. Команда проекта	11
Шаг 4. Выбор правовой структуры и регистрация	13
Шаг 5. Презентация проекта.....	19
Как добиться успеха? Советы начинающему социальному предпринимателю	20
Технологии развития проектных навыков и социально- предпринимательских компетенций молодежи, которые предлагает Парк социогуманитарных технологий ТГУ.....	24
ЛИТЕРАТУРА	33

УЧЕБНОЕ ИЗДАНИЕ

Сырямкина Екатерина Гавриловна
Румянцева Татьяна Борисовна
Ливенцова Евгения Юрьевна

Основы проектирования бизнеса в социальной сфере

Учебное пособие



Национальный
исследовательский

**Томский
государственный
университет**

Дизайн пособия У.И. Гилева
Редактор Е.В. Лукина

Подписано в печать 25.10.2016
Формат А5
Печ. л. 18
Тираж 189

Издательский Дом ТГУ
634050, г. Томск, пр. Ленина, 36