

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye->

%D0%BD%D0%B0%D1%8F%20%D0%BA%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B

Тип работы: ВКР (Выпускная квалификационная работа)

Предмет: Международный менеджмент

ВВЕДЕНИЕ 3

1. Теоретические аспекты и задачи благотворительной деятельности 7

1.1. Понятие благотворительной деятельности 7

1.2. Сущность и задачи реализации благотворительной деятельности 14

1.3. Мировой опыт благотворительной деятельности 18

2. Практика благотворительной деятельности в России 23

2.1. Принципы деятельности благотворительных организаций 23

2.2. Законодательная база регулирования благотворительной деятельности 29

2.3. Сотрудничество государственных и благотворительных организаций 37

3. Реализация благотворительной деятельности на примере негосударственной благотворительной организации «Ночлежка» 43

3.1. Характеристика негосударственной благотворительной организации 43

3.2. Реализация благотворительной деятельности на примере Санкт-Петербургской благотворительной общественной организации «Ночлежка» 44

3.3. Рекомендации по улучшению деятельности благотворительной организации 49

Заключение 53

Список используемой литературы 55

Приложения 58

ВВЕДЕНИЕ

Благотворительность подразумевает оказание материальной помощи тем, кто в ней нуждается, причем это могут быть как частные лица, так и организации. Также материальным или иным образом могут поощряться общественно значимые формы деятельности.

Возникновение и развитие огромного количества благотворительных фондов связано с множеством обстоятельств. Так, в первую очередь, в современном обществе благотворительность давно стала одной из важных составляющих частей предпринимательства. Кроме того, создание различных благотворительных организаций часто имеет под собой весьма прагматичную причину – стремление обладателей крупных состояний избежать налоговых выплат при передаче наследства или дарении. Однако, последнее обстоятельство, а именно – возможность укрывать свои деньги от налогообложения – сейчас считается наиболее весомым фактором, влияющим на создание организаций такого типа.

Актуальность данной темы заключается в том, что с помощью благотворительности происходит перераспределение доходов от наиболее обеспеченных слоев населения к наименее обеспеченным, причем за короткий промежуток времени. Общество не может существовать без удовлетворения социальных потребностей, и одним из методов решения этой задачи как раз является данный вид деятельности.

Как правило, передача средств на различные направления благотворительной деятельности происходит в форме крупных денежных поступлений либо пакетов акций. За счет таких вложений благотворительные организации могут действовать на рынке капиталов, вкладывая полученные средства в разные ценные бумаги либо получая определенные дивиденды с переданных им ценных бумаг, что позволяет им постоянно увеличивать объемы своего капитала.

Объект работы – благотворительная деятельность.

Предмет работы – организация благотворительности на примере конкретной организации.

Цель работы – проанализировать основы благотворительной деятельности на примере Санкт-Петербургской благотворительной общественной организации «Ночлежка».

В связи с этой целью были поставлены задачи:

- раскрыть понятие благотворительной деятельности
- определить сущность и задачи реализации благотворительной деятельности
- описать мировой опыт благотворительной деятельности
- исследовать законодательную базу регулирования благотворительной и спонсорской деятельности
- провести анализ статистических данных по благотворительной и спонсорской деятельности в России
- определить реализацию благотворительной деятельности на примере Санкт-Петербургской благотворительной общественной организации «Ночлежка»
- выявить проблемы и перспективы сотрудничества государства и благотворительной организации
- сделать анализ перспектив сотрудничества государства и благотворительной общественной организации «Ночлежка»
- дать рекомендации по улучшению деятельности благотворительной организации.

Работа состоит из трех основных частей. В первой главе рассматриваются теоретические аспекты благотворительной деятельности. Во второй главе дается анализ благотворительной деятельности на примере Санкт-Петербургской благотворительной общественной организации «Ночлежка». Третья глава посвящена перспективам сотрудничества государства и благотворительной общественной организации «Ночлежка».

Для раскрытия темы были использованы нормативно-правовые акты, внутренние документы Санкт-Петербургской благотворительной общественной организации «Ночлежка», ресурсы Интернет.

1. Теоретические аспекты и задачи благотворительной деятельности

1.1. Понятие благотворительной деятельности

Понятие благотворительности довольно широкое. Если раньше это слово воспринималось буквально – «творить благо», т. е. делать добро окружающим, то спустя какое-то время данный термин начал использоваться и в других значениях. Сегодня толкование благотворительности примерно следующее: это распространение на добровольной основе частных ресурсов с целью решения социальных проблем и улучшения условий жизни нуждающихся. Под данное определение подпадает несколько видов деятельности: спонсорство и меценатство, социальные инвестиции и добровольные пожертвования. Благотворительность подразумевает оказание материальной помощи тем, кто в ней нуждается, причем это могут быть как частные лица, так и организации. Также материальным или иным образом могут поощряться общественно значимые формы деятельности.

Спонсорство в России не считается благотворительностью, так как имя определенного лица (название компании), выделившего средства на конкретные цели, обязательно должно упоминаться в том или ином контексте.

С помощью благотворительности происходит перераспределение доходов от наиболее обеспеченных слоев населения к наименее обеспеченным, причем за короткий промежуток времени. Общество не может существовать без удовлетворения социальных потребностей, и одним из методов решения этой задачи как раз является данный вид деятельности.

Благотворительность в России регламентируется Федеральным законом «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» № 135 от 11 августа 1995 г. Помимо этого, пункты о

благотворительности прописаны в Конституции (ст. 39) и Гражданском кодексе. Оказывать благотворительную помощь – значит помогать другим за счет собственных финансовых возможностей или свободного времени. Но делать это можно только в рамках закона и при условии отсутствия нанесения вреда другим лицам. Кроме того, подразумевается, что от благотворительности получать пользу должен не только конкретный человек или организация в частности, но и все общество в целом.

Государственные органы в благотворительности не участвуют, так как помощь государства населению – это его прямая обязанность, а потому носит другое название. Что касается физических и юридических лиц, то их благотворительность может заключаться в предоставлении материальных ценностей и услуг, финансировании, выполнении работ на льготных условиях.

Рис.1.1.Механизм осуществления благотворительной деятельности

Из благотворительности не извлекается прибыль, но зачастую помощь не является полностью бесплатной. Тем не менее, любая подобная деятельность является благотворительной только тогда, когда человек или организация, которым оказывается поддержка, платят за товары или услуги цену ниже рыночной и ниже себестоимости. Существуют обстоятельства, при которых благотворительная деятельность может приводить к получению финансовой выгоды, но вся прибыль обязана направляться на осуществление уставных целей.

Следует иметь в виду, что благотворительной является не любая некоммерческая деятельность, а только полностью соответствующая данному законом определению. Если целью какой-то организации, компании или фирмы является получение прибыли или иной выгоды, то данную деятельность нельзя назвать благотворительной.

Причин заниматься благотворительностью как у частного лица, так и у крупной компании может быть много. Но, каковы бы ни были мотивы, для нуждающихся помощь со стороны – это всегда положительный момент. Чаще всего благотворительной деятельности уделяет внимание бизнес. Большинство предпринимателей, занимаясь делом, предпочитают оставлять эмоции в стороне. Из этого вполне логично будет сделать вывод, что благотворительность в некоторых ситуациях несет компании ту или иную выгоду. Разумеется, обычные человеческие эмоции также нельзя исключать из уравнения, но если одновременно можно сделать добро и получить при этом определенные преференции, то какой из разумных бизнесменов упустит подобную возможность? Ни одна компания, если увидит в занятии благотворительностью какую-то выгоду, ни за что не откажется от данной сферы деятельности.

Рис.1.2.Субъекты благотворительной деятельности

Вот перечень моментов, в которых благотворительность может быть выгодной для бизнеса:

- 1.Реклама. Компании, выделяющие средства на благотворительность, часто делают это публично. И в определенной степени такой поступок является не чем иным, как рекламным ходом. Люди, присутствующие на мероприятии, слышат название фирмы и запоминают его. Кроме того, подобные акции то и дело освещаются средствами массовой информации.
- 2.Создание положительного имиджа. Создать компании положительный имидж – дело непростое, зачастую это результат многолетнего труда и немалого вложения средств. Занятие благотворительностью способно существенно уменьшить то и другое. Рейтинг компании быстро повышается. А если фирма не ограничивается одной акцией и проводит подобные мероприятия постоянно, то уважение к ней потенциальных клиентов и партнеров растет прямо на глазах. Человек ведь так устроен, что если верит фирме, то не меньшее доверие испытывает и к ее продукции или услугам – что не может не сказаться на продажах компании самым положительным образом.
- 3.Улучшение отношений с государственными организациями и проверяющими органами. Государственные органы и различного рода проверяющие структуры к организациям, занимающимся помощью и благотворительностью, относятся гораздо лучше, нежели к тем, которые похвастаться подобной деятельностью не могут. Руководство таких компаний пользуется моментом и выбивает у госструктур некоторые послабления и преимущества. Объясняется данная политика просто: по мнению чиновников, чем больше частных компаний несет расходы по благотворительности, тем сильнее это облегчает ответственность государства перед населением в данном вопросе.

4. Улучшение деловой репутации. Деловую репутацию, как и имидж, заработать не так-то просто. И один из способов сделать это без особых усилий – выделить деньги на благотворительность. Подобная политика компании говорит не только о ее финансовом благополучии, но и о том, что фирму возглавляет человек, отличающийся высокими моральными и нравственными качествами.

5. Увеличение притока новых специалистов. Занимаясь благотворительностью, можно завязать контакты с людьми, работающими в той же сфере. Общие интересы позволят компании обеспечить себе приток новых квалифицированных специалистов. А такие моменты всегда очень выгодны для бизнеса.

Форм благотворительности не так уж и мало, но основными являются следующие:

- Безвозмездное предоставление знаний, которые будут полезны в данных обстоятельствах и именно в это время. Сюда можно отнести создание подходящих условий для деятельности подшефных.
- Передача финансовых средств или предметов и еды, которые были на эти средства приобретены.
- Бесплатное предоставление услуг или выполнение работ (практика pro bono).

Еще одна форма благотворительности – оказание гуманитарной помощи в виде одежды, лекарств и продуктов питания. Поддержка, способная подтолкнуть человека к той или иной деятельности, является наиболее эффективной. Примером может послужить предоставление микрокредитов или образования.

Социальная благотворительность подразумевает работу с наименее защищенными слоями населения: детьми, престарелыми и инвалидами. Часто некоммерческим и общественным организациям в виде благотворительности оказываются те или иные профессиональные услуги. Ими же могут воспользоваться люди, которые не в состоянии за подобную работу заплатить. Такая практика особенно распространена среди юристов в виде проведения бесплатных правовых консультаций. В данном случае не практикуется безвозмездная передача вещей или средств, финансирование различных проектов и т. д. Но иногда хороший юридический совет может принести гораздо больше пользы, нежели выделение средств на благотворительный праздник.

Корпоративная благотворительность – это оказываемая коммерческой организацией помощь нуждающимся или поддержка социальных проектов – как собственных, так и проводящихся в жизнь другими компаниями. При этом основная деятельность фирмы никак не связана со сферой вложения средств. Для бизнес-структур благотворительность является далеко не основным видом деятельности и никак не связана с их местом на мировом или региональном рынке. А вот благотворительные фонды занимаются исключительно работой, направленной на помощь людям или организациям. Средства для этого поступают от частных и корпоративных пожертвований, но не во всех случаях. Бывает, что у таких фондов имеются и собственные денежные накопления. Какие-то из подобных организаций существуют за счет процентов с капитала или ценных бумаг (фонды местного сообщества). Другие занимаются благотворительностью за счет собственноручно созданных резервов – как например благотворительный фонд «Лукойл».

Рис.1.3. Источники средств благотворительных фондов

Частная благотворительность – это на сегодняшний день наиболее распространенный вид подобного рода деятельности. Человек, занимающийся благотворительностью, жертвует деньги, вещи и другие ресурсы на определенные цели. Именно данные средства являются основным источником (или, по крайней мере, весьма значительным) для фондов благотворительности. В чем отличие коммерческих организаций от фондов? Первые сами выбирают направление вложений, причем часто это зависит исключительно от предпочтений руководства, а вторые пытаются решить наиболее острые проблемы, назревшие в обществе. Это было так называемое горизонтальное деление благотворительности. Но существует также деление и по вертикали – в зависимости от масштабов работы и финансовых возможностей. К примеру, крупные корпорации без особых проблем могут на регулярной основе вкладывать средства в поддержку образования, науки или системы здравоохранения. Это называется социальными инвестициями. Средние и малые предприятия в основном берут шефство над какими-то конкретными объектами – школами, детскими домами, пансионатами для инвалидов и т. д. К тому же некоторые организации оказывают помощь не деньгами, а в виде своей продукции или услуг. К примеру, сеть ресторанов может снабжать детский дом продуктами, а строительная фирма – принимать участие в возведении храма.

Посмотрим, чем отличается благотворительность от филантропии, спонсорства и меценатства.

Слово филантропия имеет греческое происхождение и буквально означает «любовь к людям». Словари утверждают, что «филантропия» и «благотворительность» – абсолютные синонимы. И если рассматривать вопрос с точки зрения функционального значения терминов, то это в общем-то верно: и в первом, и во

втором случае имеется в виду пожертвование частных средств в пользу нуждающихся. С другой стороны, благотворительность далеко не всегда является филантропией. Исходя из этого, можно сказать, что филантропия отличается от благотворительности своей мотивацией. Впрочем, если подумать, то защита памятников архитектуры, поддержка медицины, науки или искусства тоже не является поддержкой конкретных людей. Но в конечном итоге подобная помощь все равно отразится на жизни человечества в смысле улучшения экологии, в виде новых произведений искусства или в качестве лекарства от рака. Казалось бы, разница между меценатством и благотворительностью лежит на поверхности: сфера интересов мецената находится исключительно в области искусства, науки и культуры. Но есть более глубокие отличия между двумя этими понятиями, и заключаются они в мотивации. Меценат не столько помогает конкретному человеку, сколько искусству, которым тот занимается. Для мецената важно не то, что человек беден, а то, что он художник. То есть конечная цель меценатства – возвышение искусства, развитие науки и формирование культуры.

Спонсорство зачастую даже не считают полноценной помощью нуждающимся и не относят к социально полезным. Существует мнение, что спонсорство – скорее вид рекламы, чем благотворительность. Но это не совсем так. Компания, занимающаяся подобной деятельностью, не должна от нее получать выгоду, выраженную в денежной форме. Только данное правило не отменяет получения пользы в каком-либо другом формате. Разумеется, спонсор вкладывает средства в ту или иную маркетинговую акцию в расчете на определенный экономический интерес. Но подобная мотивация вовсе не является единственной. Можно сказать, что, оказывая помощь какой-либо организации, спонсор одновременно продвигает собственную компанию с помощью рекламируемого бренда или логотипа.

Говоря о социальной ответственности бизнеса, упор делается на то, как работа компании отражается на окружающей среде, а производимые товары – на потребителе. В других случаях под термином понимается добровольное пожертвование на благо общества. Социальную ответственность бизнеса можно определить как добровольный, причем превышающий законодательный минимум, вклад компании в развитие общества, включающий в себя ответственность делового партнера, работодателя, гражданина и участника социальных отношений. Компании, занимающиеся благотворительностью в данном направлении, часто поддерживают местные сообщества в «своих» регионах. Некоторые градообразующие предприятия нередко де-факто выполняют функции местной администрации: помогают в постройке школ и больниц, ремонте дорог, коммуникаций и т. п. Главы корпораций, которым не чужды моральные принципы, считают себя обязанными хотя бы отчасти позаботиться о нейтрализации вреда, приносимого выпускаемой предприятием продукцией. Взять к примеру табачные компании: при их содействии в свет выходят брошюры о вреде курения. Они же всеми силами поддерживают медицинские исследования, направленные на борьбу с раком легких.

Таким образом, под благотворительностью понимается безвозмездная помощь людям и окружающей среде, которая осуществляется физическими и юридическими лицами на добровольной основе.

1.2. Сущность и задачи реализации благотворительной деятельности

Возникновение и развитие огромного количества благотворительных фондов связано с множеством обстоятельств. Так, в первую очередь, в современном обществе благотворительность давно стала одной из важных составляющих частей предпринимательства. Кроме того, создание различных благотворительных организаций часто имеет под собой весьма прагматичную причину – стремление обладателей крупных состояний избежать налоговых выплат при передаче наследства или дарении. Однако, последнее обстоятельство, а именно – возможность укрывать свои деньги от налогообложения – сейчас считается наиболее весомым фактором, влияющим на создание организаций такого типа.

Очень часто основные цели благотворительной деятельности собственников крупного капитала – это обеспечение себя возможностью выплачивать как можно меньшее количество налогов с полученной прибыли. Создавая благотворительные организации

1. Конституция РФ
2. Гражданский кодекс
3. Федеральный закон «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» № 135 от 11 августа 1995 г.
4. Акулина С.В. История социальной работы. – СКФУ, 2014. – 250 с.
5. Алексеева О.Р. Социальная ответственность компаний - опыт Запада и России // Интернет-журнал

Меценат. - 2013. - №3 - 32 с.

6. Антонович И. В. Благотворительность в российском обществе: история и современность: учебное пособие.- Баранул: Издательство АГУ, 2015.- 135с.
7. Бараулина А., Вернидуб А. Папка добрых дел. // Русский Newsweek. - 2015. - № 42 (72). - С. 36-38.
8. Булгакова Л. Благотворительность в России. - М.: Нестор-История, 2013. - 226 с.
9. Вандышев М.О. Некоторые аспекты экономической мотивации благотворительной деятельности // Экономическая социология, электронный журнал, Том 5. - №2. - 2014. - 76 с.
10. Волгин Н.А. Социальная политика. - М.: Экзамен, 2014. - 502 с.
11. Воронин В.Г. Корпоративная филантропия: мифы и реальность. Результаты социологического исследования. - М.: ИТРК, 2012. - 233 с.
12. Воронова Е. А. Благотворительность в социальной политике // Благотворительность как нравственный ресурс гражданского общества России. СПб.: Петерб. гос. ун-т, 2014.- 280 с.
13. Гусова К.Н. Право социального обеспечения. - СПб.: Питер, 2012. - 283 с.
14. Ивченко С.В., Либоракина М.И., Сиваева Т.С. Город и бизнес: формирование социальной ответственности российских компаний. - М.: Институт экономики города, 2013. - 445 с.
15. Курбанова Р.А. Право социального обеспечения. - М.: Юнити-Дана, 2014. - 439 с.
16. Носов А.Н. История благотворительности в России: [Электронный ресурс.- Режим доступа // <http://v-razmustov.livejournal.com>]
17. Смирнов С. Социальная политика. - М.: ГУ ВШЭ, 2014. - 399 с.
18. Суворова С. Некоммерческие организации. - М. Юнайтед Пресс, 2014. - 224 с.
19. Сулакшин С.С. Благотворительность в России и государственная политика. - М.: Научный эксперт, 2013. - 224 с.
20. Титова К.Н., Перспективы развития благотворительности в современном обществе. М.: Юрайт, 2015.-159 с.
21. Филлипова Н.В. Право социального обеспечения. - М.: Экзамен, 2013. - 371 с.
22. Эммерсон А. Благотворительность в США // Washington ProFile. - 2013. - №19. - 28 с.
23. Williams, Cynthia A.; Ruth V. Aguilera. "Corporate Social Responsibility in a Comparative Perspective", in Crane, A., et.al.: The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility (PDF), Oxford: Oxford University Press.
24. Habisch, Andre; Jan Jonker, Martina Wegner, R. Schmidpeter (eds.). Corporate Social Responsibility across Europe. Heidelberg: Springer.
25. Orlitzky, Marc; Frank L. Schmidt, Sara L. Rynes. "Corporate Social and Financial Performance: A Meta-analysis" (PDF). Organization Studies 24 (3): 403-441.
26. Corporate Social Responsibility and Ethical Careers. University of Edinburgh Careers Service.
27. Kytte, Beth; John Gerard Ruggie. Corporate Social Responsibility as Risk Management: A Model for Multinationals (PDF). Social Responsibility Initiative Working Paper No. 10.. John F. Kennedy School of Government, Harvard University.
28. Paluszek, John. Ethics and Brand Value: Strategic Differentiation (PowerPoint). Business and Organizational Ethics Partnership Meeting. Markkula Center for Applied Ethics, Santa Clara University.
29. Malloy, D.C. "Understanding the Nature of Ethics, and Purposes of Business Health Care and Law", The Sport We Want (PDF), Canadian Centre for Ethics in Sport, pp.59-79.
30. Агентство «Социальные Инвестиции». URL: www.socinvest.org 2
31. Агентство региональных политических исследований (АРПИ). URL: <http://arpi.info>
32. Благотворительный фонд «Московский благотворительный резерв». URL: www.mcf.ngo.ru
33. Всемирный банк. URL: www.worldbank.org
34. Независимый институт социальной политики (НИСП). URL: www.socpol.ru
35. Российское представительство Charities Aid Foundation. URL: www.cafrussia.ru
36. Boston College Center for Corporate Citizenship. URL: www.bc.org
37. Business for Social Responsibility. URL: www.bsr.org
38. Business in the Community. URL: www.bitc.org.uk
39. Centre for Tomorrow's Company. URL: www.tomorrowscompany.com
40. Cone Communications. URL: www.conenet.com

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye->

[%D0%BD%D0%B0%D1%8F%20%D0%BA%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B](#)