Маяр Н.П.

Научный руководитель:

к.э.н., профессор

Климова Н.В.

СУЩНОСТЬ И ВИДЫ ФАНДРАЙЗИНГА

Актуальность исследования состояния и перспектив развития фандрайзинга в России обусловлена рядом факторов. Одним из них является существующая потребность в новых формах и способах организации социального взаимодействия субъектов бизнеса. Особую актуальность в связи с этим приобретают социальные программы. Интерес к социальным инициативам связан также с ростом социальной ответственности представителей бизнеса. Фандрайзинг предстает, как один из эффективных способов заявить обществу свою социальную миссию. Для России это новое понятия инвестирования денежных средств. К сожалению, многие компании занимаются социальными проектами, не имея при этом четкой стратегии и ясного понимания этой деятельности, для них фандрайзинг не рассматривается как вид стратегической деятельности[7].

Фандрайзинг представляет собой целенаправленный систематический поиск спонсорских (или иных) средств для осуществления социально значимых проектов (программ, акций) и поддержки тех или иных институтов. Суть фандрайзинга заключается в поиске потенциальных источников средств, планировании взаимоотношений с ними, составлении партнерских предложений о взаимовыгодном сотрудничестве, проведение переговоров, перечислении средств и работе с ними. Спонсорство становится выгодной альтернативой рекламе. Инвестиции, вложенные в социально-значимые мероприятия, окупятся для компаний положительным имиджем и лояльностью со стороны властных структур. Однако, фандрайзинг не просто деятельность по

привлечению дополнительных средств, а составная часть новых принципов работы и существования организаций в обществе – их тесного общения между собой и сотрудничества с внешним миром, открытости и прозрачности, партнерства и взаимопомощи[2].

Понятие фандрайзинга пришло к нам из США, где он употребляется в секторе некоммерческих негосударственных организаций, выполняющих задачи, на которые частный и государственный сектора экономики не обращают внимание. Изначально сфера некоммерческой деятельности некоммерческих негосударственных организаций была крайне узка, однако со второй половины XX века общее количество занятых в этой сфере начинает возрастать буквально в геометрической прогрессии.

К началу 80-х годов прошлого века финансовый кризис в США привел к существенному снижению государственного финансирования социально-культурных проектов. Вот почему именно с этого времени фандрайзинг, который изначально не ориентировался на привлечение государственных средств, начал охватывать все больше сфер деятельности. Вместе с этим произошла диверсификация источников финансирования некоммерческих проектов, появились новые виды и формы фандрайзинга, среди которых были и те, что не подлежали налогообложению[6].

По мере распространения фандрайзинг охватывает различные сферы, что позволяет выделять различные виды. Существуют следующие виды фандрайзинга:

Проектный фандрайзинг имеет задачей привлечение средств на реализацию конкретного проекта. Такой вид привлечения финансов является наиболее удобным для НКО или организации культуры и для финансирующей стороны.

Оперативный фандрайзинг подразумевает привлечение средств на покрытие текущих расходов. Это менее эффективная форма привлечения средств, так как они не имеют целенаправленного назначения и аккумулируются в текущем бюджете организации.

Фандрайзинг в науке открывает возможность для вхождения фирмы в среду разработок новых технологий, перспективных теорий. Фирма повышает свои шансы оказаться впереди конкурентов в научно-техническом прогрессе.

Фандрайзинг в образовании обращен на начальную, среднюю и высшую школы. Для спонсоров эта сфера обладает своими привлекательными чертами. Создается имидж заботы о подрастающем поколении, устанавливаются связи с молодыми перспективными специалистами.

Фандрайзинг в культуре направлен на поддержку в области изобразительного и музыкального искусства, литературы, театров, кино, музеев, библиотек. Бизнесменов привлекают в этой сфере не только широкие возможности для рекламы, но и формирование репутации фирмы в культурной среде, которая дает максимальный «выход на общество». Для зарубежных спонсоров это отличный способ прорваться на международный рынок, показав тем самым свой интерес к культуре данной страны. Таким образом, поддерживаются человеческие ценности и творчеств[1].

В широком смысле к фандрайзингу относится деятельность по поиску финансовых средств, человеческих ресурсов (времени, всевозможных услуг, оборудования), требуемых для обеспечения какой-либо деятельности[4].

В настоящее время Фандрайзинг в России набирает обороты. Ежегодно уже шестой раз подряд проходит Международная практическая конференция «Белые ночи фандрайзинга: поиск и менеджмент средств для развития людей, организаций, территорий». С каждым годом она объединяет всё больше людей и этот год не исключение. Находится всё больше людей, которые хотят помогать. Данная конференция - это уникальное событие, единственная ежегодная российская конференция по фандрайзингу (поиску средств на некоммерческие и благотворительные проекты). «Живо, динамично, ярко, насыщенно» - так характеризуют участники стиль конференции[3].

В конференции рассматривается многообразие форм и методов привлечения ресурсов, успешно работающих в России и на других развивающихся рынках фандрайзинга. У участников конференции имеется

возможность познакомиться с поиском средств в разных сферах и секторах, а ведущая тема в 2012 году – «Эффективность фандрайзинга». Это не единственный пример фандрайзинга в России, безусловно, по сравнению с ведущими странами мира, Россия не преуспевает, но это направление набирает обороты и становиться всё популярнее и эффективнее в данной среде.

В качестве российского опыта приведем пример фандрайзинга в образовании. В ближайшее время российские учебные заведения будут переходить на коммерческую основу. Поэтому поиск спонсоров в данное время очень актуален. Фандрайзинг в образовании представляет собой создание эндаумент-фонда - это центр финансового управления, своеобразное «казначейство» системы фандрайзинга. Организационно эндаумент - фонд представляет собой некоммерческую организацию в форме благотворительного фонда, предназначенного для аккумулирования благотворительных средств и их эффективного использования на цели развития ВУЗа. Как «казначейство» системы фандрайзинга, эндаумент-фонд обеспечивает оптимальное использование имеющихся инструментов для обеспечения баланса между: реализацией краткосрочных и текущих программ, финансированием постоянно действующих инициатив, накоплением ресурсов в фондах целевого капитала, как залога финансовой устойчивости ВУЗа. Кроме того, именно эндаумент-фонд формирует инвестиционную политику, выбирает и контролирует управляющую компанию, следит за эффективностью управления активами, в которые вложены благотворительные средства[5].

Фонды целевого капитала аккумулируют средства, поступившие от благотворителей, предназначенные для долгосрочного развития ВУЗа. Их средства не используются напрямую, а размещаются на финансовом рынке через специализированную управляющую компанию. Развитие ВУЗа ведется за счет доходов от инвестирования целевого капитала.

Благодаря такому подходу целевой капитал с годами только прирастает, обеспечивая долгосрочную финансовую устойчивость ВУЗа. Этот инструмент – идеален для финансирования стипендий, исследовательских грантов,

пенсионных и других программ, требующих ритмичного финансирования независимо от текущих пожертвований.

Пример российского опыта: в настоящее время фонды целевого капитала уже сформированы при нескольких ведущих ВУЗах страны: МГИМО(У), ГУ-ВШЭ, Финансовой академии, МФТИ, Бизнес-школе «Сколково», Европейском университете в Санкт-Петербурге, Бизнес-школе Санкт-Петербургского университета[5].

Размеры эндаументов достигают 15 млн. долларов (МГИМО). Объявленные же цели развития фондов целевого капитала (Сколково) составляют 300 млн. долларов США в течение 3-5 лет. Эндаумент-фонд Финуниверситета был создан по инициативе выпускников в 2007 году и на данный момент составляет 218 миллионов рублей и 10 миллионов долларов[5].

Зарубежный опыт показывает, что фандрайзинг должен быть системным процессом, а не выпрашиванием денег у населения. Отечественный опыт хорош, но не систематизирован, по сравнению с зарубежным. Пример немецкого системного фандрайзинга: в Германии, никогда не жертвует лично кому-то, объясняя такое поведение предельно честно – я могу вернуть налоги. По итогам года гражданин может уменьшить сумму налогов на сумму пожертвований. В немецких организациях, что за 10 дней до начала отчетного периода по налогам, они рассылают специальную форму, подтверждающую сумму пожертвований за год. Такая мотивация очень сильна не только с точки зрения пожертвований, но и с точки зрения того, что люди оставляют о себе максимально точные данные. Такой принцип позволяет систематизировать взносы в фандрайзинговые организации для последующих нужд[8].

Конечно, конкуренция в фандрайзинге будет всегда – за компании и деньги. Но конкуренция позволяет постоянно совершенствоваться и повышать результаты. Но, на наш взгляд, это очень показательный пример. Ведь кроме конкуренции за доноров надо помнить о том, что существует общая задача – развитие культуры благотворительности. Что для России станет существенным достижением.

Использованный список литературы:

1. Фандрайзинг. Режим в интернете: http://www.sbornet.ru

2. Понятия и виды фандрайзинга. Режим в интернете: http://www.bibliofond.ru

3.VI Международная ежегодная практическая конференция «Белые ночи фандрайзинга» Режим в интернете: http://www.dobroserdie.com

4. Помощь в привлечении средств. Фандрайзинг. Режим в интернете: http://www.6844224.ru/Fundraising.html

5. Система фандрайзинга в современном вузе. Часть 6. Режим в интернете: http://www.education2b.ru

6. Фандрайзинг. Режим в интернете: http://www.financialguide.ru

7.Привлечение ресурсов. Фандрайзинг.

Режим в интернете: http://www.wildfield.ru

8. От фандрайзинга в культуре до возрождения к меценатству. Режим в интернете: http://www.upmerf.ru