

Министерство образования и науки Российской Федерации

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра социологии молодежи

**ФАНДРАЙЗИНГ КАК СПОСОБ ДОСТИЖЕНИЯ
СОЦИАЛЬНО-ЗНАЧИМЫХ ЦЕЛЕЙ НКО В МОЛОДЕЖНОЙ
СРЕДЕ**

(автореферат бакалаврской работы)

студентки 4 курса 411 группы
направления 39.03.03 - Организация работы с молодежью
Социологического факультета
Першиной Марьи Витальевны

Научный руководитель

кандидат социологических наук, доцент _____ А.А. Кошелев
подпись, дата

Зав. кафедрой

доктор социологических наук, профессор _____ С.Г.Ивченков
подпись, дата

Саратов 2018

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы. В Российской Федерации, начиная с 90-х гг. XX века, активизировались гражданские инициативы, которые наиболее ярко проявились в формировании и работе негосударственных, неполитических, некоммерческих, общественных организаций (НКО или НПО). Главным целям и задачами НКО является помощь в решении важных социальных проблем в обществе, организация условий, способствующих формированию потенциала личности, а так же развитие связей между основными сферами жизни общества. На сегодняшний день НКО, гармонизируя отношения между личностью, группой, государством и бизнесом, консолидируют российское общество, развивают демократию, содействуют в ослаблении социальной напряжённости и являются значимым условием становления гражданского общества в России.

Успех и продвижение общественных организаций в условиях современного российского общества, стабилизация их статуса и эффективность деятельности во многом зависят от набора методов и технологий, которыми пользуются лидеры и члены НКО. Это могут быть техники рекрутирования волонтеров, методы институционального развития, внедрение и активное использование публич рилейшнз (связи с общественностью), всех видов менеджмента (инновационного, стратегического, сравнительного, кадрового, финансового и т.д.), а также маркетинга. Среди многочисленных методов и технологий важное значение отводится технологии фандрайзинга. Это поиск источников финансирования, необходимых для осуществления деятельности НКО, включая реализацию неприбыльных программ и проектов.

В связи с этим перспективы существования и активной жизнедеятельности российских НКО в настоящее время во многом зависят от степени изучения и овладения их лидерами и членами, технологией сбора средств или фандрайзинга, то есть конкретными шагами (путями) или инструментами сбора средств и ресурсов в целом.

Степень научной разработанности проблемы. Рассмотрение вопросов функционирования и правового положения некоммерческих организаций занимались такие авторы как Абова Т.Е., Бараненков В.В., Беляева О.А., Беляев К.П., Елисеев И.В., Ефремова Г.М., Капура М.М., Кашковский О.П., Ковязин В.В., Макаренко А.П., Неволин О.В., Овчинникова Ю.С., Орлов А.В., Рахмилович В.А., Сумской Д.А., Тычинин С.В., Шершеневич Г.Ф., и многие другие авторы. Особенности фандрайзинга для некоммерческих организаций рассматривали Петренко Е. С., Градосельская Г. В. и Попова Ю. С. Изучали эффективные инструменты фандрайзинга такие авторы как Артемьева Т. В., Тульчинский Г. Л., Комаровский А. В., Игнатъева Е. Л. Балашовой А. Л.

Объект исследования - некоммерческие организации в процессе реализации социально-значимых инициатив молодежи.

Соответственно **предметом исследования** будет являться фандрайзинг, как инструмент реализации социально-значимых целей молодежных НКО.

Цель итоговой квалификационной работы - проанализировать фандрайзинг, как способ финансирования НКО, реализующие социально-значимые инициативы молодежи.

В связи с поставленной целью были сформулированы **следующие исследовательские задачи:**

1. Изучить историю и понятие фандрайзинга, а также выявить специфику организации данного процесса и его основные виды.
2. Рассмотреть особенности некоммерческих организаций (НКО) и определить их функции.
3. Исследовать практическую сторону реализации фандрайзинга, как метода осуществления социально-значимых инициатив НКО в молодежной среде.

Теоретико-методологическую базу итоговой квалификационной работы составляют публикации в области фандрайзинга НКО, научные

труды по исследованию деятельности некоммерческих организаций (Цивук Р.А, Игнатьева Е. Л.). Кроме того, теоретико-методологическая основа работы конструировалась на научных выводах по привлечению источников финансирования известных специалистов в области НКО (Тульчинского Г. Л., Холодцовой О. И., Игумновой О. В., Ильиной Е. В., Куценко Е. И., Мак-Илроя Э.)

Так же в работе использовались нормативно-правовые документы, созвучные с обозначенной проблематикой исследования.

Эмпирическая база. Для более детального исследования фандрайзинга, как способа достижения социально-значимых инициатив молодежи было проведено глубинное интервью. В качестве экспертов выступили руководители и специалисты молодежных организаций региона, имеющие опыт практической деятельности в вопросах фандрайзинга НКО и реализации социально-значимых инициатив молодежи. Выборка респондентов составила 5 человек. Экспертный опрос проводился при личном контакте с респондентами.

Структура работы. Итоговая квалификационная работа состоит из введения, трех разделов, заключения и списка использованных источников.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается актуальность исследования, раскрывается степень её разработанности, определяются цель, задачи, объект и предмет исследования, описывается эмпирическая база и структура работы.

Первый раздел посвящен рассмотрению понятия фандрайзинга и истории развития, а так же организации данного процесса и его основным видам.

Понятие фандрайзинг в переводе с английского («fund» и «raise») означает – «увеличивать ресурсы, собирать денежные средства». Исследование многообразия определений данного понятия дает возможность раскрыть его содержательную сторону, поэтому рассмотрим несколько

широко применяемых из них. Данное понятие достаточно новое для российской политической науки - хорошо известно американским политологам, а также специалистам в менеджменте некоммерческих организаций. Само слово, образованное от английских fund (финансирование, денежные средства, активы) и raise (сбор, приумножение), перевести можно как «привлечение средств», «поиск активов». В широком смысле под фандрайзингом можно понимать привлечения ресурсов и процесс поиска под различные цели. Если проанализировать данные определения, то все они сводятся к одному: фандрайзинг – это система целенаправленного привлечения и формирования ресурсов (финансовых, материальных, человеческих и информационных) некоммерческой организацией для конкретных нужд благотворительных проектов.

Активное развитие фандрайзинга во второй половине XX в. связано с возрастанием роли третьего сектора в США. Удельный вес общей численности занятых в некоммерческом секторе возрастает в геометрической прогрессии. Новый толчок развития фандрайзинг получил в США в 1980-е гг. во времена правления Р. Рейгана, когда некоммерческая сфера переживала финансовый кризис в связи с сокращением бюджетного финансирования на социальные цели. С 1980 – х гг. фандрайзинг в США окончательно оформился в самостоятельную управленческую дисциплину. Однако и в настоящее время проблемам развития фандрайзинга там уделяется повышенное внимание.

В России первые попытки поиска средств некоммерческими организациями на социальные проекты начались около 18 лет назад. Развитие фандрайзинга в нашей стране неразрывно связано с развитием благотворительной деятельности. Постепенное развитие фандрайзинга происходило с появлением первых некоммерческих организаций и первых доноров (фонда Сороса, TACIS и других зарубежных фондов). Целью деятельности данных организаций было не получение прибыли, а решение социально важных задач, что в последствии вопрос финансирования их

деятельности сделало актуальным. На сегодняшний день понятие «фандрайзинг» входит в такие сферы деятельности как социальный менеджмент, маркетинг, PR и реклама.

В соответствии со своей целью данный процесс носит и ряд задач, на основании которых его дифференцируют на различные виды. Так, по способу привлечения денежных средств выделяют: массовые рассылки и вложения, безадресные обращения, ящики для пожертвования, прямой диалог, мероприятия, реклама и СМИ, телемаркетинг, «новые медиа», «приведи друга» и интегрированные кампании. По срокам реализации: оперативный и проектный. По мимо этого выделяют и иную классификацию, в соответствии с которой следует выделять внутренний и внешний фандрайзинг. А так же в зависимости от этапов фандрайзинг подразделяется на шесть стадий.

Организация фандрайзинговой кампании неотъемлемая часть данного процесса. Его действие происходит на четком построении методов работы в соответствии с определенным этапом и планом кампании. Обеспечение организации денежными средствами и иными услугами происходит за счет основных источников, а так же различных методов связи с этими источниками.

Во втором разделе рассматривается понятие некоммерческой организации и ее основные функции.

Некоммерческие организации (НКО) – это неотъемлемая часть современного рыночного хозяйства, но, в отличие от коммерческих, они направлены на решение иных целей, имеют свои механизмы хозяйствования и управления. Такие особенности учитываются при создании и формировании систем управления НКО, описании, анализе, совершенствовании деятельности. В России, деятельность некоммерческих организаций регулируется федеральным законом №7-ФЗ «О некоммерческих организациях» от 12 января 1996 года, в соответствии с которым, «некоммерческой организацией является организация, не имеющая

извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности и не распределяющая полученную прибыль между участниками». Некоммерческие организации могут создаваться для достижения социальных, благотворительных, культурных, образовательных, научных и управленческих целей, в целях охраны здоровья граждан, развития физической культуры и спорта, удовлетворения духовных и иных нематериальных потребностей граждан, защиты прав, законных интересов граждан и организаций, разрешения споров и конфликтов, оказания юридической помощи, а также в иных целях, направленных на достижение общественных благ. Представленный нормативный акт имеет общее значение и распространяется на все формы некоммерческих организаций (исключение составляют потребительские кооперативы и частично религиозные организации). В 2010 году в статью 2 Федерального закона от 12.01.1996 № 7-ФЗ были введены поправки, определившие понятие социально ориентированных некоммерческих организаций. В соответствии с п. 2.1 статьи 2 Федерального закона от 12.01.1996 № 7-ФЗ, СОНКО «...признаются некоммерческие организации, созданные в предусмотренных настоящим Федеральным законом формах (за исключением государственных корпораций, государственных компаний, общественных объединений, являющихся политическими партиями) и осуществляющие деятельность, направленную на решение социальных проблем, развитие гражданского общества в Российской Федерации».

Некоммерческие организации выполняют несколько функций, являясь уникальным звеном, связывающим коммерческий и государственный сектор с гражданским обществом. Некоммерческие организации могут выступать в качестве:

1. Институтобразующих структур в обществе. Это структура гражданского общества образующая правовой институт. Правовой институт обладает такими признаками, как устойчивость, объективная обособленность и специфичность метода правового регулирования, определяемые

непосредственной связью норм права с регулируемыми ими общественными отношениями. Исполняя роль институтообразующих структур, некоммерческие организации выступают в роли защитника интересов её членов, которыми могут быть как физические, так и юридические лица.

2. Исполнителей государственные функции по оказанию социально значимых услуг социально незащищённым слоям общества, под которыми понимаются граждане, которые в соответствии с законодательством отнесены к числу граждан, нуждающихся в специальной социальной защите. Преимущества некоммерческих организаций по отношению к государственным структурам – индивидуальный подход в оказании услуг. Государство, исходя из своих масштабов деятельности, может ориентироваться исключительно на «медианного» потребителя. НКО способны генерировать более разнообразные виды благ и более успешно справляться с задачей удовлетворения потребностей, даже для очень малых групп людей. В отличие от государственных структур для выполнения общественно значимых задач, некоммерческие организации могут привлекать ресурсы частного сектора, а так же, гражданского общества. Ресурсы НКО привлекают за счёт значимости проблем, которые они решают, а так же за счёт собственного имиджа. Некоммерческие организации, не отвечающие хотя бы одному из этих характеристик, не могут эффективно осуществлять программы фандрайзинга.

3. Самостоятельных хозяйствующих субъектов. НКО являются полноправным хозяйствующим субъектом рыночных отношений. Важным отличием НКО от коммерческих организаций можно назвать возможность их существования без государственной регистрации. Законодательство Российской Федерации о НКО разрешает функционирование некоторых общественных организаций без государственной регистрации, однако, в таком случае НКО будет существовать без прав юридического лица и не может являться субъектом гражданских правоотношений. Это говорит о том, что у организации не может быть собственности, она не может от своего

имени заключать имущественные и неимущественные сделки, быть ответчиком или истцом в суде, не может быть печати, банковских счетов. Так же, важным отличием от коммерческих структур является то, что не ко всем НКО можно применить процедуру банкротства. Особенностью ликвидации НКО является отсутствие механизма, алгоритма раздела имущества. Несмотря на то, что НКО создаются на нефиксированный срок, ФЗ «О некоммерческих организациях» сохраняет право создания НКО с ограничениями по сроку деятельности, который нужен для выполнения поставленных задач и достижения целей. Во всём остальном к НКО существуют те же требования, что и к коммерческим организациям.

В третьем разделе проводится анализ реализация фандрайзинга, как метода осуществления социально-значимых инициатив НКО в молодежной среде на территории региона.

Саратовская область входит в список регионов, в которых сосредоточено большое количество молодежных общественных организаций. Так, в настоящее время на территории Саратовской области насчитывается 27 молодежных общественных организаций, объединений и совещательных органов области. Большое количество молодых людей реализуют свои проекты различной направленности. Наиболее востребованными направлениями реализации проектов на территории Саратовской области, по данным Правительства Саратовской области, являются такие направления, как: предпринимательство, здравоохранение, инновации и технологии, добровольчество, патриотизм, творчество.

Чтобы изучить технологию фандрайзинга, при помощи которой НКО реализуется весь спектр молодежных социально-значимых инициатив в регионе, нами было проведено исследование при помощи метода глубинного интервью. В нем приняли участие респонденты, которые являются руководителями и участниками молодежных объединений в Саратовской области. На основании собранных нами данных можно сделать вывод, что в Саратовской области достаточно широкий спектр различных НКО, но к

списку молодежных объединений можно отнести небольшое количество. Среди основных можно выделить такие НКО как «Российский союз молодежи», «Ассоциация студенческих объединений России», «Российское движение школьников», «Российский союз сельской молодежи», Центр развития Волонтерства, Волонтеры победы, региональное отделение движения «Бессмертный полк», Союз добровольцев. У каждой организации своя направленность. В зависимости от специфики объединения происходит реализация тех или иных социально-значимых инициатив молодежи. Это, например, помощь в образовательной сфере детям из домов-интернатов, обучение навыкам жизни, а так же творчества, которые они не получают, также это помощь ветеранам и пожилым людям в хозяйстве по дому и покупке продуктов. Так же социальное развитие происходит за счет различных форумов, например «iВолга», «Таврида», «Теория смыслов на Клязьме» и т.д. Данные форумы обеспечивают не только развитие, но и финансовую поддержку, посредством грантов. Это один из видов фандрайзинга. Государственное финансовое обеспечение НКО происходит на муниципальном, региональном и федеральном уровне. Кроме того, существует корпоративный фандрайзинг, при помощи которого обеспечение организации происходит за счет спонсоров и различных фондов. Тем не менее, финансовая поддержка является основной проблемой в работе НКО. Наряду с ней можно выделить такие проблемы, как отсутствие материально-технического обеспечения, методических материалов, платформы обмена опытом, а так же сложность в поиске кадров и их нестабильная работа. Хозяйственная самостоятельность НКО, особенности финансирования их деятельности, а лучше сказать, его отсутствие, ставят любую организацию перед проблемами ознакомления с техниками фандрайзинга, обучения им и апробирования, а в дальнейшем их активного использования, изучения и обучения техникам фандрайзинга.

В заключении подводятся итоги исследовательской работы и формулируются основные выводы.

В приложении представлен инструментарий исследования (программа глубинного интервью).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключении можно сделать вывод о том, что в экономическом пространстве России фандрайзинг является способом реализации деятельности некоммерческих организаций. Данная технология обеспечивает ресурсами основную программную деятельность организации, которая направлена на осуществлении ее миссии и решение социально значимых проблем. Если рассматривать фандрайзинг некоммерческих организаций, то его можно дифференцировать на несколько видов: по способу привлечения денежных средств выделяют: массовые рассылки и вложения, безадресные обращения, ящики для пожертвования, прямой диалог, мероприятия, реклама и СМИ, телемаркетинг, «новые медиа», «приведи друга» и интегрированные кампании; по срокам реализации: оперативный и проектный. По мимо этого выделяют и иную классификацию, в соответствии с которой следует выделять внутренний и внешний фандрайзинг. А так же в зависимости от этапов фандрайзинг подразделяется на шесть стадий: определение потребностей организации, формулировка предложения, анализ потенциальных источников фандрайзинга, выбор необходимой методологии, назначение ответственных лиц и определение размера бюджета. Понятиями, без которых не может существовать фандрайзинг, являются: грант, донор, спонсорство, благотворительность, пожертвования, патронаж, членство, меценатство, государственные фонды, посреднические фонды, частные фонды и ассоциированные фонды. Фандрайзинговая политика некоммерческих организаций, как эффективная форма привлечения финансирования в рыночных условиях, приобретает в российских условиях большое значение. Сложное финансовое положение отечественных некоммерческих организаций заставляет последних заниматься поиском новых источников доходов.

По общему правилу, некоммерческой признаётся организация, не имеющая извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности и не распределяющая полученную прибыль между участниками (п.1 ст.50 ГК РФ, п.1 ст.2 ФЗ "О некоммерческих организациях"). Основное предназначение некоммерческих организаций - осуществление деятельности в целях, направленных на достижение общественных благ, в частности, социальных, благотворительных, культурных, образовательных, научных и управленческих целях, в целях охраны здоровья граждан, развития физической культуры и спорта, удовлетворения духовных и иных нематериальных потребностей граждан, защиты прав, законных интересов граждан и организаций, разрешения споров и конфликтов, оказания юридической помощи, а также в иных подобных целях. Цели создания отдельных видов некоммерческих организаций более конкретно определяются законами о соответствующих видах таких организаций и в их учредительных документах.

Проводя исследование, при помощи метода глубинного интервью о развитии фандрайзинга, как инструмента реализации социально-значимых инициатив НКО в молодежной среде на территории региона, можно сделать вывод о том, что к основным саратовским некоммерческим организациям относятся такие как «Российский союз молодежи», «Ассоциация студенческих объединений России», «Российское движение школьников», «Российский союз сельской молодежи», «Российские студенческие отряды», Центр развития Волонтерства, Волонтеры победы, региональное отделение движения «Бессмертный полк», Союз добровольцев. У каждой организации есть спектр направлений, в которых они реализуют социально-значимые инициативы. Это, например, помощь в образовательной сфере детям из детских домов и домов-интернатов, обучение навыкам жизни, а так же творчеству, которые они не получают. Кроме того это помощь ветеранам и пожилым людям в улучшение условий жизни. Так же социальное развитие происходит за счет различных форумов, например «iВолга», «Таврида»,

«Теория смыслов на Клязьме» и т.д. Данные форумы обеспечивают не только развитие, но и финансовую поддержку, посредством грантов, что является одним из видов фандрайзинга. Государственное финансовое обеспечение НКО происходит на муниципальном, региональном и федеральном уровне. Кроме того, существует корпоративный фандрайзинг, при помощи которого обеспечение организации происходит за счет спонсоров и различных фондов. Тем не менее, финансовая поддержка является основной проблемой в работе НКО. Кроме того, к ряду проблем можно отнести отсутствие материально-технического обеспечения, методических материалов, платформы обмена опытом, а так же сложность в поиске кадров и их нестабильная работа. Стоит обратить внимание на то, что такой вид привлечения средств как пожертвования и благотворительность в Саратовской области развит очень плохо или отсутствует совсем. Подводя итог вышесказанному, следует сделать вывод, что особенности финансирования деятельности НКО, а лучше сказать, его отсутствие, а также их хозяйственная самостоятельность ставят любую организацию перед проблемами изучения технологии фандрайзинга, ее апробирования, а в дальнейшем ее активного использования.