

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ФАНДРАЙЗИНГ: СУЩНОСТЬ И КЛЮЧЕВЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ОРГАНИЗАЦИИ

В данной статье рассматривается понятие и сущность фандрайзинга, его состояние и перспективы развития в российских университетах и возможность его использования для привлечения дополнительных финансовых средств для эффективной работы вуза.

Ключевые слова: фандрайзинг; образовательный фандрайзинг; университет; высшая школа.

В условиях формирования рыночных отношений и модернизации актуальным является вопрос о финансировании высших учебных заведений: конкуренция на рынке образовательных услуг усиливается, при этом объемы государственного финансирования университетов снижается. Все это приводит к необходимости развития альтернативных источников финансовых поступлений в учебные заведения высшей школы. Особое место среди них занимает привлечение ресурсов посредством образовательного фандрайзинга.

Точного русского эквивалента английского слова fundraising нет. Поэтому принято писать «фандрайзинг» или «фандрейзинг» (англ.: *fund* – средства, финансирование, *to raise* – стимулировать, увеличивать), которое можно понимать в двух значениях:

1. Узкое. Фандрайзинг в этом значении предполагает только сбор денежных средств на благотворительные (некоммерческие) цели, имея в виду отсутствие прямой материальной выгоды от данного действия.

2. Широкое. Фандрайзинг – деятельность по привлечению доноров в любой форме на любые цели (не обязательно благотворительные). В данной трактовке фандрайзинг предполагает также неденежные (натуральные, трудовые и др.) пожертвования.

То есть по своей сути фандрайзинг мало чем отличается от поиска инвесторов. В обоих случаях предпринимаются конкретные усилия по привлечению интереса к разработанным проектам и программам в расчете на то, что государственные органы, бизнес, другие организации, учреждения, физические лица вложат свои средства и ресурсы в реализацию этих проектов и программ. Целью инвесторов является извлечение прибыли, которую они непосредственно получают в результате вложения своих средств. Фандрайзинг же обычно связан с поиском средств под некоммерческие проекты, которые в принципе не могут быть реализованы в коммерческом режиме. Речь идет о поддержке социально-значимых проектов и программ преимущественно в некоммерческой сфере, когда участники реализации таких проектов извлекают не прибыль, а некоторые

* Никитина Маргарита Геннадьевна – магистрант, кафедра менеджмента и сервиса, Байкальский государственный университет экономики и права, г. Иркутск, nikitina_margarita@nm.ru.

выгоды социально-экономического, политического, коммуникативного и других планов. Эти различия представлены в табл. 1 [2, с. 6].

Таблица 1

Различия между фандрайзингом и поиском инвестиций

Вид различий	Поиск инвестиций	Фандрайзинг
Субъекты поддержки	Инвесторы	Доноры*
Мотивация поддержки	Получение прибыли	Получение выгод
Вид деятельности (проекта, программы)	Коммерческая	Некоммерческая
Необходимые средства	Включая основные фонды	Недостающие оборотные средства
Сроки реализации	Долговременные	Кратко- и среднесрочные

Фандрайзинг может принимать различные формы. В России наиболее характерными источниками финансирования являются:

- гранты (государственные и международные);
- спонсорство, донорство, пожертвования от частного и государственного бизнеса, частных лиц;
- субсидии;
- волонтерские ресурсы;
- средства от предпринимательской деятельности (в том числе обучение студентов на коммерческой основе);
- собственные ресурсы (персонал, оборудование).

Фандрайзинг чаще всего используется некоммерческими организациями (НКО) и представляет собой вид деловых коммуникаций между этими организациями и их реальными и потенциальными донорами: бизнесом, спонсорами, благотворителями, контролирующими государственный бюджет административными органами и др.

Для того чтобы выполнить определенную задачу или же добиться конкретной цели некоммерческой организации, необходимы следующие виды ресурсов [7]:

- деньги (внутренние ресурсы, членские взносы, гранты, частные пожертвования, специальные мероприятия по сбору средств);
- товары (подержанные, новые);
- люди (правление, члены организации, волонтеры, привлеченные работники, штатные работники, консультанты);
- услуги (бесплатные или льготные, бартерные);

* Донор – юридическое или физическое лицо, оказывающее материальную, финансовую, организационную и иную благотворительную помощь неприбыльным организациям на добровольной бескорыстной основе.

- информация;
- помещения;
- оборудование.

Университеты являются некоммерческими организациями, и, следовательно, для привлечения средств могут применять методы НКО.

Как показывает практика, многие некоммерческие организации используют различные методы, но чаще всего это разовые, бессистемные акции-прошения, основанные на личных контактах. Такой подход не может быть эффективным, так как привлечение средств – сложный процесс, требующий профессионального подхода и систематической работы, что означает необходимость построения в университетах структур для организации работы по взаимодействию с новыми потенциальными источниками финансирования и управления этими процессами, что в свою очередь приводит к появлению практик эффективного развития высшей школы в условиях ресурсного дефицита и успешной конкуренции за бюджетные и внебюджетные ресурсы [6].

Сегодня в России привлечение ресурсов для развития университета (образовательный фандрайзинг), а значит, если рассматривать вопрос шире, для развитие системы образования в целом, является актуальным проектно-исследовательским вопросом.

Дискуссия о фандрайзинге разворачивается вокруг следующих ключевых вопросов:

1. Руководители вузов, ученые, исследователи и специалисты, пытающиеся привлечь ресурсы в университеты (фандрайзеры) рассматривают образовательный фандрайзинг с разных позиций. С одной стороны, в системе доходов университета фандрайзинг понимается прежде всего как доходы от пожертвований выпускников (*alumni giving*), что позволяет в дальнейшем полагаться на узкое определение, приведенное выше, в качестве рабочего.

2. С другой стороны, принято считать, что ключевым элементом образовательного фандрайзинга является именно эндаумент или эндаумент-фонд (от англ. *endowment* – снабжение, вклад), создаваемый за счет благотворительных пожертвований или целевых взносов, средства которого инвестируются в различные проекты и приносят регулярный доход. Часть этого дохода используется для развития университетов.

Наибольшее развитие в мире эндаументы-фонды получили именно в образовательной системе США, поэтому фандрайзинг как публичное обращение за спонсорской помощью можно считать больше американской, чем европейской или азиатской традицией. В Европе фандрайзинг университетов менее развит (средний объем фондов американского частного вуза из десятки крупнейших в 3 раза превосходит фонды, получаемые Кэмбриджем, и в 10 раз – Оксфордом). Если в фандрайзинговых отделах в университетах США работают в среднем более 100 человек, то в европейском университете – менее 10 человек [6].

Объем благотворительных взносов напрямую связан с качеством образования в университете. В США из 20 наиболее активных в области фандрайзинга университетов подавляющую часть пожертвований получают университеты, входящие в топ-50 лучших страны.

Лидерами в сфере образовательного фандрайзинга можно назвать ведущие университеты в США, входящие в так называемую «Лигу Плюща» (Ivy League). Эндаумент-фонд Гарвардского университета составляет около 32 млрд дол., Йельского – более 20 млрд, Стэнфордского – более 18 млрд, Принстонского – 17 млрд, Массачусетского Технологического Института – 11 млрд, Колумбийского университета – около 8 млрд дол. (по данным на июль 2013 г.) [1].

Большинство стран не пытается изобретать какую-то особую систему фандрайзинга, так как американская модель доказала свою эффективность и чаще всего просто не имеет смысла отклоняться от нее.

В последние годы в России все больше успешных выпускников активно поддерживают свои alma mater. В формировании крупнейших российских фондов целевого капитала участвовали В.О. Потанин, М.Д. Прохоров, В.Ф. Вексельберг, А.Б. Усманов и другие видные деятели бизнеса, науки, культуры. Но, к сожалению, многие компании занимаются социальными проектами и образовательный фандрайзинг не рассматривают как вид стратегической деятельности.

Стоит отметить, что в российской нормативно-правовой практике специалистам в области фандрайзинга руководствоваться особенно ничем не приходится, поскольку в отношении фандрайзинговой деятельности правовое регулирование пока еще слабо проработано. Специалисты по привлечению средств в работе используют внутренний устав организации и некоторые законы российского законодательства («Закон о благотворительной деятельности и благотворительных организациях», «Закон о деятельности некоммерческих организаций»). В настоящее время необходимы серьезные доработки в законодательстве РФ в контексте назревших проблем: отсутствие понятия «фандрайзинг» и «образовательный фандрайзинг», неясность и множественность терминологии форм пожертвований и т.п.

Состояние современного фандрайзинга в России лучше проанализировать в сравнении с западными университетами. Эти сравнения представлены в табл. 2 [4].

Таблица 2

Сравнение элементов организации фандрайзинга в университетах США и РФ

Элемент	Учебные заведения в США	Учебные заведения в РФ
Основной источник финансирования образовательного учреждения	Привлеченные средства (45 % бюджета за счет пожертвований)	Федеральные средства, средства по договорам оказания образовательных услуг
Организационная структура фандрайзинга в вузе	Отдел, находящийся в прямом ведении ректора вуза	Посредством Ассоциаций выпускников, являющихся отдельными юридическими лицами (общественными организациями, некоммерческими партнерствами)

Элемент	Учебные заведения в США	Учебные заведения в РФ
Налоговые послабления для доноров	Налог на юридических и на физических лиц в США называется одинаково: налог на доход. Благотворительные выплаты (соответствующие определению в кодексе) подлежат вычету из налоговой базы, но лишь до некоторых пределов: для физических лиц не более 50 % дохода (некоторые виды выплат – не более 30 % дохода), а для корпораций – не более 10 % дохода	Льготы (в виде вычетов из налоговой базы и в виде сумм расходов) по благотворительности есть только по НДФЛ. Для юридических лиц никаких льгот нет (кроме некоммерческих организаций)
Категории жертвователей	Выпускники и их родители, друзья и единомышленники, корпорации и благотворительные фонды	Успешные выпускники, благотворительные фонды
Мотивация доноров	1. Желание выразить признательность alma mater за то образование, которое позволило им реализоваться и достичь профессиональных высот. 2. Стремление сделать успешными всех, кто связан с вузом. 3. Кузница квалифицированных кадров	1. Формирование собственного положительного имиджа (либо амбиции). 2. Поддержание связи с руководством учебного заведения (чувствуют себя обязанными). 3. Желание быть причастным к благородному делу

Образовательный фандрайзинг в России состоит из трех основных элементов [3]:

1. Работа с выпускниками. Интересом выпускников университетов является стремление стать частью группы, поднимающей их социальный и карьерный статус. То есть при поиске финансирования сегодня российские университеты используют в основном эмоциональные (стремление поддержать alma mater, приверженность к бренду) или статусные мотивы (членство в ассоциации выпускников, попечительского совета, именные стипендии и т.п.).

Это стремление выпускников полностью совпадает с целями университета, поскольку именно их социальный статус является определяющим для его престижа.

2. Налаживание долгосрочных отношений с предприятиями и организациями – работодателями и партнерами университета. Эти компании заинтересованы в вузе при поиске молодых специалистов. С точки зрения фандрайзинга существенным является формирование ассоциации бизнес-партнеров вуза. Как и в случае с выпускниками, система членства обеспечивает самоокупаемость этой работы, а регулярные контакты создают прочную основу для дальнейшей фандрайзинговой деятельности.

Большинство компаний готовы и к более тесному сотрудничеству с университетами: формированию баз практик, совместному открытию новых направлений магистратур и базовых кафедр, адаптации учебных планов к своим потребностям, созданию индивидуальных программ стажировок студентов и выпускников, формированию кадрового резерва для компаний – без всего этого работа с выпускниками теряет содержательную основу. Университет в рамках партнерских отношений может проводить обучение персонала компании в сфере повышения квалификации.

3. Финансирование научно-исследовательских программ и образовательной деятельности в рамках высшей школы. В современных условиях в России существует широкий выбор форм и механизмов взаимодействия в сфере науки и образования. Государственные и международные гранты стали одним из важных дополнительных источников развития научно-образовательных учреждений.

По мнению большинства российских исследователей, в России, к сожалению, фандрайзинг как инструмент по поиску источников дополнительного финансирования до сих пор пока не получил должного развития. Процесс планомерного привлечения средств в целевой капитал университетов только начинает набирать обороты. На этом этапе можно выделить ряд факторов, препятствующих этому процессу в России:

1. Отсутствие налоговых льгот, что не способствует развитию института благотворительности в сфере высшего образования.

2. Отсутствие соответствующей организационной структуры в университетах и квалифицированных специалистов (фандрайзеров), умеющих выстраивать взаимодействие с донорами и фондами и имеющих опыт маркетинговых исследований.

3. Отсутствие в обществе культуры участия в благотворительной деятельности.

Несмотря на указанные выше препятствия у России есть возможность опередить большинство европейских стран в сфере эффективного образовательного фандрайзинга. Во-первых, государство предпринимает действия в отношении совершенствования деятельности НКО, что подтверждает намерения руководства страны выйти на инновационный путь развития. Во-вторых, в России растет количество обеспеченных людей – владельцев бизнеса и топ-менеджеров, проявляющих большую социальную активность. И в-третьих, особенности российского менталитета (так называемая «русская душевность», богатейшие традиции меценатства) могут положительно повлиять на развитие культуры фандрайзинга.

Подготовка и успешная реализация фандрайзинговой стратегии для привлечения средств в российские университеты – процесс не простой и продолжительный. Основные трудности связаны с необходимостью проведения значительных преобразований внутри самого университета, возрождением культуры благотворительности российских граждан (в первую очередь выпускников вуза) и сложностями перехода отечественных корпораций на новый уровень взаимодействия с институтами высшей школы. Тем не менее успех в каждом

отдельном университете будет способствовать развитию российской системы образовательного фандрайзинга в целом.

Список использованной литературы

1. «2013 NACUBO-Commonfund Study of Endowments» [Электронный ресурс] / National Association of College and University Business Officers (NACUBO), 2013. – Режим доступа: <http://www.nacubo.org/Documents/EndowmentFiles/2013NCSEEndowmentMarket%20ValuesRevisedFeb142014.pdf>.

2. Артемьева Т.В. Фандрейзинг: привлечение средств на проекты и программы в сфере культуры и образования / Т.В. Артемьева, Г.Л. Тульчинский. – СПб. : Лань : Планета музыки, 2010. – 144 с.

3. Борзов С.В. Ресурсы как исходный пункт воспроизводства научно-образовательного потенциала вуза [Электронный ресурс] / С.В. Борзов // Международный научно-исследовательский журнал. – 2012. – Режим доступа: <http://research-journal.org/featured/economical/rol-i-mesto-fandrajzinga-v-processe-k>.

4. Дегтерев Д.А. Развитие инфраструктуры образовательного фандрайзинга / Д.А. Дегтерев // Теория и практика функционирования фондов целевого капитала в высшем образовании России : сб. практ. рекомендаций для участников Междунар. науч.-практ. конф. «Теория и практика функционирования фондов целевого капитала в России», МГИМО (У) МИД России, 27–29 апр. 2010 г. / под ред. Е.С. Бирюкова, Д.А. Дегтерева, А.В. Стельмаха. – М. : МГИМО, 2010. – С. 50–56.

5. Демчук Т.В. Состояние и перспективы образовательного фандрайзинга / Т.В. Демчук // Нефть и газ Западной Сибири: материалы Междунар. науч.-техн. конф., посвящ. 55-летию Тюмен. гос. нефтегаз. ун-та. – Тюмень : ТюмГНГУ, 2011. – Т. 4. – С. 24–27.

6. Рыжкова М.В. Организационная структура фандрайзинговой деятельности в российском вузе / М.В. Рыжкова // Инженерное образование. – 2010. – № 6. – С. 94–102.

7. Ткалич Г.И. О системе финансирования образовательных учреждений в условиях модернизации / Г.И. Ткалич, Е.В. Бесфамильная, Е.В. Дмитриева // Вестн. Юж.-Рос. гос. техн. ун-та (Новочеркас. политехн. ин-та). – Сер.: Соц.-экон. науки. – 2011. – № 4. – С. 137–142.